

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Seiring dengan kehidupan dunia yang semakin berkembang, transaksi serta kegiatan ekonomi masyarakat tidak dapat dipisahkan dengan keuangan. Maka dari itu banyak masyarakat lebih selektif dalam memilih lembaga-lembaga keuangan yang menurut mereka memberi manfaat antara kedua belah pihak. Pilihan akan lembaga keuangan tersebut pastinya menurut mereka adalah yang terbaik, peran karyawan ataupun seorang pelayan dalam dunia perbankan hendaknya memberikan dampak positif dalam perkembangan dunia perbankan saat ini dan untuk selanjutnya menjadi penopang kemajuan perbankan, dengan pelayanan yang diberikan pastinya akan lebih banyak masyarakat yang tertarik menggunakan jasa perbankan tersebut. (Krisni, 2014)

Saat ini dapat diketahui bahwa perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi berdampak pada persaingan dunia usaha yang semakin meningkat, baik perusahaan yang bergerak di bidang industri, perdagangan maupun jasa, terlebih-lebih pada perusahaan perbankan. Kesuksesan dalam persaingan akan dapat dipenuhi apabila perusahaan bisa menciptakan dan mempertahankan nasabah. Untuk mencapai tujuan tersebut maka perusahaan perbankan memerlukan berbagai usaha agar tujuan yang telah direncanakan dapat tercapai. Salah satu usaha untuk memanjakan nasabahnya adalah melalui pelayanan yang diberikan. Nasabah dibuat nyaman mungkin dengan keramah-tamahan dan sopan santun dari para karyawan perusahaan. (Krisni, 2014)

Nasabah juga dibuat merasa nyaman dalam ruangan yang tidak membosankan dengan fasilitas ruangan yang menyenangkan. Sebagai lembaga keuangan, bank memiliki tugas memberikan jasa keuangan melalui penitipan uang (simpanan), peminjaman uang (kredit), serta jasa-jasa keuangan lainnya. Oleh karena itu, bank harus dapat menjaga kepercayaan

dari nasabahnya. Kepercayaan sangat penting, karena tanpa kepercayaan mustahil bank dapat

hidup dan berkembang. Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabahnya tersebut maka bank perlu menjaga citra positif dimata masyarakatnya. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kualitas keamanan. Tanpa citra yang positif maka kepercayaan yang sedang dan akan dibangun tidak akan efektif. (Krisni, 2014)

PT Bank Syariah Indonesia Cabang km 3,5 Palembang adalah salah satu Bank Syariah Indonesia yang memiliki jumlah nasabah sebanyak 3.160 Nasabah. Berdasarkan jumlah nasabah tersebut Bank Syariah Indonesia mempunyai tanggung jawab dalam mengatasi keluhan nasabah. Adapun salah satu langkah yang di ambil dalam menyelesaikan permasalahan nasabah adalah peran penting dari *customer service*. Karena *Customer service* memegang peranan penting dalam memberikan pelayanan, menangani komplain nasabah serta memberikan solusi terhadap kendala yang dihadapi nasabah selama bertransaksi pada bank tersebut dengan profesional.

Peranan *customer service* dalam mengatasi keluhan nasabah oleh Bank Syariah Indonesia Tbk Cabang Km 3,5 Palembang yaitu meningkatkan kualitas *customer service* mampu menyelesaikan keluhan dan permasalahan nasabah dan mampu menjelaskan secara detail beragam produk dan informasi bank, untuk dapat mengetahui sikap bank dalam memberikan layanan kepada nasabahnya yaitu dapat dilihat dari baik buruknya pelayanan yang diberikan oleh *customer service*. *Customer Service* dalam melayani nasabah mencerminkan bagaimana sesungguhnya sikap bank tersebut dalam memberikan layanan kepada nasabahnya. Sehingga baik buruk pelayanannya akan mempengaruhi persepsi dan loyalitas nasabah terhadap bank tersebut. Perusahaan menginginkan bahwa konsumen (nasabah) yang diciptakan dapat dipertahankan selamanya, karena konsumen yang loyal merupakan asset terbesar yang harus dijaga perusahaan. Untuk mendapatkan konsumen yang loyal perusahaan harus menerapkan konsep pemasaran yang berorientasi pada konsumen, berbagai keinginan dan kebutuhan konsumen harus dipenuhi.

