Analisis Kualitas Pelayanan dengan Model CARTER : "Studi Kasus pada Bank Syari'ah Mandiri Cabang Yogyakarta "

SKRIPSI



oleh

Nama	: Miswanto
Nomor Mahasiswa	: 02 311 471
Program Studi	: Manajemen
Bidang Konsentrasi	: Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2006

Analisis Kualitas Pelayanan dengan Model CARTER : "Studi Kasus Pada Bank Syari'ah Mandiri Cabang Yogyakarta"

SKRIPSI

ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

oleh

Nama	: Miswanto
Nomor Mahasiswa	: 02 311 471
Program Studi	: Manajemen
Bidang Konsentrasi	: Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

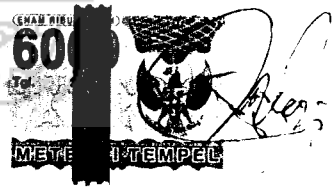
2006

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

"Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan dsebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sangup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku."

Jogjakarta, 1 September 2006

Penulis,



Miswanto

Halaman Pengesahan Skripsi

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dengan Model CARTER : Studi Kasus Pada Bank Syari'ah Mandiri Cabang Yogyakarta

Nama	: Miswanto
Nomor Mahasiswa	: 02 311 471
Program Studi	: Manajemen
Bidang Konsentrasi	: Pemasaran

Yogyakarta , 1 September 2006

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,

Drs. Asma'I Ishak, M.BUS.Ph.D

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Model Carter; Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri

Disusun Oleh: MISWANTO
Nomor mahasiswa: 02311471

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan ***LULUS***
Pada tanggal : 11 Oktober 2006

Penguji/Pemb. Skripsi: Drs. Asmai Ishak, M.Bus,Ph.D .....

Penguji : Drs. Sunardji Daromi, MM .....

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Drs. Asmai Ishak, M.Bus, Ph.D

ABSTRAKSI

Miswanto (2006). *Analisis Kualitas Pelayanan dengan Model CATER : Studi Kasus Pada Bank Syari'a Mandiri Cabang Jogyakarta.*

Jogjakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia

Bank Syari'ah Mandiri adalah Bank Umum yang beroperasi dibawah sistem syari'ah. maraknya pertumbuhan bank syariah menjadikan peta persaingan dalam industri tersebut semakin kuat. Oleh karena itu, bank syari'ah harus mampu berpikir secara strategis untuk menyediakan produk dan pelayanan dengan mutu tinggi untuk memuaskan kebutuhan konsumennya, karena jika tidak berupaya terus untuk meningkatkan kualitas pelayanannya dan menemukan keunikan tersendiri di mata konsumennya lambat laun tapi pasti, para nasabah akan beralih pada layanan yang lebih memuakan. Salah satu metode yang sering dipakai dalam mengukur tingkat layanan suatu perusahaan adalah Metode yang dikembangkan oleh Parasuraman yang sering dikenal dengan SERQUAL (service Quality) atau kualitas pelayanan. Metode ini terdiri dari lima dimensi yang saling berhubungan yaitu : Assuran, Reliability, Tangible, Empathy dan Responsiveness. Dalam perkembanganya, khususnya terkait dengan maraknya perkembangan perbankan syari'ah, yang mana bank tersebut memiliki prinsip, kultur dan cara operasionalisasi yang berbeda, ditambahkan satu dimensi pendukung yang disesuaikan dengan prinsip syari'ah yaitu Compliance with Islamic Law sehingga secara mudah disingkat dengan CARTER model. (*Compliace with Islamic Law, Assurance, Reliable, Tangible, Emphaty,* dan *Responsivess*). Populasi penelitian disini adalah para nasabah yang pernah dan sedang menjadi nasabah, atau pernah melakukan transaksi dengan Bank Syari'ah Mandiri. Sampel yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah *Random Stratified Sampling*. Penulis juga menyebarkan kuesioner kepada 96 responden.

Alat analisis yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda yaitu untuk menguji ada tidaknya pengaruh dimensi kualitas pelayanan dengan keseluruhan kualitas pelayanan. Dan manakah diantara variabel tersebut yang paling memiliki pengaruh dominan, juga untuk mengetahui apakah ada perbedaan pengaruh dimensi kualitas pelayanan satu persatu digunakan Uji signifikansi t.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif secara signifikan antara variabel independent terhadap variabel dependen, namun ketika diuji satu persatu hanya varibel assurance yang signifikan. Begitu juga dengan analisis Uji Anova, hasil penelitan menunjukkan tidak ada perbedaan yang signifikan dalam dimensi kualitas pelayanan ketika dikelompokkan berdasarkan karakteristik konsumen, kecuali hanya ada dalam beberapa variabel dari dimensi tersebut.

KATA PENGANTAR

بسم الله الرحمن الرحيم

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur tak henti-hentinya penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Skripsi ini disusun untuk melengkapi persyaratan dalam menyelesaikan tugas akhir di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.

Penulis sepenuhnya menyadari bahwa selama proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bimbingan dari pihak lain, oleh karenanya pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Allah SWT, Pemberi segala Kehidupan, Rizki dan Hidayah yang tak terhingga, jika bukan karena Ridho, Cinta dan KaruniaNya apalah arti kehidupan ini .
2. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi, Drs. Asmai Ishak, M.Bus, Ph.D.
3. Bpk. Drs. Asmai Ishak, M.Bus, Ph.D. selaku pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, mengarahkan serta mencoba menawarkan yang terbaik.
4. Bapak dan Ibu Dosen, beserta seluruh staf akademik, staf tata usaha dan seluruh staf karyawan dilingkungan fakultas ekonomi Universitas Islam Indonesia yang tanpa mereka UII tidak akan berjalan sebagai mana mestinya
5. Ucapan spesial kepada orang tua dan seluruh keluargaku yang selalu memberi dorongan semangat bagiku, kasih sayang dan segenap perasaan cintanya membuat penulis lebih berarti di mata semuanya.....meskipun penulis belum bisa memberikan yang terbaik. Siti Azizah My little (*kk' yakin, Ad' bisa jadi yang terbaik*), D'Hans (*jgn pulang terus, belajrlah*

selalu..besar potensimu untuk dikembangkan...i trust u), Mas Aat dan Mbak Handa (*jadilah keluarga sakinah mawaddah wa rahmah*), Mbak Juhariyah dan Akang Sijam (*terus nasihati dan adik2mu selalu)*), Umu (*jangan gangguin adik terus, u bs jadi kk' yg baik)*, Ardi (*jgan mengecewakan keluarga, u pasti bisa jadi kebanggaan ortumu.),*Arifuddin *(jangan nakal. Ayo, cepat sekolah susul kakak2mu),* Si kecil Tia (*bikin kangen pingin pulang ke rumah neh...*), saudara dan tetangga Sumberejo *the best village i have*, Dieng Plateau n Country anugerah terindah dimana aku dilahirkan (*jaga selalu, sumber daya alam-mu...jangan sampai tercemar dan tereksploitasi*)

6. Seluruh anak-anak manajemen'02 yang setia bersama-sama berjuang untuk meraih cita-citanya masing-masing.
7. Teman-Teman Organisasi LEM FE UII (*kalian bagaikan keluarga kedua bagiku, tetap idealis y, never ending futsal men...*) FoSSEI (*Jalan kita udah ketemu..tinggal diseriuskan, untuk berjalan di jalan ekonomi syari'ah*), teman-teman DJ Al-Manar (*tetap berjuang mewujudkan impianMu)* teman2 IESC UNISIA (*ayo..kapan kita membuat gebrakan ekonomi syari'ah lagi...)*
8. Teman2 Konsul Banyumas, Teman2 kontrakan lama (Mas Eko, Mas Andre, Anawa'99, Ansori, Tedy-→*kalian sekarang tinggal dimana ouii..*) **teman kontrakan Gandaria 18 dan yang sering kunjung kesana** (Corey, Arif, Rival, Chungbuk, Bayu, K-tk, Erwin, Redy dan Randy, Djayenk, Bowo, Ibnu, Zaki arab, Mondol, Yogaz n friend, tetangga2 yang selalu ramah→*you are all my best friend, tak cukup untuk hanya sekedar berkata-kata disini, kita perlu kembali ketemu, berkumpul dan bersatu.berbincang dan berseteru.*), Teman2 Combine Distro (Jalu the owner, Siro Right Angel, Kiki, Yeni, Erwin Atma, mbak Rina, Bagor, Ompong, P-tk, Iqbal, Petum, Anggi, Eka..-→*kapn kita nonton konser lagi?*), teman2 Lavidjo (*Mana taringmu...yang slama ini dibanggakan...?)* teman2 KKN Ekstensi (*kapan lagi ke tempat simbah...?*), SSC intersolusi dan murid2ku yang cerdas2

(dunia barumu, mengingatkanku kembali akan arti sebuah belajar...), Teman2 **Kost Baruku "Tenterem"Maguwo** (*ternyata kost juga gak kalah asiknya dengan kontrakan men)* and special thank to D' Istna nun jauh disana (*kepercayaanMu akan sebuah kata"mutiara akan tetap menjadi mutiara meskipun terletak dalam lumpur sekalipun" sangat memberi arti bagiku...untukmu .smoga mendapatkan apa yang dicari slama ini*),I-im, Emon, Ade, verial, Joe, Tulus, Ira, Eloq, Fahmi, Bidin, faisal calon designer lafifa neh, yang belum kesebut, sebutin aja ya....,....,.....,.....gak cukup kertasnya. Dan khusus untuk impian baruku LAFIFA (ini hanya sebuah awal, untuk melangkah ke arah yang lebih baik).

9. Dan semua temen-temen yang lain yang tidak bisa disebutkan satu-satu, karena begitu banyak kenangan terindah dari kalian, seandainya kertas persembahan pengantar ini cukup, akan kutulis dan kukomentari satu-satu, hanya untuk kalian yang telah memberi warna dalam hidupku di Jogja yang penuh cinta.

Semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca yang budiman jurusan manajemen pada umumnya dan konsentrasi pemasaran pada khususnya.

Wassalamu'alaikum wr. Wb.

