
KUALITAS PELAYANAN MODEL CARTER DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA KOTA LHOKSEUMAWA DENGAN PENDEKATAN SEM-PLS

Ahmad Fauzul Hakim Hasibuan¹

¹ Universitas Malikussaleh, Indonesia

✉ Corresponding Author:

Nama Penulis: Ahmad Fauzul Hakim Hasibuan

E-mail: fauzulhakim@unimal.ac.id

Abstract

This study aims to determine the effect of service quality with the CARTER model on customer satisfaction at Bank Syariah Indonesia in the city of Lhokseumawe. The sampling technique used was purposive sampling technique. The number of samples is 100 people who are in the city of Lhokseumawe. The research data were analyzed using PLS-SEM (Partial Least Square – Structural Equation Modeling) with SmartPLS 3 software. The results showed that the service quality of compliance, assurance, reliability, tangibles, empathy, and responsiveness had a positive influence on customer satisfaction of Islamic Banks. Indonesia in the city of Lhokseumawe. Only two variables have a positive and significant effect, namely compliance and responsiveness variables, the remaining four variables, namely assurance, reliability, tangibles, and empathy, have a positive but not significant effect. The implication of this research is to focus on compliance, assurance, reliability, tangibles, empathy, and responsiveness that can affect customer satisfaction at Bank Syariah Indonesia in the city of Lhokseumawe. The results of this study have differences and similarities with previous studies. The difference with previous research is that it uses the measurement of service quality with the Servqual dimension and the similarity that both use the CARTER dimension.

Key words: Service Quality, Islamic Bank, CARTER Dimension, Customer Satisfaction

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dengan model CARTER terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia di kota Lhokseumawe. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik purposive sampling. Jumlah sampel adalah 100 orang yang berada di kota Lhokseumawe. Data penelitian dianalisis menggunakan PLS-SEM (Partial Least Square – Structural Equation Modeling) dengan software SmartPLS 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan kepatuhan, jaminan, keandalan, bukti fisik, empati, dan daya tanggap berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Umum Syariah. Indonesia di kota Lhokseumawe. Hanya dua variabel yang berpengaruh positif dan signifikan yaitu variabel kepatuhan dan daya tanggap, empat variabel sisanya yaitu jaminan, keandalan, bukti fisik, dan empati berpengaruh positif tetapi tidak signifikan. Implikasi dari penelitian ini adalah fokus pada kepatuhan, jaminan, keandalan, bukti fisik, empati, dan daya tanggap yang

dapat mempengaruhi kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia di kota Lhokseumawe. Hasil penelitian ini memiliki perbedaan dan persamaan dengan penelitian sebelumnya. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah menggunakan pengukuran kualitas pelayanan dengan dimensi Servqual dan kesamaan keduanya menggunakan dimensi CARTER.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Bank Syariah, Dimensi CARTER, Pelanggan Kepuasan

PENDAHULUAN

Peran yang sangat penting yang dimiliki oleh suatu lembaga keuangan terhadap ekonomi negara disebut dengan bank, dimana bank tersebut menjadi suatu lembaga perantara keuangan. Hal tersebut menjadi sebab karena fungsi Financial Intermediary dimiliki oleh lembaga perbankan, yaitu peran dalam mempertemukan pengguna dengan pemilik dana dimiliki oleh lembaga keuangan. Oleh sebab itu, aktivitas bank harus berjalan seefisien mungkin pada skala makro maupun skala mikro. Kemudian kecepatan pergerakan dana masyarakat itu dialokasikan ke suatu tempat yang membutuhkannya dan disebar ke seluruh bidang ekonomi dengan cara yang optimal. Penyaluran kebutuhan masyarakat perihal layanan jasa baiknya dengan dasar prinsip-prinsip syariah agar lebih maksimalnya kecepatan pergerakan dana dari masyarakat yang selama ini belum dilakukan oleh perbankan konvensional, sehingga diperlukan eksistensi bank syariah dan pada tahun 1992 resmi didirikan (Billadina, 2014).

Bank Syariah Indonesia (BSI) saat ini sudah dibentuk ialah hasil gabungan ataupun merger anak industri BUMN dibidang perbankan dengan mencampurkan tiga (3) bank syariah yang ada di Indonesia, yakni Bank Negara Indonesia Syariah (BNI Syariah), Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRI Syariah) serta Bank Mandiri syariah, pada 01 Februari 2021 gabungan bank tersebut sudah ditetapkan. Hadapi pro serta kontra pada proses rencana serta penerapannya, baik dari sisi eksternal ataupun internal pada penggabungan Bank Syariah Indonesia. Dalam masa transisi penggabungan bank, timbulnya kekhawatiran pada nasabah dari ketiga bank syariah merger tersebut. Terkait proses transisi dana ataupun transaksi nasabah dan layanan operasional terkait proses peralihan mengarah Bank Syariah Indonesia yang dimana hal tersebut menjadi salah satu perihal yang dikhawatirkan oleh nasabah (Sugiarti & Meilani, 2021). Khususnya BSI di kota Lhokseumawe, banyak terjadinya masalah seperti keluhan buruknya layanan ATM BSI, banyaknya mesin ATM yang diganti, mesin ATM bermasalah, layanan yang kurang maksimal, dan sebagainya. Menurut Hikmah (2018) dengan adanya kekhawatiran tersebut menjadikan Bank Syariah Indonesia akan tetap memberikan nilai yang terbaik untuk konsumen. Menjaga kualitas pelayanan saat ini sudah merupakan masalah yang tidak main-main ataupun serius bagi bank di pasar yang

kompetitif dalam hal mengukur kinerja perusahaan, dan dapat digunakannya pengukuran kualitas pelayanan yang dirasakan nasabah selaku instrumen dasar guna melakukan perbandingan kinerja berbagai bank (Sugiarti & Meilani, 2021).

Dalam menjalankan strategi operasionalnya guna memikat nasabah dalam menilai kinerjanya, hal tersebut menjadikan kualitas merupakan bagian yang penting bagi Bank Syariah Indonesia. Sebenarnya bukanlah hal yang rumit atau sulit terkait masalah pada layanan, akan tetapi hal-hal yang rawan akan muncul karena memiliki sifat yang sangat sensitif jika kurang diperhatikannya hal tersebut. Salah satu upaya yang wajib dicoba oleh industri khususnya pada bidang jasa perbankan yakni dengan mempraktikkan sistem kualitas pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan ialah sesuatu upaya pemenuhan kebutuhan serta kemauan nasabah dan ketepatan dalam penyampaiannya, supaya sepadan dengan harapan nasabah (Ryan & Fahrullah, 2020).

Sebab kenapa bank syariah butuh tingkatkan kualitas pelayanan. Pertama, sebab produk serta layanan bank syariah dikira berkualitas besar oleh konsumen terhadap konsepnya. Kedua, sebab ikatan yang jelas dengan bayaran, profitabilitas, kepuasan nasabah, retensi nasabah, dan penyebaran informasi dari mulut ke mulut secara luas dikira selaku pendorong corporate marketing serta kinerja keuangan perbankan. Tidak hanya itu pengukuran serta penilaian di kualitas pelayanan berarti sebab transformasi perbankan yang terus menjadi terintegrasi secara umum (Othman & Owen, 2012). Dalam tingkatan persaingan yang kian ketat antar bank, mendesak Bank Syariah Indonesia (BSI) supaya lebih tingkatkan mutu layanannya dan lebih bisa diterapkannya nilai-nilai Islam sehingga nasabah dapat menemukan kepuasan yang optimal. Dengan demikian bisa dicoba upaya buat tingkatkan kualitas layanan yang cocok dengan harapan nasabah.

