

**PERBANDINGAN KUALITAS LAYANAN ANTARA
BANK SYARIAH MANDIRI DENGAN BNI
DITINJAU DARI KEPUASAN NASABAH
DI KABUPATEN PACITAN**



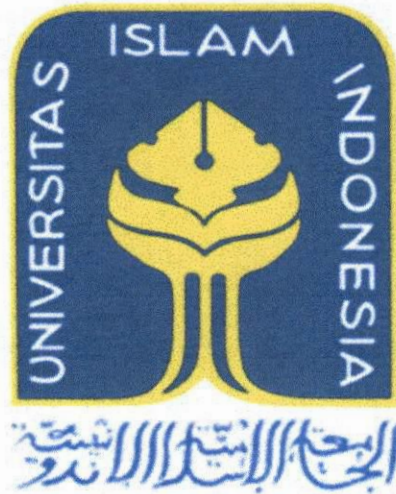
Oleh:
MANSUR AZIS
NIM : 12913007

TESIS

**Diajukan kepada Program Pascasarjana
Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
Untuk memenuhi salah satu syarat guna
Memperoleh Gelar Magister Studi Islam**

**YOGYAKARTA
2015**

**PERBANDINGAN KUALITAS LAYANAN ANTARA
BANK SYARIAH MANDIRI DENGAN BANK BNI
DITINJAU DARI KEPUASAN NASABAH
DI KABUPATEN PACITAN**



Oleh:

Mansur Azis

NIM : 12913007

Pembimbing:

Dr. Rahmani Timorita Yulianti, M.Ag

TESIS

**Diajukan kepada Program Pascasarjana
Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
Untuk memenuhi salah satu syarat guna
Memperoleh Gelar Magister Studi Islam**

**YOGYAKARTA
2015**

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Ditulis oleh : Mansur Azis

Nim : 12913007

Program Studi : Ekonomi Islam

TESIS berjudul : Perbandingan Kualitas Layanan Antara Bank Islam dengan
Bank Konvensional ditinjau dari Kepuasan Nasabah di
Kabupaten Pacitan

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan tesis yang telah saya buat ini merupakan hasil penelitian saya sendiri, kecuali pada bagian yang dirujuk sumbernya.

Yogyakarta, 5 Mei 2015
Penyusun



Mansur Azis

PERSETUJUAN PEMBIMBING

TESIS berjudul : Perbandingan Kualitas Layanan Antara Bank Islam dengan
Bank Konvensional ditinjau dari Kepuasan Nasabah di
Kabupaten Pacitan

Ditulis oleh : Mansur Azis

Nim : 12913007

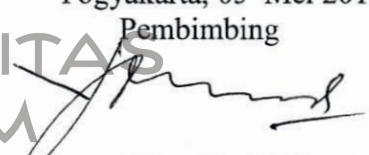
Program Studi : Ekonomi Islam

Telah dapat di setujui untuk diuji di hadapan tim Penguji Tesis Program Pasca Sarjan
Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.



Yogyakarta, 05 Mei 2015

Pembimbing


Dra. Rahmani Timorita Yulianti, M.Ag.

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA



PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER STUDI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II Yogyakarta
Telp. (0274) 523637 Fax. 523637

PENGESAHAN

Nomor: 757/PS-MSI/Peng./V/2015

TESIS berjudul : **PERBANDINGAN KUALITAS LAYANAN ANTARA BANK SYARIAH MANDIRI DENGAN BNI DITINJAU DARI KEPUASAN NASABAH DI KABUPATEN PACITAN**

Ditulis oleh : Mansur Azis

N. I. M. : 12913007

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Studi Islam

Yogyakarta, 22 Mei 2015

Ketua,

Dr. H. Hujair AH Sanaky, MSI





PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER STUDI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II Yogyakarta
Telp. (0274) 523637 Fax. 523637

NOTA DINAS

No. : 1348/PS-MSI/ND/V/2015

TESIS berjudul : **PERBANDINGAN KUALITAS LAYANAN ANTARA BANK ISLAM DENGAN BANK KONVENSIONAL DITINJAU DARI KEPUASAN NASABAH DI KABUPATEN PACITAN**

Ditulis oleh : Mansur Azis

NIM : 12913007

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Telah dapat diujikan di depan Dewan Penguji Tesis Magister Studi Islam Program Pascasarjana (S-2) Universitas Islam Indonesia.



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

Yogyakarta, 11 Mei 2015

Ketua,


Dr. H. Hujair AH Sanaky, MSI.



PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER STUDI ISLAM (S2)
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II Yogyakarta
Telp/Fax (0274) 523637 e-mail: msi@uii.ac.id

TIM PENGUJI UJIAN TESIS

Nama : Mansur Azis
Tempat/tgl lahir : Pacitan, 24 Juni 1986
N. I. M. : 12913007
Konsentrasi : Ekonomi Islam
Judul Tesis : **PERBANDINGAN KUALITAS LAYANAN ANTARA BANK SYARIAH MANDIRI DENGAN BNI DITINJAU DARI KEPUASAN NASABAH DI KABUPATEN PACITAN**

Ketua : H. Nur Kholis, S.Ag., SEI., M.Sh.Ec (.....)
Sekretaris : Dr. H. Hujair AH Sanaky, MSI (.....)
Pembimbing : Dr. Rahmani Timorita Y., M.Ag (.....)
Penguji : Drs. H. Asmuni, MA (.....)
Penguji : Drs. H. Fajar Hidayanto, MM (.....)

Diuji di Yogyakarta pada tanggal 14 Mei 2015

Pukul : 16.00–17.00 WIB

Hasil : **Lulus**

Mengetahui
Direktur Program Pascasarjana MSI UII



Dr. H. Hujair AH Sanaky, MSI

MOTO

مَنْ جَدَّ وَجَدَ

(barang siapa yang berusaha dengan sungguh-sungguh pasti ia akan mendapat apa yang diusahakannya)

سافر تجد عوضاً عن تفارقه

(pergilah “untuk mencari kebaikan” niscaya engkau akan mendapatkan pengganti dari yang kau tinggalkan)



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

LEMBAR PERSEMBAHAN

Tesis ini saya persembahkan kepada:

1. Orang tuaku bapakku yang telah susah payah membiayain kuliah ini dan kepada ibuku yang selalu marah-marah apabila aku malas,
2. Mbakku tercinta mbk Siti Hajarah yang tak lelah menasehati, mendorong membantu, menyemangati sehingga tesis ini dapat terselesaikan,
3. Istriku yang tercinta Lutfiana Afetikh yang selalu bawel, rewel, apabila aku gak serius ngerjain tesis, yang ngangenin dan yang selalu buatin kopi ketika aku ngerjain tugas, bahibbik awi habibty alby,
4. Dan tak lupa juga untuk adekku Fida Udin Al-Farizi semoga tesis ini sebagai sumber inspirasi untuk mengembangkan ilmu agama Islam.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf	Arab	Nama Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bâ'	B	Be
ت	Tâ'	T	Te
ث	Sâ'	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Hâ'	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khâ'	Kh	ka dan ha
د	Dâl	D	De
ذ	Zâl	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Râ'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sâd	Š	es (dengan titik di bawah)
ض	Dâd	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Tâ'	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Zâ'	Ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	'Ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fâ'	Fe	Fe
ق	Qâf	Q	Qi
ك	Kâf	K	Ka
ل	Lâm	L'	El
م	Mîm	M'	Em
ن	Nûn	N'	En
و	Wâwû	W	W
ه	Hâ'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Yâ'	Y	Y

B. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap yang disebabkan oleh syaddah ditulis rangkap, contoh:

نَزَلَ	ditulis	Nazzala
بِهِنَّ	ditulis	Bihinna

1. Ta’ Marbutah di Akhir Kata Bila dimatikan ditulis h

حِكْمَةٌ	ditulis	Ḥikmah
عِلَّةٌ	ditulis	‘Illah

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, zakat dan sebagainya kecuali dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila diikuti dengan kata sandang ‘al’ serta bacaan kedua itu terpisah maka ditulis dengan h.

كَرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ	ditulis	Karâmah al-auliya’
--------------------------	---------	--------------------

3. Bila ta’ marbutah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis t atau h.

زَكَاةُ الْفِطْرِ	ditulis	Zakâh al-fiṭri
-------------------	---------	----------------

C. Vokal Pendek

اَ فَعَلَ	Fathah	ditulis ditulis	A Fa’ala
إِ ذَكَرَ	Kasrah	ditulis ditulis	I Žukira
أُ يَذْهَبُ	Dammah	ditulis ditulis	u Yazhabu

D. Vokal Panjang

1	Fathah + alif جاهلية	ditulis ditulis	â Jâhiliyyah
2	Fathah + ya" mati تنسى	ditulis ditulis	â Tansâ
3	Kasrah + ya" mati كريم	ditulis ditulis	î Karîm
4	Dammah + wawu mati فروض	ditulis ditulis	û Furûd

E. Vokal Rangkap

1	Fathah + ya" mati بينكم	ditulis ditulis	ai Bainakum
2	Fatha + wawu mati قول	ditulis ditulis	au Qaul

F. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan

Apostrof

أنت	ditulis	A'antum
أعدت	ditulis	U.iddat
لئن شكرتم	ditulis	La'in syakartum

G. Kata Sandang Alif dan Lam

1. Bila diikuti huruf Qomariyyah ditulis dengan menggunakan huruf “l”

القرآن	ditulis	Al-Qur'ân
القياس	ditulis	Al-Qiyâs

2. Bila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf
Syamsiyyah yang mengikutinya, dengan menghilangkan huruf l (el) nya

السماء	ditulis	As-Samâ
الشمس	ditulis	Asy-Syams

H. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذوي الفروض	ditulis	Żawî al-furûd
أهل السنة	ditulis	Ahl as-sunnah



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

ABSTRACT

A COMPARISON OF SERVICE QUALITY BETWEEN BANK SYARIAH MANDIRI AND BNI MEASURED FROM CUSTOMERS' SATISFACTION IN PACITAN REGENCY

Mansur Azis
NIM: 12913007

This research is aimed at comparing the service quality between Bank Syariah Mandiri and BNI in Pacitan Regency which is measured from the customers' satisfaction. The satisfaction from the service quality is measured by using five dimensions of service quality: Responsiveness, Assurance, Tangible, Empathy, and Reliability.

The data used in this research were obtained from the customers' satisfaction from the service quality of Bank Syariah Mandiri and BNI in Pacitan Regency. The data analysis technique to compare the service quality in those two banks was ANAVA.

The findings show that there is not any significant difference between the service quality of Bank Syariah Mandiri and that of BNI in Pacitan Regency; there is a significant relation between the service quality and customers' satisfaction in which better service quality leads to better customers' satisfaction; the customers' satisfaction of BNI is not higher than the one of Bank Syariah Mandiri in the group which receives high satisfaction in Pacitan Regency; the customers' satisfaction of BNI is equal with the one of Bank Syariah Mandiri in the group which receives poor service quality in Pacitan Regency.

Keywords: *comparison, bank, service quality, customer's satisfaction*

May 25, 2015

TRANSLATOR STATEMENT

The information appearing herein has been translated
by a Center for International Language and Cultural Studies
of Islamic University of Indonesia
CILACS UII JI. DEMANGAN BARU NO 21
YOGYAKARTA, INDONESIA.
Phone/Fax: 0274 540 255



ABSTRAK

Perbandingan Kualitas Layanan Antara Bank Syariah Mandiri dengan BNI ditinjau dari Kepuasan Nasabah di Kabupaten Pacitan

Mansur Azis

NIM: 12913007

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan perbandingan kualitas layanan Bank Syariah Mandiri dengan BNI di Kabupaten Pacitan yang ditinjau dari kepuasan nasabah. Kepuasan atas Kualitas layanan ditinjau dari lima dimensi kualitas layanan yaitu Responsiveness (daya tanggap), Assurance (jaminan dan kepastian), Tangible (bukti fisik), Empathy (empati), Reliability (kehandalan).

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari anket kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan Bank Syariah Mandiri dan BNI yang berada di Kabupaten Pacitan.

Teknik analisis yang digunakan untuk melihat perbandingan kualitas layanan Bank Syariah mandiri dengan BNI adalah metode ANAVA.

Pada penelitian ini analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa, tidak terdapat perbedaan yang signifikan untuk kualitas layanan antara Bank Syariah Mandiri dengan BNI di Kabupaten Pacitan, terdapat interaksi yang signifikan pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah dimana semakin tinggi kualitas layanan semakin tinggi juga kepuasan nasabah, kepuasan nasabah BNI tidak lebih tinggi dibanding dengan kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri pada kelompok yang mendapatkan kualitas tinggi di Kabupaten Pacitan, kepuasan nasabah BNI dan kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri memiliki tingkat kepuasan yang sama pada kelompok nasabah yang mendapatkan layanan rendah di Kabupaten Pacitan.

Kata Kunci: Perbandingan, Bank, Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum, Wr, Wb

الْحَمْدُ لِلَّهِ حَمْدًا كَثِيرًا كَمَا أَمَرَ، وَبِهِ نَسْتَعِينُ عَلَى أُمُورِ الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ، فَإِنْتَهُوا عَمَّا نَهَى
عَنْهُ وَحَذَرُوا. أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ الْوَاحِدُ الْقَهَّارُ، وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ سَيِّدُ
الْأَبْرَارِ. فَصَلُّوا تِلْكَ وَسَلَامُهُ عَلَيْهِ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ وَمَنْ تَبِعَ هَذَا إِلَى يَوْمِ الْبَعْثِ
وَالنُّشُورِ. أَمَّا بَعْدُ؛

Berkat *rahman* dan *rahim*-Nya penyusun mampu menyelesaikan tesis ini guna memenuhi tugas akhir kuliah di Fakultas Ilmu Agama Islam jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Agama sebagai sistem kepercayaan dalam kehidupan umat manusia dapat dikaji melalui berbagai sudut pandang. Islam sebagai agama yang telah berkembang selama empat belas abad lebih menyimpan banyak masalah yang perlu diteliti, baik itu menyangkut ajaran dan pemikiran keagamaan maupun realitas sosial, politik, ekonomi dan budaya.

Dalam penyusunan tesis ini, tidak sedikit hambatan yang penulis hadapi. Maka dari itu pada kesempatan ini dengan penuh kerendahan hati penulis haturkan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat :

1. Dr. Ir. Harsoyo, M. Sc. Selaku Rektor Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
2. Dr. H. Tamyis Mukharrom, MA. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
3. Dr. H. Hujair AH. Sanaky, M. S. I dan H Nur kholis, S. Ag., SEI, M.Sh. Ec. Selaku Ketua dan Sekertaris Magister Studi Islam MSI FIAI Universitas Islam Indonesia.
4. Dr. Rahmani Timorita Yuliani, M. Ag. Selaku pembimbing yang di dalam berbagai kesibukan dapat menyempatkan diri membimbing dan mengarahkan serta memberi petunjuk dan saran yang sangat berharga bagi penulisan tesis ini.
5. Orang tua yang telah susah payah memberikan semangat dan motifasi untuk dapat segera menyelesaikan tesisi ini.
6. Mbak Siti yang telah menyempatkan diri untuk memberikan penjelasan tentang kesulitan dalam penelitian ini.
7. Istriku tercinta yang cantik Lutfiana Alfatikh yang telah menyemangati dan ikhlas di tinggal untuk beberapa saat dalam rangka penyelesaian tugas akhir ini.
8. semua pihak yang telah membantu kegiatan penelitian pendahuluan; atas perhatian, perkenan dan bantuan yang telah diberikan hingga tersusunnya tesis ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan berkat dan anugrah-Nya berlimpah bagi beliau-beliau yang tersebut di atas. Sangat disadari dalam tesis ini terdapat banyak kekurangan oleh karena itu semua saran dan kritik penulis terima dengan lapang dada demi kesempurnaan penulisan tesis ini.

Tesis ini disusun agar pembaca dapat memperluas ilmu agama islam terutama pada Ekonomi Islam, yang kami sajikan berdasarkan pengamatan dan penelitian dari berbagai sumber informasi, referensi. Tesis ini disusun oleh penyusun dengan berbagai rintangan dan hambatan, baik itu yang datang dari diri penyusun maupun yang datang dari luar, namun dengan penuh kesabaran dan terutama pertolongan dari Allah akhirnya tesis ini dapat terselesaikan.

Semoga tesis ini dapat memberikan wawasan yang lebih luas dan menjadi sumbangan pemikiran kepada pembaca khususnya para mahasiswa Universitas Islam Indonesia dan cendikiawan muslim pada umumnya. Saya sadar bahwa tesis ini masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna. Untuk itu saya minta maaf yang sebesar-besarnya atas segala kesalahan dalam penulisan tesis ini.

Wasalamualaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 05 Mei 2015

Mansur Azis

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM.....	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN TIM PENGUJI TESIS.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	v
MOTO.....	vi
LEMBAR PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TERJEMAHAN ARAB LATIN.....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiv

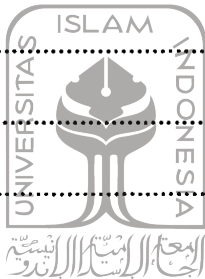
BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8

E. Sistematika Penulisaan	9
---------------------------------	---

BAB II TELAAH PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

A. Telaah Pustaka	11
1. Kualitas Layanan	11
2. Kepuasan Nasabah.....	25
3. Bank.....	32
B. Kajian Penelitian Terdahulu	34
C. Kerangka Berpikir	43
D. Hipotesis Penelitian	46



BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	48
B. Tempat dan Waktu Penelitian	50
C. Populasi dan Sampel	50
D. Variabel Penelitian dan Definisi Oprasional	52
E. Instrumen dan Keabsahan Data	53
F. Teknik Pengumpulan Data	57
G. Teknik Analisis Data	58

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profile Bank.....	68
1. Bank Syariah Mandiri	68
2. BNI.....	69
B. Hasil Uji Prasarat Analisis	71
C. Uji Keseimbangan	74
D. Analisi Variansi	76
1. Uji Prasyarat	76
2. Uji Hipotesis	78
E. Pembahasan.....	79

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	87
B. Saran	88
C. Curriculum Vitae	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Rancangan Analisis Faktorial 2x2	49
Tabel 3.2. Jadwal Penelitian	50
Tabel 3.3. Kisi-kisi Instrumen Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah	54
Tabel 3.4. Data Amatan, Rataan, dan Jumlah Kuadrat Deviasi	62
Tabel 3.5. Rerata dan Jumlah Rerata	62
Tabel 3.6. Rangkuman Analisis Dua Jalur	65
Tabel 4.1. Deskripsi Data Sekor Kepuasan Nasabah	74
Tabel 4.2. Rangkuman Hasil Uji Normalitas Terhadap Kepuasan BNI dan Bank Syariah Mandiri	75
Tabel 4.3. Rangkuman Hasil Uji Normalitas	77
Tabel 4.4. Rangkuman Hasil Uji Homogenitas	77
Tabel 4.5. Rangkuman Analisis Variansi	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Sekema Perbandingan Kualitas Layanan.....	46
Gambar 3,1. Teknik Sampling	51



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran. I-II Lembar Validasi Panelis
2. Lampiran. III – VI Uji Validitas Butir
3. Lampiran. VII Diskripsi variansi
4. Lampiran. VIII - IX, Uji Normalitas (BNI)
5. Lampiran. X - XI , Uji Normalitas (BSM)
6. Lampiran. XII Uji Homogenitas Keseimbangan
7. Lampiran. XIII Uji Keseimbangan
8. Lampiran. XIV-XVII Uji Normalitas Anava
9. Lampiran. XVIII Uji Homogenitas Anava
10. Lampiran. XIX Uji Hipotesis.
11. Lampiran. XX Angket Kualitas Layanan
12. Lampiran. XXI Angket Kepuasan Nasabah
13. Lampiran. XXII Surat Izin Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dalam dunia bisnis saat ini semakin pesat, dan semakin banyak perusahaan-perusahaan yang bermunculan, dari perusahaan rumahan sampai perusahaan besar disegala bidang, namun tidak kalah banyak yang mengalami kebangkrutan atau gulung tikar, sehingga mengakibatkan persaingan yang sangat ketat antara perusahaan satu dengan yang lain, maka perusahaan tersebut berlomba-lomba untuk menciptakan inovasi-inovasi yang baru dan bagus untuk mengungguli perusahaan yang lain untuk tetap berdiri dan berkembang, akan tetapi tidak jarang juga yang saling menjatuhkan satu dengan yang lain, dalam mensikapi persaingan bisnis yang sangat ketat para pelaku bisnis mencari dan menerapkan berbagai cara supaya perusahaannya berkembang, salah satu caranya mereka harus berupaya untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing. Manager perusahaan harus memutar otak dan berusaha keras untuk mempelajari, memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Kotler Menyatakan "dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya".¹

¹ Kotler Armstrong, *Manajemen Pemasaran*, (Klaten: Gramedia, 2005), hlm.73.

Dalam kondisi persaingan yang ketat seperti ini, hal utama yang harus diprioritaskan untuk dilakukan oleh perusahaan adalah memberikan kepuasan pada pelanggan agar dapat bertahan, bersaing, dan menguasai pasar. Terutama perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa/pelayanan. Kualitas layanan yang baik akan membuat pelanggan merasa puas. Karena kepuasan pelanggan merupakan bagian utama dari *marketing* yang sangat menentukan dalam kelangsungan berdirinya perusahaan dan menjadi tolak ukur keberhasilan perusahaan.

Bank adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan/jasa, maka tentu saja yang harus diutamakan atau diprioritaskan dalam produknya adalah kualitas layanan. Karena kualitas layanan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan. Perbankan merupakan salah satu jenis usaha jasa yang saat ini berada dalam iklim persaingan sangat ketat. Perjuangan untuk menciptakan hubungan kemitraan yang baik dengan nasabah menempati titik sentral dalam upaya bank untuk tetap unggul pada persaingan jangka panjang. Hal ini dapat dilakukan salah satunya adalah dengan selalu memperbaiki kualitas layanan yang diberikan kepada para nasabah.

Hubungan yang baik dengan nasabah merupakan nilai tambah yang sangat menguntungkan dan mendorong nasabah untuk menjalin hubungan yang kuat. Bahkan dalam jangka panjang memungkinkan bank memahami harapan serta kebutuhan nasabahnya serta selanjutnya dapat meningkatkan

kualitas layanannya, karena pengalaman menyenangkan dari layanan yang diberikan akan selalu diingat oleh nasabah.

Layanan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk kepentingan orang lain dan bukan sekedar bermaksud untuk melayani namun merupakan upaya untuk membangun suatu kerjasama jangka panjang dengan prinsip saling menguntungkan. Layanan yang baik adalah dapat mengerti keinginan nasabah dan senantiasa memberika nilai tambah di mata nasabah. Karena nasabah yang merasa puas akan kembali dan mereka akan memberitahu orang lain mengenai pengalaman baik tentang pelayanan yang di berikan.