Yogyakarta, 1 Sepetember 2006

Miswanto

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan Skripsi..... i
Halaman Judul Skripsi..... ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme..... iii
Halaman Pengesahan Skripsi..... iv
Halaman Berita Acara Skripsi..... v
Motto..... vi
Abstraksi..... vii
Persembahan..... viii
Kata Pengantar..... viii
Daftar Isi..... xii
Daftar Tabel..... xv
Daftar Gambar..... xvii
Daftar Lampiran..... xviii

BAB I PENDAHULUAN
1.1. Latar Belakang..... 1
1.2. Rumusan Masalah..... 3
1.3. Batasan Masalah..... 4
1.4. Tujuan Penelitian..... 4
1.5. Manfaat Penelitian..... 5

BAB II KAJIAN PUSTAKA
2.1. Penelitian Terdahulu..... 6
2.2. Landasan Teori..... 8
2.2.1. Pengertian Pemasaran..... 8
2.2.2. Pengertian Kualitas..... 11

2.2.3.Pengertian Kualitas layanan..... 12

2.2.4.Dimensi Kualitas Pelayanan..... 13

2.2.5.Pengukuran Kualitas Layanan Bank..... 14

2.2.6.Pengukuran Kualitas Layanan di Bank Syari'ah..... 15

2.2.7.Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan..... 18

2.3.Kerangka Pemikiran..... 20

2.4.Formulasi Hipotesis..... 20

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Gambaran Umum Produk dan Perusahaan..... 22

3.6.1. Sejarah Berdiri Bank Syari'ah Mandiri..... 22

3.6.1. Visi dan Misi Bank Syari'ah Mandiri..... 24

3.6.1. Budaya Perusahaan Bank Syari'ah Mandiri..... 25

3.6.1. Produk dan Jasa Bank Syari'ah Mandiri..... 26

3.2. Populasi dan Sampel..... 35

3.6.1. Populasi..... 35

3.6.1. Sampel..... 35

3.3. Lokasi Penelitian..... 37

3.4. Identifikasi Variabel..... 38

3.5. Definisi Operasional Variabel..... 38

3.6.1. Variabel Terikat (tidak bebas)..... 40

3.6.1. Variabel bebas..... 41

3.6. Data dan Teknik Pengumpulan data..... 43

3.6.1. Skala Likert..... 44

3.6.1. Uji Validitas dan Reliabilitas..... 45

3.7. Metode Analisa Data..... 47
3.7.1. Data Primer..... 47
3.8. Alat Analisis Data..... 47
3.8.1. Analisis Deskriptif..... 48
3.8.2. Analisis Pengaruh..... 48
3.8.2.1.Analisis Regresi Linier Berganda..... 48
3.8.2.6.Analisis Uji Anova..... 51

BAB IV DATA DAN ANALISIS DATA

4.1. Hasil Estimasi Karakteristik Responden 54
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 55
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Faktor Usia..... 55
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan..... 56
4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan..... 57
4.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan..... 58
4.2. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas..... 59
4.3. Analisis Regresi Linier Sederhana dan Berganda..... 62
4.3.1. Pengujian Persamaan Regresi Berganda..... 63
4.3.2. Pengujian Analisis Uji Anova..... 66
4.3.3. Pembahasan Penelitian 178

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1.Kesimpulan..... 186
5.2.Saran..... 188
DAFTAR PUSTAKA 190

DAFTAR TABEL

Tabel

4.1.Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 55

4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia..... 56

4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan 57

4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan..... 58

4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pekerjaan..... 59

4.6. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Kualitas Pelayanan Bank Syari'ah Mandiri..... 61

4.7. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda..... 63

4.8. Hasil Analisis Regresi dan Koefisien Determinasi..... 63

4.9. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda satu persatu..... 63

4.10.Hasil Uji Anova untuk rata-rata Dimensi Kualitas Pelayanan compliance dan uji masing-masing atribut dimensi compliance ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin..... 66

4.11. Hasil Uji Anova pada dimensi kualitas pelayanan assurance dan uji untuk masing-masing atribut dimensi assurance ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin..... 69

4.12. Hasil Uji Anova pada dimensi kualitas pelayanan reliability dan uji untuk masing-masing atribut dimensi reliability ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin..... 71

4.13. Hasil Uji Anova pada dimensi kualitas pelayanan tangible dan uji untuk masing-masing atribut dimensi tangible ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin..... 74

4.14. Hasil Uji Anova pada dimensi kualitas pelayanan empathy dan dan uji untuk masing-masing atribut dimensi empathy ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin..... 76

4.15. Hasil Uji Anova pada dimensi kualitas pelayanan responsiveness dan uji untuk masing-masing atribut dimensi responsiveness ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin..... 80

4.16. Hasil Uji Anova pada dimensi kualitas pelayanan compliance dan uji untuk masing-masing atribut dimensi compliance ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis usia 83

4.17. Hasil Uji Anova pada dimensi kualitas pelayanan assurance dan uji untuk masing-masing atribut dimensi assurance ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis usia 86

4.18. Hasil Uji Anova pada dimensi kualitas pelayanan reliability dan uji untuk masing-masing atribut dimensi reliability ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis usia 89

4.19. Hasil Uji Anova pada dimensi kualitas pelayanan tangible dan uji untuk masing-masing atribut dimensi tangible ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis usia 92

4.20. Hasil Uji Anova pada dimensi kualitas pelayanan empathy dan uji untuk masing-masing atribut dimensi empathy ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis usia 95

4.21. Hasil Uji Anova pada dimensi kualitas pelayanan responsiveness dan uji untuk masing-masing atribut dimensi responsiveness ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis usia 98

4.22. Hasil Uji Anova pada dimensi kualitas pelayanan compliance dan uji untuk masing-masing atribut dimensi compliance ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis pendidikan..... 102

4.23. Hasil Uji Anova pada dimensi kualitas pelayanan assurance dan uji untuk masing-masing atribut dimensi assurance ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis pendidikan..... 105

4.24. Hasil Uji Anova pada dimensi kualitas pelayanan reliability dan uji untuk masing-masing atribut dimensi reliability ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis pendidikan..... 108

4.25. Hasil Uji Anova pada dimensi kualitas pelayanan tangible dan uji untuk masing-masing atribut dimensi tangible ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis pendidikan..... 112

4.26. Hasil Uji Anova pada dimensi kualitas pelayanan empathy dan uji untuk masing-masing atribut dimensi empathy ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis pendidikan..... 115

4.27. Hasil Uji Anova pada dimensi kualitas pelayanan responsiveness dan uji untuk masing-masing atribut dimensi responsiveness ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis pendidikan..... 119

4.28. Hasil Uji Anova pada dimensi kualitas pelayanan compliance dan uji untuk masing-masing atribut dimensi compliance ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis pendapatan..... 123

4.29. Hasil Uji Anova pada dimensi kualitas pelayanan assurance dan uji untuk masing-masing atribut dimensi assurance ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis pendapatan..... 128

4.30. Hasil Uji Anova pada dimensi kualitas pelayanan reliability dan uji untuk masing-masing atribut dimensi reliability ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis pendapatan..... 126

4.31. Hasil Uji Anova pada dimensi kualitas pelayanan tangible dan uji untuk masing-masing atribut dimensi tangible ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis pendapatan..... 136

4.32. Hasil Uji Anova pada dimensi kualitas pelayanan empathy dan uji untuk masing-masing atribut dimensi empathy ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis pendapatan..... 140

4.33. Hasil Uji Anova pada dimensi kualitas pelayanan responsiveness dan uji untuk masing-masing atribut dimensi responsiveness ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis pendapatan..... 145

4.34. Hasil Uji Anova pada dimensi kualitas pelayanan compliance dan uji untuk masing-masing atribut dimensi compliance ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis pekerjaan..... 150

4.35 Hasil Uji Anova pada dimensi kualitas pelayanan assurance dan uji untuk masing-masing atribut dimensi assurance ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis pekerjaan..... 155

4.36 Hasil Uji Anova pada dimensi kualitas pelayanan reliability dan uji untuk masing-masing atribut dimensi reliability ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis pekerjaan..... 159

4.37 Hasil Uji Anova pada dimensi kualitas pelayanan tangible dan uji untuk masing-masing atribut dimensi tangible ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis pekerjaan..... 163

4.38. Hasil Uji Anova pada dimensi kualitas pelayanan empathy dan uji untuk masing-masing atribut dimensi empathy ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis pekerjaan..... 167

4.39. Hasil Uji Anova pada dimensi kualitas pelayanan assurance dan uji untuk masing-masing atribut dimensi assurance ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis pekerjaan..... 173

DAFTAR GAMBAR

Gambar

2.3.1 Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Bank Syari'ah dengan Keseluruhan Kualitas Pelayanan yang diberikan 20

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

I Kuesioner

II Data induk Analisis Kuantitatif

III Hasil Estimasi Frekuensi

IV Hasil Pengujian Validitas dan reliabilitas

VI Hasil Pengujian Regresi Berganda

VII Hasil Pengujian Anova

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Bisnis dalam hal apapun tidak bisa melepaskan dirinya dari kualitas pelayanan. Apalagi dalam bisnis jasa, kualitas pelayanan menjadi hal yang sangat penting sebagai pemberian mutu tertinggi kepada konsumen. Konsumen akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan yang ia harapkan. Sebaliknya konsumen akan merasa kecewa jika pelayanan yang diberikan perusahaan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Kepuasan konsumen menjadi faktor penting untuk mengukur keberhasilan suatu perusahaan.

Hal ini terjadi dalam semua sektor bisnis yang terkait dengan bisnis jasa dan pemasarannya tak terkecuali perbankan. Untuk memuaskan kebutuhan nasabahnya, sebuah bank baik bank konvensional ataupun bank syari'ah harus berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanannya diatas harapan konsumen. Begitu juga dengan bank syari'ah yang memiliki pangsa pasar tersendiri dalam industri bisnis perbankan, sebagaimana riset yang dilakukan oleh Karim Bussiness Consulting (2002) yang mengidentifikasi pasar perbankan syari'ah menjadi tiga, yaitu *conventional loyalist, floating market, dan shari'a loyalist.* Riset lanjutan yang dilakukan oleh Karim Bussiness Consulting (2003) menemukan hal yang menarik, Riset yang dilakukan dengan menggunakan metode *focus group discussion* menemukan hal sebagai berikut :

Segmen pasar *sharia loyalist* memang sangat loyal terhadap keyakinan mereka akan haramnya bunga bank. Namun nasabah dalam segmen ini ternyata sangat tidak loyal terhadap bank syari'ah. Mereka cenderung cepat berpindah dari satu bank syariah ke bank syariah lain. Responden umumnya menggunakan lebih dari satu bank syari'ah. Begitu juga dengan segmen pasar *floating* juga menggunakan beberapa bank, termasuk mengkombinasikan bank syariah dengan bank konvensional (Majalah Modal, Edisi II Maret 2004).

Disinilah perlunya bank syari'ah untuk meningkatkan mutu kualitas pelayanannya, menilai manakah diantara variable kualitas pelayanan, yang paling berpengaruh bagi kepuasan nasabah. Sehingga konsumen tetap bisa dipertahankan, setia tidak berpindah ke bank syari'ah lain karena puas dengan kualitas layanan yang diberikan.

Salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model SERQUAL (*service quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeimithal dan Berry. SERVQUAL dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan (*expected service*). Dengan demikian, Service quality (kualitas pelayanan) dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima/peroleh (Parasuraman, et.all, 1998).