Peranan *customer service* juga merupakan salah satu sumber daya manusia yang diperlukan oleh suatu perusahaan. Dalam melakukan pelayanan

peranan dari *customer service* ini berhubungan langsung dengan pilihan konsumen, maka diperlukan *customer service* yang handal. Pengertian *customer service* secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. *Customer service* memegang peranan yang sangat penting sebagai ujung tombak bank dalam menghadapi nasabah. Dalam dunia perbankan tugas utama seorang *Customer Service* yaitu Memberikan pelayanan untuk nasabah. *Customer Service* juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank.

*Customer service* itu ibarat wajah terdepan sebuah bank. Seorang *customer service* mampu menyelesaikan permasalahan dan keluhan nasabah, serta mampu menjelaskan beragam produk dan informasi bank dengan detail. Cara *customer service* dalam melayani nasabah mencerminkan bagaimana sesungguhnya sikap bank tersebut dalam memberikan layanan kepada nasabahnya. Sehingga baik buruk pelayanannya akan mempengaruhi persepsi dan loyalitas nasabah terhadap bank tersebut. Perusahaan menginginkan bahwa konsumen (nasabah) yang diciptakan dapat dipertahankan selamanya, karena konsumen yang loyal merupakan asset terbesar yang harus dijaga perusahaan. Untuk mendapatkan konsumen yang loyal perusahaan harus menerapkan konsep pemasaran yang berorientasi pada konsumen, berbagai keinginan dan kebutuhan konsumen harus dipenuhi. (Ervina,2016)

Dalam KBBI Penilaian kinerja mempunyai arti yaitu kinerja merupakan sesuatu yang di peroleh atau prestasi yang ditunjukkan. Kinerja ialah kemampuan kerja yang ditunjukkan dengan hasil kerja. Dalam penilaian kinerja terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi diantaranya yaitu Indikator penilaian kinerja dilihat dari standar kinerja yang merupakan standar berdasarkan sifat, dan berdasarkan hasil, berdasarkan perilaku. Metode penilaian kinerja Dalam metode penilaian terdapat lima hal yang dicakup, yaitu *acceptability* (dapat diterima), *sensitivity* (dapat membedakan hasil kerja), *relevance* (kesesuaian hasil dan tujuan), *reability* (dapat dipercaya), dan *practically* (meningkatkan produktivitas).

Pada saat ini Bank Syariah Indonesia meningkatkan kualitasnya dibidang digital untuk mempermudah nasabahnya dalam melakukan transaksi serta penilaian lainnya. Bank syariah menghadirkan sederet solusi untuk mempermudah nasabahnya salah satunya dengan menciptakan fitur *service ultimate* yaitu *website* yang dapat diakses menggunakan *smartphone* di antaranya *website* penilaian kinerja karyawan. atau yang di kenal dengan *Costumer Satisfaction Survey (CSS)* Pada *website* ini nasabah dapat menilai kinerja karyawan dengan cara menscan barcode yang tersedia di meja teller, *costumer service*, maupun di meja tulis nasabah. Dan pada saat ini BSI km 3,5 sebagai kantor cabang juga sudah menerapkan penggunaan *website* tersebut dalam penilaian kinerja karyawannya.



**Gambar 1.1 Barcode *Customer Satisfaction Survey***

Sumber : PT Bank Syariah Indonesia. Tbk, 2023

Selama ini penilaian kinerja karyawan yang dilakukan Bank Syariah Cabang Km 3,5 Palembang sebelum menggunakan digital, masih menggunakan laporan kerja harian karyawan namun penilaian kinerja tersebut tidak memiliki standar yang cukup jelas dan terukur serta tidak adanya *feedback* serta tidak ada unsur formalitas, dan *subjektif*. Sedangkan dengan penggunaan web *Costumer Satisfaction Survey* Bank dapat mempermudah penilaian serta mendapatkan manfaat yang dapat memajukan

Bank diantara manfaat tersebut yaitu Memperoleh dampak yang positif pada loyalitas pelanggan/nasabah, Reputasi kualitas produk dan pelayanan perusahaan akan menjadi lebih baik di mata konsumen maupun nasabah, Dengan penggunaan metode ini di masa depan perusahaan akan mendapatkan keuntungan, khususnya dengan melakukan *reorder*, *cross selling*, dan *up selling* mengusulkan agar tetap meningkatkan penggunaan *Costumer Satisfaction Survey*.