Perkembangan penelitian yang dicoba Othman serta Owen dalam sebuah jurnal yang ditulis oleh Fauzi (2019) memodifikasi ukuran servqual jadi ukuran CARTER supaya cocok dalam mengukur kualitas layanan bank syariah. Model CARTER terdiri dari compliance, assurance, reliability, tangibles, empathy, serta responsiveness. Compliance merupakan kepatuhan yang memiliki arti keahlian buat tunduk kepada hukum Islam serta beroperasi yang sejalan dengan prinsip-prinsip perbankan serta ekonomi Islam. Assurance merupakan kesantunan serta pengetahuan pegawai dan keahlian mereka buat mengantarkan kebenaran serta kerahasiaan, perihal ini pula meliputi komunikasi verbal serta tertulis antara pegawai bank serta nasabah. Reliability merupakan keahlian buat sediakan layanan yang dijanjikan, tidak berubah-ubah serta akurat. Tangible merupakan tampilan dari sarana secara wujud, perlengkapan, personil, serta bahan komunikasi. Emphaty merupakan keahlian membagikan kepedulian yang tulus baik itu bersifat individual

Ahmad Fauzul Hakim Hasibuan: KUALITAS PELAYANAN MODEL CARTER DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA KOTA LHOEKSEUMAWE DENGAN PENDEKATAN SEM-PLS

ataupun individu yang diberikan kepada para pelanggan. Responsiveness merupakan keahlian buat menolong pelanggan serta membagikan pelayanan yang kilat. Pada ukuran ini Othman & Owen meningkatkan variabel compliance ialah buat mengukur keahlian perusahaan supaya sejalan dengan prinsip-prinsip perbankan syariah, ekonomi syariah dan hukum Islam. Akumulasi ini dicoba supaya bank yang berbasis syariah mempunyai ciri lain yang berbeda dari bank konvensional ialah mempraktikkan prinsip syariah dalam perbankan.

Nasabah yang diberikan kualitas pelayanan sehingga mendapat kepuasan yakni masyarakat kota Lhokseumawe. Kota Lhokseumawe terdiri dari empat kecamatan, yaitu Blang Mangat, Banda Sakti, Muara Satu, dan Muara Dua.

Gambar 1 Jumlah Penduduk Kota Lhokseumawe

Kabupaten/Kota	Jumlah Penduduk (Jiwa)		
	2018	2019	2020
Lhokseumawe	203 284,00	207 202,00	181 713,00
Jumlah Penduduk			

Penduduk adalah semua orang yang berdomisili di wilayah geografis Republik Indonesia selama 6 bulan atau lebih dan atau mereka yang berdomisili kurang dari 6 bulan tetapi bertujuan untuk menetap.

Sumber: lhokseumawekota.bps.go.id.(2022)

Dari gambar tersebut yang juga diperoleh dari data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Lhokseumawe tahun 2020, jumlah penduduk kota Lhokseumawe secara keseluruhan pada tahun 2020 yaitu sebanyak 181.713 orang. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh variabel Compliance, Assurance, Reliability, Tangibles, Empathy, dan Responsiveness terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia kota Lhokseumawe? Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Compliance, Assurance, Reliability, Tangibles, Empathy, dan Responsiveness terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia kota Lhokseumawe.

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas jasa pelayanan yang diberikan kepada pelanggan baik itu konsumen ataupun nasabah disebut dengan service quality. Dalam perbankan Syariah, kualitas jasa pelayanan yang diberikan kepada nasabah dengan cara yang islami disebut dengan Islamic Banking Service Quality. Pengembangan model dalam mengukur mutu pelayanan bank Syariah yang diketahui dengan model CARTER (Compliance, Assurance, Reliability, Tangibles, Empathy, serta Responsiveness) dianjurkan oleh Othman & Owen (2001) dari hasil

penelitiannya. Keenam ukuran tersebut didefinisikan dan dijabarkan lebih lanjut ialah selaku berikut :

1. Compliance (Kepatuhan Syariah)

Keahlian buat penuhi hukum Islam serta beroperasi bersumber pada perbankan Islam serta prinsip-prinsip ekonomi. Penanda variabel compliance dalam studi ini meliputi melaksanakan prinsip yang cocok dengan hukum Islam, mempraktikkan syarat layanan produk dengan cara yang islami, peluang memperoleh pinjaman bebas bunga, serta mempraktikkan keuntungan pembagian keuntungan investasi.

2. Assurance (Jaminan) : kesopanan dan pengetahuan karyawan, serta keahlian mereka buat meningkatkan rasa yakin konsumen atau pelanggan kepada perusahaan. Pada studi ini, indikatornya terdiri dari karyawan yang ramah dan sopan, menyediakan akses regu manajemen yang mempunyai pengetahuan yang luas serta berpengalaman, dan rasa yakin serta nyaman memakai jasa dan produk bank. Pegawai wajib melindungi keramahtamahan serta kesopanan dalam pelayanan untuk nasabah. Kerap kali keramahtamahan yang diperlihatkan oleh penjual dapat membuat orang tertarik membeli sesuatu produk. Keramahtamahan ini terpaut dengan perilaku terhadap orang lain. Melindungi perkata dari perkataan serta menyakiti perasaan orang lain dengan ungkapan yang kurang baik. Melindungi perbuatan serta perilaku yang membuat orang lain merasa tersakiti, tercantum menampilkan wajah riang di hadapan siapa pun.

3. Reliability (Kehandalan)

Keahlian dalam hal membagikan jasa ataupun pelayanan sebagaimana yang di janjikan itu akurat serta terpercaya. Pada studi ini, indikatornya meliputi pelayanan yang cepat serta aman, akurasi pencatatan transaksi, serta pelayanan yang maksimal.

4. Tangibles (Berwujud)

Aspek yang kelihatan dengan cara wujud misal perlengkapan, bahan-bahan komunikasi serta personel. Pada studi ini, indikatornya terdiri dari tampilan kantor serta sarana wujud yang menarik, dan transaksi yang efektif serta cepat.

5. Empathy (Perhatian)

Keahlian karyawan buat peduli serta membagikan atensi dengan cara personal kepada nasabah. Pada studi ini, indikatornya meliputi dorongan serta atensi khusus, dan bisa menanggulangi permasalahan dengan baik.

6. Responsiveness (Daya Tanggap)

Kemauan buat menolong pelanggan dan membagikan layanan yang cepat. Pada studi ini, indikatornya terdiri dari ketanggapan pelayanan dan kecepatan serta penanganan oleh karyawan terhadap kebutuhan nasabah.

Kepuasan ataupun ketidakpuasan merupakan suatu perasaan, yang dimana bahagia ataupun kecewa seorang tersebut berasal dari suatu perbandingan antara aktual dengan hal kinerja suatu produk yang diharapkan ataupun kesannya terhadap kinerja produk riil (Sangadi dan Sopiah, 2013: 180). Kotler (2006) dalam Wijaya (2011), memberikan definisi bahwa suatu tingkatan perasaan seorang sehabis membandingkan hasil (kinerja) yang dimana dia merasakan bahwa dia dibanding dengan harapannya disebut dengan kepuasan pelanggan (Mustofa & Siyamto, 2017). Sementara itu bagi Nashrullah Setiawan, Famila Dwi Winati, Roy Enggar Achmadi (2016) kepuasan konsumen ialah sesuatu tingkatan perasaan bahagia ataupun kecewa yang didapatkan dengan metode memberikan bandingan terhadap kinerja produk yang dialami dengan harapan yang mereka miliki.