Bank Syari'ah Mandiri adalah salah satu bank yang beroperasi di bawah prinsip syari'ah. Bagaimanapun juga bank syari'ah memiliki konsep operasional,

latar belakang, budaya dan nilai yang berbeda dengan bank lain, sehingga konsumen Bank Syari'ah Mandiri secara tidak langsung akan melihat kesesuaian bank syari'ah dalam menjalankan konsep sesuai dengan nilai yang dianutnya. SERQUAL yang banyak dipakai para peneliti lain dengan lima variabelnya ternyata belum cukup untuk mengukur kualitas pelayanan di bank syari'ah, ada hal lain selain variable tersebut yang menjadi variable berpengaruh tersendiri bagi konsumen bank syari'ah, sehingga Othman dan Owen (2001) merasa perlu untuk memasukkan variable *Compliance* sebagai variable tambahan untuk melengkapi variable kualitas pelayanan yang ada, dengan tetap tidak meninggalkan variabel kualitas pelayanan yang lain.

Oleh karena itulah, penulis merasa perlu untuk melakukan penelitian tentang "Analisis Kualitas Pelayanan dengan Model CARTER": Study Kasus pada Bank Syari'ah Mandiri".

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dikemukakan tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan yang hendak diteliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh dimensi kualitas pelayanan dengan dimensi kualitas pelayanan secara keseluruhan.
2. Apakah ada perbedaan pada setiap level dimensi kualitas pelayanan ketika responden dikelompokkan berdasarkan karakteristik konsumen

1.3. Batasan masalah

1. Penelitian dilakukan pada responden yang masih aktif menabung di Bank Syari'ah Mandiri.
2. Obyek penelitian terpilih adalah Bank Syari'ah Mandiri.
3. Karakteristik nasabah yang hendak diteliti meliputi : Jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, dan jenis pekerjaan.
4. Dimensi Kualitas Pelayanan dengan Model CARTER meliputi : *Compliance with Islamic Law* (kesesuaian dengan syari'ah Islam), *Assurance* (jaminan), *Reliable* (Keandalan), Tangible (bukti fisik), *Empathy* (Empati), dan *Responsiveness* (ketanggapan).

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri dengan kualitas pelayanan secara keseluruhan yang diberikan.
2. Untuk mengetahui dimensi kualitas pelayanan yang paling dominan diantara keenam atribut kualitas pelayanan.
3. Untuk mengetahui apakah ada perbedaan level kualitas pelayanan ketika responden dikelompokkan berdasarkan karakteristik konsumen.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun dari penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat-manfaat yang berguna,yaitu:

1) Bagi Penulis

   Dapat menambah wawasan penulis, memberikan pengetahuan praktis serta pengalaman langsung yang diujicobakan melalui teori yang telah dipelajari dan mengetahui lebih dalam lagi tentang topil yang diteliti

2) Bagi Bank Syari'ah Mandiri

   Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak Bank Syari'ah Mandiri untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanannya agar kepuasan nasabah tersebut benar-benar terpenuhi .

3) Bagi Ilmu Pengetahuan

   Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pengembangan disiplin ilmu manajemen, khususnya Pemasaran.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang meneliti tentang Kualitas Pelayanan di bank syari'ah dengan mengaplikasikan SERQUAL sangat sedikit. Beberapa penelitian masih memakai dimensi SERQUAL Parasuraman tanpa modifikasi. Seperti yang dilakukan oleh Hassan At-Tamimi yang menganalisis Kualitas Pelayanan di UAE *Islamic Bank* Dubai, ia masih memakai dimensi SERQUAL tanpa modifikasi dengan menggunakan analisis regresi linier berganda ditemukan bahwa ada hubungan yang positif dan signifikan antara keseluruhan kualitas pelayanan dengan dimensi kualitas pelayanan di Bank Islam UAE. Ia juga menemukan bahwa Empathy dan Tangible menjadi dimensi terpenting di Bank Islam UAE. Selanjutnya dengan menggunakan Uji Anova ia menemukan bahwa tidak ada perbedaan level yang signifikan antara kedua bank yang diuji. Dan mendapatkan bahwa tidak ada perbedaan level kualitas pelayanan berdasarkan pada jenis kelamin konsumen dan kewarganegaraan konsumen, dan menemukan perbedaan level kualitas pelayanan pada karakterististik umur, pendidikan dan lamanya menabung di bank tersebut.(Hussen, 2003).

Penelitian lain memakai modifikasi dari dimensi SERQUAL parasuraman dan bahkan menambahkan satu dimensi dalam dimensi SERQUAL karena alasan perbedaan kultural, prinsip dan idiologi dalam Bank Syari'ah. Mereka meneliti

dengan mengawali beberapa kritik dari dimensi awal SERQUAL. Diantaranya adalah Othman dan Owen (2001). Dalam suatu studi mengenai pengukuran kualitas pelayanan Othman dan Owen (2001) menyebutkan enam dimensi kualitas pelayanan yang harus diterapkan pada bank syari'ah. Hal ini didasarkan pada penelitian terdahulu dan kritik yang telah disebutkan dalam jurnalnya mereka menuliskan bahwa :

"…. penelitian dalam kualitas pelayanan seharusnya didasarkan pada sepuluh dimensi awal, dan seharusnya dimodifikasi sesuai dengan industri baru yang dimasuki dengan menyarankan dimensi baru yang sesuai. Hal ini dikarenakan bank syari'ah memiliki prinsip, aturan, budaya, sikap, dan tingkah laku konsumen yang berbeda yang berlandaskan pada ajaran syari'ah sebagai landasan yang dijadikan acuan untuk berpijak. Sehingga pengukuran tentang kualitas pelayanan perlu memasukkan dimensi baru yang sesuai dengan prinsip, dan perbedaan kultur diatas...(*Othman dan Owen, 2001)*

Begitu juga Izzah Moh.Tohir dan Wan Ismail (2005) yang meneliti tentang kualitas pelayanan pada bank syari'ah dan asuransi syari'ah dengan memakai model SERVQUAL yang dipakai oleh Parasuraman dkk (1998), dan model versi modifikasi yang diajukan oleh Othman dan Owen (2001). Hasil dari penelitian mereka adalah bahwa konsumen di Bank Islam dan Asuransi Islam menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan kurang memuaskan. Selain itu, penelitian mereka juga mengindikasikan bahwa *Compliance* menjadi dimensi terpenting dalam menilai kualitas pelayanan di bank Islam ataupun Asuransi Islam.

Oleh karena itulah peneliti menambahkan dimensi baru yang disebut "*Compliance with islamic law*" kedalam lima dimensi kualitas Parasuraman. Dimensi ini memasukkan item seperti : Menjalankan prinsip dan syari'ah islam,

ketiadaan bunga baik dalam tabungan maupun dalam pinjaman, perangkat produk dan pelayanan yang islami, perangkat ketiadaan bunga dalam pinjaman dan perangkat produk investasi bagi hasil. (*Othman dan Owen, 2001).*

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Pemasaran

a. Pengertian Pemasaran

Maju mundurnya suatu bisnis tidak bisa terlepas dari proses pemasaran. Proses pemasaran sangat berbeda jauh dengan konsep penjualan. Pemasaran adalah proses kreatif yang selalu mencipta, menggerakkan dan tanggap terhadap segala perubahan yang terjadi. Pemasaran adalah sebuah upaya untuk meningkatkan pengenalan produk dan peningkatanya hingga ke jenjang yang lebih tinggi di mata konsumen. Itulah mengapa pemasaran adalah proses yang penting, yang mana menjadi tonggak terdepan sebuah perusahaan dalam mendongkrak penjualanya. Oleh karena itulah, pakar marketing Kotler dan Gary Amstrong (2001) mendefiniskan pemasaran sebagai berikut :

> "Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain".

Disitulah pemasaran harus menjadi alat interaksi untuk menciptakan dan menukarkan nilai dan produk yang memiliki nilai tambah yang lebih di mata konsumennya.

b. Pengertian Jasa

Jasa menjadi bagian bisnis yang tidak bisa ditinggalkan, tidak terlihat namun dapat dirasakan oleh penggunanya. Sebelum masuk ke dalam pemasaran jasa secara lebih khusus perlu diketahui definisi jasa secara jelas. Sejumlah ahli tentang jasa telah mendefinisikan tentang jasa, namun hingga sekarang belum ada definisi jasa yang diterima secara bulat. Valarie A.Zethaml dan Mary Jo Biner (dalam Lupiyoadi, 2001) telah mendefinisikan jasa yang merangkum semua perbedaan yang ada yaitu :

> "service is all economic activities whose output is not a physical or construction is generally consumed at that time it is produced. And provide added value in forms (such as convenience, amusement, comfort or health)".(Zethaml dan Biner, 1996).

Jadi, pada dasarnya jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah (seperti misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan), atau pemecahan atas masalah yang dihadapi konsumen.

c. Karakteristik dan klasifikasi jasa

Produk jasa memiliki karakteristik yang berbeda dengan barang (produk fisik). Griffin (1996) menyebutkan karakteristik jasa sebagai berikut (dalam Rambat lupioadi, 2001) :

a. *Intangibility* (tidak berwujud). Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli.

b. *Unstorability*. Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang dihasilkan.

c. *Customization*. Jasa juga sering kali didesain khusus untuk kebutuhan pelanggan.

d. Pemasaran Jasa

Pemasaran jasa merupakan penghubung antara perusahaan dengan konsumenya. Sehingga keberhasilannya akan tergantung pada upaya pemasaran yang lebih berorientasi pada konsumen, dalam arti yang lebih khusus yakni dengan meningkatkan kualitas jasa yang diberikan agar bisa memenuhi harapan konsumennya. Lovelock (1991) memandang bahwa kualitas jasa adalah keterlibatan semua pihak dalam sebuah perusahaan dalam merumuskan dan mendukung pelaksanaan pemasaran yang berorientasi kepada konsumen.dikarenakan pemasaran seharusnya :

a. mencakup perumusan upaya-upaya strategik yang dilakukan oleh manajemen puncak

b. merupakan fungsi dari sejumlah aktivitas yang dilakukan oleh manajemen tingkat bawah (seperti kebijakan produk, penetapan harga, cara penyajian jasa, atau upaya-upaya komunikasi, dan

c. juga merupakan sarana bagi upaya untuk menjadikan bagian organisasi berorientasi kepada konsumen.