Kepuasan nasabah sangat berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas nasabah, meningkatkan reputasi bank, dan berkurangnya. Karena seorang nasabah merupakan aset yang sangat berharga dalam mengembangkan sebuah industri perbankan.

Namun sering kali ketika melayani, karyawan lupa akan fungsinya, yakni berada dalam satu titik di bawah nasabah, dalam arti ketika kita sedang melayani nasabah posisi kita lebih rendah dari pada nasabah. Layanan yang baik menjadi salah satu syarat kesuksesan bank. Kualitas layanan sering diartikan sebagai perbandingan antara layanan yang diharapkan dengan layanan yang diterima secara nyata.²

Layanan yang bertujuan memperoleh kepuasan nasabah bukanlah suatu hal yang mudah untuk dilakukan, sering juga ditemukan masalah-masalah dalam pengelolaan layanan, sebuah perusahaan perbankan tidak hasil

²Kotler Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1997), hlm. 17.

memuaskan sebagian besar nasabahnya. Maka dari itu diperlukan peningkatan kualitas layanan yang baik agar dapat memberikan kepuasan pada pelanggan.

Islam bukan hanya mengajarkan tentang peribadatan saja akan tetapi Islam mengajarkan tentang semua aspek kehidupan. Para alim ulama' dalam mendakwahkan Islam sebagai agama yang benar dan ajarannya mencakup semua aspek kehidupan maka salah satunya adalah dengan memakai sistem perekonomian, karena dalam ekonomi Islam ada banyak tuntunan untuk berekonomi/bermuamalah yang baik dan benar, yang saling menguntungkan, yang tentu saja berlandaskan prinsip-prinsip Islam. Maka para sarjanawan dalam mengembangkan perekonomian Islam di Indonesia khususnya salah satunya metodenya adalah dengan mendirikan bank yang berbasis Islam yaitu bank syariah. Didirikannya bank syariah bertujuan untuk mengembangkan dan mempromosikan prinsip-prinsip Islam dan tradisinya kedalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis yang lain.

Dalam berbagai kesempatan, bank syariah dalam layanannya harus lebih unggul dan berbeda dengan bank konvensional. Dengan demikian tidak hanya dianggap sebagai intitusi Islam yang bebas bunga, akan tetapi juga dapat dimaknai sebagai lembaga yang menjunjung tinggi ajaran Islam sebagai cara memelihara nilai spiritual, suatu pusat pencerahan, tempat pendidikan moral, dan suatau praktis menuju kehormatan umat serta menjunjung ekonomi rakyat.

Bank konvensional yang sistem oprasionalnya memakai sistem bunga, dan sampai saat ini masih sangat diminati oleh umat Islam sekalipun ada fatwa

dari ulama' yang mengatakan bahwa bunga bank adalah haram hukumnya. Artinya masih banyak umat Islam yang cenderung mengabaikan himbauan ulama' tersebut melalui fatwa haramnya.

Pada dasarnya rendahnya minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah banyak disebabkan oleh beberapa faktor. Diantaranya adalah kualitas layanan, ketidak tahuan masyarakat tentang bank syariah, lokasi dan lain-lain. Seperti yang terjadi di kota Pacitan, masyarakatnya masih banyak yang meminati bank konvensional, padahal masyarakatnya sangat relegius dan hidup di wilayah kota santri.

Pacitan adalah nama wilayah kota kecil di Jawa Timur, yang berbatasan dengan Wonogiri, Ponorogo, dan Trenggalek. Kota kelahiran presiden RI ke enam ini kurang mempunyai akses keluar kota, di dalam kota Pacitan berdiri beberapa bank Islam dan konvensional diantaranya yaitu; Bank Syariah Mandiri, Bank Rakyat Indonesia, Bank Jatim, Bank Negara Indonesia, Bank Danamoun, BTPN dan lain-lain. Bank syariah dan lembaga keuangan syariah di Pacitan pada saat ini masih kurang baik perkembangannya di banding bank-bank konvensional, ini disebabkan karena masyarakat Pacitan masih banyak meminati bank-bank konvensional di banding dengan bank-bank syariah.

Penulis memilih tempat penelitian di kota Pacitan dikarenakan bank syariah di kota Pacitan masih sangat lamban perkembangannya di bandingkan dengan kota-kota lain, padahal masyarakat kota Pacitan adalah masyarakat yang religius, ini terbukti dengan banyaknya pondok pesantren yang berdiri di

kota Pacitan, di Pacitan juga terdapat pondok pesantren At-Termasi yang merupakan pondok pesantren tertua di Indonesia.

Berdasarkan survey awal pada tanggal 28 Oktober 2014 yang penulis lakukan kepada nasabah bank syariah di Pacitan diantaranya adalah yang diambil secara acak, ditemui sebagian kecil dari para nasabah yang merasakan kepuasan atas layanan yang di berikan oleh petugas bank syariah diantaranya adalah Bank Syariah Mandiri, BRI Syariah, Bank Jatim Syariah, BNI Syariah. Dari 10 (sepuluh) nasabah yang ditemui/diwawancarai hanya 6 (enam) orang dari nasabah yang merasa puas atas layanan bank syariah, sedangkan survei yang penulis lakukan pada bank konvensional yang terdiri dari Bank Mandiri, Bank BTPN, Bank Danamoun, BNI, BRI, dari 10 (sepuluh) nasabah yang penulis temui/wawancarai ada 8 (delapan) orang dari nasabah yang merasa puas atas layanan yang di berikan oleh bank konvensional.

Dalam memilih bank, nasabah memiliki kriteria evaluasi diantaranya adalah faktor kenyamanan, layanan, kelengkapan produk, dan lain sebagainya. Hal tersebut menjadikan faktor yang sangat penting dan harus diperhatikan oleh bank, karena kualitas layanan akan menjadi bahan perbandingan bagi nasabah untuk memilih bank mana yang akan didatangi nasabah.

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, peneliti tertarik untuk meneliti tentang kualitas layanan dengan judul “ PERBANDINGAN KUALITAS LAYANAN BANK MANDIRI SYARIAH DENGAN BNI DI TINJAU DARI KEPUASAN NASABAH DI KABUPATEN PACITAN”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada permasalahan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana perbedaan tentang kualitas layanan antara BSM (Bank Syariah Mandiri) dengan BNI di Kabupaten Pacitan?
2. Apakah terdapat Interaksi yang signifikan pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah BSM (Bank Syariah Mandiri) dan BNI di Kabupaten Pacitan?
3. Bagaimana perbedaan kepuasan nasabah BSM (Bank Syariah Mandiri) dengan BNI pada kelompok yang mendapatkan kualitas layanan tinggi di Kabupaten Pacitan?
4. Bagaimana perbedaan kepuasan nasabah BSM (Bank Syariah Mandiri) dengan BNI pada kelompok yang mendapatkan kualitas pelayanan rendah di Kabupaten Pacitan?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini, antara lain:

1. Mengidentifikasi dan menganalisis tentang perbedaan kualitas layanan nasabah antara BNI dengan BSM (Bank Syariah Mandiri) di Kabupaten Pacitan.
2. Mengidentifikasi dan menganalisis interaksi pengaruh kualitas pelayanan pada BNI dan BSM (Bank Syariah Mandiri) terhadap kepuasan nasabah bank di Kabupaten Pacitan.

3. Mengidentifikasi dan menganalisis kepuasan nasabah BNI dengan BSM (Bank Syariah Mandiri) pada kelompok nasabah yang mendapatkan kualitas layanan tinggi di Kabupaten Pacitan.
4. Mengidentifikasi dan menganalisis kepuasan nasabah BNI dengan BSM (Bank Syariah Mandiri) pada kelompok nasabah yang mendapatkan kualitas layanan rendah di Kabupaten Pacitan.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Aspek Akademis

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk bahan referensi dan sumber informasi, sehingga diharapkan penelitian ini dapat dikembangkan.

2. Bagi Aspek Praktis

Penelitian ini berguna untuk menerapkan dan menambah wawasan baru bagi ilmu pengetahuan dalam mengkaji permasalahan tentang kualitas layanan secara mendalam di lapangan sesuai bidang keilmuan yang dipelajari.

3. Bagi Aspek Kebijakan

Sebagai bahan evaluasi bagi bank-bank Syariah di Kabupaten Pacitan maupun bank konvensional yang ada di Pacitan mengenai upaya-upaya yang telah dilakukan dalam memberikan layanan kepada nasabahnya, serta sebagai bahan pertimbangan dalam penyusunan strategi untuk memberi kepuasan kepada nasabah-nasabahnya.

E. Sistematika Penulisan

1. Bab I Pendahuluan.

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penulisan, serta sistematika penulisan.

2. Bab II Tinjauan Pustaka.

Bab ini menguraikan secara singkat teori yang melandasi penelitian, termasuk pembahasan tentang kualitas layanan, mulai dari pengertian secara umum maupun secara Islam, dimensi kualitas layanan, prinsip prinsip kualitas layanan dan manfaatnya, selanjutnya membahas tentang kepuasan nasabah yang dimulai dari pengertian kepuasan secara umum dan secara Islam, pengukuran kepuasan nasabah dan nilai kepuasan nasabah. berikutnya adalah pengertian bank konvensional dan bank Islam. Selanjutnya disajikan penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian ini, kerangka pikir dan hipotesis yang merupakan dugaan awal dari hasil penelitian.

3. Bab III Metodologi Penelitian.

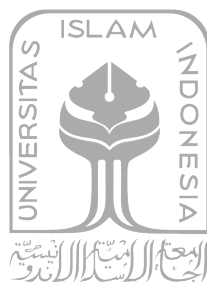
Bab ini menguraikan secara detail tentang metode penelitian yang digunakan. Penjelasan dimulai dari metode pengumpulan data, dilanjutkan dengan metode analisis data.

4. Bab IV Analisis Data. dan Pembahasan

Bab ini menguraikan secara detail tentang deskripsi objek penelitian, analisis data dan interpretasi hasil.

5. Bab V Kesimpulan dan Saran.

Bab ini menguraikan tentang simpulan dari penelitian yang dilakukan berdasarkan hasil analisis dan pembahasan keterbatasan penelitian, adapun saran ditujukan kepada pihak yang berkepentingan terhadap hasil penelitian maupun penelitian selanjutnya.



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

BAB II TELAAH PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

A. Telaah Pustaka

1. Kualitas Layanan

Sehari hari kita sering mendengar orang mendiskusikan tentang kualitas. Entah itu kualitas jasa ataupun barang, dan sering kita temui orang berdiskusi masalah layanan seperti di warung kopi, halte, maupun di kampus, dan juga di seminar ilmiah. Bentuknya bermacam-macam bisa berbentuk keluhan terhadap kualitas produk maupun layanan, bisa juga mengenai suatu hal upaya untuk meningkatkan mutu layanan maupun produk guna meningkatkan daya saing melalui penyempurnaan kualitas.

Kualitas layanan (*service quality*) berkontribusi signifikan bagi penciptaan diferensiasi, *positioning*, dan strategi bersaing setiap organisasi pemasaran, baik perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa. Dan sangat disayangkan, minat dan perhatian pada pengukuran kualitas jasa dapat dikatakan baru berkembang baru-baru ini saja yaitu sejak tahun 1980-an. Perspektif kualitas dapat dikelompokkan menjadi dua jenis yaitu: internal dan eksternal. Kualitas berdasarkan perspektif internal dapat diartikan sebagai *zero defect (doing it right the first time* atau kesesuaian dengan persyaratan), sedangkan kualitas perspektif eksternal memahami kualitas berdasarkan persepsi pelanggan, ekspektasi pelanggan, kepuasan pelanggan dan sikap pelanggan.

a. Definisi Kualitas Layanan

1) Definisi kualitas layanan secara umum

Menurut Philip Kotler seperti yang di kutip oleh Harjo dan Riani, mengemukakan bahwa "layanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik".¹

Menurut Garvin dalam Tjiptono perspektif kualitas layanan bisa di klasifikasikan menjadi lima kelompok², yaitu;

a) *Transidental approach*

Dalam rancangan ini, kualitas di pandang sebagai *innate excellance*, yaitu suatu yang di laksanakan, dirumuskan atau di oprasionalisasikan. Prespektif ini menegaskan bahwa orang hanya bisa belajar memahami kualitas melalui pengalaman yang di tetapkan dari eksposur berulang kali. Sudut pandang ini biasanya dapat di terapkan dalam dunia seni, organisasi pemasaran.

b) *Produk-based approach*

Kualitas merupakan karakteristik, atribut atau obyektif yang dapat dikuantitatifkan dan dapat di ukur.

¹ Bangun Kuntoro Harjo Dan Asri Laksmi Riani, , "Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank", *Jurnal: Fokus Manajerial*, Vol. 1 (2), (2003), hlm. 123-136.

²Fandy Tjiptono, *Service Quality Satisfaction*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2007) hlm. 116

Perbedaan dalam kualitas mencerminkan perbedaan dalam jumlah beberapa unsur atau atribut yang dimiliki produk.

c) *user based approach*

pada *user based approach* ini didasarkan pada pemikiran bahwa pemikiran tergantung pada orang yang menilainya. Sehingga produk yang paling memuaskan preferensi orang merupakan produk yang berkualitas paling tinggi. Perspektif yang bersifat subyektif dan *demandoriented* ini juga menyatakan bahwa setiap pelanggan memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda-beda, sehingga kualitas bagi seseorang merupakan kepuasan maksimum yang dirasakannya.

d) *manufacturing-based approach*

perspektif ini bersifat *supply-based* dan lebih fokus pada praktik-praktik perekayasaan dan pemanufakturan, serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian atau kecocokan dengan persyaratan. Dalam kontek bisnis jasa, kualitas berdasarkan perspektif ini cenderung bersifat *operation-driven*. Hal semacam ini menekankan penyesuaian spesifikasi produksi dan operasi yang di susun secara internal, yang di picu oleh keinginan untuk meningkatkan produktifitas dan menekan biaya.

e) *value-based approach*

kualitas dari aspek nilai (*value*) dan harga (*price*). Dengan mempertimbangkan *trade-off* antara kinerja dan harga, kualitas di definisikan sebagai *affordable excellence*. Kualitas dalam perspektif ini bersifat relatif, sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang paling bernilai.

Kelima macam perspektif inilah yang dapat menjelaskan mengapa kualitas diinterpretasikan secara berbeda oleh masing-masing individu dalam konteks yang berlainan.

Menurut Wykof seperti yang dikutip oleh Fandy Tjiptono mengungkapkan bahwa kualitas jasa adalah “keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan”.³

Dari pemahaman di atas dapat kita simpulkan bahwa kualitas layanan adalah pandangan seorang konsumen tentang perbandingan antara harapan dengan kenyataan yang diperoleh.

Layanan dapat mengatasi konflik-konflik yang kadangkala timbul diantara para manager departemen fungsional yang berbeda. Maka cara terbaik bagi perusahaan adalah menggunakan panduan antara beberapa perspektif

³Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2000) hal. 59

kualitas secara aktif menyesuaikan setiap saat dengan kondisi yang dihadapi.

2) Kualitas layanan dalam perspektif Islam

Islam mengajarkan kepada kita semua bila ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang maupun layanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, Islam tidak membolehkan memberi hal yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Seperti dijelaskan dalam Al-Quran;

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَتَّبِعُوا الْخَبِيثَاتِ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ٢٦٧

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”.⁴

Ayat diatas menjelaskan tentang keharusan memberikan hal yang terbaik kepada orang lain, dalam Islam pelayanan kepada orang atau pelanggan adalah sifat yang terpuji dan dianjurkan oleh Allah SWT. Dalam pandangan Islam layanan yang berkualitas adalah hal utama yang harus dilakukan kepada pelanggannya karena kualitas layanan merupakan salah satu bentuk kepedulian manusia dengan sesamanya.

⁴Qs. Al-Baqarah (2): 267

Mengenai hal ini Thorik G berpendapat seperti yang di kutip oleh Al-Hasani:

“pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan (*service*) tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani. *Service* berarti mengerti, memahami, dan merasakan sehingga penyampaianpun akan mengenai *heart share* konsumen dan pada akhirnya memperkokoh posisi dalam *mind share* konsumen”.⁵

Dari pemaparan di atas kita bisa mengambil kesimpulan bahwa menurut Islam layanan yang berkualitas adalah memberikan suatu hal yang terbaik kepada yang lain. Islam sangat memperhatikan tentang kualitas layanan, memberikan yang terbaik kepada yang lain adalah anjuran Allah dan tertera dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 267.

Perbedaan mengenai definisi kualitas layanan dalam Islam dan konvensional tidak begitu signifikan, perbedaannya hanya terletak pada proses penggunaannya yang mana ketika pelaku bisnis memberikan layanan dalam bentuk fisik Islam mengajarkan untuk tidak menonjolkan kemewahan. Islam menganjurkan setiap pelaku bisnis untuk bersikap profesional yakni dapat bekerja dengan cepat dan tepat sehingga tidak menyia-nyiakan amanat yang menjadi tanggungjawabnya.

Menurut Adistyar kualitas layanan dalam perspektif Islam adalah ”bentuk evaluasi kongitif dari pelanggan atas penyajian

⁵Muhsin Alhasani. *Kualitas Pelayanan Jasa Dalam Perspektif Islam*, makalah di sampaikan pada perkuliahan Fakultas Ekonomi Univesitas Diponegoro Semarang, Semarang 20 november 2010, hal. 5

jasa oleh organisasi jasa yang menyandarkan setiap aktivitasnya kepada nilai-nilai moral, sesuai yang telah dijelaskan oleh *syara'*.⁶

Allah berfirman dalam Al-Qur'an;

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ
لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ
فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ
الْمُتَوَكِّلِينَ ١٥٩

Artinya:

"Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu, maafkanlah mereka; mohonkanlah ma'af bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya".⁷

Berdasarkan ayat diatas, jelas bahwa setiap manusia dituntunkan untuk berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingnya. Apalagi dalam layanan yang mana pelanggan mempunyai banyak kemauan/keinginan, apabila karyawan maupun manager tidak mampu memberikan rasa aman dengan kelemah lembutannya maka pelanggan akan berpindah ke perusahaan lain. Karyawan atau manager dalam memberikan pelayanan harus menghilangkan jauh-jauh sikap keras hati dan harus memiliki sifat pemaaf kepada

⁶Adistiar Prayoga, *Kualitas Jasa Berdasarkan Perspektif Islam, Penjabaran Prinsip Carter*, Dikutip Dari [Http:// Adistiarprayoga.Wordpress.Com/](http://Adistiarprayoga.Wordpress.Com/) accessed 05januari 2015

⁷Qs. Ali Imran Ayat (3): 159

pelanggan agar pelanggan terhindar dari rasa takut, tidak percaya, dan perasaan adanya bahaya dari pelayanan yang diterima.

b. Dimensi Kualitas Layanan

Menurut Garvin seperti yang di kutip oleh Tjiptono kualitas layanan mempunyai delapan dimensi kualitas yang bisa di gunakan sebagai kerangka perencanaan dan analisis setrategik. Delapan dimensi tersebut adalah:

- 1) Kinerja (*performance*) karakteristik operasi pokok dari produk inti (core produk) yang di beli.
- 2) Fitur atau ciri-ciri tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
- 3) Reliabilitas (*reliability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan.
- 4) Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to spesifications*), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
- 5) Daya tahan (*durability*), yaitu berkaitan dengan berapa lama pruduk tersebut dapat digunakan.
- 6) *Servieability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan, direpparasi, serta penanganan secara memuaskan.
- 7) Etestika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indra.
- 8) Kualitas yang di persepsikan (*perseived quality*) yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.⁸

Menurut Zeithaml, dalam Tjiptono mengemukakan dalam riset terakhirnya bahwa:

Dimensi kualitas layanan ada 5 yaitu:

- 1) *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

⁸Fandy Tjiptono, *Manajemen*, hlm.133

- 2) *Assurance* (jaminan dan kepastian), yaitu pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
- 3) *Tangible* (bukti fisik), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (seperti gedung, lahan parkir, ATM, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.
- 4) *Empathy* (empati), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Oleh karenanya, suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.
- 5) *Reliability* (keandalan), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan serta akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.⁹

Sedangkan dimensi kualitas layanan dalam Islam adalah:

- 1) *Reliability* (kehandalan). Allah menjelaskan dalam Al-Qur'an:

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ
٩١

Artinya:

"Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah (mu) itu sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah

⁹Ibid.

sumpah itu), sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat”¹⁰.

Dalam ayat ini Allah memerintahkan kepada setiap umat-Nya untuk menepati janji yang telah dibuat, memberikan layanan yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat. Layanan akan dapat dikatakan handal apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat. Ketepatan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap lembaga penyedia layanan/jasa.

- 2) *Responsiveness* (daya tanggap). Dalam memberikan pelayanan secara profesional pegawai/karyawan yang bekerja harus sesuai dengan bidangnya dan mengerjakan pekerjaannya secara cepat dan tepat. Profesionalitas ini yang ditunjukkan melalui kemampuannya dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Dalam pelaksanaan suatu pekerjaan, seorang dikatakan profesional apabila dirinya bekerja sesuai dengan keahlian atau kemampuannya. Pekerjaan akan dapat dilakukan dan diselesaikan dengan baik secara cepat dan tepat oleh orang yang memiliki kemampuan sesuai dengan bidang pekerjaannya. Kepercayaan yang diberikan konsumen merupakan suatu amanat, apabila amanat tersebut disia-siakan akan berdampak pada ketidakberhasilan dan kehancuran lembaga dalam memberikan

¹⁰Qs. An-Nahl (16). 91

pelayanan kepada konsumen. Untuk itu kepercayaan konsumen sebagai suatu amanat hendaknya tidak disia-siakan.

- 3) *Assurance* (jaminan). Berkenaan dengan hal ini, Allah SWT dalam Al Qur'an berfirman:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ إِنَّكَ لَأَنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَالِيظَ الْقَلْبِ
لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ
فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ
الْمُتَوَكِّلِينَ ١٥٩

Artinya:

"Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu, maafkanlah mereka; mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya."¹¹

Assurance ini akan meningkatkan kepercayaan, rasa aman, bebas dari resiko atau bahaya, sehingga membuat konsumen merasakan kepuasan dan akan loyal terhadap lembaga penyedia layanan. Baik buruknya layanan yang diberikan akan menentukan keberhasilan lembaga atau perusahaan pemberi jasa layanan. Dengan memberikan layanan yang menunjukkan kesopanan dan kelemah lembutan akan menjadi jaminan rasa aman bagi konsumen dan yang berdampak pada kesuksesan lembaga penyedia layanan jasa.