HIPOTESIS

Hipotesis pada penelitian ini terdiri dari:

1. Pengaruh Compliance Terhadap Kepuasan Nasabah

Bagi studi yang dicoba oleh Wijaya et al (2017) Ada pengaruh positif antara variabel compliance (kepatuhan) terhadap kepuasan nasabah. Maksudnya, terus menjadi baik pelaksanaan compliance (kepatuhan) hingga terus menjadi besar pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah. Bersumber pada penelitian tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yakni:

Hi1 : Ada pengaruh antara compliance terhadap kepuasan nasabah.

2. Pengaruh Assurance Terhadap Kepuasan Nasabah

Bagi riset yang dicoba oleh Khaliq (2019) ada pengaruh positif serta signifikan antara variabel assurance terhadap kepuasan nasabah. Maksudnya, pengetahuan serta kesopanan karyawan Bank Syariah pengaruhi kepuasan nasabah sepanjang bertransaksi di Bank Syariah. Bersumber pada penelitian tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yakni :

Hi2 : Ada pengaruh antara Assurance terhadap kepuasan nasabah.

3. Pengaruh Reliability Terhadap Kepuasan Nasabah

Bagi riset yang dicoba oleh Murdifi (2020) ukuran reliability mempunyai pengaruh yang positif serta signifikan terhadap kepuasan besar serta rendahnya nasabah dalam meningkatkan pelayanan yang baik. Berdasarkan pada penelitian tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yakni:
Hi3 : Ada pengaruh antara Reliability terhadap kepuasan nasabah.

4. Pengaruh Tangibles Terhadap Kepuasan Nasabah

Bagi riset yang dicoba oleh Nasfi et al (2020) bahwa terdapatnya pengaruh signifikan antara variabel tangibles dengan kepuasan nasabah. Maksudnya, penampilan sarana fisik, peralatan, serta perlengkapan komunikasi yang digunakan oleh BPRS Haji Miskin berpengaruh positif serta signifikan kepada kepuasan nasabah. Berdasarkan pada penelitian tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yakni:

Hi4 : Ada pengaruh antara Tangible terhadap kepuasan nasabah.

5. Pengaruh Empathy Terhadap Kepuasan Nasabah

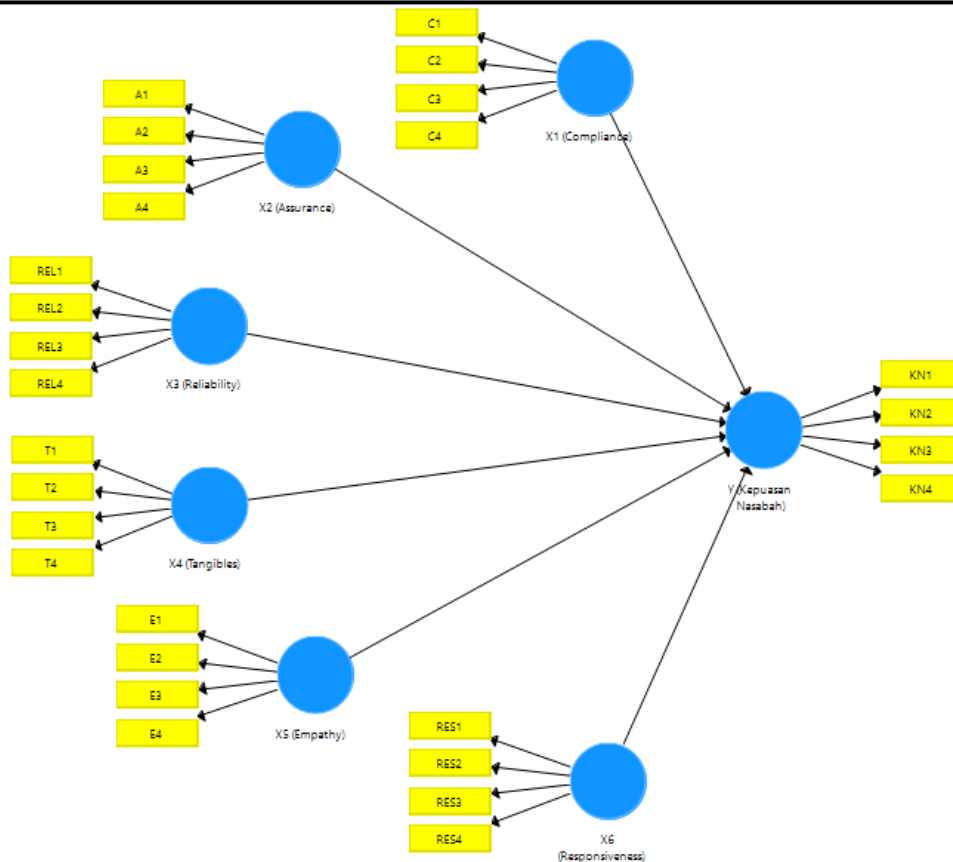
Bagi riset yang dicoba oleh (Ahmaddien, 2016) variabel Emphaty berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan nasabah. Perihal ini sejalan dengan penelitian yang dicoba oleh Yilmaz et al (2018) yang melaporkan kalau variabel emphaty pada layanan ATM yang disediakan oleh bank juga berpengaruh positif dalam pengaruhi kepuasan pelanggan. Berdasarkan pada penelitian tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yakni:

Hi5 : Ada pengaruh antara Emphaty terhadap kepuasan nasabah.

6. Pengaruh Responsiveness Terhadap Kepuasan Nasabah

Bagi riset yang dicoba oleh (Misbach, 2017) memberikan layanan yang cepat merupakan sebuah komitmen dari karyawan disebut dengan responsif. Dari hasil analisis memberitahukan bahwa terdapatnya pengaruh yang signifikan serta positif antara responsif terhadap kepuasan pelanggan. Maksudnya, daya tanggap karyawan terus menjadi besar dalam melayani nasabah hingga terus menjadi besar pula kepuasan pelanggan. Berdasarkan pada penelitian tersebut, maka hipotesis yang didapatkan pada penelitian ini yakni:

Hi6 : Ada pengaruh antara Responsiveness terhadap kepuasan nasabah.



Gambar 2 Kerangka Pemikiran

METODE

Dalam menganalisis serta mengevaluasi informasi atau data, berikut metode-metode yang digunakan ialah Evaluation Of Measurement Model (Outer Model) dan Evaluation Of Structural Model (Inner Model). Outer Model terdiri dari uji validitas (validitas konvergen dan validitas diskriminan) dan uji reliabilitas.

Validitas konvergen yaitu dengan melihat nilai faktor loading/outer loading dan nilai AVE. Nilai outer loading $> 0,7$ dan nilai AVE $> 0,5$ (Hair et al., 2013). Validitas diskriminan yaitu dengan melihat nilai the fornell lacker criterion dan cross loading. Pada the fornell lacker criterion, korelasi antara variabel dengan variabel itu sendiri harus lebih tinggi nilainya dibandingkan korelasi antara variabel itu dengan variabel lainnya. Pada cross loading, korelasi antara variabel dengan indikator variabel itu sendiri harus lebih tinggi nilainya dibandingkan korelasi antara variabel dengan indikator variabel lainnya.