2.2.2. Pengertian Kualitas

Dewasa ini kualitas menjadi hal penting bagi perusahaan untuk menghadapai gelanggang persaingan dunia bisnis. Banyaknya alternative produk yang disediakan oleh perusahaan memungkinkan para pelanggan untuk memilih produk/jasa yang lebih memiliki nilai tambah (*value added*) bagi dirinya. Upaya untuk mendefinisikan kualitas dalam organisasi jasa tertentu bukanlah sesuatu yang mudah dilakukan. Konsep kualitas bersifat relative tergantung dari industri apa yang dilayani. Perbedaan orang dan produk layanan juga akan membedakan persepsi penilaian tentang kriteria kualitas yang diharapkan. Meski begitu, dari berbagai literature banyak dijumpai beberapa definisi tentang kualitas

Kata 'kualitas' mengandung banyak definisi dan makna. Beberapa contoh definisi yang sering dijumpai antara lain : Kesesuaian dengan persyaratan/tuntutan, kecocokan untuk pemakaian, perbaikan/penyempurnaan berkelanjutan, bebas dari kerusakan/cacat, ketaatan kebutuhan pelanggan semenjak awal dan setiap saat, melakukan secara benar semenjak awal, dan sesuatu yang membahagiakan pelanggan (Tjiptono, 1997).

Menurut *American Society for Quality Control*, kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk/jasa dalam hal kemampuaanya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten. Menurut Josep Juran dalam bukunya Quality *Control Handbook*, kualitas dapat diartikan sebagai biaya yang dapat dihindari (*avoidable*) dan yang tidak dapat dihindari (Lupiyoadi, 2001).

2.2.3. Pengertian Kualitas Pelayanan

Begitu juga dengan kualitas pelayanan, ada beberapa jumlah perbedaan dalam mendefinisikan kualitas pelayanan. setiap organisasi jasa harus mendefinisikan kualitas berdasarkan tujuan, harapan, dan pelanggannya masing-masing.

Salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model SERVQUAL(*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam serangkaian penelitian mereka dalam sector jasa: reparasi, peralatan rumah tangga, kartu kredit, asuransi, sambungan telepon jarak jauh, perbankan ritel, dan pialang sekuritas. SERVQUAL dibangun atas dasar adanya perbandingan dua factor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan/diinginkan (*expected service*). Dengan demikian, *service quality* (kualitas pelayanan) dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima/peroleh (Parasuraman, dkk, 1998, dalam Lupiyoadi, 2001).

Asumsi dasar yang mendasari kepuasan pelanggan adalah jika kinerja perusahaan dibawah harapan pelanggan, maka konsumen akan kecewa. Sebaliknya jika kinerja perusahaan lebih dari yang diharapkan pelanggan maka konsumen akan merasa puas. Sehingga jika harapan tidak sesuai maka akan terjadi *gap* (kesenjangan) yang mempengaruhi kepuasan. Oleh karena itu, kualitas

pelayanan adalah hasil dari perbandingan antara harapan terhadap pelayanan dengan pelayanan yang diterima.

2.2.4. Dimensi Kualitas Pelayanan (SERVQUAL)

Dalam salah satu studi mengenai SERVQUAL oleh Parasuraman menyimpulkan lima dimensi SERVQUAL sebagai berikut : (Lupiyoadi, 2001).

1. *Tangible*, atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang digunakan, serta penampilan pegawainya.
2. *Reliability*, atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara 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.
3. *Responsiveness*, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negative dalam kualitas pelayanan.

4. *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
5. *Empaty*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Sejak saat itulah SERVQUAL banyak dipakai sebagai alat pengukuran untuk mengukur kualitas pelayanan sebuah industri jasa. Dan didasarkan oleh dimensi itulah banyak penelitian memakai dimensi SERVQUAL tersebut untuk mengukur industri jasa yang diteliti. Beberapa peneliti mengadopsi SERVQUAL tanpa modifikasi, tetapi peneliti lain menambahkan variabel ke dalam dimensi SERVQUAL dan memodifikasinya sesuai dengan industri jasa yang diteliti.

2.2.5. Pengukuran Kualitas Pelayanan Bank

Pengukuran kualitas dalam bisnis jasa sangat berbeda dengan pengukuran kualitas dalam bisnis yang berorientasi produk yang berwujud. Hal ini dikarenakan bisnis jasa bersifat *intangible* dan tidak terlihat, namun bisa dirasakan oleh yang menggunakan jasa tersebut. Sehingga kepekaan terhadap perasaan

pengguna sangat diutamakan. Kualitas pelayanan menjadi hal penting karena sangat menunjang profitabilitas dan loyalitas konsumen, sebagaimna beberapa penelitian telah dilakukan. Begitu juga beberapa Peneliti telah menggunakan dan mengukur dimensi SERVQUAL Parasuraman untuk mengukur keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan, sebagaimana penelitian yang dilakukan Charles, Barbara dan Won Park yang mengukur kualitas pelayanan bank di Korea Selatan dengan memakai SERVQUAL dan SERVPERF. Mereka mengaplikasikan konsep SERVQUAL dan SERVPERF untuk mengukur kualitas dalam sektor perbankan di Korea Selatan.

2.2.6. Kualitas Pelayanan di Bank Syari'ah

Dikarenakan perbedaan idiologi, prinsip, dan kultural antara bank konvensional dan bank syari'ah maka beberapa peneliti berpendapat bahwa penelitian yang memakai dimensi SERVQUAL harus berpijak pada sepuluh dimensi awal yang digunakan dalam SERVQUAL. Darisitulah SERVQUAL disesuaikan dengan budaya, dan prinsip yang berlaku dan dijalankan dalam bank syari'ah, sehingga diperlukan satu dimensi sebagai tambahan dimensi SERVQUAL yaitu *Compliance with Islamic Law* (Kesesuaian dengan Syari'ah Islam).

Oleh karena perbedaan lingkungan internal dan external bank dan budaya itulah yang memandu peneliti untuk menambahkan dimensi baru yang disebut "*Compliance with islamic law*" kedalam lima dimensi kualitas Parasuraman dalam peneletian ini. Dimensi ini memasukkan item seperti : Menjalankan prinsip dan

syari'ah islam, ketiadaan bunga baik dalam tabungan maupun dalam pinjaman, perangkat produk dan pelayanan yang islami, perangkat ketiadaan bunga dalam pinjaman dan perangkat produk investasi bagi hasil. (*Othman dan Owen, 2001).*

Penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa seluruh dimensi dari CARTER adalah Valid dan signifikan. Mereka juga menemukan bahwa *Compliance* menjadi dimensi terpenting dalam pengukuran kualitas pelayanan bank syari'ah. Mereka juga menemukan kuatnya hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan. Penelitian lainnya dengan menggunakan model CARTER dilakukan oleh Izah dan Wan Zulkarnain mereka meneliti Kualitas Pelayanan di Bank Syari'ah dan Asuransi Syari'ah hasilnya menunjukkan ketidakpuasan pelanggan bank syari'ah dan Malaysia, dan kepuasan pelanggan asuransi syari'ah. Mereka juga menemukan bahwa variabel *Compliance* sebagai dimensi terpenting.(*Izah dan Zulkarnain*, vol.1no.2,2005).

Sehingga, dimensi berikut ini yaitu *Compliance* (kesesuaian), *assurance* (jaminan), *reliability* (keandalan), *tangible* (bukti langsung), *empathy* (empati), dan *responsiveness* (ketanggapan) yang disingkat dengan CARTER akan dijadikan konsep untuk diajukan sebagai kerangka kerja dalam penelitian ini. Sehingga Model CARTER adalah model pengembangan dari kualitas pelayanan Parasuraman dengan menambahkan variable "*Compliance*"(kesesuaian) yakni mentaati prinsip-prinsip syari'ah islam, yang terdiri sebagai berikut :

1 *Compliance* (kesesuaian) yaitu kemampuan untuk mentaati syariah islam dan beroperasi dibawah prinsip yang sesuai syari'ah.

2 *Assurance* (jaminan) yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan, bebas dari resiko, bahaya ataupun keragu-raguan.

3 *Reliability* (keandalan) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat, terpercaya dan memuaskan. 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.

4 *Tangible* (bukti langsung), kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. *Tangible* meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang digunakan, serta penampilan pegawainya.

5 *Empathy* (empati) memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

6 *Responsiveness* (ketanggapan) yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu

tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negative dalam kualitas pelayanan.

2.2.7. Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan

Sukses tidaknya sebuah bisnis yang terkait dengan jasa, sangat tergantung dengan bagaimana perusahaan bisa memaksimumkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan terhadap pelayanan sangat berkait erat dengan mutu produk dan layanan. Menurut Kotler kepuasan pelanggan adalah suatu pembelian yang tergantung pada relatif kinerja produk/jasa bagi harapan pembeli (Kotler, 1996). Sehingga perusahaan harus hati-hati dalam menetapkan tingkat harapan yang tepat. Karena jika harapan yang ditetapkan dibawah harapan pelanggan sebenarnya maka pelanggan/nasabah akan kecewa. Hal diatas dapat dijabarkan lebih lanjut bahwa kepuasan merupakan fungsi dari kinerja dan harapan. Kinerja mewakili kualitas pelayanan yang diberikan dan harapan mewakili keinginan konsumen.

Untuk mewujudkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan, menurut Fandy Tjiptono organisasi jasa harus melakukan empat hal. **Pertama**, mengidentifikasi siapa pelanggannya. **Kedua**, memahami tingkat harapan pelanggan atas kualitas. **Ketiga**, memahami strategi kualitas layanan pelanggan. Dan **Keempat**, memahami siklus pengukuran dan umpan balik dari kepuasan pelanggan (Tjiptono, 1997).

Untuk itulah kualitas pelayanan perlu ditingkatkan karena bagaimanapun juga kualitas pelayanan yang diberikan sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan, apakah sesuai dengan yang diharapkan ataukah tidak.

Apabila ditinjau lebih lanjut, pencapain kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan, sebagaimana disebut oleh Kotler (1996) adalah sebagai berikut (Lupiyoadi, 2001):

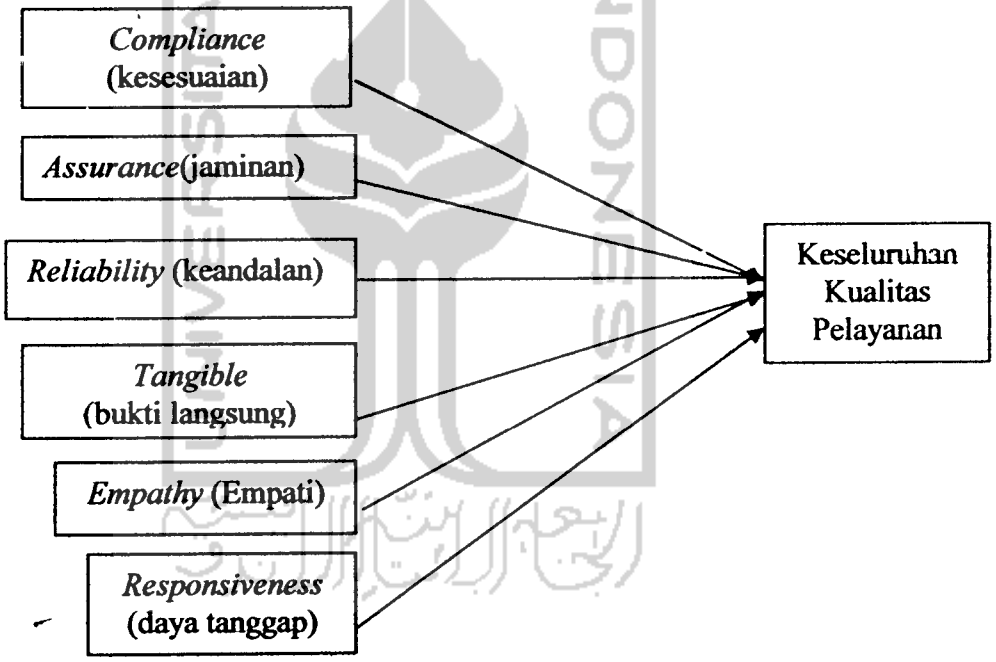
a. Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan pelanggan.misalnya penelitian dengan metode pengamatan bagi karyawan perusahaan tentang pelaksanaan kualitas pelayanan
b. Perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi di dalam perbaikan proses pelayanan. Yang termasuk didalamnya adalah memperbaiki cara berpikir, perilaku, kemampuan, dan pengetahuan dari semua sumber daya manusia yang ada.
c. Memberi kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan. Dengan membentuk *complaint and suggestion system*, misalnya dengan *hotline* bebas pulsa.
d. Mengembangkan dan menerapkan *accountable, proactive*, dan *partnership marketing* sesuai dengan situasi perusahaan.

Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk dan layanan yang diberikan akan berpengaruh terhadap pola perilaku selanjutnya. Yang biasanya ditunjukkan setelah terjadi proses transaksi pembelian (*post purchase action*). Oleh karena itu peningkatan kualitas pelayanan untuk kepuasan pelanggan menjadi suatu hal penting yang tidak bisa ditawar-tawar lagi.

2.3. Kerangka Pemikiran

Berlandaskan landasan teori yang telah disebutkan, maka dapat dirumuskan kerangka pemikiran yang menunjukkan adanya pengaruh dimensi kualitas pelayanan dengan kualitas pelayanan secara keseluruhan dalam penelitian sebagaimana terlihat pada gambar 2.1.dibawah ini.

Gambar 2.1 : Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Bank Syari'ah dengan Keseluruhan Kualitas Pelayanan yang diberikan



2.4. Formulasi Hipotesis

Hipotesis diartikan sebagai pernyataan dan jawaban yang bersifat sementara, diharapkan teruji kebenarannya dan dapat memberikan pola terbaik dalam menyelesaikan pokok masalah seperti yang telah dirumuskan sebelumnya. Hipotesis tersebut akan dibuktikan kebenarannya setelah data lapangan (empiris) dapat diperoleh.

BAB III

METODE PENELITIAN

Untuk mempermudah penulis dalam melakukan penelitian dan menjawab permasalahan secara metodologis dan akurat diperlukan metodologi penelitian yang mendukung. Oleh karenanya dalam bab ini akan dibahas mengenai:

3.1. Gambaran Umum Produk dan Perusahaan

3.1.1. Sejarah Berdiri Bank Syari'ah Mandiri

Krisis moneter dan ekonomi sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis politik nasional telah membawa dampak besar dalam perekonomian nasional. Krisis tersebut telah mengakibatkan perbankan Indonesia yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami kesulitan yang sangat parah. Keadaan tersebut menyebabkan pemerintah Indonesia terpaksa mengambil tindakan untuk merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia. Lahirnya Undang-Undang No. 10 tahun 1998, tentang Perubahan atas Undang-Undang No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan, pada bulan November 1998 telah memberi peluang yang sangat baik bagi tumbuhnya bank-bank syariah di Indonesia. Undang-Undang tersebut memungkinkan bank beroperasi sepenuhnya secara syariah atau dengan membuka cabang khusus syariah.

PT. Bank Susila Bakti (PT. Bank Susila Bakti) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT. Bank Dagang Negara dan PT. Mahkota Prestasi berupaya keluar dari krisis 1997 - 1999 dengan berbagai cara. Mulai dari langkah-langkah menuju merger sampai pada akhirnya memilih konversi menjadi bank syariah dengan suntikan modal dari pemilik. Dengan terjadinya merger

empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, BankExim dan Bapindo) ke dalam PT. Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999, rencana perubahan PT. Bank Susila Bakti menjadi bank syariah (dengan nama Bank Syariah Sakinah) diambil alih oleh PT. Bank Mandiri (Persero). PT. Bank Mandiri (Persero) selaku pemilik baru mendukung sepenuhnya dan melanjutkan rencana perubahan PT. Bank Susila Bakti menjadi bank syariah, sejalan dengan keinginan PT. Bank Mandiri (Persero) untuk membentuk unit syariah. Langkah awal dengan merubah Anggaran Dasar tentang nama PT. Bank Susila Bakti menjadi PT. Bank Syariah Sakinah berdasarkan Akta Notaris : Ny. Machrani M.S. SH, No. 29 pada tanggal 19 Mei 1999. Kemudian melalui Akta No. 23 tanggal 8 September 1999 Notaris : Sutjipto, SH nama PT. Bank Syariah Sakinah Mandiri diubah menjadi PT. Bank Syariah Mandiri. Pada tanggal 25 Oktober 1999, Bank Indonesia melalui Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 1/24/KEP. BI/1999 telah memberikan ijin perubahan kegiatan usaha konvensional menjadi kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah kepada PT. Bank Susila Bakti. Selanjutnya dengan Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/1999 tanggal 25 Oktober 1999, Bank Indonesia telah menyetujui perubahaan nama PT. Bank Susila Bakti menjadi PT. Bank Syariah Mandiri.

Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999 merupakan hari pertama beroperasinya PT. Bank Syariah Mandiri. Kelahiran Bank Syariah Mandiri merupakan buah usaha bersama dari para perintis bank syariah di PT. Bank Susila Bakti dan Manajemen PT. Bank Mandiri yang memandang pentingnya kehadiran bank syariah dilingkungan PT. Bank Mandiri (Persero).

PT. Bank Syariah Mandiri hadir sebagai bank yang mengkombinasikan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani yang melandasi operasinya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan PT. Bank Syariah Mandiri sebagai alternatif jasa perbankan di Indonesia.

3.1.2. VISI DAN MISI

Visi

Menjadi Bank Syariah Terpercaya Pilihan Mitra Usaha

Misi

- Menciptakan suasana pasar perbankan syariah agar dapat berkembang dengan mendorong terciptanya syarikat dagang yang terkoordinasi dengan baik
- Mencapai pertumbuhan dan keuntungan yang berkesinambungan melalui sinergi dengan mitra strategis agar menjadi bank syariah terkemuka di Indonesia yang mampu meningkatkan nilai bagi para pemegang saham dan memberikan kemaslahatan bagi masyarakat luas
- Mempekerjakan pegawai yang profesional dan sepenuhnya mengerti operasional perbankan syariah
- Menunjukkan komitmen terhadap standar kinerja operasional perbankan dengan pemanfaatan teknologi mutakhir, serta memegang teguh prinsip keadilan, keterbukaan dan kehati-hatian

- Mengutamakan mobilisasi pendanaan dari golongan masyarakat menengah dan ritel, memperbesar portofolio pembiayaan untuk skala menengah dan kecil, senta mendorong tenwujudnya manajemen zakat, infak dan shadaqah yang lebih efektif sebagai cerminan kepedulian sosial

- Meningkatkan permodalan sendiri dengan mengundang perbankan lain, segenap lapisan masyarakat dan investor asing

3.1.3. BUDAYA PERUSAHAAN

Bank Syariah Mandiri sebagai bank yang beroperasi atas dasar prinsip syariah Islam menetapkan budaya perusahaan yang mengacu kepada sikap *akhlaqul karimah* (budi pekerti mulia), yang terangkum dalam lima pilar yang disingkat **SIFAT**, yaitu :

- **Siddiq (Integritas)**

  Menjaga Martabat dengan Integritas. Awali dengan niat dan hati tulus, berpikir jernih, bicara benar, sikap terpuji dan perilaku teladan.

- **Istiqomah (Konsistensi)**

  Konsisten adalah Kunci Menuju Sukses. Pegang teguh komitmen, sikap optimis, pantang menyerah, kesabaran dan percaya diri.

- **Fathanah (Profesionalisme)**

  Profesional adalah Gaya Kerja Kami. Semangat belajar berkelanjutan, cerdas, inovatif, terampil dan adil.

- **Amanah (Tanggung-jawab)**

  Terpercaya karena Penuh Tanggung Jawab. Menjadi terpercaya, cepat tanggap, obyektif, akurat dan disiplin

- **Tabligh (Kepemimpinan)**

Kepemimpinan Berlandaskan Kasih-Sayang. Selalu transparan, membimbing, visioner, komunikatif dan memberdayakan.

3.1.4. PRODUK DAN JASA BANK SYARIAH MANDIRI

Produk dan Jasa perbankan Syari'ah terdiri dari : Produk Pendanaan, Produk Pembiayaan dan Produk Layanan Jasa , dan produk jasa investasi.

1.PRODUK PENDANAAN

Produk Pendanaan terdiri dari : tabungan, Deposito dan Giro

TABUNGAN

Tabungan BSM simpatik

Tabungan BSM Simpatik adalah simpanan dalam mata uang rupiah berdasarkan prinsip wadiah, yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat tertentu yang disepakati

Tabungan BSM

Tabungan BSM adalah simpanan yang penarikannya berdasarkan syarat-syarat tertentu yang disepakati.

Tabungan BSM Dollar

Tabungan BSM Dollar adalah simpanan dalam mata uang dollar yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat atau sesuai ketentuan BSM dengan menggunakan slip penarikan.

Tabungan Mabrur BSM

Tabungan Mabrur adalah simpanan investasi yang bertujuan membantu masyarakat untuk merencanakan ibadah haji & umrah.

Tabungan Kurban BSM

Tabungan Kurban BSM adalah simpanan investasi yang bertujuan membantu masyarakat untuk merencanakan ibadah kurban dan aqiqah.

BSM Investa Cendikia

Melalui Tabungan Investa Cendikia dari Bank Syariah Mandiri, dapat direncanakan dengan tepat dan cermat, memenuhi kebutuhan dana pendidikan bagi si buah hati hingga jenjang perguruan tinggi. Selain itu, Tabungan Investa Cendikia juga memberikan perlindungan asuransi, sehingga kelangsungan biaya pendidikan buah hati lebih terjamin.

Aspek Syariah

Digunakan prinsip Mudharabah Mutlaqah, dimana Penabung akan mendapatkan bagi hasil sesuai nisbah yang telah disepakati di awal pembukaan tabungan bersdasarkan saldo rata-rata tiap bulan.

DEPOSITO

Deposito BSM

Deposito BSM adalah roduk investasi berjangka yang penarikannya hanya dapat dilakukan setelah jangka waktu tertentu sesuai kesepakatan.