¹¹Qs, Ali Imran Ayat (3): 159

4) *Empathy* (empati). Perwujudan dari sikap empati ini akan membuat konsumen merasa kebutuhannya terpenuhi karena dirinya dilayani dengan baik. Sikap empati pegawai ini ditunjukkan melalui pemberian layanan informasi dan keluhan konsumen, melayani transaksi konsumen dengan senang hati, membantu konsumen ketika dirinya mengalami kesulitan dalam bertransaksi atau hal lainnya berkenaan dengan layanan. Kesiapan memberikan perhatian dan membantu akan meningkatkan persepsi dan sikap positif konsumen terhadap layanan lembaga. Hal ini yang akan mendatangkan kesukaan, kepuasan dan meningkatkan loyalitas konsumen.

5) *Tangible* (bukti fisik). Dalam hal ini Allah menyatakan dalam Al Qur'an surat, yaitu:

أَلْهِنَّاكُمْ الْلُغَاثُ ۝ ١ حَتَّىٰ رَأَيْتُمُ الْمَقَابِرَ ۝ ٢ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ ۝ ٣ ثُمَّ
كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ ۝ ٤ كَلَّا لَوْ تَعْلَمُونَ عِلْمَ الْيَقِينِ ۝ ٥

Artinya:

"Bermegah-megahan telah melalaikan kamu, sampai kamu masuk kedalam kubur. Janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui (akibat perbuatanmu itu) dan janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui. Janganlah begitu, jika kamu mengetahui dengan pengetahuan yang yakin".¹²

Dalam konsep Islam layanan yang berkenaan dengan tampilan fisik hendaknya tidak menunjukkan kemewahan. Fasilitas yang membuat konsumen merasa nyaman memang

¹²Qs. At-Takaatsur (102), 1-5

penting, namun bukanlah fasilitas yang menonjolkan kemewahan.

c. Prinsip-prinsip Kualitas Layanan

Pada kualitas layanan ada beberapa prinsip untuk menciptakan kualitas layanan yang baik, seperti yang di kemukakan oleh Tjiptono dalam bukunya bahwa:

“Ada enam prinsip utama yang berlaku bagi perusahaan jasa maupun manufaktur dalam rangka menciptakan gaya manajemen dan lingkungan yang kondusif bagi organisasi jasa untuk menyempurnakan kualitas, keenam prinsip tersebut adalah:

- 1) **Kepemimpinan**
Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin dan mengarahkan organisasi dalam upaya peningkatan kinerja kualitas. Karena tanpa adanya kepemimpinan dari manajemen puncak, usaha peningkatan kualitas hanya berdampak sangat kecil.
- 2) **Pendidikan**
Semua karyawan, mulai dari manajer puncak sampai karyawan operasional, wajib mendapatkan pendidikan mengenai kualitas.
- 3) **Perencanaan strategik**
Proses perencanaan strategik harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang digunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visi dan misinya.
- 4) **Review**
Proses *review* merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasional. Proses ini menggambarkan mekanisme yang menjamin adanya perhatian terus menerus terhadap upaya mewujudkan sasaran-sasaran kualitas.
- 5) **Komunikasi**
Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi organisasi, baik dengan karyawan, pelanggan, maupun dengan yang lain.
- 6) **Totalhumanreward**

Reward dan *recognition* merupakan aspek krusial dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan yang berprestasi harus diberi penghargaan atas prestasi yang telah dilakukan. Dengan cara seperti ini karyawan menjadi termotivasi, semangat, merasa memiliki, dan rasa bangga pada setiap anggota atau karyawan bisa meningkat”.¹³

Keputusan Menpan Nomor 63 Tahun 2003 menjelaskan prinsip-prinsip pelayanan prima sebagai berikut:

- 1) Kesederhanaan.
Prosedur pelayanan publik tidak berbelit-belit, mudah dipahami dan mudah dilaksanakan
- 2) Kejelasan:
 - a) Persyaratan teknis dan administratif pelayanan publik;
 - b) Unit kerja/pejabat yang berwenang dan bertanggungjawab dalam memberikan pelayanan dan penyelesaian keluhan/persoalan/sengketa dalam pelaksanaan pelayanan publik;
 - c) Rincian biaya pelayanan publik dan tata cara pembayaran.
- 3) Kepastian Waktu.
Pelaksanaan pelayanan publik dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan.
- 4) Akurasi.
Produk pelayanan publik diterima dengan benar, tepat, dan sah.
- 5) Keamanan.
Proses dan produk pelayanan publik memberikan rasa aman dan kepastian hukum.
- 6) Tanggung jawab.
Pimpinan penyelenggara pelayanan publik atau pejabat yang ditunjuk bertanggungjawab atas penyelenggaraan pelayanan dan penyelesaian keluhan/persoalan dalam pelayanan publik.
- 7) Kelengkapan sarana dan prasarana
Tersedianya sarana dan prasarana kerja, peralatan kerja dan pendukung lainnya yang memadai termasuk penyediaan sarana teknologi telekomunikasi dan informatika (telematika).

¹³Fandy Tjiptono. *Service*, hlm. 137-138

- 8) Kemudahan Akses
Tempat dan lokasi serta sarana pelayanan yang memadai, mudah dijangkau oleh masyarakat, dan dapat memanfaatkan teknologi telekomunikasi dan informatika.
- 9) Kedisiplinan, Kesopanan dan Keramahan
Pemberi layanan harus bersikap disiplin, sopan dan santun, ramah, serta memberikan pelayanan dengan ikhlas.
- 10) Kenyamanan
Lingkungan pelayanan harus tertib, teratur, disediakan ruang tunggu yang nyaman, bersih, rapi, lingkungan yang indah dan sehat serta dilengkapi dengan fasilitas pendukung pelayanan, seperti parkir, toilet, tempat ibadah dan lain-lain.¹⁴

d. Manfaat Kualitas Layanan

Kualias berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan emosional seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan sepesifik pelanggan. Pada gilirannya perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimalkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

2. Kepuasan Nasabah

Di dalam proses konsumsi, pelanggan/nasabah tidak akan berhenti hanya sampai pada proses konsumsi. Nasabah akan melakukan proses evaluasi terhadap konsumsi yang telah dilakukannya. Inilah yang

¹⁴Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara. Surat Keputusan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63 Tahun 2003 Tentang *Pedoman Tata Laksana Pelayanan Umum*. (Jakarta. 2003)

disebut sebagai evaluasi *alternative* pasca konsumsi. Hasil dari proses evaluasi pasca konsumsi adalah nasabah merasa puas atau tidak puas terhadap konsumsi produk atau jasa yang sudah dilakukannya. Kepuasan akan mendorong nasabah untuk kembali dan mengkonsumsi ulang produk tersebut. Sebaliknya perasaan tidak puas akan menyebabkan nasabah kecewa dan menghentikan untuk mengkonsumsi produk tersebut.

a. Pengertian Kepuasan Nasabah

1) Pengertian kepuasan secara umum

Menurut Summarni kepuasan pelanggan adalah “tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang dirasakan dengan harapannya”.¹⁵

Menurut Rangkuti kepuasan pelanggan adalah “respon pelanggan terhadap ketidak sesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang di rasakan setelah pemakaian”.¹⁶

Menurut Tse dan Wilton dalam Tjiptono kepuasan adalah “respon konsumen pada evaluasi persepsi terhadap perbedaan antara ekspektasi awal (setandar kinerja tertentu) dan kinerja aktual produk sebagaimana di persepsikan setelah kosumsi”.¹⁷

¹⁵Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*. (Yogyakarta: Liberty, 2002) , hlm.226

¹⁶Freddy Rangkuti, *Measure Costumer Satisfaction*. (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2002) hlm, 89

¹⁷Fandi Tjiptono, *Service*, hlm 197

Menurut Cadotte kepuasan di konseptualisasikan sebagai “perasaan yang timbul setelah mengevaluasi pengalaman pemakaian produk”.¹⁸

Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectation*). Jika kinerja di bawah harapan, maka nasabah akan merasakan ketidak puasan, dan apa bila kinerja sesuai dengan harapan maka nasabah akan merasa puas, dan jika kinerja melampaui harapan maka nasabah akan sangat puas, senang dan bahagia.¹⁹

Dari definisi diatas dapat kita simpulkan bahwasanya kepuasan adalah perasaan seorang nasabah senang atau kecewa setelah hasil evaluasi atau perbandingan di terima dan harapannya terpenuhi, sehingga apabila nasabah terpenuhi harapannya maka akan merasakan kepuasan.

b. Kepuasan Menurut Perspektif Islam

Kepuasan konsumen dalam Islam dimiliki batasan yang harus di miliki pada setiap orang Islam, tidak hanya dengan garis anggaran saja tapi juga dengan batasan syariat. Batasan syariat yang dimaksud disini adalah larangan mengonsumsi barang yang haram. Dalam mengonsumsi barang/ jasa satu hal yang sangat perlu diperhatikan adalah kehalalan dan keharaman dalam masalah ini.

¹⁸*Ibit.*

¹⁹*Ibit.*

Allah SWT berfirman dalam Al-Qu'an:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا
إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ ٨٧ وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا
وَأَتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ ٨٨

Artinya:

"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengharamkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah melampaui batas. Dan makanlah yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezezikikan kepadamu, dan bertaqwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya".²⁰

Ayat di atas menjelaskan bahwa kita di perintahkan untuk mengosumsi atau memakai hal yang halal dan larangn kita mengusumsi yang berlebihan, didalam Islam kepuasan adalah sifat ikhlas, sabar, dan syukur, tiga hal ini yang muncul di kehidupan sehari-hari yang sangat berkaitan dengan kepuasan.

Syariat Islam menginginkan manusia mencapai dan memelihara kesejahteraan. Imam As-Syatibi menggunakan istilah "*mashlahah*", yang maknanya lebih luas dari sekedar *utility* atau kepuasan dalam terminologi ekonomi konvensional. *Mashlahah* merupakan sifat atau kemampuan barang dan jasa yang mendukung elemen-elemen dan tujuan-tujuan dasar dari kehidupan manusia di muka bumi ini. Menurut Khan dan Ghifar dalam P3ei ada lima elemen dasar dari kehidupan manusia yaitu: Kehidupan atau jiwa , properti atau harta, keyakinan, intelektual, dan keluarga atau keturunan. Semua barang dan jasa yang mendukung tercapainya dan

²⁰QS. Al-Maidah (5) 87-88

terpeliharanya kelima elemen tersebut pada setiap individu, itulah yang disebut dengan *mashlahah*. Aktivitas ekonomi meliputi produksi, konsumsi dan pertukaran yang menyangkut *mashlahah* tersebut harus dikerjakan sebagai “*relegious*” duty atau ibadah. Tujuannya bukan hanya kepuasan di dunia saja tetapi juga kesejahteraan di akhirat. Semua aktivitas tersebut memiliki *mashlahah* bagi umat manusia disebut sebagai kebutuhan, dan semua kebutuhan itu harus terpenuhi. Mencukupi kebutuhan dan bukan memenuhi kebutuhan atau keinginan adalah tujuan dari aktivitas ekonomi Islam, dan usaha pencapaian tujuan itu adalah salah satu kewajiban dalam beragama.²¹

Dari keterangan diatas bahwa kepuasan menurut pandangan Islam adalah memaksimalkan *maslahah* karena kepuasan seorang muslim itu dibatasi oleh syariat, karena dengan mengendalikan hawa nafsu kepuasan pasti akan terpenuhi.

c. Nilai Kepuasan Nasabah

Pada kondisi pasar, nasabah berhak memilih aneka macam tawaran produk maupun jasa. bank harus dapat memberikan kualitas layanan yang terbaik, apa bila bank mengabaikan kualitas layanan yang baik maka nasabah akan memilih dan berpaling ke bank lain.

Agar bank tetap berdiri dan menang dalam persaingan maka bank apapun harus berwawasan nasabah. Sehingga bank yang unggul

²¹Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3ei) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta Dengan Bank Indonesia, Ekonomi Islam, (Jakarta: Pt Raja Grafindo, Jakarta, 2008), hlm. 131.

dalam bersaing adalah bank yang pandai merekayasa produk atau jasa, dan pandai juga dalam merekayasa pasar. Dalam hal seperti ini sangat di perlukan kerjasama dari seluruh departemen dan karyawan didalam bank tersebut untuk bersama-sama merancang dan mengimplementasikan suatu sistim penyampaian nilai pelanggan/nasabah (*Costomer Value Delivery Sistem*) yang lebih unggul dari pada bank lain. Nasabah akan loyal pada bank apa bila mereka beranggapan perusahaan tersebut dapat memberikan nilai hantaran kepada nasabah (*Customere Deliverd Value*) paling tinggi.²²

d. Pengukuran Kepuasan Nasabah

Dalam mengukur kepuasan nasabah ada beberapa metode yang bisa di pergunakan setiap bank utuk mengukur dan memantau kepuasan nasabahnya dan nasabah pesaingnya. Kotler dalam Tjiptono mengidentifikasikan empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan: sistim keluhan dan saran, *ghost customer*, *lost customer analysis*, dan survei kepuasan nasabah.²³

1) Sistem keluhan dan saran

Setiap bank atau organisasi yang berorientasi pada nasabah (*customer oriented*) perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para nasabahnnya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan mereka. Berdasarkan karakteristiknya, metode ini bersifat pasif, karena bank menunggu

²²*Ibid.*

²³Fandy Tjiptono. *Service*, hlm. 197

inisiatif nasabah untuk menyampaikan keluhan atau pendapat. Oleh karena itu, sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan dan ketidakpuasan nasabah melalui cara ini semata. Karena tidak semua nasabah yang kecewa akan menyampaikan keluhannya. Bisa saja pelanggan langsung beralih kepada perusahaan lain dan tidak menjadi nasabah perusahaan tersebut lagi.

2) *Ghost Customer*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran kepuasan nasabah adalah dengan memperkerjakan beberapa orang untuk menjadi *Ghost Shopper* untuk berpura-pura sebagai nasabah perusahaan dan pesaing. Mereka di minta berinteraksi dengan staf penyedia jasa dan menggunakan produk atau jasa perusahaan. Berdasarkan pengalamannya tersebut mereka diminta melaporkan hasil temuannya berkenaan dengan kelemahan dan kelebihan produk bank dan bank pesaing.

3) *Lost Customer Analysis*

Seyogyanya bank menghubungi para nasabah yang telah berhenti menjadi nasabahnya atau yang telah pindah ke bank yang lain/pesaing agar dapat memahami mengapa hal itu bisa terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya. Bukan hanya *exit interview* yang di perlukan, tetapi pemantauan *customer lost rate*

juga penting, dimana *customer lost rate* menunjukkan kegagalan bank memberikan kepuasan nasabah.

4) Survei Kepuasan Nasabah

Sebagian besar riset kepuasan nasabah dilakukan dengan menggunakan survei, baik survei menggunakan wawancara, angket, pos, telepon, e-mail dan lain-lain. Melalui survei, bank akan memperoleh tanggapan dan balikan secara langsung dari nasabah dan akan memperoleh kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap nasabahnya.²⁴

3. Bank

a. Pengertian Bank Secara Umum

Bank adalah lembaga keuangan yang menjadi tempat bagi orang perseorangan, badan usaha swasta, badan usaha milik negara, bahkan lembaga milik pemerintah menyimpan dana miliknya, melalui kegiatan perkreditan dan berbagai jasa yang diberikan, bank melayani kebutuhan pembiayaan serta melancarkan mekanisme sistem pembayaran bagi semua sektor perekonomian.

Menurut Prof. G. M. Verryen Stuart, dalam bukunya, *Bank Politik*, mengemukakan bahwa “bank adalah suatu badan usaha yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan kredit, baik dengan alat-alat untuk pembayarannya sendiri atau dengan uang yang di perolehnya

²⁴Fandy Tjiptono. *Service Quality & Satisfaction*, (Yogyakarta : Andi offset, 2007), hlm

dari orang lain, maupun dengan alat-alatpenukar baru berupa uang giral”.²⁵

Undang-undang nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan merumuskan bahwa bank adalah “badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat berupa simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat berbentuk kredit dan/ atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”.²⁶

Dari definisi diatas kita bisa menyimpulkan bahwa bank adalah lembaga keuangan yang menghimpun dana dari masyarakat berbentuk simpanan kemudian disalurkan kepada masyarakat atau perusahaan dalam bentuk pinjaman atau kredit, dengan tujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak.

b. Pengertian Bank Islam

Bank Islam atau yang biasa di sebut di Indonesia sebagai bank syariah, adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Juga biasa disebut dengan Bank Tanpa Bunga, yaitu, lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al Qur'an dan Hadist Nabi saw.²⁷

Pengertian bank syariah juga terdapat dalam UU No 21 tahun 2008 pasal 1 ayat 1 yang berbunyi “Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha

²⁵Hermansyah, *Hukum Perbankan Nasional Indonesia*. (Jakarta: Kencana. 2006) Hal 7

²⁶*Ibit.*

²⁷Muhamad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil di Bank Syariah*, (yogyakarta: UII Press. 2001) hlm. 81

Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya”²⁸. Kemudian ayat 7 menyebutkan “ Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah”.²⁹ Ada ayat 8 dijelaskan tentang Bank Umum Syariah yaitu Bank Syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.³⁰ Kemudian 9 menerangkan bahwa Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah Bank Syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Kemudian ayat 10 menyebutkan tentang

”Unit Usaha Syariah, yang selanjutnya disebut UUS, adalah unit kerja dari kantor pusat Bank Umum Konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan Prinsip Syariah, atau unit kerja di kantor cabang dari suatu Bank yang berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah dan/atau unit syariah”.³¹

B. Kajian Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan Cristiana Dwi Wulandari (2005) dengan judul **“Analisis Perbandingan Kualitas Layanan Antara Bank Pemerintah dan Bank Swasta”**. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: 1) ada perbedaan persepsi layanan antara bank pemerintah dan

²⁸ Undang-Undang Republik Indonesia No 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, (Menteri Hukum Dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, Jakarta 2008), hlm. 2

²⁹ *Ibit.*

³⁰ *Ibit.*

³¹ *Ibit.*

bank swasta untuk aspek kewajaran suku bunga kredit, lokasi ATM, dan jumlah Atintah M. 2) ada perbedaan ekpeksi layanan antara bank pemerintah dan bank swasta untuk aspek administrasi pengisian formulir, penjelasan petugas mengenai biaya transaksi, penjelasan mengenai manfaat produk-produk perbankan, ketepatan janji, petugas bank, dan sikap petugas. 3) ada perbedaan kesenjangan (gap) persepsi dengan ekspektasi antara bank-bank pemerintah dan swasta untuk aspek administrasi pengisian formulir, penjelasan biaya, penjelasan manfaat produk perbankan kewajaran suku bunga kredit, kewajaran suku bunga deposito, sikap petugas bank kesediaan petugas untuk menghubungi nasabah, dan jumlah ATM.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan yang dilakukan oleh Cristiana Dwi Wulandari adalah metode penelitian yang digunakan, variabel terkait yang digunakan dan sampel atau tempat penelitian yang digunakan. Sedangkan persamaan adalah sama-sama menggunakan tinjauan kepuasan pelanggan/nasabah.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Kim Ming (2014) dengan judul **“Evaluasi Kualitas Website Ditinjau Dari Kepuasan User Dengan Web Analytic (Studi Kasus Pada Website Majalah Livingetc Indonesia)”**. Berdasarkan penelitaian dapat disimpulkan bahwa 1) variabel *Perceived usefulness, Ease of use, Ease of finding information, dan Design/Layout of page* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan user. Website livingetcindonesia.com telah menyajikan informasi terbaru dan lengkap yang

mendukung sebagai media online majalah Livingetc dengan segmentasi interior dan gaya hidup. 2) Kualitas website berpengaruh pada kepuasan user dan intensitas kunjungan website dimana variabel-variabel yang diteliti berpengaruh signifikan pada kualitas website, jika kualitas website rendah, maka user tidak mendapatkan manfaat dan tidak akan kembali untuk mengunjungi website dan merekomendasikan website kepada yang lain. Perbedaan penelitian yang dilakukan peneliti dengan yang dilakukan oleh Kim Ming adalah sampel yang digunakan peneliti dan tempat penelitian. Sedangkan persamaan penelitian yang dilakukan peneliti dengan Kim Ming adalah menggunakan tinjauan dari kepuasan, variabel yang terkait dengan kepuasan kualitas pelayanan.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Agraini (2012), yang berjudul **“Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Perbankan Syariah Dengan Perbankan Konvensional”**. Berdasarkan penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa: 1) Berdasarkan hasil uji statistik *Independent Sample T-Test* diperoleh bahwa secara umum ADA perbedaan signifikan antara kinerja keuangan perbankan syariah dengan perbankan konvensional yang disebabkan oleh tingkat persentase yang jauh berbeda antara rasio keuangan bank syariah dengan rasio keuangan bank konvensional. 2) Penilaian kinerja keuangan secara umum menunjukkan bahwa kinerja perbankan syariah TIDAK LEBIH BAIK jika dibandingkan kinerja perbankan konvensional dimana rata-rata (*mean*) Kinerja Bank Syariah

(86.90%), lebih kecil dibandingkan *mean* rasio Kinerja Bank Konvensional (88.75%).

Perbedaan yang dilakukan oleh Anggraini dan peneliti adalah variabel yang digunakan dan tempat penelitian sedangkan perasamaan sama sama menggunakan korelasi antara bank islam dan bank konvensional.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Aryani dan Febrina Rosinta pada tahun 2010 yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan”**. Dalam penelitiannya telah disimpulkan bahwa 1) terdapat pengaruh yang kuat dan positif antara variable kualitas layanan KFC terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa FISIP UI. 2) terdapat pengaruh yang kuat dan positif antara kualitas layanan KFC terhadap loyalitas pelanggan pada mahasiswa FISIP UI. Perbedaan yang dilakukan oleh Dwi Aryani dan Febrina Rosinta dan peneliti adalah metode penelitian dan tempat penelitian sedangkan perasamaannya yaitu sama sama menggunakan variabel kualitas layanan.
5. Penelitian yang dilakukan Mas’ud yang berjudul **“Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Apotek Kimia Farma Jakarta Menggunakan Model Servqual (Studi Kasus Pada Tiga Apotek)”** . menyatakah bahwa 1) Hasil analisis *Gap*, dimensi yang mempunyai tingkat kepuasan tertinggi adalah *emphaty* diikuti *tangible*, *Assurance*, *Responsiveness* dan *Reliability*, sedangkan atribut

yang mempunyai tingkat kepuasan tertinggi adalah bangunan apotek memilikidesain interior/eksterior yang baik dan menarik, dan memiliki tingkat kepuasan terendah adalah petugas apotek memberitahu secara pasti, kapan dan berapa lama pengerjaan resep dapat diselesaikan. Perbedaan penelitian yang di lakukan oleh Mas'ud dengan peneliti yaitu 1) metode penelitian yang di gunakan oleh mas'ud adalah deskriptif inferensial dengan pendekatan *Single Cross Sectional Study*, sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekata *ex post facto*. Juga tempat penelitiannya berbeda sedangkan persamaannya adalha peneliti dan masud sama sama menggunakan variable yang sama.