Web *Costumer Satisfaction Survey* diharapkan dapat memberikan jawaban dari kebutuhan perusahaan mengenai metode penilaian kinerja karyawan yang bersifat *objektif*. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan jawaban atas kebutuhan perusahaan terhadap penilaian kinerja karyawan yang memiliki standar dan *feedback*.

Salah satu cara bank agar dapat merebut pangsa pasar adalah dengan memperoleh nasabah sebanyak-banyaknya. Perusahaan akan berhasil memperoleh nasabah dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi nasabah. Terciptanya kepuasan nasabah dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan nasabah menjadi akrab, memberikan kesan yang baik bagi nasabah, membentuk suatu rekomendasi dari nasabah yang satu ke nasabah yang lain yang dapat menguntungkan perusahaan dan terciptanya loyalitas nasabah. Nasabah yang puas dan loyal (setia) merupakan peluang untuk mendapatkan nasabah baru.

*Customer service* tidak hanya menjaga nasabah lama tetapi juga harus meningkatkan loyalitas nasabah pada bank yang bersangkutan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah, antara lain adalah kepuasan, kepercayaan, dan komitmen dari nasabah itu sendiri. Kepuasan hanya salah satu diantara beberapa penyebab terbentuknya loyalitas nasabah. Jadi mempertahankan nasabah sama dengan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan terutama perusahaan di bidang perbankan, hal ini disebabkan karena dengan mempertahankan nasabah, berarti dapat meningkatkan penerimaan atau pendapatan perusahaan dalam penjualan produk. Sehubungan dengan pentingnya *customer service* tersebut, maka hal ini perlu

diperhatikan oleh perusahaan yakni perusahaan yang bergerak dibidang jasa perbankan.

Dalam upaya untuk lebih meningkatkan jumlah nasabah, serta menciptakan loyalitas nasabah agar tidak beralih ke bank lainnya, maka upaya yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menerapkan *customer service* yang mampu memberikan pelayanan yang maksimal kepada setiap nasabahnya. Oleh karena itu untuk mengantisipasi persaingan yang semakin ketat dengan perbankan lainnya maka perlu diciptakan hubungan yang baik dengan para nasabah, baik nasabah lama maupun calon nasabah, untuk menciptakan loyalitas nasabah khususnya nasabah penabung.

**Table 1.1**  
**Jumlah Keluhan Nasabah di Bank BSI Tahun (2021-2023)**

No	Tahun	Jumlah Keluhan Nasabah
1	2021	368
2	2022	657
3	2023	85

Sumber : PT Bank Syariah Indonesia, Tbk. 2023

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah keluhan pada tahun 2022 tercatat jumlah keluhan nasabah paling terbanyak dari pada tahun-tahun yang lainnya.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Peranan *Customer Service* dalam Mengatasi Keluhan Nasabah Di PT. Bank Syariah Indonesia Tbk Cabang Km 3,5 Palembang**"

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis merumuskan masalah yaitu: Bagaimana Peranan *Customer Service* dalam Mengatasi Keluhan Nasabah di PT. Bank Syariah Indonesia. Tbk Cabang Km 3,5 Palembang?

## **1.3 Ruang Lingkup Penelitian**

Pada Kesempatan ini, penulis membatasi lingkup pembahasan untuk mendapatkan hasil penelitian yang terarah dan tidak menyimpang dari judul dan rumusan masalah yang telah di konsep oleh penulis, maka dari itu penulis membahas tentang Peranan *Customers Service* dalam mengatasi keluhan nasabah di PT Bank Syariah Indonesia.Tbk Cabang Km 3,5 Palembang.

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Peranan *Customer Service* dalam Mengatasi Keluhan Nasabah di PT. Bank Syariah Indonesia.Tbk Cabang Km 3,5 Palembang.

### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

#### **1. Bagi Penulis**

Penelitian ini merupakan suatu kesempatan bagi penulis untuk menambah wawasan pengetahuan dan mengimplementasikan ilmu akademik yang didapatkan di bangku perkuliahan khususnya mengenai Perbankan.

#### **2. Bagi Perusahaan**

Dari hasil penelitian mengenai Peranan *Customer Service* dalam mengatasi keluhan nasabah yang diterapkan perusahaan diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi untuk dapat menerapkan bagaimana Peran *Customer Service* yang tepat dalam Mengatasi Keluhan



Nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk. Cabang km 3,5 Palembang.