Deposito BSM Valas

Deposito BSM Valas adalah produk investasi berjangka yang penarikannya hanya dapat dilakukan setelah jangka waktu tertentu sesuai kesepakatan dalam bentuk valuta asing.

GIRO

Giro BSM EURO

Giro Euro adalah sarana penyimpanan dana dalam mata uang Euro yang disediakan bagi nasabah perorangan atau perusahaan/badan hukum dengan pengelolaan berdasarkan prinsip wadiah yaddhamanah. Dengan prinsip ini, dana giro nasabah diperlakukan sebagi titipan yang dijaga keamanan dan ketersediaannya setiap saat guna membantu kelancaran transaksi usaha.

Giro BSM

Giro BSM adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, atau alat perintah bayar lainnya dengan prinsip *wadiah yad adh-dhamanah.*

Giro BSM Valas

Giro BSM Valas adalah simpanan dalam mata dollar amerika yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, atau alat perintah bayar lainnya dengan prinsip *wadiah yad ad-dhamanah.*

Giro BSM Singapore Dollar

Giro Singapore Dollar adalah simpanan dalam mata dollar singapore yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, atau alat perintah bayar lainnya dengan prinsip *wadiah yad adh-dhamanah.*

Obligasi Bank Syariah Mandiri (Mudharabah)

Surat berharga jangka panjang berdasar prinsip syariah yang mewajibkan Emiten (bank Syariah Mandiri) untuk membayar Pendapatan Bagi Hasil / Kupon dan membayar kembali Dana Obligasi Syariah pada saat jatuh tempo.

2.PEMBIAYAAN

Pembiayaan Griya BSM

Pembiayaan Griya BSM adalah pembiayaan jangka pendek, menengah, atau panjang untuk membiayai pembelian rumah tinggal (konsumtif), baik baru maupun bekas, di lingkungan developer maupun non developer, dengan sistem murabahah.

Gadai Emas BSM

Gadai Emas BSM merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat.

Mudharabah BSM

Pembiayaan Mudharabah BSM adalah pembiayaan dimana seluruh modal kerja yang dibutuhkan nasabah ditanggung oleh bank. Keuntungan yang diperoleh dibagi sesuai dengan nisbah yang disepakati.

Musyarakah BSM

Pembiayaan khusus untuk modal kerja, dimana dana dari bank merupakan bagian dari modal usaha nasabah dan keuntungan dibagi sesuai dengan nisbah yang disepakati.

Murabahah BSM

Pembiayaan Murabahah BSm adalah pembiayaan berdasarkan akad jual beli antara bank dan nasabah. Bank membeli barang yang dibutuhkan dan menjualnya kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan margin yang disepakati.

Talangan Haji BSM

Talangan Haji BSM merupakan pinjaman dana talangan dari bank kepada nasabah khusus untuk menutupi kekurangan dana untuk memperoleh kursi/seat haji dan pada saat pelunasan BPIH.

3. JASA

JASA PRODUK

Kartu /ATM BSM

Kartu / ATM BSM merupakan sarana untuk melakukan transaksi pada ATM Syariah Mandiri

BSM B-Payer

BSM B-Payer merupakan layanan bank dalam menerima pembayaran tagihan pelanggan

BSM SMS Banking

BSM SMS Banking merupakan produk layanan perbankan berbasis teknologi seluler yang memberikan kemudahan melakukan berbagai transaksi perbankan

Jual Beli Valuta Asing

Pertukaran mata uang rupiah dengan mata uang asing atau mata uang asing dengan mata uang asing lainnya yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri dengan nasabah.

BANK GARANSI

BSM Electronic Payroll

Pembayaran gaji karyawan institusi melalui teknologi terkini Bank Syariah Mandiri secara mudah, aman dan fleksibel.

SKBDN (Surat Kredit Berdokumen Dalam Negeri)

Janji tertulis berdasarkan permintaan tertulis nasabah *(applicant)* yang mengikat Bank Syariah Mandir sebagai bank pembuka untuk membayar kepada penerima atau *order*-nya atau menerima dan membayar wesel pada saat jatuh tempo yang ditarik penerima, atau memberi kuasa kepada bank lain untuk melakukan pembayaran kepada penerima, atau untuk menegosiasikan wesel-wesel yang ditarik oleh penerima atas penyerahan dokumen (untuk saat ini khusus BSM dengan BSM)

BSM Letter of Credit

Janji tertulis berdasarkan permintaan tertulis nasabah (applicant) yang mengikat Bank Syariah Mandiri sebagai bank pembuka untuk membayar kepada penerima atau order-nya atau menerima dan membayar wesel pada saat jatuh tempo yang ditarik penerima, atau memberi kuasa kepada bank lain untuk melakukan pembayaran kepada penerima, atau untuk menegosiasikan wesel-wesel yang ditarik oleh penerima atas penyerahan dokumen.

BSM SUMCH (Saudi Umrah & Haj Card)

BSM SUHC adalah kartu prabayar dalam mata uang Saudi Arabiyan Riyal

JASA OPERASIONAL

Transfer Lintas Negara BSM Western Union

Transfer Lintas Negara BSM Western Union adalah jasa layanan pengiriman dan penerimaan uang lintas negara dalam sekejap.

Setoran Kliring

Penagihan warkat bank lain di mana lokasi bank tertariknya berada dalam satu wilayah kliring

Inkaso

Penagihan warkat bank lain di mana bank tertariknya berbeda wilayah kliring atau berada di luar negeri, hasilnya penagihan akan dikredit ke rekening nasabah.

Intercity Clearing

Jasa penagihan warkat (cek/bilyet giro valuta rupiah) bank di luar wilayah kliring dengan cepat sehingga nasabah dapat menerima danan hasil tagihan cek atau bilyet giro tersebut pada keesokan harinya

BSM RTGS (Real Time Gross Settlement)

Jasa transfer uang valuta rupiah antar bank baik dalam satu kota maupun dalam kota yang berbeda secara *real time*. Hasil transfer ekfektif dalam hitungan menit.

Transfer Dalam Kota (LLG)

Jasa pemindahan dana antar bank dalam satu wilayah kliring lokal

Transfer Valas BSM

Transfer valas terdiri dari:

- T ransfer ke luar yaitu pengiriman valas dari nasabah BSM ke nasabah bank lain baik dalam maupun luar negeri
- Transfer masuk yaitu pengiriman valas dari nasabah baik lain baik dalam maupun luar negeri ke nasabah BSM

Pajak Online BSM

Memberikan kemudahan kepada wajib pajak untuk membayar kewajiban pajak (bukan dalam rangka pembayaran pajak *import*) secara otomatis dengan mendebet rekening atau secara tunai.

Pajak Import BSM

Memberikan kemudahan kepada *importir* untuk membayar pajak barang dalam rangka *import* secara *on-line* sebagai syarat untuk mengeluarkan barangnya dari gudang kantor bea dan cukai.

Referensi Bank

Surat Keterangan yang diterbitkan oleh Bank Syariah Mandiri atas dasar permintaan dari nasabah untuk tujuan tertentu

sample yang menggunakan proses random, sehingga tidak setiap anggota populasi memiliki peluang atau *probability* untuk terpilih sebagai sample. Anggota populasi dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu atau berdasarkan alasan kemudahan.

Metode yang digunakan adalah model *Convenience sampling* yaitu suatu metode yang menarik anggota populasi berdasarkan kemudahannya ditemui atau ketersediaan anggota populasi tertentu saja.

Dalam penelitian ini jumlah varians populasinya tidak diketahui. Varians populasi dapat dihitung berdasarkan proporsi (P). Besarnya varians populasi = P (1-P), dimana P + (1-P) = 1. Berapa pun besarnya nilai P, hasil perkalian P (1-P) selalu tidak akan melebihi 0,25 (Boedijoewono, 2001). Dengan demikian, untuk menentukan jumlah sampel dimana varian populasinya tidak diketahui digunakan varian populasi = 0,25 Dengan demikian penulis menggunakan formulasi sebagai berikut:

$$N = ¼ \left[\frac{Z \frac{1}{2}\alpha}{E} \right]^2$$

Dimana :

N = Jumlah sampel.

Z = Luas kurve normal standar.

α = Taraf signifikansi.

E = Deviasi sampling maksimum yang diinginkan peneliti.

Tidak terdapat standar ukuran yang pasti dalam penentuan taraf signifikansi (α). Beberapa nilai taraf signifikansi yang banyak dipergunakan adalah 10%, 5%, atau 1%, dimana taraf signifikansi 1% atau kurang dipergunakan dibidang kesehatan, 5% dibidang ekonomi, dan 10% untuk bidang pertanian. Untuk menentukan jumlah sampel, peneliti menetapkan tingkat kesalahan data yang masih dapat ditolelir (α) sebesar 5 %. Dengan demikian, maka Z½α = 1,96 (dari tabel Z).

Besarnya deviasi sampling maksimum (tingkat penyimpangan/kesalahan maksimum yang bisa diterima) merupakan keputusan subyektif, dimana peneliti bebas menentukan besarnya dengan ketentuan E≠0. Untuk penelitian ini, peneliti menginginkan dari 10 angket, angket yang ditolelir jika salah adalah 1 angket. Dengan kata lain, E ditetapkan sebesar 10%, maka dapat dihitung sebagai berikut:

$$N = \frac{1}{4}\left[\frac{1,96}{0,1}\right]^2$$

$$n = 96,04$$

berdasarkan hasil perhitungan sampel tersebut, maka ditetapkan dan dibulatkan jumlah sampel adalah 96 responden.

3.3. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini Penulis membatasi lokasi penelitian pada nasabah yang menabung di Bank Syari'ah Mandiri Cabang Yogyakarta

3.4. Identifikasi Variabel

Didalam penelitian ini terdapat 2 jenis variabel, yaitu variabel bebas ***(Independent Variable)*** dan variabel terikat ***(Dependent Variable).***

Variabel bebas merupakan variabel yang tidak dapat dipengaruhi oleh keadaan variabel lainnya. Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah variabel dari dimensi Kualitas Pelayanan sebagai berikut :

a) Compliance (ketaatan), yang selanjutnya akan disebut sebagai variable X1
b) Assurance (jaminan) , yang selanjutnya akan disebut sebagai variable X2
c) Reliability (keandalan), yang selanjutnya akan disebut sebagai variable X3
d) Tangible (bukti langsung), yang selanjutnya akan disebut sebagai variable X4
e) Empati, yang selanjutnya akan disebut sebagai variable X5
f) Responsiveness (daya tanggap), yang selanjutnya akan disebut sebagai variable X6

Sedang variable terikatnya (dependen variable) adalah variabel yang keadaannya sangat dipengaruhi atau tergantung oleh keadaan variabel lainnya. Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah variabel Kualitas Pelayanan secara keseluruhan (*overall service quality*) yang selanjutnya akan disebut sebagai variable Y.