6. Selanjutnya adalah penelitian yang berjudul **“Pengaruh Dimensi Banking Service Quality (BSQ) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank”** yang di tulis oleh Sri Sumardiningsih, Wawan Sundawan, Lies Endarwati, Arif Wibow, dan Yulia Ayriza, dalam penelitiannya di simpulkan bahwa 1) Dari Analisis Regresi untuk Kantor Cabang/Cabang Utama dan Kantor Cabang Pembantu, keenam dimensi BSQ yakni efektivitas dan jaminan, akses, harga, keterwujudan, portofolio jasa, dan kehandalan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BPD DIY dengan 2) Pada Nasabah PNS, keenam dimensi BSQ secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BPD DIY 3) Pada Nasabah Non PNS, keenam dimensi BSQ secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Non PNS Bank BPD DIY. Persamaan penelitian yang di lakukan

Sri Sumardiningsih, dkk, dengan peneliti adalah sama sama mengunakan variable kualitas layanan dan kepuasan nasabah sedangkan perbedaanya adalah terletak pada tempat dan obyek yang di teliti, Sri dkk, meneliti di BPD DIY, sedandkan peneliti di Bank yang ada di kabupaten Pacitan.

7. Penelitian yang di lakukan oleh Andi Lesmana pada program Magister Manajemen, Universitas Gunadarma yang berjudul “**Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Bank Mandiri (Persero) Tbk Di Bagian Retail & Consumer Risk Group**”. Telah di simpulkan bahwa:

- 1) Tingkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh para petugas bank masih belummenuhi tingkat kepuasan nasabah secara menyeluruh. Namun jika dilihat darimasing-masing dimensi kualitas terhadap kepuasan yang dirasakan olehnasabah, maka :

- a) Kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh petugas *security*, lebih didominasi oleh dimensi *empathy* dan *tangibles*.

- b) Kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh petugas *customer service*, lebih didominasi oleh dimensi *empathy* dan *assurance*.

Dan Kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh petugas *collection*, lebih didominasi oleh dimensi *assurance* dan *empathy*.

- 2) Berdasarkan pemetaan dengan menggunakan diagram kartesius terhadap kelimadimensi kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh petugas bank, maka :

- a) Kualitas pelayanan jasa yang harus ditingkatkan lagi oleh petugas *security* adalah atribut-atribut pada dimensi *reliability* dan *responsiveness*.
 - b) Kualitas pelayanan jasa yang harus ditingkatkan lagi oleh petugas *customer service* adalah atribut-atribut pada dimensi *reliability* dan *tangibles*.
 - c) Dan Kualitas pelayanan jasa yang harus ditingkatkan lagi oleh petugas *collection* adalah atribut-atribut pada dimensi *reliability*, *responsiveness*, dan *tangibles*.
- 3) Kesenjangan yang terjadi antara tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja berdasarkan urutan kesenjangan yang paling tinggi pada kualitas pelayanan jasa oleh petugas *security* adalah pada dimensi *reliability*, petugas *customer service* adalah dimensi *tangibles*, dan pada petugas *collection* adalah dimensi *reliability*.

Persamana penelitian yang dilakukan oleh Andi Lesmana dengan peneliti adalah sama sama menggunakan variabel kualitas layanan sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian, dan peneliti memkomparasi kualitas layanan antara bank yang ada di Pacitan, sedangkan Andi Lesmana hanya pada Bank Mandiri.

8. Penelitian yang dilakukan oleh Selvy Normasari, Srikandi Kumadji dan Andriani Kusumawati yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas**

Pelanggan Survei pada Tamu Pelanggan yang Menginap di Hotel Pelangi Malang". Dari penelitiannya di simpulkan bahwa:

- a. Kualitas pelayanan secara langsung memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Kualitas pelayanan secara langsung memiliki pengaruh yang signifikan terhadap citra perusahaan.
- c. Kualitas pelayanan secara langsung memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
- d. Kepuasan pelanggan secara langsung memiliki pengaruh yang signifikan terhadap citra perusahaan.
- e. Kepuasan pelanggan secara langsung memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas perusahaan.
- f. Citra perusahaan secara langsung memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan Selvy Normasari, dkk, adalah Pada Jenis penelitian yang di gunakan yaitu Selvy Normasari dkk, menggunakan penelitian *explanatory*. Sedangkan peneliti menggunakan *ex post facto* selain itu perbedaan terletak pada Lokasi penelitian yang dipilih Selvy Normasari, dkk, adalah Hotel Pelangi Malang sedangkan peneliti di Bank Konvensional dan Bank Islam di Pacitan. Sedangkan persamaan terletak pada Variabel yang diteliti yaitu Kualitas Pelayanan.

9. Selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Sri Hadiati dan Sarwi Ruci yang berjudul **“Analisis Kinerja Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Telkomsel Malang Area”**. Dari penelitiannya telah disimpulkan bahwa 1) Pelanggan merasa puas dan menganggap penting atas sikap *Customer Service* dalam memberikan informasi secara jelas dan simpati serta bersikap ramah. 2) Grha Pari Sraya Malang tanggap terhadap keluhan pelanggan dan menyelesaikan permasalahan yang dihadapi pelanggan dengan cepat. Hal ini memuaskan dan dianggap penting oleh pelanggan. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan Sri Hadiati adalah lokasi Sri berlokasi di Malang sedang kan peneliti Berlokasi di Pacitan sealinitu juga pada variable beabasnya yaitu kepuasan nasabah bank sedangkan Sri kepuasan pelanggan Telkomsel. Persamaanya adalah pada variable terikatnya yaitu sama-sama meneliti tentang kualitas layanan.
10. Yang terakhir adalah penelitian yang dilakukan oleh Dian Cahyawati S, Oki Dwipurwani dan Yendra Dewi berjudul **”Uji pengaruh kualitas layanan proses pembelajaran sebelum dan sesudah pelaksanaan program hibah kompetisi (PHK) A2 Jurusan matematika (FMIPA) Universitas Sriwijaya”**. Dari penelitiannya kita ambil kesimpulan bahwa, 1) tingkat kepuasan mahasiswa sebelum pelaksaaan program hibah kompetisi (PHK) A2 di jurusan matematika(FMIPA) Universitas Sriwijaya, secara umum masih pada tingkat cukup memuaskan. 2) tingkat kepuasan mahasiswa sesudah pelaksanaan program

hibah kompetisi (PHK) A2 di jurusan matematika(FMIPA) Universitas Sriwijaya, mengalami peningkatan dibandingkan sebelum pelaksanaan program hibah kompetisi (PHK) A2. 3) terdapat perbedaan kualitas layanan sebelum dan sesudah pelaksanaan program hibah kompetisi (PHK) A2 di jurusan matematika(FMIPA) Universitas Sriwijaya.

Persamaan penelitian yang di lakukan oleh peneliti dalah pada metode penelitiannya yaitu peneliti menggunakan *ex post facto* anava sedangkan Dian dkk, menggunakan analisis deskriptif dan inferensi selain itu juga terletak pada lokasi sobyak yang di teliti sedangkan persamaannya dlah sama sama meggunaka vareabel kualitas layanan.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah suatu arahan penalaran untuk dapat sampai pada tujuan yang telah dirumuskan dalam penelitian yang akan dilakukan. Tujuan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah untuk mengetahui perbedaan kualitas layanan yang dilakuan antara bank Syariah Mandiri dan bank BNI Konvensional kepada nasabahnya di tinjau dari kepuasan nasabah masing-masing bank.

1. Perbedaan kualitas layanan antara Bank Syariah Mandiri dan bank BNI di tinjau dari kepuasan masing-masing nasabah.

Di Indonesia secara umum bank berdasarkan prinsip oprasionalnya dibedakan menjadi dua jenis bank, yaitu:

- a. Bank yang berdasarkan prinsip konvensional.
- b. Bank yang berdasarkan prinsip Syariah.

Kedua jenis bank tersebut tentunya memiliki layanan yang berbeda-beda akan tetapi kedua bank memakai pedoman yang sama yaitu menggunakan lima dimensi *Servequal* yang terdiri dari *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Emphaty* (empati). Kualitas layanan yang prima dilakukan oleh setiap bank untuk dapat bersaing dipasar dan dapat menarik banyak nasabah yang berdatangan karena merasakan kepuasan oleh pelayanan yang prima, kualitas layanan yang prima dapat ditinjau dari kepuasan para pelanggan. Seperti penelitian yang terdahulu yang dilakukan oleh Angaraini yang menyatakan bahwa ada perbedaan yang signifikan antara kinerja keuangan bank syariah dan bank konvensional.

2. Adanya interaksi pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah

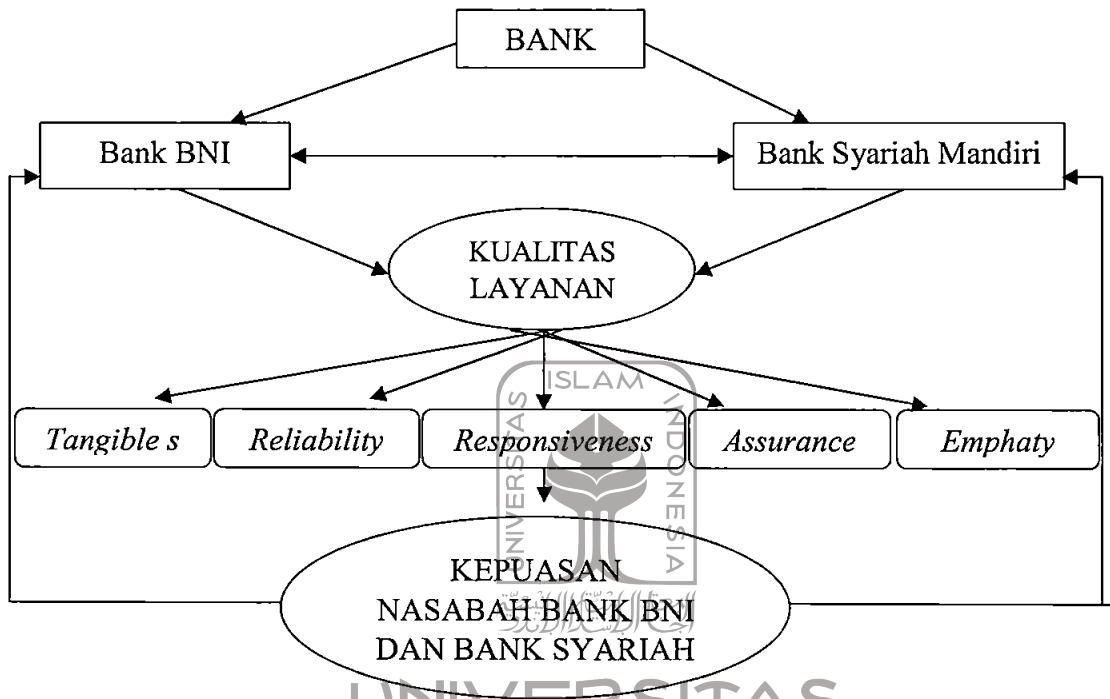
Keberhasilan bank dapat dilihat dari segi kepuasan para pelanggannya, karena apabila pelanggan merasa puas atas pelayanan yang dilakukan oleh bank, maka para nasabah akan datang dan konsisten memilih bank yang memberi pelayanan yang baik. Karena kualitas layanan sangat berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Oleh karena itu petugas bank harus melakukan yang terbaik untuk melayani para pelanggan, layanan yang kurang baik akan berpengaruh pada kepuasan dan minat masyarakat untuk memilih bank tersebut. Agar tujuan bank tercapai maka kualitas layanan harus diutamakan. layanan pada suatu

bank atau lembaga penjual jasa adalah kunci keberhasilan bank dan lembaga penjual jasa tersebut. Para peneliti terdahulu juga telah mengungkapkan bahwa kualitas layanan sangat berpengaruh pada tinggi rendahnya kepuasan nasabah.

3. Kaitan pelayanan tinggi terhadap kepuasan yang tinggi dan pelayanan yang rendah pada kepuasan yang rendah

Servequal adalah metode untuk mengukur ekspektasi pelanggan, melalui servequal bank dapat mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan para nasabahnya apakah sudah sesuai apa yang di harapkan para nasabahnya atau masih perlu ditingkatkan kualitas layanannya, sehingga nasabahnya setia dan konsisten menjadi nasabahnya. Pada dasarnya kepuasan pelanggan adalah suatu ekspresi perasaan senang atau kecewa nasabah yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja petugas bank yang sesuai dengan harapannya. Dengan demikian perasaan puas yang di akibatkan dari pengalaman-pengalam yangtelah lalu yang di akibatkan dari kualitas layanan yang baik akan berdampak pada tingkat kepuasan nasabah, secara singkat bahwa kualitas layanan yang tinggi akan memberikan kepuasan yang tinggi dan kualitas layanan yang rendah juga akan memberikan kepuasan yang rendah juga.

Dengan demikian pada penelitian ini dibuat bagan kerangka penelitian sebagai berikut:



Gambar.2.1 Sekema perbandingan kualitas layanan

D. Hipotesis Penelitian

1. Terdapat perbedaan kualitas layanan nasabah antara BNI dengan Bank Syariah mandiri di Kabupaten Pacitan
2. Terdapat interaksi yang signifikan pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah bank BNI dan Bank Syariah Mandiri di Kabupaten Pacitan.

3. Terdapat perbedaan kepuasan nasabah BNI dan kepuasan Syariah Mandiri di pada kelompok yang mendapatkan layanan tinggi di Kabupaten Pacitan.
4. Terdapat perbedaan kepuasan nasabah BNI dan kepuasan Bank Syariah Mandiri pada kelompok yang mendapatkan layanan rendah di Kabupaten Pacitan.



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis atau metode penelitian merupakan cara yang digunakan dalam melakukan penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan *ekspost facto* (kausal komparatif). Penelitian kausal komparatif bersifat *ekspost facto*, artinya data yang dikumpulkan setelah semua peristiwa yang dipermasalahkan terjadi. *Ex post facto* merupakan suatu penelitian empiris yang sistematis dimana peneliti tidak mengendalikan variabel bebas secara langsung karena perwujudan variabel tersebut telah terjadi atau variabel tersebut memang pada dasarnya tidak bisa dimanipulasi.¹ Gay mengemukakan bahwa studi kausal komparatif atau *ex post facto* adalah penelitian yang berusaha menentukan penyebab atau alasan, untuk keberadaan perbedaan dalam perilaku atau status dalam kelompok dan individu.²

Dengan kata lain, penelitian kausal komparatif adalah penelitian yang diarahkan untuk menyelidiki hubungan sebab-akibat berdasarkan pengamatan terhadap akibat yang terjadi dan mencari faktor yang menjadi penyebab melalui data yang dikumpulkan. Dalam penelitian ini pendekatan dasarnya adalah dimulai dengan adanya perbedaan dua kelompok dan kemudian

¹ZainalArifin, *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru*. (Bandung:Remaja Rosdakarya, 2012), hlm. 46.

²Gay,L.R, *Educational Research Competencies For Analysis and Aplication. Ninth Edition*, (New York : Macmillan Publishing Company, 1981), hlm. 197.

mencari faktor yang mungkin menjadi penyebab atau akibat dari perbedaan tersebut. Desain penelitian ini menggunakan desain ANAVA 2 Jalur dengan rancangan faktorial 2X2.

Tabel 3.1
Rancangan analisis faktorial 2x2

Kualitas layanan (B)	Kategori (A)	
	BNI (A1)	BSM (A2)
Tinggi (B1)	A1B1	A2B1
Rendah (B2)	A1B2	A2B2

Keterangan :

A : Jenis Bank

B : Kualitas Layanan

A1B1 :Kepuasan Nasabah BNI yang mendapat Layanan
Tinggi

A2B1 : Kepuasan Nasabah BSM (Bank Syariah Mandiri).yang Mendapat
Layanan Tinggi

A1B2 :Kepuasan Nasabah BNI yang mendapat Layanan
Rendah

A2B2 : Kepuasan Nasabah BSM (Bank Syariah Mandiri) yang mendapat
Layanan Rendah.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Bank Syariah Mandiri dan BNI yang ada di Kabupaten Pacitan. Kegiatan/waktu penelitian secara jelas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.2
Jadwal Penelitian

No	Feb. 15					Mar. 15					April 15					Mei 15				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1.	√	√																		
2.			√	√	√															
3.						√	√	√	√	√										
4.											√	√								
5.													√	√	√					
6.																√	√	√		

Keterangan:

1. Pengurusan ijin penelitian

2. Uji coba instrumen

3. Pelaksanaan Penelitian
4. Pengumpulan data

5. Pengolahan data

6. Penyusunan laporan

C. Populasi dan Sampel

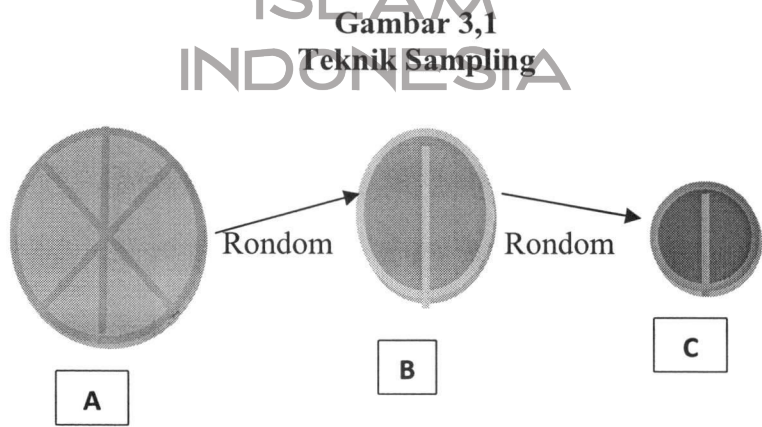
1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³ Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan/pegawai dan nasabah Bank Syariah Mandiri dan BNI di Kabupaten Pacitan.

³Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian* , (Bandung: Alvabeta, 2011), hlm. 80.

2. Sampel

Sampel adalah suatu himpunan bagian dari unit populasi. Menurut Sugiyono sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut⁴. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Mengingat populasi dalam penelitian ini cukup banyak maka peneliti dalam menentukan teknik pengambilan sampel (*sampling*) menggunakan teknik *cluster sampling*. *Cluster sampling* atau disebut dengan *sampling area* ini merupakan teknik pengambilan sampel bila objek atau sumber data yang ditelitinya terlalu luas⁵. Teknik ini digunakan melalui beberapa tahap sebagaimana gambar berikut:



Gambar di atas menunjukkan bahwa (A) jumlah bank konvensional dan Syariah yang berada di kabupaten Pacitan, (B) kemudian diambil

⁴Ibid., hlm. 81.
⁵Sugiyono, *Statistik...*, hlm.59.

secara random menjadi 2 masing-masing 1 bank Syariah (Bank Syariah Mandiri) dan 1 bank Konvensional (BNI). (C) Dari masing-masing bank tersebut kemudian diambil sejumlah sampel untuk nasabah BNI maupun BSM (Bank Syariah Mandiri) sejumlah 60 respondenden untuk BSM (Bank Syariah Mandiri). 30 responden dan 30 responsenden bagi BNI. Selanjutnya dalam menentukan sampelnya peneliti juga menggunakan teknik *sampling* Aksidental. *Sampling* Aksidental adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan.⁶ Artinya siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, jika dipandang orang yang kebetulan ketemu tersebut cocok sebagai sumber data.

D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel adalah konsep yang mempunyai variasi nilai, sehingga variabel merupakan sifat karakteristik yang mempunyai nilai numerik atau kategori.⁷ Jadi variabel adalah konsep yang mempunyai variasi nilai, yang merupakan faktor yang diteliti. Dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) variabel yaitu: Variabel Bebas (*Independent Variable*) dan Variabel terikat (*Dependent Variable*). Secara jelas tentang variabel tersebut, akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel bebas, terdapat 2 variabel bebas yaitu kualitas layanan bank konvensional dan kualitas layanan oleh Bank Syariah Mandiri. Adapun Indikatornya meliputi: 1) Tepat dalam memberikan informasi transaksi,

⁶*Ibid.*, hlm 60.

⁷Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2000), hlm. 149.

2) Dapat memenuhi kebutuhan yang diinginkan, 3) Produk yang ditawarkan memuaskan, 4) Reaksi pegawai terhadap kebutuhan nasabah, 4) Karyawan dapat menyelesaikan pekerjaan sesuai waktu yang disepakati, 5) Penyelesaian keseluruhan pekerjaan, 6) Perilaku profesional sewaktu bekerja. Skala pengukuran yang digunakan dalam rangka mendapatkan skor variabel tersebut menggunakan skala likert dengan 5 (lima) alternatif jawaban yaitu Sangat Setuju, Setuju, Kurang Setuju, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju.

2. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah. Adapun Indikator dari variabel ini antara lain: 1) Bukti langsung, 2). Keandalan, 3). Tanggapan, 4). Jaminan, dan 5). Empati. Skala pengukuran yang digunakan dalam rangka mendapatkan skor variabel tersebut sama dengan variabel sebelumnya yaitu menggunakan skala likert dengan 5 (lima) alternatif jawaban yaitu Sangat Setuju, Setuju, Kurang Setuju, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju.

E. Instrumen dan Keabsahan Data

Instrumen atau disebut dengan alat pengumpul data adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian⁸. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner (angket). Dalam penyusunan instrumen penulis memodifikasi angket yang pernah digunakan Arief Iswahyudi dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas

⁸Djaali dan Puji mulyono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan*, (Jakarta: Gramedia, 2008), hlm. 59.

Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Yogyakarta Kantor Kas Parangtritis)".⁹

a. Kisi-kisi Instrumen

Tabel 3.3
Kisi-kisi Instrumen Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah

Variabel Penelitian	Indikator	No butir
	1. Tepat dalam memberikan informasi transaksi	1,23,
	2. Dapat memenuhi kebutuhan yang diinginkan	4,5,6
	3. Produk yang ditawarkan memuaskan	7,8,9,
	4. Reaksi pegawai terhadap kebutuhan nasabah	10,11,12
	5. Karyawan dapat menyelesaikan pekerjaan sesuai waktu yang disepakati	13,14, 15,
	6. Perilaku profesional sewaktu bekerja	16,17,18
	1. <i>Responsivness</i> (daya tanggap), kebijakan bank dalam membantu dan memberikan Pelayanan Karyawan yang cepat (responsif) dan tepat kepada nasabah, dengan menyampaikan informasi yang jelas.	1,2,3,4,
	2. <i>Assurance</i> (jaminan dan kepastian), pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan parakaryawan bank untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah kepada bank	5,6,7,8,9
	3. <i>Tangible</i> (buktifisik), kemampuan bank dalam menunjukkan eksistensinya kepada nasabahnya. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik bank yang dapat diandalkan nasabahnya merupakan bukti nyata dari Pelayanan Karyawan yang diberikan oleh bank.. Hal ini meliputi fasilitas fisik (seperti gedung, lahan parkir, ATM, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan karyawannya.	10,11,12,13
	4. <i>Reliability</i> (keandalan), Karyawan sesuai dengan yang dijanjikan serta akurat dan terpercaya	14,15,16,17
	5. <i>Empathy</i> (empati), perhatian yang tulus dari semua pegawai bank yang diberikan kepada para nasabahnya dengan berupaya memahami keinginan nasabah.	18,19,20

⁹ Arif Iswahyudi, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan*, (Skripsi Fakultas Syariah UIN Yogyakarta, 2005), (tidak dipublikasikan).

b. Keabsahan Data

1. Uji Validitas Isi

Budiyono mengatakan bahwa suatu instrumen dikatakan valid menurut validitas isi jika isi instrumen tersebut merupakan sampel yang representatif dari keseluruhan isi hal yang akan diukur¹⁰.