Uji reliabilitas ialah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, hendak menciptakan data ataupun informasi yang sama disebut dengan uji reliabilitas. Sejalan mana sesuatu perlengkapan pengukur dapat diandalkan ataupun dipercaya yang ditampilkan oleh indeks juga disebut dengan reliabilitas (Sugiono et al., 2020). Menurut Hair et al (2006) reliabilitas meluas kemana variabel atau serangkaian variabel konsisten dalam apa yang dimaksudkan untuk diukur. Ada dua ukuran umum dari reliabilitas konstruk: Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Reliabilitas internal suatu konstruk dikatakan tercapai ketika nilai Cronbach's Alpha adalah 0,7 atau lebih tinggi (Nunnally & Bernstein, 1994). Batas untuk reliabilitas komposit adalah sama dengan semua ukuran reliabilitas dan skor antara 0,6 dan 0,7 merupakan indikator reliabilitas konstruk yang baik (Henseler & Sarstedt, 2013). Inner Model terdiri dari R-Square, Koefisien jalur, T-Statistik (Bootstrapping), Predictive Relevance (Blindfolding), dan Model Fit.

Temuan Penelitian dan pembahasan

Sebelum melanjutkan ke tahap selanjutnya yaitu pembahasan mengenai analisis data penelitian, peneliti akan menjelaskan gambaran mengenai karakteristik responden yang sudah berpartisipasi dalam penelitian ini. Responden dalam penelitian ini yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia yang berada di kota Lhokseumawe. Adapun uraian gambaran umum responden penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Karakteristik Responden menurut Jenis Kelamin

Dari pengumpulan data yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden, peneliti mendapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 3. Jenis Kelamin Responden

Valid	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persen	Cumulative Percent
	Laki-laki	65	65.0	65.0
	Perempuan	35	35.0	100.0
	Total	100	100.0	

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa responden penelitian dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 65 orang atau 65% sedangkan responden penelitian dengan jenis kelamin perempuan berjumlah 35 orang atau 35%.

Maka dengan demikian, responden penelitian ini didominasi oleh responden penelitian laki-laki dengan hasil persentase 65%.

2. Karakteristik Responden menurut Pekerjaan

Dari pengumpulan data yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden, peneliti mendapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4. Pekerjaan Responden

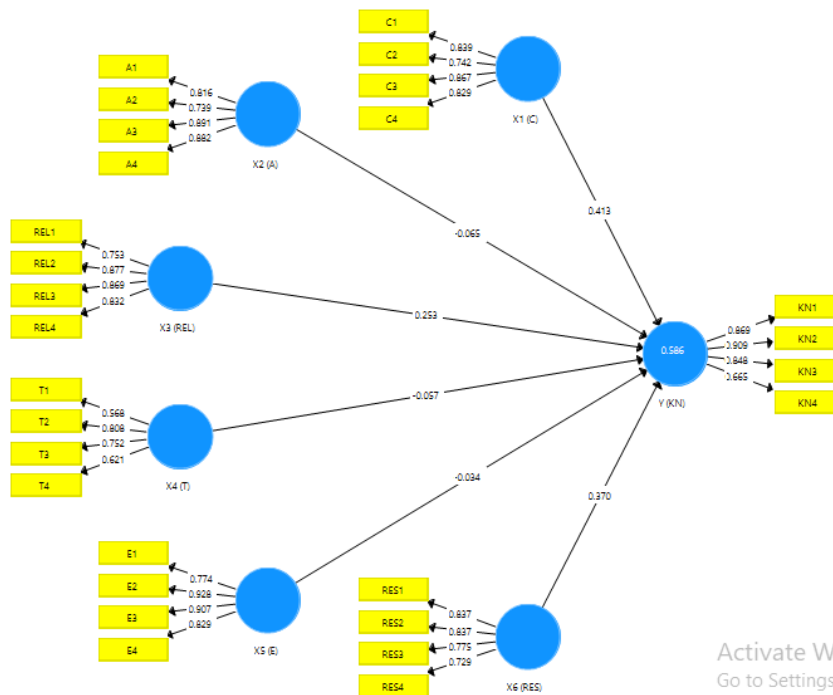
Valid	Jenis Pekerjaan	Frequency	Percent	Cumulative Percent
	Pelajar/Mahasiswa	44	44.0	44.0
	Wiraswasta	10	10.0	54.0
	PNS	6	6.0	60.0
	Pegawai Swasta	14	14.0	74.0
	Lainnya	26	26.0	100.0
	Total	100	100.0	

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa responden penelitian dengan status pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa berjumlah 44 orang atau 44%, responden penelitian dengan pekerjaan sebagai wiraswasta berjumlah 10 orang atau 10%, responden penelitian dengan pekerjaan sebagai PNS berjumlah 6 orang atau 6%, responden penelitian dengan pekerjaan sebagai pegawai swasta berjumlah 14 orang atau 14%, dan responden penelitian dengan pekerjaan lainnya berjumlah 26 orang atau 26%. Maka dengan demikian, responden penelitian ini didominasi oleh responden penelitian dengan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa dengan hasil persentase 44%.

1. Evaluation Of Measurement Model (Outer Model)

Outer model dievaluasi dengan cara melihat nilai validitas dan reliabilitas pengukuran dari model tersebut.



Gambar 3. PLS Algorithm (Run No. 1)

1). Uji Validitas

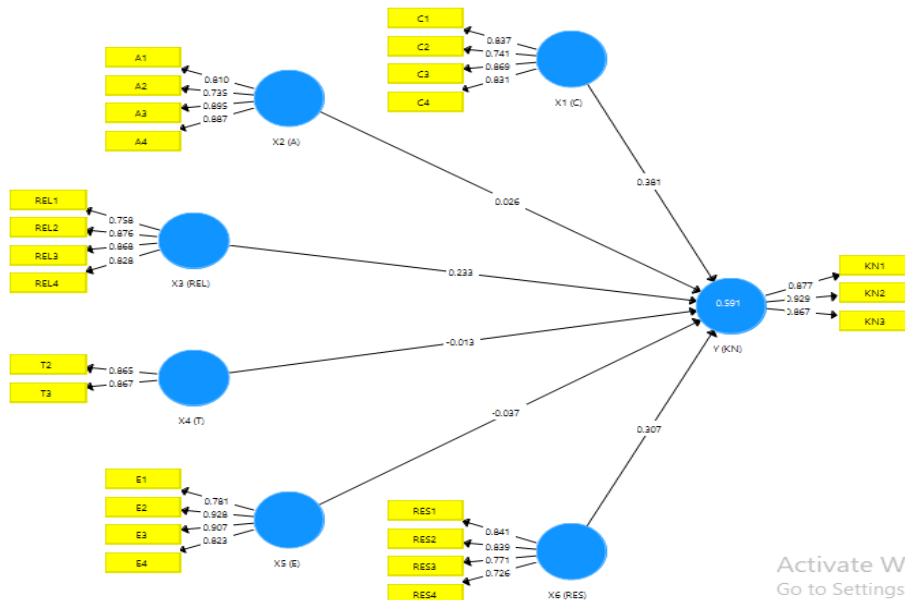
Validitas pengukuran terdiri dari validitas konvergen dan validitas diskriminan. Validitas konvergen ditentukan menggunakan parameter loading factor dan nilai AVE (Average Variance Extracted). Pengukuran dapat dikategorikan memiliki validitas konvergen apabila nilai loading factor > 0,7 dan nilai AVE > 0,5 (Jogiyanto, 2009). Validitas diskriminan ditentukan dengan melihat fornell larcker criterion or HTMT dan cross loading dari setiap variabel dan dikategorikan memiliki validitas diskriminan apabila memiliki nilai fornell larcker criterion or HTMT dan cross loading mencapai 0,7 (Jogiyanto, 2009).

a). Validitas Konvergen

Validitas konvergen merupakan korelasi Antara skor indikator dengan skor konstruknya. Model PLS-SEM memenuhi convergent validity dapat dikatakan valid apabila nilai outer loading > 0,7 dan nilai AVE > 0,5 (Jogiyanto, 2009). Pada penelitian ini, ada tiga (3) indikator yang dibawah 0,7 yaitu pada

Ahmad Fauzul Hakim Hasibuan: KUALITAS PELAYANAN MODEL CARTER DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA KOTA LHKSEUMAWE DENGAN PENDEKATAN SEM-PLS

indikator T1, T4, dan KN4. Ketiga indikator tersebut dibuang agar nilai outer loading tidak ada lagi masalah. Berikut gambar PLS Algorithm Run No. 2 sesudah indikator yang dibawah 0,7 itu dibuang.