## **1.5 Metode Penelitian**

### **1.5.1 Pendekatan Penelitian**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan metode survey dan metode deskriptif. Menurut Sugiyono (2019) metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post *positivisme* yang digunakan untuk meneliti objek dengan kondisi yang alamiah (keadaan riil, tidak disetting atau dalam keadaan eksperimen) di mana peneliti adalah instrumen kuncinya.

### **1.5.2 Jenis dan Sumber Data**

Dalam sebuah penelitian terdapat dua jenis data, yaitu data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang diangkakan atau scoring.

#### **a. Jenis Data**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian kuantitatif, karena data yang diperoleh nantinya berupa angka. Dari angka yang diperoleh akan dianalisis lebih lanjut dalam analisis data. Penelitian ini terdiri variabel, yaitu peranan *customer service* sebagai variabel bebas (*independent*) dan dalam mengatasi keluhan nasabah di PT Bank Syariah Indonesia Tbk. Cabang km 3,5 Palembang sebagai variabel terikat (*dependent*).

#### **b. Sumber Data**

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Danang Sunyoto (2015), data primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitiannya secara khusus dan data sekunder adalah data yang bersumber dari catatan

yang ada pada perusahaan dan dari sumber lainnya. Data primer dalam penelitian ini merupakan hasil dari pra-kuesioner yang diberikan kepada nasabah Bank Syariah Indonesia Tbk. Cabang km 3,5 Palembang. Menurut (Sugiyono, 2019) menyatakan bahwa data sekunder adalah data yang diperlukan untuk mendukung hasil penelitian berasal dari *literature*, artikel dan berbagai sumber lainnya yang berhubungan dengan penelitian. Data sekunder ini digunakan oleh peneliti merupakan data yang diperoleh dari PT Bank Syariah Indonesia Tbk Cabang km 3,5 Palembang. Selain itu, sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari buku-buku dan jurnal penelitian di internet sebagai penunjang untuk penyusunan penelitian.

### 1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan proses riset dimana peneliti menerapkan metode untuk memperoleh dan mengumpulkan data secara sistematis untuk diteliti. Dalam laporan ini, Teknik pengumpulan data yang diterapkan antara lain :

#### 1. Riset Lapangan

Riset lapangan merupakan suatu metode pengumpulan data yang mengharuskan penulis terlibat langsung ke objek penelitian dan melibatkan segala kegiatan yang akan diteliti. Dalam hal ini, penulis melakukan riset lapangan pada Bank Syariah Indonesia Cabang km 3,5 Palembang dengan 3 (tiga) cara sebagai berikut:

##### a. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan *Customer Service* pada saat *prasurvey*, dalam hal ini dilaksanakan di PT Bank Syariah Indonesia cabang km 3,5 Palembang guna mengetahui permasalahan peranan *customers service* dalam mengatasi keluhan nasabah.

##### b. Kuisisioner

Pengumpulan data dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi. Kuisisioner digunakan sebagai metode pengumpulan data untuk mengetahui Bagaimana Peranan *Customer Service* dalam mengatasi keluhan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang km 3,5 Palembang.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi biasanya berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

2. Riset Keperpustakaan

Metode penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi dengan bantuan bermacam-macam material yang terdapat di ruangan perpustakaan, seperti buku-buku, jurnal, serta data-data yang didapat dari pencarian melalui *website* ataupun situs internet.

### 1.5.4 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Setiap penelitian selalu diawali dengan pertanyaan mengenai satu atau beberapa kelompok individual atau objek tertentu. Salah satu tujuan penelitian adalah menjelaskan sifat populasi. Gravetter dan Wallnau (2016) mendefinisikan populasi sebagai kumpulan semua individu yang tertarik dalam studi tertentu. Hal ini berarti populasi adalah seluruh individu yang hendak diteliti. Populasi pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

**Tabel 1.2**

**Jumlah Nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia, tbk.  
Cabang Km 3,5 Palembang**

Tahun	Jumlah Nasabah
-------	----------------

2023	3.160
------	-------

Sumber : PT Bank Syariah Indonesia, Tbk 2023

### b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel yang baik memiliki sifat *representatif* terhadap populasi. Teknik sampling menurut Sugiyono, (2016) ialah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan. Pada penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan berdasarkan populasi, dengan cara menggunakan probability sampling dengan jenis simple random sampling di mana dalam pengambilan sampel ini dipilih secara acak berdasarkan probabilitas semua anggota populasi. Untuk menghitung jumlah sampel, menggunakan rumus slovin. Mengutip buku Statistika Seri Dasar dengan SPSS oleh Aloysius Rangga Aditya Nalendra, dkk. (2021:27-28), rumus slovin adalah formula untuk menghitung jumlah sampel minimal jika perilaku sebuah populasi belum diketahui secara pasti.