Indikator yang dijadikan pedoman untuk mengukur validitas isi pada penelitian ini adalah 1) kesesuaian dengan kisi-kisi angket 2) kesesuaian dengan indikator yang diukur 3) pernyataan harus jelas dan dapat dipahami oleh nasabah, dan 4) pernyataan butir angket tidak memberikan interpretasi ganda.

Adapun langkah-langkah untuk menilai apakah instrumen angket mempunyai validitas isi yang tinggi atau tidak akan dilakukan oleh *expert judgment* (penilaian yang dilakukan oleh para pakar atau validator)¹¹. Dalam hal ini validator akan diberikan lembar validasi oleh peneliti untuk menilai apakah kisi-kisi yang telah dibuat oleh peneliti telah menunjukkan bahwa klasifikasi kisi-kisi telah mewakili isi (substansi) yang akan diukur. Langkah berikutnya, penilai akan menilai masing-masing butir angket telah disusun cocok atau relevan dengan klasifikasi kisi-kisi yang ditentukan.

Dalam penelitian ini, butir angket layak digunakan setidaknya 50% dari semua validator setuju dengan semua indikator yang dijadikan kriteria dalam validasi.

¹⁰Budiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Surakarta: UNS Press, 2003), hlm 58.

¹¹*Ibid.*, hlm.59.

2. Indeks Konsistensi Internal

Butir-butir dalam sebuah instrumen haruslah mengukur hal yang sama dan menunjukkan kecenderungan yang sama pula. Konsistensi internal masing-masing butir dilihat dari korelasi antar skor butir-butir tersebut dengan skor totalnya. Untuk menghitung konsistensi internal butir ke- i , digunakan rumus korelasi produk momen dari Karl Pearson, yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

dengan:

r_{xy} : indeks konsistensi internal untuk butir ke- i

n : cacah subyek yang diberi angket

X : butir ke- i (dari subyek uji coba)

Y : skor total (dari subyek uji coba)

Butir angket dikatakan mempunyai konsistensi internal yang baik jika nilai $r_{xy} \geq 0,3$. Jika indeks konsistensi internal untuk butir ke- i item pertanyaan kurang dari 0,3 maka butir tersebut harus dibuang¹².

3. Uji Reliabilitas Angket

Suatu instrumen disebut reliabel jika hasil pengukuran dengan instrumen tersebut tetap sama jika pengukuran tersebut dikenakan pada orang yang sama pada waktu yang berlainan ataupun apabila dikenakan pada orang lain (dengan kemampuan yang sama) baik pada waktu yang sama maupun pada waktu yang berlainan. Instrumen

¹²*Ibid.*, hlm. 65.

angket yang digunakan dalam penelitian ini berbentuk *Skala Likert* dengan 5 alternatif jawaban, penentuan koefisien reliabilitas instrumen angket dengan teknik *Alpha Cronbach* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} : indeks reliabilitas instrumen

n : banyaknya butir instrumen

s_i^2 : variansi butir ke- i , $i = 1, 2, \dots, n$

s_t^2 : variansi skor-skor yang diperoleh subjek uji coba.

Menurut Budiyono suatu instrumen angket dikatakan reliabel apabila memiliki koefisien reliabilitas lebih dari 0,70. Berdasarkan pendapat tersebut, instrumen tes yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian ini memiliki koefisien reliabilitas lebih dari 0,70 dengan kata lain, soal dikatakan reliabel jika $r_{11} \geq 0,70$ ¹³.

F. Teknik pengumpulan Data

Instrumen dan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1. Angket (kuesioner)

Angket atau kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui. Metode ini penulis

¹³*Ibid.*, hlm. 70.

gunakan untuk memperoleh data tentang Pelayanan Karyawan dan kepuasan nasabah baik yang di Bank Rakyat Indonesia maupun yang di Bank Syariah Mandiri.

2. Observasi

Dokumentasi adalah barang-barang tertulis yang digunakan dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen dan lain-lain. Metode ini digunakan untuk untuk mengumpulkan data yang berhubungan dengan penelitian berupa dokumen-dokumen dari.

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Normalitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah sampel penelitian ini dari populasi distribusi normal atau tidak. Untuk menguji normalitas ini digunakan *Uji Lilliefors* dengan prosedur:

a. Hipotesis

H_0 : sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal

H_1 : sampel tidak berasal dari populasi yang berdistribusi normal

b. Taraf Signifikansi $\alpha = 0,05$

c. Statistik Uji

$$L = \text{Maks} |F(z_i) - E(z_i)|$$

dengan:

$$z_i = \frac{X_i - \bar{X}}{s}$$

$$F(z_i) = P(Z \leq z_i); Z \sim N(0,1)$$

$S(z_i)$ = proporsi cacah $Z \leq z_i$ terhadap seluruh z_i

d. Daerah Kritik (DK)

$$DK = \{L \mid L > L_{\alpha,n}\}$$

e. Keputusan Uji

H_0 ditolak jika $L \in DK$

f. Kesimpulan:

- 1) Sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal jika H_0 diterima
- 2) Sampel tidak berasal dari populasi yang berdistribusi normal jika H_0 ditolak.¹⁴

2. Uji Homogenitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah populasi penelitian mempunyai variansi yang sama atau tidak. Untuk menguji homogenitas ini digunakan metode *Fisheer* dengan prosedur sebagai berikut:

1) Hipotesis:

$$H_0 : \sigma_1^2 = \sigma_2^2 = \dots = \sigma_k^2 \text{ (Variansi homogen)}$$

H_1 : paling sedikit ada satu pasang variansi yang berbeda

2) Taraf Signifikansi: $\alpha = 0,05$

3) Statistik Uji yang digunakan:

$$\chi^2 = \frac{2,303}{c} \left[f \cdot \log RKG - \sum f_j \cdot \log s_j^2 \right] \text{ dengan } \chi^2 \sim \chi^2(k-1)$$

¹⁴*Ibid.* hlm 171.

Dengan:

k : banyaknya sub populasi

N : banyaknya seluruh nilai

f : derajat kebebasan untuk $RKG = N - k = \sum_{j=1}^k f_j$

f_j : derajat bebas untuk $s_j^2 = n_j - 1$ dengan $j = 1, 2, \dots, k$

$$SSj = \sum X_j^2 - \frac{(\sum X_j)^2}{n_j} \text{ dan } RKG = \frac{\sum SSj}{\sum f_j}$$

$$c = 1 + \frac{1}{3(k-1)} \left(\sum \frac{1}{f_j} + \frac{1}{f} \right)$$

4) Daerah kritik: $DK = \{ \chi^2 | \chi^2 > \chi^2_{(\alpha, k-1)} \}$

5) Keputusan uji

H_0 ditolak jika $\chi^2 \in DK$

6) Kesimpulan

- a) Populasi-populasi homogen jika H_0 diterima
- b) Populasi-populasi tidak homogen jika H_0 ditolak.¹⁵

3. Pengujian Hipotesis

Teknis analisis pengujian hipotesisi yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik ANAVA (analisis varian) dua jalur dengan desain faktorial 2x2. Degan tujuan untuk menguji efek (pengaruh) variabel bebas yaitu kualitas layanan terhadap variabel terkikatnya.

¹⁵Budiyono, *Statistik Untuk Penelitian Edisi ke 2*, (Surakarta: Sebelas Maret University Press, 2007), hal. 176.

Uji hipotesis akan dilakukan sebagai berikut:

a. Model Data

X_{ijk} = data amatan ke- k pada baris ke- i kolom ke- j

μ = rerata dari seluruh data amatan (rerata besar)

β_j = efek kolom ke- j pada variabel terikat

α_i = efek baris ke- i pada variabel terikatnya

$(\alpha\beta)_{ij}$ = kombinasi efek baris ke- i dan kolom ke- j pada variable

Terikat.

ε_{ijk} = galat eksperimen yang didistribusi normal.

i = 1, 2, ..., p , dengan: 1 = Kualitas Layanan

2 = Kepuasan nasabah

j = 1, 2, ..., q , dengan: 1 = Bank Islam

2 = Bank Konvensional

K = 1, 2, ..., n_{ij} , dengan: n_{ij} = banyaknya data amatan pada sel

I_j

b. Prosedur

1) Hipotesis

$H_0 : \alpha_j = 0$, untuk setiap $j = 1, 2$ (tidak ada variabel bebas terhadap variable terikat)

H_1 : paling sedikit ada satu α yang tidak nol (ada pengaruh variabel

bebas terhadap variabel terikat)

2) Taraf signifikan $\alpha = 0,05$

3) Komputasi

a) Notasi dan tata letak data

Tabel 3.4
Data Amatan, Rataan, dan Jumlah Kuadrat Deviasi

Pelayanan Karyawan (B)	Jenis Bank (A)	
	Konvensional (A1)	Islam (A2)
Tinggi (B1)	A1B1	A2B1
Rendah (B2)	A1B2	A2B2

Keterangan :

A : Jenis Bank

B : Kualitas Layanan

A1B1 : Kepuasan Nasabah Bank BNI yang mendapat
Layanan Tinggi

A2B1 : Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri yang mendapat
Layanan Tinggi

A1B2 : Kepuasan Nasabah BNI yang mendapat
Layanan Rendah

A2B2 : Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri yang mendapat
Layanan Rendah

Tabel 3.5
Rerata dan Jumlah Rerata

Pelayanan Karyawan (B)	Jenis Bank (A)		Total
	Konvensional (A1)	Islam(A2)	
Tinggi (B1)	$\overline{X_{11}}$	$\overline{X_{12}}$	A ₁
Rendah (B2)	$\overline{X_{21}}$	$\overline{X_{22}}$	A ₂
Total	B ₁	B ₂	G

Keterangan:

$$A_i = \sum_j \overline{AB_{ij}} = \text{jumlah rerata baris ke } i$$

$$B_j = \sum_i \overline{AB_{ij}} = \text{jumlah rerata baris ke } j$$

$$G = \sum_j \overline{AB_{ij}} = \text{jumlah rerata semua sel}$$

b) Komponen jumlah kuadrat

Didefinisikan

$$b) \frac{G^2}{pq}; (2) \sum_{ij} ss_{ij}; (3) \sum_{ij} \frac{A_i^2}{q} \quad (4) \sum_j \frac{B_j^2}{p} \quad (5) \sum_{ij} (\overline{AB})_{ij}^2$$

c) Jumlah kuadrat

$$JKA = \overline{n_h} \{(3) - (1)\}$$

$$JKB = \overline{n_h} \{(3) - (1)\}$$

$$JKAB = \overline{n_h} \{(1) + (4) - (3) - (3)\}$$

$$JKG = (2)$$

$$JKT = JKA + JKB + JKAB + JKG$$

Keterangan:

$$JKA = \text{jumlah kuadrat baris}$$

$$JKB = \text{jumlah kuadrat kolom}$$

$$JKAB = \text{jumlah kuadrat interaksi antara baris dan kolom}$$

$$JKG = \text{jumlah kuadrat galat}$$

$$JKT = \text{jumlah kuadrat total}$$

d) Derajat Keabsahan (DK)

$$DKA = p - 1$$

$$DKB = q - 1$$

$$DKAB = (p - 1) (q - 1)$$

$$DKG = n - pq$$

$$DKT = n - 1$$

e) Rerata Kuadrat

$$RKA = \frac{JKA}{DKA}$$

$$RKB = \frac{JKB}{DKB}$$

$$RKAB = \frac{JKAB}{DKAB}$$

$$RKG = \frac{JKG}{DKG}$$



f) Setatistik Uji

$$F_a = \frac{RKA}{RKG}$$

$$F_b = \frac{RKB}{RKG}$$

$$F_{ab} = \frac{RKAB}{RKG}$$

g) Daerah Kritik

(1) Daerah kritik untuk F_a adalah $DK = \{F_a | F_a >$

$$F_{a;p-1;n-pq}\}$$

(2) Daerah kritik untuk F_b adalah $DK = \{F_b | F_b >$

$$F_{a;q-1;n-pq}\}$$

(3) Daerah kritik untuk F_{ab} adalah $DK = \{F_{ab} | F_{ab} >$

$$F_{a;(p-1)(q-1);n-pq}\}$$

- h) Keputusan Uji
 H_0 ditolak jika F_{hitung} terletak di daerah kritik (budyono, 2009:229-231).
- i) Rangkuman analisis

Tabel 3.6
Rangkuman Analisis Dua Jalur

Sumber	JK	DK	RK	F_{obs}	F_{α}	P
Baris (A)	JKA	p - 1	RKA	F_a	F^*	$< \alpha$ atau $> \alpha$
Kolom (B)	JKB	q - 1	RKB	F_b	F^*	$< \alpha$ atau $> \alpha$
Interaksi (AB)	JKAB	(p-1)(q-1)	RKAB	F_{ab}	F^*	$< \alpha$ atau $> \alpha$
Galat	JKG	n-pq	RKG	-	-	-
Total	JKT	n-1	-	-	-	-

Keterangan:

- P = Probabilitas amatan
- F^* = nilai F yang diperoleh dari tabel

(budyono, 2009: 215)

4. Uji Lanjutan Anava

Apabila H_0 ditolak maka perlu dilakukan uji lanjut anava. Untuk uji digunakan metode scheffe. Langkah-langkah dalam menggunakan metode Scheffe sebagai berikut:

- a. Mengidentifikasi semua pasangan komparasi rerata
- b. Merumuskan hipotesis yang bersesuaian dengan komparasi tersebut
- c. Menentukan taraf signifikasi $\alpha = 0,05$
- d. Mencari harga setatitik uji F dengan rumus sebagai berikut:
 - 1) Komparasi rerata antara kolom -i dan kolom ke-j

$$F_{i-j} = \frac{(\bar{X}_i - \bar{X}_j)^2}{RKG \left(\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)}$$

Keterangan:

F_{i-j} = nilai F_{obs} pada perbandingan kolom-i dan kolom ke-j

$\bar{X}_{.i}$ = rataan pada kolom-i

$\bar{X}_{.j}$ = rataan pada kolom-j

RKG = rataan kuadrat galat, diperoleh dari perhitungan analisis variansi

$n_{.i}$ = ukuran sampel kolom-i

$n_{.j}$ = ukuran sampel kolom-j

dengan daerah kritik

$$DK = \{F | F > (q - 1) F_{\alpha; q-1; n-pq}\}$$

2) Komparasi rataan antar sel pada kolom yang sama

Uji scheffe untuk komparasi rataan antar sel pada kolom yang sama adalah:

$$F_{ij-kj} = \frac{(\bar{X}_{ij} - \bar{X}_{ik})^2}{RKG \left(\frac{1}{n_{ij}} + \frac{1}{n_{ik}} \right)}$$

F_{ij-kj} = nilai F_{obs} pada pembandingan rataan pada sel ij dan rataan pada sel kj

$\bar{X}_{ij}$ = rataan pada sel ij

$\bar{X}_{ik}$ = rataan pada sel ik

RKG = rataan kuadrat galat, yang diperoleh dari perhitungan analisis variansi

n_{ij} = ukuran sel ij

n_{ik} = ukuran sel ik

Dengan daerah kritik

$$DK - \{F | F > (pq - 1) F_{a; pq-1; n-pq}\}$$

- 3) Menentukan uji masing-masing komparasi
- 4) Menentukan kesimpulan dari keputusan uji yang sudah ada¹⁶



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

¹⁶*Ibid.*, hlm 127.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Singkat Bank

1. Bank Syariah Mandiri

Bank Syariah Mandiri adalah lembaga perbankan di Indonesia. Bank ini berdiri pada 1955 dengan nama Bank Industri Nasional. Bank ini beberapa kali berganti nama dan terakhir kali berganti nama menjadi Bank Syariah Mandiri pada tahun 1999 setelah sebelumnya bernama Bank Susila Bakti yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi.

a. Profil Perusahaan

Nama : PT Bank Syariah Mandiri

Tanggal Berdiri : 25 Oktober 1999

Tanggal Beroperasi : 1 November 1999

Kantor Layanan : 864 kantor, yang tersebar di 33 provinsi di seluruh Indonesia

Alamat : Jl A. Yani No. 94, Pacitan Jawa Timur

b. Visi dan Misi

a) Visi

Memimpin pengembangan peradaban ekonomi yang mulia.

b) Misi

- Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
- Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen UMKM.
- Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.
- Mengembangkan nilai-nilai syariah universal

2. Bank BNI

Bank Negara Indonesia atau BNI adalah sebuah institusi bank milik pemerintah, dalam hal ini adalah perusahaan BUMN, di Indonesia. Dalam struktur manajemen organisasinya, Bank Negara Indonesia (BNI), dipimpin oleh seorang Direktur Utama yang saat ini dijabat oleh Gatot Mudiantoro Suwondo.

a. Sejarah BNI

Bank Negara Indonesia (BNI) adalah bank komersial tertua dalam sejarah Republik Indonesia. Bank ini didirikan pada tanggal 5 Juli tahun 1946. Saat ini BNI mempunyai 914 kantor cabang di Indonesia dan 5 di luar negeri. BNI juga mempunyai unit perbankan syariah, Namun sejak 2010 telah spin off (Memisahkan diri), yang dinamakan *BNI Syariah*

PT Bank Negara Indonesia Tbk didirikan oleh Margono Djojohadikusumo, yang merupakan satu dari anggota BPUPKI, lalu mendirikan bank sirkulasi/sentral yang bertanggung jawab menerbitkan dan mengelola mata uang RI.

Margono berjasa besar atas perkembangan bisnis atau usaha perbankan di Indonesia. Karena Margono adalah seorang pionir, maka dia berhasil menanamkan nilai-nilai dan cara pandang bisnis perbankan di Indonesia, menggantikan peranan *De Javasche Bank* pada era penjajahan.

b. Budaya Kerja

Budaya Kerja BNI "Prinsip 46" merupakan Tuntunan Perilaku Insan BNI, terdiri dari Empat Nilai Budaya Kerja :

- 1) Profesionalisme
- 2) Integritas
- 3) Orientasi perbankan
- 4) Perbaikan tiada henti

Enam Nilai Perilaku Utama Insan BNI :

- 1) Meningkatkan Kompetensi dan Memberikan Hasil Terbaik
- 2) Jujur, Tulus dan Ikhlas
- 3) Disiplin, Konsisten dan Bertanggung Jawab
- 4) Memberikan Layanan Terbaik Melalui Kemitraan yang Sinergis
- 5) Senantiasa Melakukan Penyempurnaan
- 6) Kreatif dan Inovatif

Setiap Nilai Budaya Kerja BNI memiliki Perilaku Utama yang merupakan acuan bertindak bagi seluruh Insan BNI. Enam Perilaku Utama Insan BNI disesuaikan dengan empat nilai budaya kerja BNI :

- a) Profesionalisme, Meningkatkan Kompetensi dan Memberikan Hasil Terbaik.
- b) Integritas, Jujur, Tulus dan Ikhlas; Disiplin, Konsisten dan Bertanggung Jawab.
- c) Orientasi Pelanggan, Memberikan Layanan Terbaik Melalui Kemitraan yang Sinergis
- d) Perbaikan Tiada Henti, Senantiasa Melakukan Penyempurnaan, Kreatif dan Inovatif



B. Hasil Uji Prasarat Analisis

1. Keabsahan Data (Instrumen)

a. Angket Kualitas Layanan

1) Uji Validitas Pakar (isi)

Untuk mengetahui apakah angket yang digunakan valid maka peneliti mengkonsultasikan kepada ahli sebagai validator (*expert judgment*). Validator dipilih dengan pertimbangan bahwa yang bersangkutan mempunyai profesi atau keahlian di bidangnya. Penelahaan ini dilakukan menggunakan lembar validasi dengan validator, sebagai berikut:

- a) Siti Hajaroh, M.Pd., dosen metodologi penelitian dan statistik di stikip PGRI Pacitan.

- b) Sutrisno, M.Si., dosen Fiqih Kontemporer di STAIFA Pacitan.
ketepatan kisi-kisi angket dan butir angket telah sesuai dengan kisi-kisi yang dibuat (Lampiran I-II).

2) Uji Konsistensi Internal

Perhitungan konsistensi internal suatu penelitian, menunjukkan bahwa semua butir angket memiliki indeks konsistensi internal yang memadai jika indeksnya minimal 0,300. Hasil validitas butir pada angket kualitas layanan yang terdiri dari 18 butir menunjukkan bahwa, keseluruhan butir memiliki konsistensi internal yang tinggi atau valid. Data hasil perhitungan konsistensi internal kedua angket tersebut dapat dilihat (Lampiran III-VI)

3) Uji Reliabilitas

Hasil Uji coba angket dilaksanakan di Bank Syariah Mandiri dan BNI yang ada di kota Pacitan dengan peserta pengisi angket sejumlah 60 nasabah. Dari jumlah tersebut terbagi dalam dua bagian yaitu, 30 nasabah Bank Syariah Mandiri dan nasabah 30 BNI, dengan angket berjumlah 18 butir soal. Hasil pengolahan data menunjukkan hasil sebagai berikut:

- a) Koefisien reliabilitas angket kualitas layanan bank BNI sebesar 0,94
- b) Koefisien reliabilitas angket kualitas layanan Bank Syariah Mandiri sebesar 0,88

Dengan batas minimal reliabilitas adalah 0,70 maka angket kualitas layanan layak digunakan sebagai instrumen penelitian (Lampiran III-VI).

2. Angket Kepuasan Nasabah

a. Uji Validitas Pakar (isi)

Pada angket kepuasan nasabah untuk mengetahui apakah angket yang digunakan valid maka peneliti mengkonsultasikan kepada ahli sebagai validator (*expert judgment*) yang sama dengan angket kualitas layanan.