Berikut ini merupakan hasil korelasi antara indikator dengan konstruksya menunjukkan nilai outer loading > 0,7. Nilai outer loading dalam model dapat dilihat pada **Gambar 4. PLS Algorithm (Run No. 2)**

Tabel 5. Outer Loading

	C	A	REL	T	E	RES
C1	0.837					
C2	0.741					
C3	0.869					
C4	0.831					
A1		0.810				
A2		0.735				
A3		0.895				
A4		0.887				
REL1			0.758			
REL2			0.876			
REL3			0.868			
REL4			0.828			
T2				0.865		
T3				0.867		
E1					0.781	

Ahmad Fauzul Hakim Hasibuan: KUALITAS PELAYANAN MODEL CARTER DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA KOTA LHOEKSEUMAWE DENGAN PENDEKATAN SEM-PLS

E2	0.928	
E3	0.907	
E4	0.823	
RES1		0.841
RES2		0.839
RES3		0.771
RES4		0.726
KN1		0.877
KN2		0.929
KN3		0.867

Sumber : Data diolah dengan SmartPLS 3 (2022)

Selain itu uji validitas konvergen dilihat dari nilai Average Variance Extracted (AVE). Variabel dalam penelitian ini sudah memiliki nilai AVE > 0,5. Nilai AVE dalam model dapat dilihat pada tabel 6 di bawah ini.

Tabel 6. Nilai Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Nilai AVE
(X1) Compliance	0.673
(X2) Assurance	0.696
(X3) Reliability	0.695
(X4) Tangibles	0.750
(X5) Empathy	0.743
(X6) Responsiveness	0.633
(Y) Kepuasan Nasabah	0.795

Sumber : Data diolah dengan SmartPLS 3 (2022)

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan nilai outer loading dan Average Variance Extracted (AVE), data penelitian ini sudah memenuhi persyaratan validitas konvergen.

b). Validitas Diskriminan

Pada validitas diskriminan digunakan nilai fornell larcker criterion or htmt dan cross loading. Suatu indikator dikatakan memenuhi validitas diskriminan jika nilai korelasi variabel dengan variabel itu sendiri pada fornell larcker

critterion or htmt tidak boleh lebih kecil daripada korelasi dengan variabel lainnya dan cross loading indikator terhadap variabelnya adalah yang terbesar dibandingkan terhadap variabel lainnya. Nilai fornell larcker critterion or htmt dalam penelitian ini korelasi variabel dengan variabel itu sendiri tidak lebih kecil daripada korelasi variabel dengan variabel lainnya, artinya sudah memenuhi syarat dan lanjut ke tahap berikutnya yaitu cross loading. Nilai fornell larcker critterion or htmt dapat dilihat pada tabel 7 dibawah ini.

Tabel 7. Nilai Fornell Larcker Criterion or HTMT

	X1 (C)	X2 (A)	X3 (REL)	X4 (T)	X5 (E)	X6 (RES)	Y (KN)
X1 (C)	0.821						
X2 (A)	0.705	0.834					
X3 (REL)	0.615	0.728	0.834				
X4 (T)	0.418	0.586	0.549	0.866			
X5 (E)	0.502	0.635	0.777	0.527	0.862		
X6 (RES)	0.471	0.579	0.707	0.527	0.774	0.796	
Y (KN)	0.663	0.611	0.668	0.432	0.583	0.631	0.891

Sumber : Data diolah dengan SmartPLS 3 (2022)

Untuk nilai cross loading dalam model dapat dilihat pada tabel 8 dibawah ini.

Tabel 8. Nilai Cross Loading

	X1 (C)	X2 (A)	X3 (REL)	X4 (T)	X5 (E)	X6 (RES)	Y (KN)
C1	0.837	0.611	0.555	0.346	0.456	0.476	0.628
C2	0.741	0.409	0.319	0.146	0.288	0.269	0.440
C3	0.869	0.645	0.569	0.369	0.435	0.407	0.588
C4	0.831	0.622	0.538	0.493	0.446	0.358	0.489
A1	0.538	0.810	0.594	0.386	0.553	0.487	0.555

Ahmad Fauzul Hakim Hasibuan: KUALITAS PELAYANAN MODEL CARTER DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA KOTA LHKSEUMAWE DENGAN PENDEKATAN SEM-PLS

A2	0.516	0.735	0.624	0.427	0.598	0.560	0.388
A3	0.646	0.895	0.609	0.515	0.483	0.441	0.531
A4	0.647	0.887	0.618	0.622	0.513	0.475	0.540
REL1	0.473	0.601	0.758	0.340	0.490	0.446	0.566
REL2	0.593	0.662	0.876	0.473	0.726	0.655	0.586
REL3	0.546	0.659	0.868	0.560	0.700	0.616	0.576
REL4	0.421	0.483	0.828	0.454	0.674	0.643	0.487
T2	0.387	0.493	0.563	0.865	0.535	0.555	0.373
T3	0.338	0.522	0.388	0.867	0.378	0.358	0.376
E1	0.466	0.630	0.656	0.403	0.781	0.570	0.509
E2	0.458	0.556	0.693	0.471	0.928	0.703	0.502
E3	0.437	0.574	0.703	0.474	0.907	0.703	0.474
E4	0.362	0.425	0.620	0.463	0.823	0.684	0.514
RES1	0.393	0.527	0.685	0.351	0.699	0.841	0.554
RES2	0.441	0.542	0.655	0.552	0.769	0.839	0.522
RES3	0.360	0.394	0.457	0.473	0.548	0.771	0.418
RES4	0.299	0.362	0.421	0.314	0.424	0.726	0.498
KN1	0.569	0.528	0.576	0.484	0.522	0.492	0.877
KN2	0.651	0.607	0.648	0.392	0.603	0.632	0.929
KN3	0.547	0.493	0.556	0.283	0.423	0.554	0.867

Sumber : Data diolah dengan SmartPLS 3 (2022)

Berdasarkan tabel 8 dapat diketahui bahwa nilai *cross loading* indikator terhadap variabelnya sendiri lebih besar dibandingkan terhadap variabel yang lain. Hal tersebut sudah memenuhi syarat validitas diskriminan dan juga nilai nilai *cross loading* melebihi nilai 0,7 (Jogiyanto, 2011).