3.5. Definisi Operasional Variabel

Untuk lebih memperjelas pengertian tentang indikator-indikator yang diukur, maka diberikan penjelasan berikut :

1. Karakteristik Konsumen

sebagai variabel penjelas terhadap kepuasan menurut karakteristik responden berdasarkan :

a. Jenis Kelamin

Jenis kelamin sering berpengaruh pada sikap seserang terhadap objek

- Laki – laki
- Perempuan

b. Usia

Usia merupakan variabel sosial ekonomi yang sering kali digunakan sebagai barometer tingkat kematangan dalam berfikir atau menentukan pilihan.

- Kurang dari 20 tahun
- 20–29 tahun
- 30–39 tahun
- 40–49 tahun
- 50 tahun atau lebih.

c. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan adalah jenjang pendidikan terakhir yang diselesaikan responden

- Tidak ada Pendidikan formal
- SD
- SMP
- SMA
- D1-D3
- S1
- Diatas S1 (S2/S3 Master atau PhD)

d. Pendapatan bulanan

Pendapatan merupakan jumlah pendapatan per bulan atau pendapatan rata-rata dalam satu bulan yang diperoleh responden.

- Kurang dari Rp.200.000
- Rp.200.000- Rp.399.000
- Rp.400.000- Rp.699.000
- Rp.700.000- Rp.999.000
- Diatas Rp.1000.000

e. Tingkat pekerjaan

- Profesional (Dokter, Pengacara, Insinyur, Wartawan, dan lain –lain)
- Manajer / Exekutif
- Polisi / Tentara
- Akademik / Pendidik
- Ibu rumah tangga
- Wiraswasta
- Mahasiswa / Pelajar

3.5.1. Variabel terikat (tidak bebas)

Sebagai variabel terikat (*dependent variabel / Y*) pada penelitian ini adalah Keseluruhan Kualitas Pelayanan dari Bank Syari'ah Mandiri. Maksud dari Keseluruhan kualitas pelayanan (*overall service quality*) disini adalah suatu penilaian yang diberikan oleh konsumen setelah menggunakan kualiatas jasa Bank Syari'ah Mandiri. Penilaian keseluruhan kualitas pelayanan oleh konsumen mengacu pada penilaian tentang seluruh pengalamannya selama menggunakan jasa Bank Syari'ah Mandiri.

3.5.2. Variabel Bebas

Sebagai variabel bebas dalam penelitian ini adalah: Dimensi kualitas pelayanan SERVQUAL (*SERVQUAL dimension*) yang dimodifikasi dengan tambahan *Compliance with Islamic Law* dan disingkat dengan CARTER. Untuk kualitas pelayanan masing-masing menggunakan skala metric/ordinal. Jumlah 31 item yang mencakup enam dimensi (*Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Empaty, Responsiveness*) sebagaimana dalam Model CARTER.

Dimensi Kualitas pelayanan CARTER (X) yaitu keseluruhan sifat dari suatu produk yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan nasabah.yang meliputi :

1. X1 :*Compliance* (Kesesuaian)(1-5 item) yaitu kemampuan untuk mentaati syariah islam dan beroperasi dibawah prinsip syari'ah islam. Dimensi *Compliance* ini mencakup:
    - Menjalankan prinsip-prinsip islam
    - Ketiadaan bunga dalam tabungan atau pinjaman
    - Penyediaan produk dan layanan yang sesuai syari'ah islam
    - Penyediaan pinjaman tanpa bunga
    - Penyediaan produk investasi bagi hasil
2. X2 :*Assurance* (jaminan) (6-10) yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan. Dimensi ini mencakup:

- Staff Bank Syariah Mandiri memiliki sifat yang dapat dipercaya oleh konsumen
- Bank Syariah Mandiri Menyediakan layanan pertimbangan keuangan
- Pelanggan merasa nyaman dalam bertransaksi.
- Pengetahuan dan Pengalaman tim manajemen Bank Syariah Mandiri.

3. X3 : *Reliability* (keandalan) (11-14) yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Terdiri dari :
   - Kenyamanan dan ketenangan pelayanan dengan waktu yang cepat
   - Mengintegerasikan pelayanan nilai tambah bagi nasabah
   - Menyediakan banyak variasi produk dan pelayanan
   - keamanan dalam bertransaksi
   - banyaknya konter yang buka pada jam tepat
4. X4 : *Tangible* (bukti langsung), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.dimensi ini mencakup:
   - Penampilan luar yang nyaman untuk dipandang
   - Memakai perlengkapan yang modern untuk kecepatan dan keefisienan
   - Penampilan Staff yang rapi
   - Pembagian conter dalam bank dan cabangnya juga ruang tunggu di dalamnya yang nyaman
   - Ada tempat parkir yang nyaman
5. X5 : *Empathy* (empati), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. Dimensi ini mencakup:

- Lokasi bank (mudah terjangkau)
- Nama Bank banyak diketahui/dikenal/familiar.
- Ukuran bank (dalam asset dan modal)
- Kepercayaan pada manajemen bank
- Jam buka operasional yang menetramkan.
- Memahami kebutuhan spesifik pelanggan

6. X6 : *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Dimensi ini mencakup :
   - Mengetahui tentang kondisi bisnis anda dan kecenderungan untuk membantu
   - Dapat memenuhi kebutuhan individual
   - Pelayanan staff yang cepat dan tanggap
   - Adanya kredit dan kemudahan istilah
   - Adanya banyak cabang
   - Pelayanan conter yang cepat dan efisien.

3.6. Data dan Tehnik Pengumpulan Data

Berbentuk kuisioner yaitu pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan kepada responden untuk selanjutnya dijawab. Yang memodifikasi dari penelitian Abdul Qowy dan Othman tentang "*Adopting and measuring customer service quality in Islamic banks: a case study in Kuwait Finance House*". Data yang diperoleh berupa jawaban – jawaban yang diajukan dalam bentuk angket.

3.6.1. Skala Likert

Responden menjawab pertanyaan dengan memakai Skala Likert. Dengan skala ini responden diminta untuk menunjukkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuannya terhadap serangkaian pertanyaan tentang suatu obyek. Responden menjawab setiap pertanyaan peneliti dengan memberikan tanda silang pada alternative jawaban yang disiapkan dengan lima kemungkinan yang tersedia. Jawaban tersebut dibuat skala dan diberi skor nilai sehingga dapat diolah. Jawaban yang tersedia dibuat skala tingkatan. Untuk dimensi kualitas pelayanan, criteria penilaian responden diberi skala sebagai berikut :

6 = Sangat setuju

5 = Setuju

4 = Agak setuju

3 = Agak tidak setuju

2 = Tidak setuju

1 = Sangat tidak setuju

Begitu juga untuk keseluruhan kualitas pelayanan kriteria penilaian responden diberi skala sebagai berikut :

6 = Sangat setuju

5 = Setuju

4 = Agak setuju

3 = Agak tidak setuju

2 = Tidak setuju

1 = Sangat tidak setuju

- Bank Syariah Mandiri Menyediakan layanan pertimbangan keuangan
- Staff Bank Syari'ah Mandiri yang ramah dan sopan
- Pengetahuan dan Pengalaman tim manajemen Bank Syariah Mandiri.

3. X3 : *Reliability* (keandalan) (11-14) yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Terdiri dari :
   - Kenyamanan dan ketenangan pelayanan dengan waktu yang cepat
   - Mengintegerasikan pelayanan nilai tambah bagi nasabah
   - Menyediakan banyak variasi produk dan pelayanan
   - keamanan dalam bertransaksi
   - banyaknya konter yang buka pada jam tepat
4. X4 : *Tangible* (bukti langsung), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.dimensi ini mencakup:
   - Penampilan luar yang nyaman untuk dipandang
   - Kecepatan dan keefisienan dalam bertransaksi
   - Membuka banyak jam operasi
   - Pembagian conter dalam bank dan cabangnya juga ruang tunggu di dalamnya yang nyaman
5. X5 : *Empathy* (empati), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. Dimensi ini mencakup:
   - Lokasi bank (mudah terjangkau)
   - Banyak diketahui / dikenal, familiaritas bank, reputasi dan image bank
   - Ada tempat parkir yang nyaman

3.6.2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum melakukan penelitian yang perlu lebih dahulu dilakukan adalah uji tingkat validitas dan reliabilitas (Sudarmanto, 2005).

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur secara tepat. Permasalaan validitas instrument (angket) akan menunjukkan pada mampu tidaknya instrument tersebut untuk mengukur objek yang akan diukur. Untuk menguji tingkat validitas instrument penelitian atau alat pengukur data dapat digunakan teknik korelasi *product moment* dari Pearson (Sudarmanto, 2005). Dengan angka dasar yang rumusnya dapat dinyatakan sebagai berikut :

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

Dimana:

r_{xy} = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor responden untuk tiap item

Y = Total skor tiap responden dari seluruh item

ΣX = Jumlah skor dalam distribusi X

XY = Jumlah skor dalam distribusi Y

ΣX^2 = Jumlah kuadrat masing-masing skor X

ΣY^2 = Jumlah kuadrat masing-masing skor Y

N = Jumlah subyek

Tingkat kepercayaan dalam penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 95%. Dengan demikian α yang digunakan adalah 0,05 (5 %).

Uji reliabilitas dilakukan untuk menunjukkan bahwa suatu alat ukur dapat diandalkan atau dapat dipercaya. Suatu alat ukur dikatakan memiliki reliabilitas atau keajegan tinggi atau dapat dipercaya, apabila alat ukur tersebut stabil (ajeg) sehingga dapat diandalkan dan dapat digunakan untuk meramalkan. Dalam penelitian ini uji reliabilitas yang digunakan oleh penulis adalah koefisien reliabilitas internal dari Alpha. Tes ini digunakan untuk mengukur konsistensi jawaban responden terhadap keseluruhan item pertanyaan yang diajukan.

Salah satu cara untuk menentukan reliabilitas suatu butir pertanyaan adalah dengan menggunakan koefisien alfa (*alpha cronbach*). Koefisien Alfa merupakan rata-rata seluruh koefisien paruh bagian (*split-half*) yang berasal dari cara pembagian item-skala yang berbeda. Koefisien ini beragam antara 0 hingga 1 dan sebuah nilai 0,6 atau kurang secara umum mengindikasikan keandalan konsistensi internal yang tidak memuaskan (Malhotra, 2005). Semakin besar nilai alfa (mendekati angka 1), maka semakin tinggi pula tingkat reliabilitasnya. Oleh karena itu, suatu butir pertanyaan dapat dikatakan reliabel manakala nilai koefisien alfa lebih besar dari 0,6.