Maka Setelah dilakukan pemeriksaan kembali terhadap ketepatan kisi-kisi angket dan tata bahasanya seperti yang dilakukan pada angket kualitas layanan maka diperoleh hasil bahwa butir angket telah sesuai dengan kisi-kisi yang dibuat (Lampiran I-II).

b. Uji Konsistensi Internal

Perhitungan konsistensi internal atau validitas butir instrumen suatu penelitian, menunjukkan bahwa semua butir angket memiliki indeks konsistensi internal yang memadai jika indeksnya minimal 0,300. Pada penelitian ini angket kepuasan nasabah yang terdiri dari 20 butir menunjukkan bahwa keseluruhan butir memiliki konsistensi internal yang tinggi atau valid. Data hasil perhitungan konsistensi internal kedua angket tersebut dapat dilihat (Lampiran III-VI).

c. Uji Reliabilitas

Hasil Uji coba angket dilaksanakan di Bank Syariah Mandiri dan BNI yang ada di kota Pacitan dengan peserta pengisi angket sejumlah 60 nasabah. Dari jumlah tersebut terbagi dalam dua bagian yaitu, 30 nasabah Bank Syariah Mandiri dan 30 nasabah BNI, dengan angket berjumlah 20 butir soal. Hasil pengolahan data menunjukkan hasil sebagai berikut:

- (1) Koefisien reliabilitas angket kepuasan nasabah BNI sebesar 0,91
- (2) Koefisien reliabilitas angket kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri sebesar 0,89

Dengan batas minimal reliabilitas adalah 0,70 maka angket kualitas layanan layak digunakan sebagai instrumen penelitian (Lampiran III-VI).

C. Uji Keseimbangan

1. Data kepuasan nasabah

Data yang digunakan sebagai kemampuan awal untuk uji keseimbangan adalah skor kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri dan BNI Pacitan, Berikut disajikan deskripsi data kepuasan nasabah.

Tabel 4.1. Deskripsi Data sekor kepuasan nasabah

Bank	N	Ukuran Pemusatan			Ukuran Dispersi		
		$\bar{X}$	Median	Modus	Sd	Max	Min
BNI	30	89,23	90,5	96	6,67	98	77
BSM	30	88,23	88,5	94	5,73	99	79

(lihat Lampiran VII)

2. Uji Prasyarat untuk Uji Keseimbangan

Uji prasyarat untuk uji keseimbangan menggunakan

a. Uji normalitas

Uji normalitas dilakukan sebanyak dua, yakni masing-masing kualitas layanan dan kepuasan nasabah dengan taraf signifikansi 0,05. Rangkuman hasil uji normalitas populasi menggunakan metode *Lilliefors* disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 4.2. Rangkuman Hasil Uji Normalitas Terhadap kepuasan kelompok bank BNI dan Bank Syariah Mandiri

Bank	<i>N</i>	<i>L_{obs}</i>	<i>F_α</i>	Keputusan Uji	Simpulan
BNI	30	0,1168	0,161	H ₀ tidak ditolak	Normal
BSM	30	0,1181	0,161	H ₀ tidak ditolak	Normal

(lihat Lampiran VIII-XI)

Berdasarkan hasil uji normalitas terhadap data kepuasan nasabah sampel pada BNI dan BSM mempunyai nilai *L_{obs}* tidak terletak pada *DK*. Sehingga diperoleh simpulan bahwa sampel pada bank masing-masing berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

b. Uji homogenitas

Uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui apakah populasi yang dibandingkan mempunyai variansi yang sama (homogen) atau tidak. Uji ini dilakukan sebanyak satu kali yakni dengan membandingkan variansi pada Bank Syariah Mandiri dan BNI.

Hasil perhitungan menggunakan rumus *uji fisher*, menunjukkan $F_{tabel} = F_{(0,05 \times 29,29)} = 1,85$ dan $F_{hitung} = 1,404$. Karena F_{hitung} lebih kecil

dari F_{tabel} maka H_0 diterima. Jadi kedua distribusi populasi mempunyai varians yang sama atau homogen. Perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada (Lampiran XII).

3. Hasil Uji keseimbangan

Berdasarkan hasil uji keseimbangan dengan menggunakan uji t diperoleh bahwa $t_{\text{hitung}} = 0,61$ harga t_{tabel} untuk $db = 29$ dan $\alpha = 0,05$ yaitu $t_{\text{tabel}} = t_{(0,05;29)} = 2,045$ sehingga dapat disimpulkan bahwa $t_{\text{hitung}} = 0,61 < t_{\text{tabel}} = 2,045$ Maka H_0 diterima dan H_1 ditolak pada taraf signifikan $\alpha = 0,05$ artinya kedua kelompok yakni nasabah Bank Syariah Mandiri dan BNI adalah sama atau seimbang. Perhitungan uji keseimbangan selengkapnya dapat dilihat pada (Lampiran XIII).

D. Analisis Variansi

1. Uji Prasyarat

a. Uji normalitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah sampel penelitian dari populasi berdistribusi normal atau sebaliknya. Statistik uji yang digunakan adalah *Metode Lilliefors* dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Uji normalitas dilakukan terhadap 4 (empat) kelompok, yaitu 1) A1B1 (kelompok nasabah bank BNI yang mendapatkan kualitas pelayanan tinggi), 2) A1B2 (kelompok nasabah bank BNI yang mendapatkan pelayanan rendah), 3) A2B1 (kelompok nasabah Bank Syariah Mandiri yang mendapatkan kualitas layanan tinggi), 4) A2B2 (kelompok nasabah Bank Syariah Mandiri yang mendapatkan kualitas

layanan rendah). Rangkuman hasil uji normalitas disajikan pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4.3. Rangkuman Hasil Uji Normalitas

Kelompok	L_{max}	L_{Tabel}	H_0	Kesimpulan
A1B1	0,103	0,220	Diterima	Normal
A1B2	0,193	0,220	Diterima	Normal
A2B1	0,152	0,220	Diterima	Normal
A2B2	0,109	0,220	Diterima	Normal

(lihat LampiranXIV-XVII)

Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa semua kelompok berasal dari populasi berdistribusi normal di karenakan semua kelompok L hitungnya lebih kecil dari L tabelnya.

b. Uji homogenitas

Untuk menguji homogenitas ini digunakan metode Uji F, uji homogenitas dilakukan sebanyak 2 kali yaitu terhadap kepuasan nasabah bank BNI dan bank BSM, kelompok kepuasan nasabah bank yang mendapatkan layanan tinggi kelompok yang mendapatkan layanan rendah, dengan rangkuman data sebagai berikut :

Tabel 4.4. Rangkuman Hasil Uji Homogenitas

Kelompok	X^2_{obs}	DK	H_0	Kesimpulan
A1-A2	1,404	2,41	Diterima	Homogen
B1- B2	1,529	2,41	Diterima	Homogen

(lihat Lampiran XVIII)

Keterangan:

A1-A2 : kepuasan nasabah bank BNI dan bank BSM

B1-B2 : kepuasan nasabah bank yang mendapatkan layanan tinggi kelompok yang mendapatkan layanan rendah.

Berdasarkan hasil uji homogenitas menunjukkan bahwa semua kelompok di atas mempunyai variansi yang sama (homogen).

2. Uji Hipotesis

a. Uji Anava

Uji hipotesis dilakukan menggunakan analisis variansi dua jalan dengan formulasi anava 2x2 setelah diketahui bahwa sampel random data berasal dari populasi berdistribusi normal dan mempunyai variansi yang sama (homogen). Rangkuman hasil uji hipotesis disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.5. Rangkuman Analisis Variansi

Sumber	JK	Dk	RJK	F _{hitung}	F _α	Keputusan
Jenis Bank (A)	7,35	1	7,35	0,57	4,18	H ₀ di terima
Kualitas Layanan (B)	1570,8	1	1570,8	120,8	4,18	H ₀ ditolak
Interaksi (AB)	16,03	1	16,03	1,23	4,18	H ₀ diterima
Dalam	624	46	13	-	-	
Total	2218,18	49	-	-	-	

(lihat Lampiran XIX)

Berdasarkan data tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Tidak terdapat perbedaan rata-rata tingkat kepuasan nasabah BSM dan BNI, terlihat dari perolehan $F_{obs} = 0,57$ dengan $DK = \{ F \mid F > 4,18 \}$ atau $F_{obs} \in DK$ sehingga H_{0A} diterima.
- b) Tidak ada interaksi antara faktor A (jenis bank) dan faktor B yaitu kualitas layanan yaitu berdasarkan perolehan $F_{obs} = 1,23$ dengan $DK = \{ F \mid F > 4,18 \}$ atau $F_{obs} \in DK$ sehingga H_{0AB} diterima.

- c) Terdapat perbedaan kepuasan nasabah, yaitu kelompok nasabah yang mendapatkan layanan tinggi dan kelompok nasabah yang mendapatkan layanan rendah. Hal tersebut berdasarkan perolehan $F_{obs} = 120,8$ dengan $DK = \{F \mid F > 4,18\}$ atau $F_{obs} \in DK$ sehingga H_{0B} ditolak.

1) Pengaruh vareabel bebas terahdap variabel terikat

Dari perhitungan Pengaruh variabel bebas terhadap variabel terkait di dapat $W^2 = 0,0038$, dengan demikian berarti jenis bank dan kualitas layanan dapat menjelaskan 0,38% variansi kepuasan nasabah.

E. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis, berikut adalah penjelasan dari keempat hipotesis penelitian.

1. Hipotesis Pertama

Tidak ada perbedaan yang signifikan kualitas layanan antara Bank Syariah Mandiri dan BNI di Kabupaten Pacitan terlihat dari perolehan perhitungn $F_{obs} = 0,57$ dengan $DK = \{F \mid F > 4,18\}$ atau $F_{obs} \in DK$ sehingga H_{0A} diterima. Dengan diterimanya H_{0A} maka tidak perlu dilakukan uji lanjut, dengan demikian dapat di tarik kesimpulan bahwa tidak terdapat perbedaan kualitas layanan nasabah Bank Syariah Mandiri dengan BNI, jadi jenis bank tidak begitu signifikan pengaruhnya terhadap kualitas layanan. Kesamaan kualitas layanan antara BSM dan BNI Karena mereka sama-sama menjual jasa sehingga mereka akan membuat layanan

yang terbaik untuk para nasabahnya, mereka berlomba lomba meningkatkan kualitas layanan sehingga bisa menaikkan citra perusahaannya sehingga nasabah merasa puas dan loyal kepada perusahaan, walau BNI lebih dulu berdiri di banding dengan BSM, akan tetapi BSM tidak kalah kualitas layanannya kalau dilihat dari lima dimensi kualitas layanan yaitu, bukti fisik, keamanan, empati, kehandalan dan jaminan.

Menurut Peter Wilson nama/brand perusahaan juga dapat mendorong kepada perusahaan untuk dapat meningkatkan dan menjaga kualitas yang tinggi dalam menjaga reputasi nama mereka¹. Bank BNI dan Bank Syariah sama-sama mempunyai reputasi yang baik sehingga mereka menjaga kualitas layanannya sehingga nasabah merasa puas atas layanan yang di berikan oleh karyawan bank.

Dengan demikian penelitian ini hasilnya berbeda dengan penelitian yang di lakukan Agraini (2012), dimanan pada penelitiannya, ia menyatakan bahwa, perbankan syariah dengan perbankan konvensional memiliki perbedaan yang signifikan dalam kinerja keuangan. Sedangkan secara umum kalau di rata-ratakan pada penelitian ini tidak terdapat perbedaan kualitas layanan yang begitu signifikan.

¹ Wilson, Peter. *Pengantar ekonomi mikro*. (Jakarta: Salemba empat, 2012) hal. 386

Akan tetapi kalau di lihat dari segi lima dimensi kualitas layanan yaitu:

1. Dari segi daya tanggap dari lima soal yang di berikan kepada responden BSM memperoleh skor 534 sedangkan BNI memperoleh 528 terpaut enam poin, dimana Bank Syariah Mandiri lebih unggul di banding BNI. Tetapi keunggulan BSM tidak begitu signifikan, bisa diartikan bahwa kualitas dari segi daya tanggap kedua bank tersebut sama.
2. Dari segi jaminan Bank Syariah Mandiri memperoleh skor 673 sedangkan bank BNI memperoleh 676 hanya terpaut 3 poin dari 6 soal yang diberikan, ini berarti jaminan bank BNI tidak berbeda di banding jaminan yang di berikan oleh Bank Syariah Mandiri.
3. Dari segi bukti fisik bank BNI memperoleh skor 542 sedangkan Bank Syariah mandiri memperoleh skor 532 di mana bank BNI lebih unggul 10 poin dengan Bank Syariah Mandiri dari sini dapat di simpulkan bahwa bukti fisik bank BNI di Pacitan lebih unggul di banding Bank Syariah Mandiri, walaupun unggul 10 kalau dirata-rata dari skor tersebut BNI mempunyai rata-rata 18,0 sedangkan BSM mempunyai rata-rata 17,77 ini berarti kedua bank tersebut mempunyai kualitas yang sama kalau di tinjau dari jawaban nasabah pada anket kepuasan yang disebar oleh peneliti.

4. Dari segi empati Bank Syariah Mandiri memperoleh 396 sedangkan bank BNI memperoleh 395 dengan demikian empati kedua bank tersebut sama,
5. Sedangkan dari segi kehandalan bank BNI mendapat rata-rata jawaban 4 skala liker yang berarti nasabah merasa puas, begitu juga Bank Syariah Mandiri juga memperoleh rata-rata jawaban 4 skala liker yang berarti nasabah merasa puas, ini berarti dimana kehandalan bank BNI sama dengan kehandalan karyawan Bank Syariah Mandiri.

2. Hipotesis Kedua

Secara teori nasabah yang mendapatkan pelayanan yang baik maka akan merasa puas dengan apa yang di dapat, begitu juga apabila nasabah mendapatkan pelayanan yang tidak baik maka tidak akan merasa puas dengan apa yang di dapat. Menurut Summarni kepuasan pelanggan adalah “tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang dirasakan dengan harapannya”.² Menurut Rangkuti kepuasan pelanggan adalah “respon pelanggan terhadap ketidak sesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang di rasakan setelah pemakaian”.³

Dari teori ini dapat di simpulkan bahwa nasabah akan puas apa bila ia telah merasakan pelayanan yang baik karena nasabah akan membandingkan dengan apa yang di rasakan/dihasilkan dengan harapannya, dengan begitu apa bila yang di hasilkan sesuai yang di

² Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*. (Yogyakarta: Liberty, 2002), hlm. 226

³ Freddy Rangkuti, *Measure Costumer Satisfaction*. (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2002), hlm. 89.

harapkan maka akan puas dan apa bila apa yang di hasilkan tidak sesuai dengan apa yang di harapkan maka tidak akan merasa puas, dari itu maka ada perbedaan kepuasan nasabah yang mendapatkan pelayanan tinggi dan nasabah yang mendapatkan pelayanan rendah.

Dalam penelitian ini diperoleh $F_{obs} = 120,8$ dengan $DK = \{F \mid F > 4,18\}$ atau $F_{obs} \in DK$ sehingga H_{0B} ditolak. Dari hasil tersebut dapat di ambil kesimpulan bahwa terdapat interaksi yang signifikan pengaruh kuailitas layanan terhadap kepuasan nasabah bank, kepuasan nasabah bank yang mendapatkan kualitas layanan yang tinggi memiliki kepuasan yang lebih tinggi di bandingkan dengan kepuasan nasabah yang mendapatkan pelayanan dengan kualitas rendah.

Seperti jawaban nasabah pada kelompok yang mendapatkan pelayanan tinggi yaitu medapat skor rata-rata 94 untuk BNI dan 93 untuk BSM, sedangkan rata-rata skor yang mendapatkan layanan rendah adalah 93 untuk BNI dan 83 juga untuk BSM, artinya kalu layanan mempengaruhi tinggi rendahnya kepuasan nasabah.

3. Hipotesis Ketiga

Tinggi rendahnya kepuasan tergantung pada kualitas layanan yang di dapat, menurut Rangkuti kepuasan pelanggan adalah “respon pelanggan terhadap ketidak sesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang di rasakan setelah pemakaian”.⁴

⁴ Freddy Rangkuti, *Measure Costumer Satisfaction*. (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2002) hal, 89

Nasabah apa bila sudah merasakan kesesuaian apa yang di dapat dengan apa yang diharapkannya mereka akan merasa puas, semakin dekat seperti apa yang diharapkan maka akan lebih merasa puas di banding dengan suatu layanan yang tidak sesuai dengan apa yang di harapkan. Menurut Summarni kepuasan pelanggan adalah “tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang dirasakan dengan harapannya”.⁵

Secara teoritis kepuasan seorang nasabah sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan. Kualitas layanan (*service quality*) berkontribusi signifikan bagi penciptaan diferensiasi, *positioning*, dan strategi bersaing setiap organisasi pemasaran, menurut Philip Kotler seperti yang di kutip oleh Harjo dan Riani, mengemukakan bahwa ”layanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik”.⁶ Dengan terdapatnya perbedaan pelayanan juga akan berdampak pada kepuasan pelanggan, seperti penelitian yang di lakukan oleh Kim Ming (2014). Ia menyatakan kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga dapat di tarik kesimpulan apa bila ada perbedaan pelayanan akan ada juga perbedaan kepuasan pelanggan.

⁵ Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*. (Yogyakarta: Liberty, 2002), hlm.226

⁶ Bangun Kuntoro Harjo Dan Asri Laksmi Riani, , ”Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank”, *Jurnal: Fokus Manajerial*, Vol. 1 (2), (2003), hlm. 123-136.

Berdasarkan perolehan $F_{obs} = 1,23$ dengan $DK = \{F \mid F > 4,18\}$ atau $F_{obs} \in DK$ sehingga H_{0B} diterima. Dengan demikian pada penelitian ini dapat di temukan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada tingkat kepuasan antara nasabah bank BNI dengan BSM di Kabupaten Pacitan, yaitu kepuasan nasabah bank BNI tidak lebih tinggi di bandingkan dengan kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri. Juga dapat di jelaskan bahwa, kedua jenis bank memberikan pengaruh/efek yang sama terhadap kepuasan nasabah. dengan demikian dapat di tarik kesimpulan bahwa kelompok nasabah bank BNI dan kelompok nasabah bank Syariah Mandiri pada kelompok yang mendapatkan kualitas layanan tinggi memiliki tingkat kepuasan yang sama.

Dari jawaban responden pada angket yang di sebar oleh peneliti dapat di analisa bahwa, bank BNI dan Bank Syariah Mandiri di Kabupaten Pacitan secara umum memiliki rata-rata tingkat kepuasan yang seimbang pada kelompok yang mendapatkan layanan tinggi, yaitur rata-rata skor nilai 94,86 untuk bank BNI dan 93,13 untuk Bank Syariah Mandiri.

4. Hipotesis keempat

Fandy Tjiptono mengungkapkan bahwa kualitas layanan adalah “keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan”.⁷ Dari ketrangan ini bahwa kualitas layanan adalah usaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, dengan memenuhi kebutuhan pelanggan maka pelanggan akan merasa puas

⁷ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2000) hal. 59

dengan apa yang didapat, menurut Cadotte kepuasan di konseptualisasikan sebagai “perasaan yang timbul setelah mengevaluasi pengalaman pemakaian produk”.⁸ Dengan begitu bank yang memberikan pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan pada nasabahnya. Baik bank BNI maupun Bank Syariah Mandiri.

Pada penelitian ini kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri tidak lebih tinggi dibanding dengan bank BNI pada kelompok yang mendapatkan layanan rendah dimana Bank Syariah Mandiri memiliki rata-rata jawaban 83,93 sedangkan bank BNI 83,6 dari 20 soal yang di berikan.

Dari hipotesis di atas dapat kita simpulkan bahwa kualitas layanan bank BNI secara umum tidak berbeda di bandingkan dengan Bank Syariaah Mandiri, maka dari itu Bank Syariah Mandiri harus menjaga, dan meningkatkan kualitas layanannya dari beberapa aspek diantaranya yaitu:

- *Tangibles* (bukti fisik), Bank Syariah Mandiri harus menambah kantor cabang, menambah mesin ATM,
- *Reliability* (kehandalan), bank Islam juga harus lebih mengedepankan kehandalan karyawan, salah satu caranya adalah memilih karyawan yang berkualitas dan mempunyai semangat Islami

Dengan adanya peningkatan kualitas layanan tentu akan meningkatkan kepuasan nasabah, sehingga apabila nasabah puas atas layanan yang diberikan akan berdampak pada loyalitas nasabah terhadap bank, dengan demikian bank syariah di Kabupaten Pacitan akan terus berkembang dan dapat bersaing dan lebih

⁸ *Ibit.*

unggul dibanding dengan bank-bank konvensional terutama yang ada di Kabupaten Pacitan khususnya dan di Indonesia umumnya.



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari kajian teori dan hasil analisis serta mengacu pada perumusan masalah yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, dapat di ambil kesimpulan bahwa:

1. Kualitas layanan Bank Syariah Mandiri dan BNI tidak terdapat perbedaan yang signifikan kalau dilihat dari jawaban responden pada anket yang disebar oleh peneiti, hanya ada beberapa aspek dari lima dimensi kualitas layanan terdapat pebedaan yang tak begitu signifikan.
2. Terdapat interaksi yang signifikan pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, dimana kualits layanan yang tinggi dapat mempengaruhi kepuasan nasabah, semakin baik kualitas layanannya maka semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah bank. Dengan adanya rasa yang sangat puas atas layanan yang diberikan tentu saja dapat meningkatkan minat masyarakat terhadap perusahaan, karena kapabila nasabah merasa puas atas apa yang di dapat maka mereka akan kembali lagi dan menjadi loyal terhadap perusahaan, dan mereka kan bercertia kepada teman, saudara, sahabat, tetangga dan lain-lain, sehingga masyarakat semakin mengenal perusahaan tersebut.
3. Tidak terdapat perbedaan kepuasan nasabah BNI dan Bank Syariah Mandiri yang mendapatkan pelayanan yang tinggi, disebabkan kualitas

layanan yang di berikan oleh bank BNI dan Bank Syariah Mandiri pada kelompok nasabah yang mendapatkan pelayanan tinggi sama-sama baik dan unggul sehingga kepuasan nasabahnya memiliki tingkat kepuasan yang sama.

4. Kepuasan nasabah BNI kalau dilihat dari tingkat tinggi rendahnya, tidak lebih baik dibanding kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri pada kelompok nasabah yang mendapatkan pelayanan rendah. Atau dapat di simpulkan tingkat kepuasan nasabah BSM dan BNI sama, atau tidak terdapat perbedaan yang begitu signifikan.

B. Saran

Berdasarkan simpulan penelitian di atas, dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Kepada Cendikiawan dan Ulama

Cendikiawan muslim yang ada di Pacitan harus lebih gencar mempromosikan perbankan yang berbasis atau berlandaskan syariat Islam dengan demikian bank syariah lebih di kenal dimasyarakat, lewat dakwah, lewat diskusi, lewat seminar-seminar, dengan demikian masyarakat pacitan akan lebih familiar dengan bank-bank syariah dan tidak memandang miring terhadap bank syariah.

2. Kepada Peneliti atau Calon Peneliti

Penelitian ini hanya meneliti kualitas layanan pada bank konvensional dan bank Islam di tinjau dari kepuasan nasabah. Bagi peneliti lain mungkin dapat melakukan tinjauan yang lain agar masalah

mengenai perbankan Islam dapat di atasi supaya bank syariah lebih diminati oleh masyarakat .