2). Uji Reliabilitas

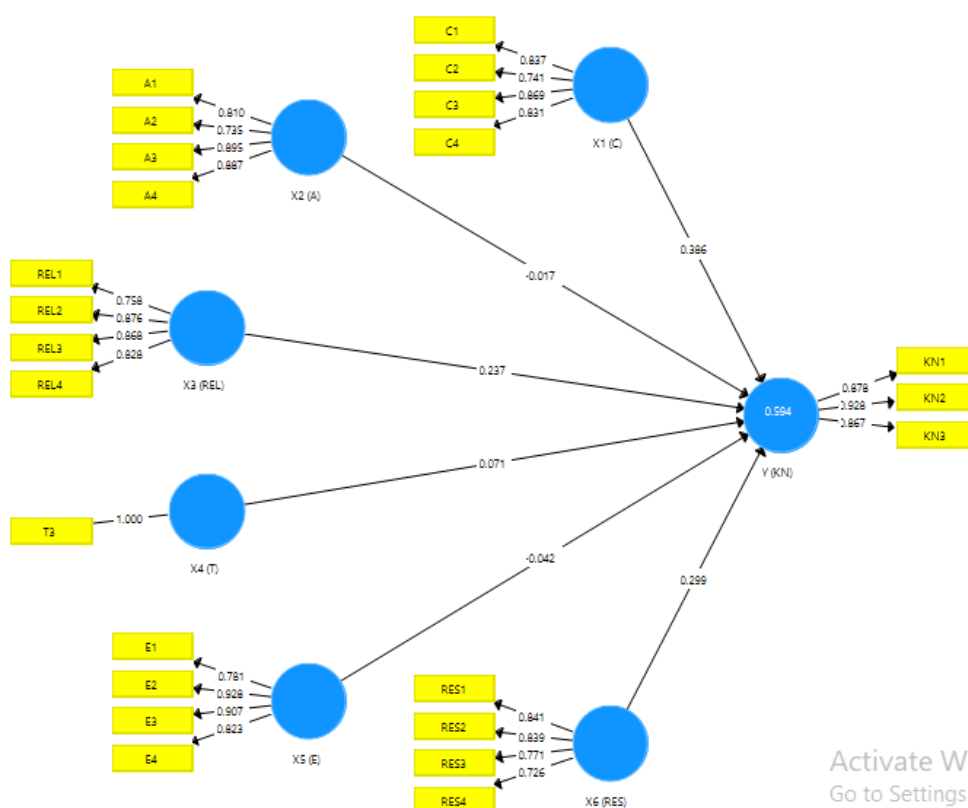
Terdapat *composite reliability* dan *cronbach's alpha* pada uji reliabilitas. Nilai reliabilitas indikator-indikator pada suatu variabel diuji oleh *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. Apabila nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* yang dimiliki > 0,7, maka suatu variabel dapat dikatakan memenuhi *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. Dapat dilihat nilai *composite reliability* masing-masing variabel pada tabel 9 di bawah ini.

Tabel 9. Nilai Composite Reliability

Variabel	Nilai <i>Composite Reliability</i>
(X1) Compliance	0.892
(X2) Assurance	0.901
(X3) Reliability	0.901
(X4) Tangibles	0.857
(X5) Empathy	0.920
(X6) Responsiveness	0.873
(Y) Kepuasan Nasabah	0.921

Sumber : Data diolah dengan SmartPLS 3 (2022)

Nilai *composite reliability* yang ditunjukkan pada tabel 9 diatas telah memenuhi syarat yaitu lebih dari 0,7. Pengujian reliabilitas juga dilihat dari nilai *cronbach's alpha*. Pada penelitian ini ada satu variabel yang memiliki nilai *cronbach's alpha* dibawah 0,7 yaitu pada variabel X4 (*Tangibles*). Maka dari itu agar nilai *cronbach's alpha* diatas 0,7 pada variabel X4 (*Tangibles*) dapat dilakukannya pembuangan pada indikator yang memiliki nilai paling rendah pada variabel X4 (*Tangibles*). Berikut gambar PLS Algorithm (Run No. 3) setelah membuang indikator yang paling rendah pada variabel X4 (*Tangibles*) yaitu pada indikator T2.



Gambar 5. PLS Algorithm (Run No. 3)

Berikut nilai *cronbach's alpha* yang diperoleh sesudah membuang indikator yang paling rendah pada variabel X4 (*Tangibles*) yang disajikan pada tabel 10.

Tabel 10. Nilai Cronbach's Alpha

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>
(X1) Compliance	0.839
(X2) Assurance	0.853
(X3) Reliability	0.853
(X4) Tangibles	1.000
(X5) Empathy	0.882
(X6) Responsiveness	0.806
(Y) Kepuasan Nasabah	0.871

Sumber : Data diolah dengan SmartPLS 3 (2022)

Nilai *Cronbach's Alpha* di atas pada tabel 10 menunjukkan nilai di atas 0,7 yang membuktikan bahwa pengukuran dalam penelitian ini adalah reliabel/handal.

2. Evaluation Of Structural Model (Inner Model)

Untuk melihat pengaruh langsung serta tidak langsung antar variabel, maka dilakukannya uji model struktural atau evaluasi *inner model*. Dimulai dengan melihat nilai *R-square*, kemudian koefisien jalur, T-Statistic (Bootstrapping), predictive relevance, dan model fit untuk mengevaluasi *inner model* dengan PLS-SEM.

1). Nilai *R-Square*

Seberapa besar nilai yang diperlihatkan variabel independen yang memengaruhi terhadap variabel dependen disebut dengan *R-Square*., Dihasilkan nilai *R-Square* berdasarkan pengolahan data dengan SmartPLS 3 dapat dilihat dalam tabel 11 berikut.

Tabel 11. Nilai R-Square

Variabel	Nilai <i>R-Square</i>
Kepuasan Nasabah (KN)	0.594

Sumber : Data diolah dengan SmartPLS 3 (2022)

Nilai *R-square* yang ditunjukkan pada tabel 11 untuk variabel “Kepuasan Nasabah” sebesar 0.594. Hal ini berarti bahwa persentase besarnya pengaruh *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangibles*, *empathy*, dan *responsiveness* adalah sebesar 59,4%, sedangkan sisanya yaitu 40,6% dipengaruhi oleh faktor lain.

2). Koefisien Jalur (*Path Coefficients*)

Pada nilai *path coefficients* atau koefisien jalur ini adalah nilai yang menunjukkan arah hubungan variabel, apakah hipotesa-hipotesa tersebut mempunyai arah yang positif atau negative. *Path coefficients* ini berada diantara -1 sampai 1. Jika nilai tersebut berada di nilai 0 sampai 1 maka hubungan yang dimiliki itu positif dan jika nilai tersebut berada di nilai 0 sampai -1 maka hubungan yang dimiliki itu negatif. Nilai *path coefficients* dapat dilihat pada tabel 12 dibawah ini.

Tabel 12. Path Coefficients

Variabel	<i>Path Coefficients</i> (Y) Kepuasan Nasabah
(X1) Compliance	0.386
(X2) Assurance	-0.017
(X3) Reliability	0.237
(X4) Tangibles	0.071
(X5) Empathy	-0.042
(X6) Responsiveness	0.299

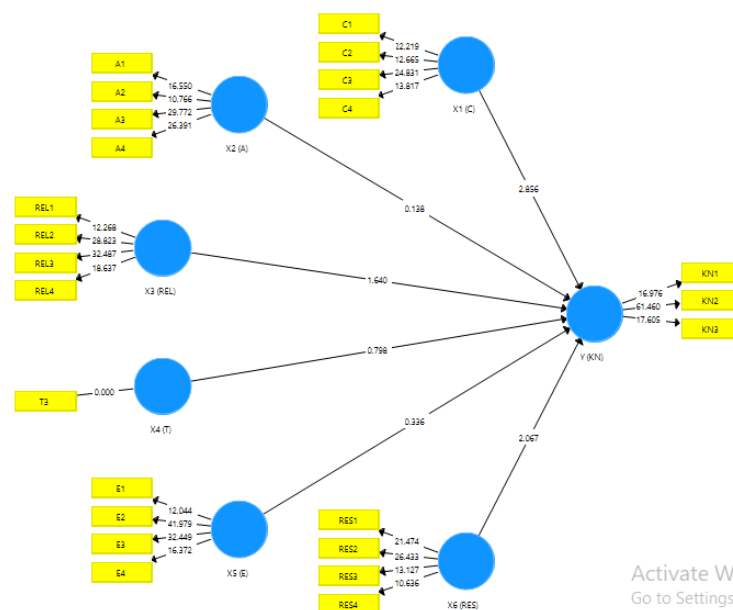
Sumber : Data diolah dengan SmartPLS 3 (2022)