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

Keterangan :

$n$  = sampel yang dicari

$N$  = total populasi

$e$  = *margin of error* yang diterapkan

Dalam penelitian ini menetapkan 10% margin of error, dengan total populasi 3.160 sehingga dengan memasukkan ke dalam persamaan rumus diatas maka:

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{3.160}{(1+(3.160(10\%)^2))} \\
 &= \frac{3.160}{(1+(3.160(0,1)^2))} \\
 &= \frac{3.160}{(1+(3.160(0,1))} \\
 &= \frac{3.160}{(1+(32,6))} \\
 &= \frac{3.160}{33,6} \\
 &= 94,04 \approx 95
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil hitung sampel, diperoleh angka 94.04 untuk jumlah sampel minimum, tetapi penulis membulatkannya menjadi 95 responden.

### 1.5.5 Analisis Data

Analisis data adalah bagian dari proses pengujian data yang hasilnya digunakan sebagai bukti yang memadai untuk menarik simpulan penelitian. Teknik analisis data kuantitatif menurut Sugiyono (2018) merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden (populasi/sampel) terkumpul. Adapun tujuan dari analisis data dalam penelitian ini adalah mengelompokkan data dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif Kuantitatif yang dimaksudkan untuk menjabarkan hasil dari kuisioner.

#### A. Interpretasi Skor

Menurut (Sugiyono, 2019) analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul apa adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Pada penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner untuk mengetahui seberapa besar Peranan *Customer Service* dalam Mengatasi Keluhan Nasabah di PT Bank Syariah Indonesia Tbk. Cabang Km 3,5 Palembang. Masing-masing pertanyaan dari kuesioner disertai dengan lima kemungkinan jawaban yang harus dipilih oleh responden. Berikut merupakan langkah dari penyajian presentase tersebut :

$$IS = \frac{\text{TOTAL SKOR PENELITIAN}}{\text{SKOR IDEAL}} \times 100 \%$$

Keterangan :

IS : Interpretasi Skor

Total Skor Penelitian : Jumlah Responden x Bobot Nilai (1-5)

Skor Ideal : Skala nilai tertinggi x Jumlah Responden

Perhitungan skor total untuk masing-masing indikator variabel adalah sebagai berikut:

- a. Skor Total = (Jumlah responden sangat setuju x 5) + (Jumlah responden setuju x 4) + (Jumlah responden tidak setuju x 3) + (Jumlah responden sangat tidak setuju x 2) + (Jumlah responden sangat tidak setuju x 1).
- b. Skor Ideal = Diumpamakan seluruh responden menjawab Sangat Setuju x Jumlah total Responden atau Skor Total.

Nilai kumulatif adalah jumlah nilai dari setiap pernyataan yang merupakan jawaban dari 95 responden. Persentase adalah nilai kumulatif item dibagi dengan frekuensinya dikalikan 100% sehingga

diperoleh jumlah kumulatif terbesar =  $95 \times 5 = 475$ , dan jumlah kumulatif terkecil =  $95 \times 1 = 95$ . Untuk nilai persentasi terkecil adalah ( $95 : 475 \times 100\% = 20\%$ ) dengan nilai rentang  $100\% - 20\% = 80\%$  jika dibagi lima skala pengukuran maka di dapat nilai interval persentase sebesar 16%. Untuk melihat skor dari setiap variabel, berikut persentase yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 1.3**  
**Kriteria Interpretasi Skor**

Persentase	Kategori Presentase
20% - 36%	Sangat tidak baik
>36% - 52%	Tidak baik
>52% - 68%	Cukup baik
>68% - 84%	Baik
>84% - 100%	Sangat Baik

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2023

#### B. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Menurut Sugiyono (2019:146) skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena yang ada. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Menurut (Sugiyono, 2019:146) jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai tingkatan dari sangat

setuju sampai sangat tidak setuju, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 1.4 dibawah ini:

**Tabel 1.4**  
**Instrumen Skala Likert**

No	Keterangan	Bobot
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : (Sugiono, 2019 : 147)