3. Kepada Bank

- a. Diharapkan agar menjadi bahan evaluasi untuk dapat meningkatkan kualitas layanannya.
- b. Kepada bank syariah harus lebih meningkatkan kualitasnya agar bisa mengungguli bank konvensional terutama bank syariah harus bisa masuk kedalam lima besar bank di Indonesia



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Zainal, 2012, *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru*.
Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Aritonang, Ierbin. (2005). *Kepuasan Pelanggan, pengukuran dan penganalisisan dengan SPSS*, Jakarta> PtPT. Gramedia Pustaka Utama.
- Budiyono, 2003, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Surakarta: UNS Press
- Budiyono, 2007, *Statistik Untuk Penelitian Edisi ke 2*, Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Djaali dan Mulyono, 2008, *Puji Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan*, Jakarta: Gramedia.
- Emzir. (2010). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif dan Kualitatif*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Fandy Tjiptono. (1997). "Prinsip - prinsip Total Quality Service". Yogyakarta :CV.Andi Offset.
- Fandy, Tjiptono dan G Chandra. (2007). *Service, Quality, & Satisfaction*, Yogyakarta: Penerbit Andy
- Gay, L.R, 1981, *Educational Research Competencies For Analysis and Application*.
Ninth Edition, New York : Macmillan Publishing Company
- Harjo, Bangun Kuntoro Dan Riani, Asri Laksmi, 2003, "Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank", *Jurnal: Fokus Manajerial*, Vol. 1 (2).

- Irwan Hadi, (2004). *Frontier on costemer*. Kertas kerja Business Dialog Rutin Anggota AMA (Asosiasi Manajemen Indonesia) DIY. Yogyakarta.
- Joko Subagyo, (2006). *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Kasmir, 2006, *Etika Customer Service*, jakarta: Raja Grafindo Persada
- Kasmir. (2005), *Etika Customer Service*, jakarta: rajawali Press.
- Kasmir. 2004. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT Raja Grafindo
- Kolter, Amstrong. (2001). *Prinsip-prinsip manajemen pemasaran jilid2*. Jakarta; gelora Askara Pratama.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong (2012). *Principle of Marketing*, Fourteenth Edition. Pearson Education Limited, England.
- Kotler, Philip.2002. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: Prenhalindo
- Kottler, Phillip. (1996). "Marketing Management". New York: Prentice Hall.
- Lovelock, Christopher and Lauren Wright (2002). *Principles of Service Marketing and Management*. Second Edition. Pearson Education International, Inc. Prentice Hall.
- Lovelock, Christopher H. (1992). "Managing Services: Marketing, Operation, and Human Resources" (*Second ed.*) Englewood Cliffs: Prentice Hall.

- Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz and Hean Tat Keh. (2002). "Service Marketing in Asia: Managing People, Technology and Strategy". Singapore: Prentice Hall.
- Lovelock, Christopher H. (1996). "Services Marketing". New York: Prentice Hall.
- Lovelock, Christopher H. (2001). "Service Marketing: People, Technology, Strategy" (*Fourth ed.*) Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Dua. Salemba Empat, Jakarta.
- Moh. Nazir, 2000, *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nasution, M.N. 2010. *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Parasuraman, Berry and Zeithaml. (1990). "An Empirical Examination of Relationship in an Extended Service Quality Model." Marketing Science Institute Research Program Series. Report No.90-122.
- Rambat Lupiyoadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa, teori dan praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rambat Lupiyoadi. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat
- Rangkuti, Freddy, 2002 *Measure Costumer Satisfaction*, Jakarta: Gramedia Pustaka,
- Rangkuti, Fredy. (2003). *Measuring Customer Satisfaction: Gaining Customer Relationship Strategy*. Cetakan Kedua. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Salim, Peter dan Salim, Yenny. (1988), *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka

Sugiarto. Endar.(2002). *Pisikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*, Jakarta:
gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono, 2011, *Statistik Untuk Penelitian* , Bandung: Alvabeta

Sumarni, Murti, 2002, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Liberty.

Tjiptono, Fandi, 1997, *Strategi pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy, 2000, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi Offset.



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

LEMBAR VALIDASI PANELIS

Nama : Siti Hajaroh, M.Pd.
Jabatan : Dosen Metodologi Penelitian
Bidang : Penelitian & Evaluasi Pendidikan



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

LEMBAR VALIDASI INSTRUMEN ANGKET KEPUASAN NASABAH

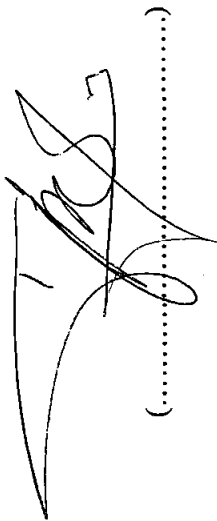
No	Kriteria Penelaahan	Butir Soal																			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	Butir angket sesuai dengan kisi-kisi angket	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2	Materi pada butir angket sesuai dengan indikator yang diukur	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3	Materi pada butir angket jelas dan dapat dipahami nasabah	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4	Materi pada butir angket tidak memberi interpretasi ganda	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5	Kesimpulan	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP
		TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD

keterangan:

- 1. Isilah tanda cek (v) untuk butir angket yang sesuai dengan kriteria penelaahan
- 2. Lingkari untuk kolom kesimpulan, dengan pilihan
 - LD: Layak Digunakan, LDP: Layak digunakan dengan perbaikan, TLD: Tidak Layak digunakan

Pacitan,.....
Validator

Komentar:


(.....)

LEMBAR VALIDASI INSTRUMEN ANGKET PELAYANAN KARYAWAN

No	Kriteria Penelaahan	Butir Soal																	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1	Butir angket sesuai dengan kisi-kisi angket	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2	Materi pada butir angket sesuai dengan indikator yang diukur	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3	Materi pada butir angket jelas dan dapat dipahami nasabah	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4	Materi pada butir angket tidak memberi interpretasi ganda	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5	Kesimpulan	LD	LD	LD	LD	LD	LD	LD	LD	LD	LD	LD	LD	LD	LD	LD	LD	LD	LD
		LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP
		TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD

keterangan:

1. Isilah tanda cek (✓) untuk butir angket yang sesuai dengan kriteria penelaahan

2. Lingkari untuk kolom kesimpulan, dengan pilihan

LD: Layak Digunakan, LDP: Layak digunakan dengan perbaikan, TLD: Tidak Layak digunakan

Komentar:

Pacitan,
Validator

(.....)

LEMBAR VALIDASI PANELIS

Nama : Nur Kholis, Msi
Jabatan : Dosen STAI FA
Bidang : Fiqih Muamalah



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

LEMBAR VALIDASI INSTRUMEN ANGKET PELAYANAN KARYAWAN

No	Kriteria Penelaahan	Butir Soal																	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	7	18
1	Butir angket sesuai dengan kisi-kisi angket	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2	Materi pada butir angket sesuai dengan indikator yang diukur	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3	Materi pada butir angket jelas dan dapat dipahami nasabah	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4	Materi pada butir angket tidak memberi interpretasi ganda	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5	Kesimpulan	LD	LD	LD	LD	LD	LD	LD	LD	LD	LD	LD	LD	LD	LD	LD	LD	LD	LD
		LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP
		TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD

keterangan:

- 1. Isilah tanda cek (v) untuk butir angket yang sesuai dengan kriteria penelaahan
- 2. Lingkari untuk kolom kesimpulan, dengan pilihan
LD: Layak Digunakan, LDP: Layak digunakan dengan perbaikan, TLD: Tidak Layak digunakan



Komentar:

Pacitan, 05.07.2019
Validator

(..... Nur Kholis)

LEMBAR VALIDASI INSTRUMEN ANGKET KEPUASAN NASABAH

No	Kriteria Penelaahan	Butir Soal																			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	Butir angket sesuai dengan kisi-kisi angket	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2	Materi pada butir angket sesuai dengan indikator yang diukur	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3	Materi pada butir angket jelas dan dapat dipahami nasabah	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4	Materi pada butir angket tidak memberi interpretasi ganda	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5	Kesimpulan	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP	LDP
		TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD	TLD

keterangan:

1. Isilah tanda cek (v) untuk butir angket yang sesuai dengan kriteria penelaahan

2. Lingkari untuk kolom kesimpulan, dengan pilihan

LD: Layak Digunakan, LDP: Layak digunakan dengan perbaikan, TLD: Tidak Layak digunakan



Pacitan, 05.12.2015
Validator

Komentar:


(...Nur Kholis...)

lampiran VI

No		No.Resp.	Butir Pernyataan																				JUMLAH	
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20		
1		RS-1	4	4	4	4	5	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	83	
2		RS-2	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	94	
3		RS-3	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	85	
4		RS-4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	84	
5		RS-5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	88	
6		RS-6	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	95	
7		RS-7	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	92	
8		RS-8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	79	
9		RS-9	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	96	
10		RS-10	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	91	
11		RS-11	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	86	
12		RS-12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	99	
13		RS-13	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	95	
14		RS-14	4	4	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	82	
15		RS-15	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	90	
16		RS-16	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	89	
17		RS-17	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	89	
18		RS-18	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	89	
19		RS-19	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	90	
20		RS-20	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	86	
21		RS-21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	99	
22		RS-22	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	84	
23		RS-23	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	94	
24		RS-24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80	
25		RS-25	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	95	
26		RS-26	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	81	
27		RS-27	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	86	
28		RS-28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	89	
29		RS-29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	81	
30		RS-30	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	85	
		Jumlah	138	129	134	133	138	134	125	138	138	131	135	134	132	132	129	125	124	132	132	132	2656	
		Rerata	4.6	4.3	4.467	4.433	4.6	4.467	4.167	4.6	4.6	4.367	4.5	4.467	4.4	4.4	4.3	4.167	4.133	4.4	4.4	4.4	31.70575	
		Standar Devias	0.498	0.466	0.507	0.504	0.498	0.507	0.461	0.498	0.563	0.615	0.509	0.507	0.498	0.498	0.466	0.461	0.346	0.498	0.498	0.498		
		r-hitung	0.248	0.217	0.257	0.254	0.248	0.257	0.213	0.248	0.317	0.378	0.259	0.257	0.248	0.248	0.217	0.213	0.12	0.248	0.248	0.248		
		r-label	0.408	0.364	0.401	0.605	0.408	0.401	0.368	0.408	0.602	0.386	1	0.401	0.408	0.408	0.364	0.368	0.392	0.408	0.408	0.408		
		status	0.349	0.349	0.349	0.349	0.349	0.349	0.349	0.349	0.349	0.349	0.349	0.349	0.349	0.349	0.349	0.349	0.349	0.349	0.349	0.349		
		status	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid		
		Variansi Total	31.71																					
		Jumlah Var	4.946																					
		Alpha Cronbath	0.886																					

lampiran VII
deskripsi varian

NO	BNI	BSM
1	98	99
2	97	98
3	97	96
4	96	94
5	96	94
6	96	94
7	96	94
8	96	93
9	95	93
10	95	93
11	94	91
12	93	90
13	92	90
14	91	89
15	91	89
16	90	88
17	90	86
18	89	86
19	88	86
20	86	85
21	86	85
22	85	84
23	83	84
24	82	84
25	80	81
26	80	81
27	80	81
28	79	80
29	79	80
30	77	79
JUMLAH	2677	2647
MIN	77	79
MAX	98	99
MEAN	89.23333	88.23333
MEDIAN	90.5	88.5
MODUS	96	94
STDEV	6.673072	5.739658
VARIANS	44.52989	32.94368



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

lampiran VIII

Uji Normalitas Kualitas Layanan BNI

Resp	Sekor	Sort Sekor	z	F (z)	Rev S (z)	F (z) - S (z)
1	87	62	-1.9257	0.0271	0.0333	0.0063
2	87	65	-1.5456	0.0611	0.1000	0.0389
3	86	65	-1.5456	0.0611	0.1000	0.0389
4	86	68	-1.1656	0.1219	0.1667	0.0448
5	86	68	-1.1656	0.1219	0.1667	0.0448
6	86	69	-1.0389	0.1494	0.2000	0.0506
7	85	70	-0.9122	0.1808	0.3000	0.1192
8	84	70	-0.9122	0.1808	0.3000	0.1192
9	84	70	-0.9122	0.1808	0.3000	0.1192
10	83	72	-0.6588	0.2550	0.3333	0.0783
11	83	73	-0.5321	0.2973	0.4000	0.1027
12	83	73	-0.5321	0.2973	0.4000	0.1027
13	82	74	-0.4054	0.3426	0.4333	0.0907
14	82	75	-0.2787	0.3902	0.4667	0.0764
15	79	79	0.2280	0.5902	0.5333	0.0569
16	79	79	0.2280	0.5902	0.5333	0.0569
17	75	82	0.6081	0.7284	0.6000	0.1284
18	74	82	0.6081	0.7284	0.6000	0.1284
19	73	83	0.7348	0.7688	0.7000	0.0688
20	73	83	0.7348	0.7688	0.7000	0.0688
21	72	83	0.7348	0.7688	0.7000	0.0688
22	70	84	0.8615	0.8055	0.7667	0.0389
23	70	84	0.8615	0.8055	0.7667	0.0389
24	70	85	0.9882	0.8385	0.8000	0.0385
25	69	86	1.1149	0.8675	0.9333	0.0658
26	68	86	1.1149	0.8675	0.9333	0.0658
27	68	86	1.1149	0.8675	0.9333	0.0658
28	65	86	1.1149	0.8675	0.9333	0.0658
29	65	87	1.2416	0.8928	1.0000	0.1072
30	62	87	1.2416	0.8928	1.0000	0.1072
sum	2316					
max	87					
min	62					
average	77.2					
stdev	7.8932533					
Lo	0.1284					
Lt	0.161					
kesimpulan	Normal					

varian

62.30345

lampran IX

Uji Normalitas Kepuasan Nasabah BNI

Resp	Sekor	Sort Sekor	z	F (z)	Rev S (z)	IF (z) - S (z)
1	98	77	-1.8332	0.0334	0.0333	0.0001
2	97	79	-1.5335	0.0626	0.1000	0.0374
3	97	79	-1.5335	0.0626	0.1000	0.0374
4	96	80	-1.3837	0.0832	0.2000	0.1168
5	96	80	-1.3837	0.0832	0.2000	0.1168
6	96	80	-1.3837	0.0832	0.2000	0.1168
7	96	82	-1.0840	0.1392	0.2333	0.0941
8	96	83	-0.9341	0.1751	0.2667	0.0915
9	95	85	-0.6344	0.2629	0.3000	0.0371
10	95	86	-0.4845	0.3140	0.3667	0.0527
11	94	86	-0.4845	0.3140	0.3667	0.0527
12	93	88	-0.1848	0.4267	0.4000	0.0267
13	92	89	-0.0350	0.4861	0.4333	0.0527
14	91	90	0.1149	0.5457	0.5000	0.0457
15	91	90	0.1149	0.5457	0.5000	0.0457
16	90	91	0.2647	0.6044	0.5667	0.0377
17	90	91	0.2647	0.6044	0.5667	0.0377
18	89	92	0.4146	0.6608	0.6000	0.0608
19	88	93	0.5645	0.7138	0.6333	0.0804
20	86	94	0.7143	0.7625	0.6667	0.0958
21	86	95	0.8642	0.8063	0.7333	0.0729
22	85	95	0.8642	0.8063	0.7333	0.0729
23	83	96	1.0140	0.8447	0.9000	0.0553
24	82	96	1.0140	0.8447	0.9000	0.0553
25	80	96	1.0140	0.8447	0.9000	0.0553
26	80	96	1.0140	0.8447	0.9000	0.0553
27	80	96	1.0140	0.8447	0.9000	0.0553
28	79	97	1.1639	0.8778	0.9667	0.0889
29	79	97	1.1639	0.8778	0.9667	0.0889
30	77	98	1.3137	0.9055	1.0000	0.0945
sum	2677					
max	98					
min	77					
average	89.233333					
stdev	6.6730716					
Lo	0.1168					
Lt	0.161					
kesimpulan	Normal					

lampiran X

Uji Normalitas Kualitas Layanan BSM

Resp	Sekor	Sort Sekor	z	F (z)	Rev S (z)	F (z) - S (z)
1	89	70	-1.3801	0.0838	0.0333	0.0504
2	86	71	-1.1731	0.1204	0.1000	0.0204
3	86	71	-1.1731	0.1204	0.1000	0.0204
4	85	72	-0.9661	0.1670	0.1667	0.0003
5	81	72	-0.9661	0.1670	0.1667	0.0003
6	80	73	-0.7591	0.2239	0.2667	0.0428
7	80	73	-0.7591	0.2239	0.2667	0.0428
8	79	73	-0.7591	0.2239	0.2667	0.0428
9	78	74	-0.5521	0.2905	0.4000	0.1095
10	78	74	-0.5521	0.2905	0.4000	0.1095
11	77	74	-0.5521	0.2905	0.4000	0.1095
12	77	74	-0.5521	0.2905	0.4000	0.1095
13	76	75	-0.3450	0.3650	0.5000	0.1350
14	76	75	-0.3450	0.3650	0.5000	0.1350
15	76	75	-0.3450	0.3650	0.5000	0.1350
16	75	76	-0.1380	0.4451	0.6000	0.1549
17	75	76	-0.1380	0.4451	0.6000	0.1549
18	75	76	-0.1380	0.4451	0.6000	0.1549
19	74	77	0.0690	0.5275	0.6667	0.1392
20	74	77	0.0690	0.5275	0.6667	0.1392
21	74	78	0.2760	0.6087	0.7333	0.1246
22	74	78	0.2760	0.6087	0.7333	0.1246
23	73	79	0.4830	0.6855	0.7667	0.0812
24	73	80	0.6901	0.7549	0.8333	0.0784
25	73	80	0.6901	0.7549	0.8333	0.0784
26	72	81	0.8971	0.8152	0.8667	0.0515
27	72	85	1.7252	0.9578	0.9000	0.0578
28	71	86	1.9322	0.9733	0.9667	0.0067
29	71	86	1.9322	0.9733	0.9667	0.0067
30	70	89	2.5532	0.9947	1.0000	0.0053
sum	2300					
max	89					
min	70					
average	76.66667					
stdev	4.830459					
Lo	0.1549					
Lt	0.161					
kesimpulan	Normal					

lampiran XI

Uji Normalitas Kepuasan Nasabah BSM

Resp	Sekor	Sort Sekor	z	F (z)	Rev S (z)	IF (z) - S (z)
1	99	79	-1.6087	0.0538	0.0333	0.0205
2	98	80	-1.4345	0.0757	0.1000	0.0243
3	96	80	-1.4345	0.0757	0.1000	0.0243
4	94	81	-1.2602	0.1038	0.2000	0.0962
5	94	81	-1.2602	0.1038	0.2000	0.0962
6	94	81	-1.2602	0.1038	0.2000	0.0962
7	94	84	-0.7376	0.2304	0.3000	0.0696
8	93	84	-0.7376	0.2304	0.3000	0.0696
9	93	84	-0.7376	0.2304	0.3000	0.0696
10	93	85	-0.5633	0.2866	0.3667	0.0801
11	91	85	-0.5633	0.2866	0.3667	0.0801
12	90	86	-0.3891	0.3486	0.4667	0.1181
13	90	86	-0.3891	0.3486	0.4667	0.1181
14	89	86	-0.3891	0.3486	0.4667	0.1181
15	89	88	-0.0407	0.4838	0.5000	0.0162
16	88	89	0.1336	0.5531	0.5667	0.0135
17	86	89	0.1336	0.5531	0.5667	0.0135
18	86	90	0.3078	0.6209	0.6333	0.0125
19	86	90	0.3078	0.6209	0.6333	0.0125
20	85	91	0.4820	0.6851	0.6667	0.0184
21	85	93	0.8305	0.7969	0.7667	0.0302
22	84	93	0.8305	0.7969	0.7667	0.0302
23	84	93	0.8305	0.7969	0.7667	0.0302
24	84	94	1.0047	0.8425	0.9000	0.0575
25	81	94	1.0047	0.8425	0.9000	0.0575
26	81	94	1.0047	0.8425	0.9000	0.0575
27	81	94	1.0047	0.8425	0.9000	0.0575
28	80	96	1.3532	0.9120	0.9333	0.0213
29	80	98	1.7016	0.9556	0.9667	0.0111
30	79	99	1.8758	0.9697	1.0000	0.0303
sum	2568					
max	99					
min	79					
average	88.233333					
stdev	5.7396584					
Lo	0.1181					
Lt	0.161					
kesimpulan	Normal					

Lampiran XII

UJI HOMOGENITAS KESEIMBANGAN

Perhitungan uji homogenitas dengan rumus *uji fisher* sebagai berikut:

$$F = \frac{\text{var} \cdot \text{Besar}}{\text{var} \cdot \text{Kecil}}$$

Dengan derajat bebas sebagai berikut:

$$db_1 = (n_1 - 1)$$

$$db_2 = (n_2 - 1)$$



Adapun hipotesis statistiknya :

$$H_0 : \sigma_1^2 = \sigma_2^2$$

$$H_1 : \sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$$

Perhitungan pengujian kedua kelompok pada taraf signifikansi

$\alpha = 0,05$ adalah sebagai berikut:

$$F = \frac{44,529}{31,705} = 1,404$$

Dari hasil perhitungan yang diperoleh, kemudian dibandingkan dengan

F_{tabel} pada db pembilang = 29 dan db penyebut = 29.

$F_{\text{tabel}} = F_{(0,05)(29,29)} = 1,85$ dan $F_{\text{hitung}} = 1,404$. Karena F_{hitung} lebih kecil dari

F_{tabel} maka H_0 diterima. Jadi kedua distribusi populasi mempunyai varians yang sama atau homogen.