Berdasarkan pada tabel 12 diatas menunjukkan bahwa *compliance* mempunyai hubungan yang positif terhadap kepuasan nasabah yaitu sebesar 0,386. Variabel *assurance* mempunyai hubungan yang negatif terhadap

kepuasan nasabah yaitu sebesar $-0,017$. Variabel *reliability* mempunyai hubungan yang positif terhadap kepuasan nasabah yaitu sebesar $0,237$. Variabel *tangibles* mempunyai hubungan yang positif terhadap kepuasan nasabah yaitu sebesar $0,071$. Variabel *empathy* mempunyai hubungan yang negatif terhadap kepuasan nasabah yaitu sebesar $-0,042$. Variabel *responsiveness* mempunyai hubungan yang positif terhadap kepuasan nasabah yaitu sebesar $0,299$. Demikian ada empat (4) variabel yang memiliki hubungan yang positif terhadap kepuasan nasabah yaitu variabel *compliance*, *reliability*, *tangibles*, dan *responsiveness*. Dan ada dua (2) variabel yang memiliki hubungan yang negative terhadap kepuasan nasabah yaitu variabel *assurance* dan *empathy*.

3). T-Statistics (*Bootstrapping*)

Melakukan metode *bootstrapping* pada SmartPLS 3 dapat dilanjutkan jika data-data sebelumnya sudah memenuhi syarat pengukuran. Metode *bootstrapping* ialah prosedur pengambilan sampel yang baru dengan cara berulang-ulang sebanyak N sampel baru dari data asal berukuran n, dimana dilakukannya untuk sebuah sampel baru pengambilan titik sampel dari data asal dengan cara satu persatu sampai n kali dengan pengambilan (Efron & Tibshirani, 1994).



Dapat melihat hubungan tersebut signifikan atau tidak dengan menggunakan metode *bootstrapping* pada SmartPLS 3. Jika $>1,96$ maka hubungan tersebut signifikan dan jika $<1,96$ maka hubungan tersebut tidak signifikan. Untuk hasil dari t-statistics (*bootstrapping*) dapat dilihat pada tabel 13 dibawah ini.

Tabel 13. T-Statistics (Bootstrapping)

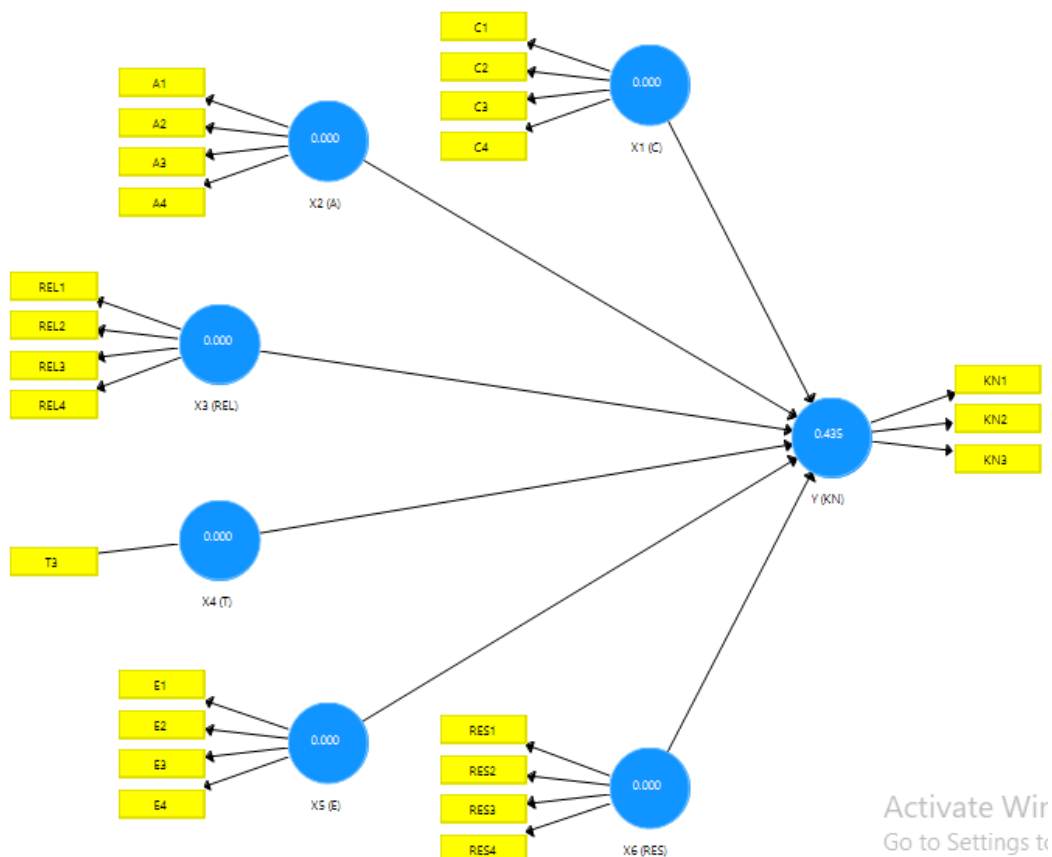
Variabel	T-Statistics	P Values
X1 (C) > Y (KN)	2.785	0.006
X2 (A) > Y (KN)	0.132	0.895
X3 (REL) > Y (KN)	1.685	0.093
X4 (T) > Y (KN)	0.859	0.391
X5 (E) > Y (KN)	0.370	0.712
X6 (RES) > Y (KN)	2.062	0.040

Sumber : Data diolah dengan SmartPLS 3 (2022)

Berdasarkan pada tabel 13 diatas menunjukkan bahwa t-statistics dari hubungan *compliance* terhadap kepuasan nasabah lebih besar dari 1,96 yaitu sebesar 2,785, artinya berpengaruh secara positif dan signifikan. T-statistics dari hubungan *assurance* terhadap kepuasan nasabah lebih kecil dari 1,96 yaitu sebesar 0,132, artinya berpengaruh secara positif tetapi tidak signifikan. T-statistics dari hubungan *reliability* terhadap kepuasan nasabah lebih kecil dari 1,96 yaitu sebesar 1,685, artinya berpengaruh secara positif tetapi tidak signifikan. T-statistics dari hubungan *tangibles* terhadap kepuasan nasabah lebih kecil dari 1,96 yaitu sebesar 0,859, artinya berpengaruh secara positif tetapi tidak signifikan. T-statistics dari hubungan *empathy* terhadap kepuasan nasabah lebih kecil dari 1,96 yaitu sebesar 0,370, artinya berpengaruh secara positif tetapi tidak signifikan. T-statistics dari hubungan *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah lebih besar dari 1,96 yaitu sebesar 2,062, artinya berpengaruh secara positif dan signifikan. Ada beberapa hal yang harus dipastikan lagi sebelum melangkah ke tahap interpretasi, yaitu adalah dengan melihat nilai *predictive relevance* dan model fit.

4). Predictive Relevance

Predictive relevance adalah nilai untuk menunjukkan seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan. Nilai predictive relevance bisa dilakukan dengan via uji *blindfolding*. Menurut para ahli apabila nilai predictive relevance yang dilakukan dengan via uji *blindfolding* tersebut diatas nol (0), artinya nilai itu sudah memiliki nilai observasi yang baik, dan apabila nilai predictive relevance yang dilakukan dengan via uji *blindfolding* tersebut dibawah nol (0), artinya nilai tersebut memiliki nilai observasi yang tidak baik.



Gambar 7. Blindfolding (Run No. 1)

Nilai predictive relevance yang dilakukan dengan via uji *blindfolding* dapat dilihat pada tabel 14 dibawah ini.

Tabel 14. Nilai Predictive Relevance

Variabel	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
X1 (C)	400.000	400.000	
X2 (A)	400.000	400.000	
X3 (REL)	400.000	400.000	
X4 (T)	100.000	100.000	
X5 (E)	400.000	400.000	
X6 (RES)	400.000	400.000	
Y (KN)	300.000	169.574	0.435

Sumber : Data diolah dengan SmartPLS 3 (2022)

Berdasarkan pada tabel 4.14 diatas menunjukkan bahwa nilai *predictive relevance* yang dilakukan dengan via uji *blindfolding* memiliki nilai diatas nol (0) yaitu sebesar 0,435, artinya nilai *predictive relevance* yang dilakukan dengan via uji *blindfolding* tersebut memiliki nilai observasi yang baik.

5). Model Fit

Model fit atau ketepatan model dengan data adalah derajat yang menunjukkan seberapa mampu model yang dikembangkan menjelaskan data. Pada model fit dapat dilihat nilai NFI atau *Normed Fit Index*. Nilai NFI mulai 0 sampai 1 diturunkan dari perbandingan antara model yang dihipotesiskan dengan suatu model independen tertentu. Model mempunyai kecocokan tinggi jika nilai mendekati 1. Pada penelitian ini nilai nfi dapat dilihat pada tabel 15 dibawah ini.

Tabel 15. Model Fit

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0.083	0,083
d_ULS	2,086	2,086
d_G	1.150	1.150
Chi-Square	605.465	605.465
NFI	0.700	0.700

Sumber : Data diolah dengan SmartPLS 3 (2022)

Berdasarkan pada tabel 15 diatas menunjukkan bahwa nilai nfi pada model ini yaitu sebesar 0,700. Artinya pada model penelitian ini sudah 70% fit.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dalam rangka pembahasan yang berjudul "Kualitas Pelayanan Model CARTER Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Lhokseumawe Dengan Pendekatan SEM-PLS" maka secara garis besar dapat disimpulkan bahwa variabel compliance dan responsiveness memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia kota Lhokseumawe. Sedangkan variabel assurance, reliability, tangibles, dan empathy tidak memiliki pengaruh yang signifikan walaupun variabel tersebut positif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmaddien, R. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Nagari Cabang Utama Padang. *Tugas Akhir Program Magister*. <http://repository.ut.ac.id/6857/1/42556.pdf>
- Aldila, S. A. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Model Carter Di Bprs Amanah Ummah Leuwiliang Bogor. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(2), 53-72. <https://doi.org/10.21274/an.2018.4.2.53-72>
- Billadina, N. (2014). *Analisis Komparatif Resiko Keuangan Antara PT. Bank Negara Indonesia Tbk Dan PT. Bank Negara Indonesia Syariah Tbk Periode 2010-2012*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Cahyani, P. D. (2016). Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta. *Esensi*, 6(2), 151-162. <https://doi.org/10.15408/ess.v6i2.3570>
- Efron, B., & Tibshirani, R. J. (1994). *An introduction to the bootstrap*. CRC press.
- Fauzi, A. A. (2019). Mengukur pengaruh kualitas layanan model CARTER terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah Indonesia. *Journal of Business & Banking*, 6(2), 301-314. <https://doi.org/10.14414/jbb.v6i2.718>
- Febriana, N. I. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(1). <https://doi.org/10.21274/an.2016.3.1.145-168>

Ahmad Fauzul Hakim Hasibuan: KUALITAS PELAYANAN MODEL CARTER DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA KOTA LHOKSEUMAWE DENGAN PENDEKATAN SEM-PLS

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis (Vol. 6)*.

Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2013). Partial least squares structural equation modeling: Rigorous applications, better results and higher acceptance. *Long Range Planning*, 46(1-2), 1-12.

Henseler, J., & Sarstedt, M. (2013). Goodness-of-fit indices for partial least squares path modeling. *Computational Statistics*, 28(2), 565-580.

Jogiyanto, H. M. (2004). Metodologi penelitian bisnis. *Yogyakarta: BPFE-UGM*.

Khaliq, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Banjarmasin Kalimantan Selatan. *Relevance: Journal of Management and Business*, 2(1).

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Dasar-dasar Pemasaran, Edisi Bahasa Indonesia, Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro. *Jakarta: Penerbit Prenhallindo*.

Misbach, I. (2017). Pengaruh Islamic Bank Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Nasabah Bank Umum Syariah. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951-952., 2013-2015.

Murdifin, I. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Danamon Cabang Makassar. *Lldikti9.Id Equilibrium*, 1(2), 23-33.

Mustofa, U. A., & Siyamto, Y. (2017). Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Umum Syariah Di Surakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1(02), 94-105. <https://doi.org/10.29040/jiei.v1i02.32>

Nasfi, N., Rahmad, R., & Sabri, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *EKONOMIKA SYARIAH : Journal of Economic Studies*, 4(1), 19. <https://doi.org/10.30983/es.v4i1.3146>

Nashrullah Setiawan, Famila Dwi Winati, Roy Enggar Achmadi, Y. P. S. (2016). Analisis Hubungan Antara Kepuasan Pelanggan Bersarkan Kualitas Layanan E-Commerce Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Statistik (Studi Kasus Di Website E-Commerce Lazada). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689-1699.

Ahmad Fauzul Hakim Hasibuan: KUALITAS PELAYANAN MODEL CARTER DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA KOTA LHOKSEUMAWE DENGAN PENDEKATAN SEM-PLS

Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory*. New York: McGraw. OECD (2012). How Your School Compares Internationally: OECD Test for Schools

Othman, A., & Owen, L. (2001). Adopting and measuring customer service quality (SQ) in Islamic banks: a case study in Kuwait finance house. *International Journal of Islamic Financial Services*, 3(1), 1–26.

Othman, A., & Owen, L. (2012). Managing and Measuring Customer Service Quality in Islamic Banks: A Study of the Kuwait Finance House. *International Journal of Islamic Financial Services*, 3(1), 69–83. <https://doi.org/10.3366/edinburgh/9780748621002.003.0005>

Ryan, P. W., & Fahrullah, A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan islami terhadap kepuasan nasabah bank syariah bukopin kcp Gresik. *Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3, 188–197.

Sugiarti, D., & Meilani, A. (2021). Dimensi Carter Kualitas Layanan Bank Syariah Indonesia: Studi Komparatif Sebelum dan Setelah Merger. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1696–1704.

Sugiono, Noerdjanah, & Wahyu, A. (2020). Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur SG Posture Evaluation. *Jurnal Keterampilan Fisik*, 5(1), 1–61. <https://doi.org/10.37341/jkf.v5i1.167>

Wijaya, H., Beik, I. S., & Sartono, B. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Perbankan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah XYZ di Jakarta. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(3), 417–426. <https://doi.org/10.17358/jabm.3.3.417>

Yilmaz, V., Ari, E., & Gürbüz, H. (2018). Investigating the Relationship between Service Quality Dimensions, Customer Satisfaction and Loyalty in the Turkish banking sector: An Application of the Structural Equation Model. *International Journal of Bank Marketing*, 34(1), 1–5.