Lampiran XIII

UJI KESEIMBANGAN

Sebagaimana hasil persyaratan analisis uji homogenitas bahwa kedua data memiliki varians yang sama atau homogen. Adapun hasil perhitungan analisis dengan *uji t* disajikan sebagai berikut:

a) Hipotesis Statistik

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2$$

$$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2$$

b) Statistik Uji

$$\sigma_1^2 = \sigma_2^2$$

$$t_{hitung} = \frac{\overline{X_1} - \overline{X_2}}{S_p \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

$$S_p^2 = \frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2}$$

c) Perhitungan

$$s_p^2 = \frac{(n_1 - 1)s_1^2 + (n_2 - 1)s_2^2}{n_1 + n_2 - 2}$$

$$s_p^2 = \frac{(30 - 1) \times 44,529 + (30 - 1) \times 32,94}{30 + 30 - 2}$$

$$s_p^2 = \frac{1291,34 + 955,26}{58}$$

$$s_p^2 = \frac{2246,63}{58}$$

$$s_p^2 = 38,74$$

$$s_p = \sqrt{38,74} = 6,22$$



Sehingga:

$$t_{hit} = \frac{6,673 - 5,739}{6,22 \sqrt{\frac{1}{30} + \frac{1}{30}}}$$

$$t_{hit} = \frac{0,934}{(6,22) \sqrt{0,06}}$$

$$t_{hit} = \frac{0,934}{1,524}$$

$$t_{hit} = 0,61$$

Kriteria Pengujian

Untuk $\alpha = 0,05$ dan $dk = 30 - 1 = 29$ Jika $t_{hitung} < t_{\alpha/2}$ maka, H_0

diterima dan H_1 ditolak. Kesimpulannya Sebagaimana hasil analisis *uji t* di atas,

bahwa $t_{hitung} = 0,61$ harga t_{tabel} untuk $db = 29$ dan $\alpha = 0,05$ yaitu $t_{tabel} = t_{(0,05;29)} = 2,045$

sehingga dapat disimpulkan bahwa $t_{hitung} = 0,62 < t_{tabel} = 2,045$ Maka H_0 diterima dan

H_1 ditolak pada taraf signifikan $\alpha = 0,05$ artinya kedua kelompok yakni nasabah BNI

dan BSM adalah sama atau seimbang.

lampiran XIV

uji normalitas anava kepuasan tinggi BNI

Resp	Sekor	Sort Sekor	z	F (z)	Rev S (z)	IF (z) - S (z)
1	98	91	-1.757922	0.0393804	0.06666667	0.02728625
2	97	91	-1.757922	0.0393804	0.06666667	0.02728625
3	97	92	-1.303287	0.0962384	0.2	0.103761564
4	96	93	-0.848652	0.1980375	0.26666667	0.068629145
5	96	94	-0.394017	0.3467843	0.33333333	0.013450935
6	96	95	0.060618	0.5241683	0.46666667	0.05750161
7	96	95	0.060618	0.5241683	0.46666667	0.05750161
8	96	96	0.5152529	0.6968119	0.8	0.103188149
9	95	96	0.5152529	0.6968119	0.8	0.103188149
10	95	96	0.5152529	0.6968119	0.8	0.103188149
11	94	96	0.5152529	0.6968119	0.8	0.103188149
12	93	96	0.5152529	0.6968119	0.8	0.103188149
13	92	97	0.9698878	0.8339488	0.93333333	0.099384535
14	91	97	0.9698878	0.8339488	0.93333333	0.099384535
15	91	98	1.4245228	0.9228524	1	0.077147601
sum	1423					
max	98					
min	91					
average	94.866667					
stdev	2.1995671					
Lo	0.1037616					
Lt	0.22					
kesimpulan	Normal					



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

lampiran XV

uji normalitas anava kepuasan rendah BNI

Resp	Sekor	Sort Sekor	z	F (z)	Rev S (z)	IF (z) - S (z)
1	90	77	-1.49845	0.067008	0.066667	0.0003412
2	90	79	-1.04438	0.148156	0.2	0.0518443
3	89	79	-1.04438	0.148156	0.2	0.0518443
4	88	80	-0.81734	0.206868	0.4	0.1931323
5	86	80	-0.81734	0.206868	0.4	0.1931323
6	86	80	-0.81734	0.206868	0.4	0.1931323
7	85	82	-0.36326	0.358205	0.466667	0.1084618
8	83	83	-0.13622	0.445823	0.533333	0.0875108
9	82	85	0.317854	0.624702	0.6	0.024702
10	80	86	0.544892	0.707086	0.733333	0.0262473
11	80	86	0.544892	0.707086	0.733333	0.0262473
12	80	88	0.998969	0.841095	0.8	0.041095
13	79	89	1.226007	0.889902	0.866667	0.0232353
14	79	90	1.453045	0.926894	1	0.0731056
15	77	90	1.453045	0.926894	1	0.0731056
sum	1254					
max	90					
min	77					
average	83.6					
stdev	4.404543					
Lo	0.193132					
Lt	0.22					
kesimpulan	Normal					



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

lampiran XVI

uji normalitas anava kepuasan tinggi BSM

Resp	Sekor	Sort Sekor	z	F (z)	Rev S (z)	IF (z) - S (z)I
1	99	89	-1.20132	0.114813	0.2	0.08518689
2	99	89	-1.20132	0.114813	0.2	0.08518689
3	96	89	-1.20132	0.114813	0.2	0.08518689
4	95	90	-0.91068	0.181232	0.3333333	0.15210127
5	95	90	-0.91068	0.181232	0.3333333	0.15210127
6	95	91	-0.62004	0.267617	0.4	0.13238338
7	94	92	-0.32939	0.370929	0.4666667	0.09573802
8	94	94	0.25189	0.599437	0.6	0.00056299
9	92	94	0.25189	0.599437	0.6	0.00056299
10	91	95	0.542533	0.706274	0.8	0.09372582
11	90	95	0.542533	0.706274	0.8	0.09372582
12	90	95	0.542533	0.706274	0.8	0.09372582
13	89	96	0.833175	0.797627	0.8666667	0.06903966
14	89	99	1.705103	0.955912	1	0.04408765
15	89	99	1.705103	0.955912	1	0.04408765
sum	1397					
max	99					
min	89					
average	93.13333					
stdev	3.440653					
Lo	0.152101					
Lt	0.22					
kesimpulan	Normal					



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

ampiran XVII

uji normalitas anava kepuasan rendah BSM

Resp	Sekor	Sort Sekor	z	F (z)	Rev S (z)	IF (z) - S (z)I
1	89	79	-1.69259	0.045266	0.066667	0.021400237
2	88	80	-1.3495	0.088588	0.133333	0.044745166
3	86	81	-1.00641	0.15711	0.266667	0.109556748
4	86	81	-1.00641	0.15711	0.266667	0.109556748
5	86	82	-0.66331	0.253565	0.333333	0.079768498
6	85	83	-0.32022	0.374401	0.4	0.025599371
7	85	84	0.022873	0.509124	0.533333	0.024209168
8	84	84	0.022873	0.509124	0.533333	0.024209168
9	84	85	0.365966	0.642805	0.666667	0.023861825
10	83	85	0.365966	0.642805	0.666667	0.023861825
11	82	86	0.709059	0.760856	0.866667	0.105810455
12	81	86	0.709059	0.760856	0.866667	0.105810455
13	81	86	0.709059	0.760856	0.866667	0.105810455
14	80	88	1.395246	0.918529	0.933333	0.014804162
15	79	89	1.738339	0.958924	1	0.04107552
sum	1259					
max	89					
min	79					
average	83.93333					
stdev	2.914659					
Lo	0.109557					
Lt	0.22					
kesimpulan	Normal					



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

Lampiran XVIII

UJI HOMOGENITAS ANAVA

Perhitungan uji homogenitas dengan rumus *uji fisher* sebagai berikut:

$$F = \frac{\text{var} \cdot \text{Besar}}{\text{var} \cdot \text{Kecil}}$$

Dengan derajat bebas sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{db}_1 &= (n_1 - 1) \\ \text{db}_2 &= (n_2 - 1) \end{aligned}$$

Adapun hipotesis statistiknya :

$$\begin{aligned} H_0 : \sigma_1^2 &= \sigma_2^2 \\ H_1 : \sigma_1^2 &\neq \sigma_2^2 \end{aligned}$$

Perhitungan pengujian kedua kelompok pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ adalah sebagai berikut:

$$A. F = \frac{44,529}{31,706} = 1,404$$

$$B. F = \frac{13,495}{8,828} = 1,529$$

Dari hasil perhitungan data A (jenis Bank) yang diperoleh, kemudian dibandingkan dengan F_{tab} pada db pembilang = 29 dan db penyebut = 29. $F_{\text{tab}} = F_{(0,05) (29,29)} = 2,41$ dan $F_{\text{hitung}} = 1,404$ Karena F_{hitung} lebih kecil dari F_{tab} maka H_0 diterima. Jadi kedua distribusi populasi mempunyai varians yang sama atau homogen.

Seperti itu juga data B nilai yang bandingkan dengan F_{tab} pada db pembilang = 29 dan db penyebut = 29. $F_{\text{tab}} = F_{(0,05) (29,29)} = 2,41$ dan $F_{\text{hitung}} = 1,521$ Karena F_{hitung} lebih kecil dari F_{tab} maka H_0 diterima. Jadi kedua distribusi populasi mempunyai varians yang sama atau homogen.

UJI ANAVA

Tabel Setatistik

	A1B1	A1B2	A2B1	A2B2	Jumlah
N	15	15	15	15	60
$\sum X_i$	1423	1254	1397	1259	5333
$\sum X_i^2$	135063	105106	130273	176297	936508
$\sum x_i^2$	67,73	271,6	165,7	118,9	624
$\bar{x}_i$	94,87	83,6	93,13	83,93	355,53

1. Jumlah kuadrat;

JK (T) = $\sum Y_t^2 - \frac{(\sum Y_t)^2}{n_t} = 936508 - \frac{5333^2}{60} = 462493,2$

JK (A) = $\sum_{i=1}^b \left(\frac{(\sum Y_i)^2}{n_i} \right) - \frac{(\sum Y_t)^2}{n_t} = \frac{2677^2}{30} + \frac{2656^2}{30} - \frac{5333^2}{60} = 7,35$

JK (B) = $\sum_{j=1}^a \left(\frac{(\sum Y_j)^2}{n_j} \right) - \frac{(\sum Y_t)^2}{n_t} = \frac{2820^2}{30} + \frac{2513^2}{30} - \frac{5333^2}{60} = 1570,8$

JK (AB) = $\sum_{j=1,i=1}^{ab} \left(\frac{(Y_{ij})^2}{n_{ij}} \right) - \frac{(\sum Y_t)^2}{n_t} - JK(A) - JK(B) = \frac{1423^2}{15} + \frac{1254^2}{15} + \frac{1397^2}{15} + \frac{1259^2}{15} - \frac{5333^2}{60} - 7,35 - 1570,8 = 16,03$

JK (D) = $\sum_{j=1,i=1}^{ab} \left(\sum Y_{ij}^2 - \frac{(\sum Y_j)^2}{n_j} \right) = \sum Y_{ij}^2 = 624$

2. Derajat keabsahan

DB (T) = $60 - 1 = 99$
DB (A) = $2 - 1 = 1$
DB (B) = $2 - 1 = 1$
DB (AB) = $(2 - 1) (2 - 1) = 1$
DB (D) = $60 - (2) (2) = 60 - 4 = 46$

3. Menentukan RJK

a. RJK (A) = $\frac{JK(A)}{DK(A)} = \frac{7,35}{1} = 7,35$
b. RJK (B) = $\frac{JK(B)}{DK(B)} = \frac{1570,8}{1} = 1570,8$
c. RJK (AB) = $\frac{JK(AB)}{DK(AB)} = \frac{16,03}{1} = 16,03$

$$d. \text{ RJK (D)} = \frac{JK(D)}{DK(D)} = \frac{624}{46} = 13$$

4. Menentukan F_{hitung}

$$\begin{aligned} a. F_{(OA)} &= \frac{RJK A}{RKJD} = \frac{7,35}{13} = 0,57 \\ b. F_{(OB)} &= \frac{RJK B}{RKJD} = \frac{1570,8}{13} = 120,8 \\ c. F_{(OAB)} &= \frac{RJK AB}{RKJD} = \frac{16,03}{13} = 1,23 \end{aligned}$$

5. Tabel Anava

Sumbar Varian	JK	DB	RJK	F_{hitung}	F_{tabel}	
					$\alpha=0.05$	$\alpha=0.01$
Antar A	7,35	1	7,35	0,57	4,18	7,60
Antar B	1570,8	1	1570,8	120,8	4,18	7,60
Interaksi AxB	16,03	1	16,03	1,23	4,18	7,60
Dalam	624	46	13	-	-	-
Total	2218,18	49	-	-	-	-

KEPUTUSAN UJI

Pengaruh utama (*main effect*)

$F_{(OA)} > F_{tab}$ atau diterima, dengan demikian tidak terdapat perbedaan rata-rata kepuasan nasabah BNI dan Bank Syariah Mandiri

$F_{(OB)} > F_{tab}$ atau ditolak, dengan demikian terdapat perbedaan rata-rata kepuasan nasabah yang mendapatkan pelayanan tinggi dan kepuasan nasabah yang mendapatkan pelayanan rendah.

Pengaruh interaksi (*interaction effect*)

$F_{(OAB)} > F_{tab(0,05)}$, dengan demikian tidak terdapat pengaruh interaksi yang sangat signifikan antara faktor A (jenis Bank) dan faktor B (kualitas layanan) atau pengaruh jenis Bank terhadap kualitas layanan pada kepuasan nasabah.

6. PENGARUH VAREABEL BEBAS TERHADAP VAREABEL TERKAIT

$$W^2 = \frac{db(F_{hit}-1)}{db(F_{hit}-1)+N} = \frac{1(1,23-1)}{1(1,23-1)+60} = 0,0038$$

Dengan demikian berarti Jenis bank dan kualitas layanan dapat menjelaskan 0,38% variansi kepuasan nasabah.

PENGARUH SEDERHANA (*simple effect*).

$H_0: \mu_{11} = \mu_{12} = \mu_{21} = \mu_{22}$

$H_1: \neq H_0$

Uji hipotesis

a. $JK(T_y) = 936508 - \frac{5333^2}{60} = 462493,2$

b. $JK(A_y) = \frac{1423^2}{15} + \frac{1254^2}{15} + \frac{1397^2}{15} + \frac{1259^2}{15} - \frac{5333^2}{60} = 1594,183$

c. $JK(D_y) = 462493,2 - 1594,183 = 460899$

d. $RJK(A_y) = \frac{JK(A_y)}{n_a - 1} = \frac{1594,183}{4 - 1} = 531,39$

e. $RJK(D) = \frac{JK(D_y)}{n_t - n_a} = \frac{460899}{46} = 10019,54$

f. $F_{hitung} = \frac{RJK(A_y)}{RJK(D_y)} = \frac{531,39}{10019,54} = 0,05$

g. $F_{tabel} = 4,18$

$F_{hitung} 0,05 < F_{tab} 4,18$ dengan demikian H_0 di terima, dengan demikian tidak terdapat perbedaan rata-rata atau tidak ada pengaruh antara keempat kelompok (sel).

Tabel rata-rata

A1B1	A1B2	A2B1	A2B2
Y_{11}	Y_{12}	Y_{21}	Y_{22}
94,87	83,6	93,13	83,93

KISI-KISI INSTRUMEN KUALITAS LAYANAN PEGAWAI/KARYAWAN DAN KEPUASAN NASABAH

Variabel Penelitian	Indikator	No butir
Pelayanan	1. Tepat dalam memberikan informasi transaksi	1,2
	2. Dapat memenuhi kebutuhan yang diinginkan	3,4,5,6
	3. Produk yang ditawarkan memuaskan	7,8
	4. Reaksi pegawai terhadap kebutuhan nasabah	9,10,11
	5. Karyawan dapat menyelesaikan pekerjaan sesuai waktu yang disepakati	12,13,14,15
	6. Perilaku profesional sewaktu bekerja	16,17,18
Kepuasan	1. <i>Responsivness</i> (daya tanggap), kebijakan bank dalam membantu dan memberikan Pelayanan Karyawan yang cepat (<i>responsif</i>) dan tepat kepada nasabah, dengan menyampaikan informasi yang jelas.	1,2,3,4,
	2. <i>Assurance</i> (jaminan dan kepastian), pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan parakaryawan bank untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah kepada bank	5,6,7,8,9
	3. <i>Tangible</i> (buktifisik), kemampuan bank dalam menunjukkan eksistensinya kepada nasabahnya. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik bank yang dapat diandalkan nasabahnya merupakan bukti nyata dari Pelayanan Karyawan yang diberikan oleh bank.. Hal ini meliputi fasilitas fisik (seperti gedung, lahan parkir, ATM, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan karyawannya.	10,11,12,13
	4. <i>Reliability</i> (keandalan), Karyawan sesuai dengan yang dijanjikan serta akurat dan terpercaya	14,15,16,17
	5. <i>Empathy</i> (empati), perhatian yang tulus dari semua pegawai bank yang diberikan kepada para nasabahnya dengan berupaya memahami keinginan nasabah.	18,19,20

Nama :

Nasabah :

Petunjuk Pengisian.

Pilihlah salah satu alternatif jawaban dari pertanyaan yang menurut anda paling tepat dengan memberikan tanda cek (√)!

Keterangan

- SS : Sangat Setuju
- S : Setuju
- KS : Kurang Setuju
- TS : Tidak Setuju
- STS : Sangat Tidak Setuju

ANGKET KEPUASAN NASABAH

NO	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SB	B	KB	TB	STB
1	Kenyamanan ruang tunggu					
2	Ketepatan informasi yang diberikan					
3	Kesediaan pegawai menanggapi keluhan Nasabah					
4	Pegawai memiliki pengetahuan yang cukup dalam menjawab berbagai pertanyaan nasabah					
5	Kebersihan lingkungan					
6	Fasilitas online antar cabang dalam segala Transaksi					
7	Respon cepat pegawai terhadap permohonan Nasabah					
8	Kegiatan administrasi nampak rapi dan teratur					
9	Pegawai mampu menunjukkan sikap simpatik dan bersahabat					
10	Penggunaan komputerisasi/pelatan modern					
11	Mencerminkan akhlak yang baik, ramah, dan santun dalam melayani nasabah					
12	Kejelasan pegawai dalam menjawab pertanyaan Nasabah					
13	Pegawai mampu memberikan pelayanan tanpa membedakan strata nasabah					
14	Fasilitas parkir yang mencukupi dan memadahi					
15	Pegawai mampu menjalankan tugas dalam kesalahan minimal					
16	Jaminan keamanan bagi setiap nasabah dalam melakukan berbagai transaksi					
17	Pegawai mampu memahami kondisi masing-masing nasabah					
18	Kecepatan Pelayanan yang diberikan					
19	Kesediaan pegawai untuk membantu nasabah dalam berbagai transaksi, bila diperlukan					
20	Perilaku pegawai memberikan rasa percaya bagi nasabah					

Nama :
Nasabah :

Petunjuk Pengisian.
Pilihlah salah satu alternatif jawaban dari pertanyaan yang menurut anda paling tepat dengan memberikan tanda cek (✓)!

Keterangan
SS : Sangat Setuju
S : Setuju
KS : Kurang Setuju
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak setuju

ANGKET PELAYANAN PEGAWAI/KARYAWAN

NO	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Ketika saya ada complain, karyawan/pegawai menyelesaikan segala sesuatunya sesuai dengan yang dijanjikan					
2	Informasi yang saya peroleh dari pegawai selalu valid					
3	Saya memperoleh bantuan dari pegawai/karyawan ketika saya membutuhkan					
4	Karyawan segera membantu saya jika saya membutuhkan bantuan					
5	Karyawan bersikap sopan, santun dan ramah					
6	Karyawan selalu ada untuk membantu					
7	Produk yang ditawarkan bank selalu memuaskan saya					
8	Bank memberikan produk yang variatif dan berkualitas					
9	saya hanya menunggu sebentar untuk mendapat bantuan setelah saya memintanya					
10	Karyawan ada untuk memberikan bantuan dari awal hingga akhir transaksi					
11	Karyawan ada ketika saya butuhkan					
12	Karyawan menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan yang diharapkan					
13	Karyawan bekerja secara profesional					
14	saya dapat mengatur pertemuan dengan karyawan sesuai dengan waktu nasabah					
15	Karyawan memenuhi batas waktu yang ditetapkan					
16	Karyawan cepat tanggap jika nasabah meminta bantuan					
17	Karyawan menyelesaikan tanggung jawabnya sesuai dengan waktu yang ditetapkan					
18	Karyawan mendengarkan nasabah					

Curriculum Vitae

DATA PRIBADI

Nama : Mansur Azis
Tempat, Tanggal Lahir : Pacitan, 24 Juni 1986
Alamat : RT/RW 02/04, Dsn. Krajan, Ds. Kalikuning,
Kec. Tulakan, Kab. Pacitan

Telepon : 082300035591
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Islam
Status : Menikah
Tinggi / Berat badan : 165 cm / 62 kg
Kesehatan : Baik Sekali
Kewarganegaraan : Indonesia

PENDIDIKAN FORMAL

BA Aisiyah Kalikuning : Lulus Tahun 1993
MI Muhammadiyah Kalikuning III : Lulus Tahun 1999
MTs. Wali Songo Ponorogo : Lulus Tahun 2005
Al-Azhar University EGYPT : Lulus Tahun 2011
Universitas Islam Indonesia Yogyakarta : Lulus Tahun 2015

PENDIDIKAN NON FORMAL

Kursus Mahir Dasar : 2004
Kursus Kepemimpinan Dasar : 2004
Kursus Baca Al-Quran Al-Islah : 2004
Kursus Baca Al-Quran Amsilaty : 2004
Kulyah Al-Mubalig Al-Islamiyah : 2004
Kursus Kebendaharaan : 2006
Kursus Bahasa Arab Al-Manhaji : 2007
Kajian Ekonomi Islam : 2010

PENGALAMAN ORGANISASI

Anggota Pelajar Islam Indonesia : 2001-2003
Pengurus Konsulat Jawa Timur : 2002-2004
Pengurus Organisasi Santri Pp Wali Songo : 2003 2004
Pengurus Alumni 39 Pp Wali Songo Ponorogo : 2005
Bendahar Ikatan lumni PP wali songo Mesir : 2007-2008

Anggota pengurus PPMI EGYPT	: 2008-2009
Pengueru PKEIS ICMI Orsat Cairo	:2009-2010
Anggota Pemuda Muahamadiyah	:2012-sekarang

PENGALAMAN KERJA

Karyawan Notaris Irwan Ismuratno, SH,	: 2013
Tenaga Pengajar SD Integral Pacitan	: 2013-Sekarang
Tenaga Pengajar STAIFA Pacitan	: 2012- Sekarang
KBID Ekonomi Yayasan Hadra El-Amin	: 2012-Sekarang

HOBBY

Olah Raga (kungfu, bulu tangkis, renang)
Mancing
Baca Buku



Mansur Azis

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

SURAT KETERANGAN
No. 17/124-3/584

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Yang bertanda tangan dibawah ini menerangkan, bahwa:

Nama : Mansur Azis
NIM : 12913007
Lembaga Pendidikan : Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

Telah melakukan Penelitian/Riset di perusahaan kami PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Pacitan Jl. Ahmad Yani No. 90 Pacitan Jawa Timur, terhitung mulai tanggal 23 s/d 27 Februari 2015.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagai semestinya. Bank tidak bertanggung jawab atas segala akibat yang timbul dari penggunaan surat keterangan ini dan menjadi tanggung jawab sepenuhnya dari nama tersebut di atas.

Wassalamu'alaikum Wr. W.b

Pacitan, 27 Maret 2015

PT. BANK SYARIAH MANDIRI
CABANG PEMBANTU PACITAN

mandiri
syariah

KCP. PACITAN

Irfan Syolihan
Sub Branch Manager