Uji reliabilitas juga dapat dihitung dengan formulasi Spearman Brown (ibid, 1995 hlm.182) sebagai berikut :

$$rxx^{1} = \frac{2(ry_1 ry_2)}{1 + ry_1 ry_2}$$

rxx^{1} = Koefisien reliabilitas

$ry_1 ry_2$ = Koefisien korelasi antara skor belahan y_1 dengan belahan y_2

3.7. Metode Analisis Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian adalah Data Primer

3.7.1. Data Primer

Data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh periset untuk menjawab masalah risetnya secara khusus (Istianto, 2005). Data primer ini merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya oleh peneliti. Dalam hal ini adalah responden yang pernah dan sedang menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta. data dikumpulkan dengan metode survey untuk mengetahui informasi pelanggan dengan menanyakan responden melalui daftar pertanyaan atau kuisioner yang terstruktur.

3.8. Alat Analisa Data

Untuk menganalisa data yang diperoleh dari penelitian dan untuk menjawab riset yang diajukan, digunakan metode analisis deskriptif dan analisis kuantitatif.

3.8.1. Analisa Deskriptif

Manfaatnya adalah untuk mendukung hasil analisis. Analisis deskriptif dilakukan dengan membagi frekuensi masing-masing karakteristik responden yang akan diteliti, meliputi seperti : : karakteristik jenis kelamin, usia responden, tingkat pendidikan, pendapatan, dan jenis pekerjaan.

3.8.2. Analisis Pengaruh

Merupakan analisa data yang diperoleh dengan menggunakan analisa statistic dan digunakan untuk menguji hipotesis. Dalam analisa ini alat analisa yang digunakan adalah :

3.8.2.1. Analisa Persamaan Regresi Linier berganda

Digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variable *independent*/bebas (dimensi kualitas pelayanan) terhadap variable dependen/terikat (kualitas pelayanan secara keseluruhan). selain itu, juga untuk menguji hipotesis: adanya pengaruh dimensi kualitas pelayanan Bank Syari'ah Mandiri (terdiri dari enam dimensi kualitas pelayanan) terhadap keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan pada konsumen.

Perhitungan persamaan Regresi Berganda (*Multiple Regression*) digunakan Rumus model regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = \beta 0 + \beta 1X1 + \beta 2X2 + \beta 3X3 + \beta 4X4 + \beta 5X5 + \beta 6X6$$

Keterangan :

Y = Keseluruhan Kualitas Pelayanan

X1 = Skor dimensi Variabel Compliance (ketaatan)

X2 = Skor dimensi Variabel Assurance (jaminan)

X3 = Skor dimensi Reliability (keandalan)

X4 = Skor dimensi Tangible (bukti langsung)

X5 = Skor dimensi Empati

X6 = Skor dimensi Responsiveness (daya tanggap)

$\beta 0, \beta 1, \beta 2, \ldots\ldots \beta 6$ = Konstanta dari Koefisien Regresi

Prosedur pengujian yang dilakukan pada persamaan diatas adalah :

1.Menentukan hipotesis operasional

Ho = Tidak ada pengaruh yang positif antara keseluruhan kualitas pelayanan dengan dimensi kualitas pelayanan pada bank syariah

Ha = Ada pengaruh yang positif antara keseluruhan kualitas pelayanan dengan dimensi kualitas pelayanan pada bank syariah

2.Menentukan taraf signifikansi dan kriteria pengujian

Dalam penelitian ini digunakan taraf signifikansi (α) sebesar 5 %, sehingga kriteria pengujian hipotesisnya:

- Ho diterima jika Probabilitas $< \alpha$.
- Ho ditolak jika Probabilitas $\geq \alpha$.

3.Perhitungan

Tahap perhitungan ini dilakukan berdasar pada alat analisis yang digunakan, yaitu Regresi Linear berganda. Sedangkan untuk lebih mempermudah memperoleh hasil, maka kegiatan perhitungannya menggunakan fasilitas komputerisasi dengan program SPSS .

4.Pengambilan keputusan

Pengambilan keputusan merujuk pada prosedur kedua dan ketiga.

3.8.2.2. Uji Signifikansi Koefisien regresi

Untuk menguji harga-harga dari koefisien regresi berganda tersebut bermakna atau tidak sebagai dasar peramalan, maka harus diadakan tes signifikansi dari harga B1, B2, B3, B4, B5, dan B6 untuk itu diadakan tes signifikansi dengan uji statistik t, dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Menentukan hipotesis operasional

Ho : B1= B2 = B3 = B4 = B5 = B6 = 0

Tidak signifikan sebagai penaksir terhadap Y

Ha : B1 # B2 # B3 # B4 # B5 # B6 = 0

Koefisien tersebut signifikan sebagai penaksir terhadap Y

2. Menentukan taraf signifikansi / tingkat kesalahan (α) sebesar 5 %. Sehingga kriteria pengujian hipotesisnya adalah sebagai berikut :

- Ho diterima jika Probabilitas < α.
- Ho ditolak jika Probabilitas $\geq \alpha$.

3. Tahap perhitungan

Tahap perhitungan ini dilakukan berdasar pada alat analisis yang digunakan, yaitu uji signifikansi koefisien regresi. Sedangkan untuk lebih mempermudah memperoleh hasil, maka kegiatan perhitungannya menggunakan fasilitas komputerisasi dengan program SPSS .

4. Kesimpulan

Pengambilan keputusan merujuk pada prosedur kedua dan ketiga

3.8.2.3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengukur tingkat ketepatan suatu garis regresi, yang dapat diketahui dari besar kecilnya koefisien determinasi atau koefisien R^2 (R *Square*). Nilai koefisien R^2 dalam analisis regresi dapat digunakan sebagai ukuran untuk menyatakan kecocokan garis regresi yang diperoleh. Semakin besar nilai R^2 maka semakin kuat kemampuan model regresi yang diperoleh untuk menerangkan kondisi yang sebenarnya, selain itu juga untuk mengukur besar proporsi (prosentase) dari jumlah ragam Y yang diterangkan dalam model regresi atau untuk mengukur besar sumbangan dari peubah penjelas X terhadap ragam peubah respon Y (Sudarmanto, 2005).

Adapun Rumus dari koefisien Determinasi adalah sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{jk\ (reg)}{\sum y^2}$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien determinasi = besarnya pengaruh variable X1, X2, X3, X5, X4, X6 secara serempak terhadap variable Y

Jk (reg) = Jumlah kuadrat regresi (*regression sum of square*)

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat total dikoreksi (*total sum of square*)

3.8.2.6. Analisis Uji Anova

Untuk mengetahui perbedaan level karakteristik konsumen dan persepsi mereka terhadap dimensi kualitas pelayanan dilakukan dengan menggunakan statistik uji Anova, yaitu suatu metode untuk menguraikan keragaman total data

menjadi komponen-komponen yang mengukur sumber keragaman. Anova atau Uji F pada prinsipnya juga digunakan untuk menguji apakah suatu hipotesis benar atau salah untuk jumlah variabel lebih dari dua.

Dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1.Formulasi Uji Anova

$$F = \frac{MSB}{MSW}$$

MSB = Mean Square between
MSW = Mean Square within

$$F = \frac{SSB}{k-1}$$

$$SSB = \sum \frac{Tc2}{nc} - \frac{(\sum x)2}{n}$$

SSB = Sum of Square between

$$MSW = \frac{SSB}{n-k}$$

$$SSW = \sum x_2 - \sum \frac{Tc2}{nc}$$

Tc = total pada masing-masing treatmen

nc = Jumlah observasi

n = Jumlah observasi total

k = jumlah treatmen

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Guna mengetahui perilaku keseluruhan kualitas pelayanan pada Bank Syari'ah Mandiri, maka akan dilakukan analisis data yang diperoleh dari hasil kuesioner yang telah diisi oleh responden. Sebelum kuesioner dipergunakan dalam pengukuran sesungguhnya terlebih dahulu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas item pertanyaan. Uji validitas dan reliabilitas ini dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada 35 responden sebagai penelitian awal. Bila item pertanyaan dalam kuesioner yang telah disebarkan tersebut dinyatakan valid dan reliabel maka kuesioner tersebut dapat dipergunakan untuk penelitian sesungguhnya.

Pembahasan pengujian dilakukan dengan analisis kualitatif terhadap karakteristik dan kemudian dilanjutkan dengan analisis kuantitatif untuk mengetahui perilaku responden.

4.1. Hasil Estimasi Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang dipergunakan dalam penelitian ini meliputi Jenis Kelamin, Faktor Usia, Tingkat Pendidikan, Status Pekerjaan, dan Tingkat Pendapatan Perbulan, dan. Jumlah responden yang digunakan sebagaimana penentuan sampling yang telah dibahas pada bab sebelumnya berjumlah 96 sampel.

4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Faktor Jenis Kelamin

Responden yang berdasarkan Jenis kelamin Terdiri dari dua karakteristik responden, yaitu : Laki-laki dan Perempuan. Responden yang berjenis kelamin laki-laki sebesar 67,7 persen, berjumlah 65 orang, sedangkan yang berjenis kelamin perempuan sebesar 32,3 persen yang berjumlah 31 orang. Data dapat ditunjukkan dengan tabel berikut ini :

Tabel.4.1.

Karakteristik Responden Berdasarkan Faktor Jenis Kelamin

No	Karakteristik	Jumlah	Valid Prosentase (%)
1	Laki-laki	65	67,7
2	Perempuan	31	32,3
	Jumlah	96	100

Sumber: Hasil data primer, 2006

4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Faktor Usia

Berdasarkan tabel 4.2. yang menyajikan karakteristik responden berdasarkan faktor usia, dapat dilihat bahwa responden yang berusia kurang dari 20 tahun yang merasakan kualitas layanan Bank Syari'ah Mandiri sebanyak 17 orang dengan tingkat presentase 17,7 persen (17,7%). Sedangkan yang 20-29 tahun sebesar 77 orang dengan tingkat presentase 80,2 persen (80,2%). Dan yang berusia 30-39 tahun sebanyak 2 orang dengan tingkat presentase sebesar 2,1 persen (2,1%) dari total keseluruhan responden

Tabel 4.2.

Karakteristik Responden Berdasarkan Faktor Usia

No	Karakteristik	Jumlah	Valid Prosentase (%)
1	< 20 tahun	17	17,7
2	20-29 tahun	77	80,2
3	30-39 tahun	2	2,1
	Jumlah	96	100

Sumber: Hasil data primer, 2006

4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Responden yang berdasarkan tingkat pendidikan dibedakan menjadi empat karakteristik yaitu SMA, Diploma1-2, S1 dan diatas S1, data dapat ditunjukkan pada tabel berikut ini. Berdasarkan tabel 4.3. yang menyajikan karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan, dapat dilihat bahwa responden yang berpendidikan SMA yang menjadi nasabah dan merasakan kualitas pelayanan Bank Syari'ah Mandiri sebanyak 12 orang dengan tingkat presentase sebesar 12,5 persen (12,5%). Sedangkan Diploma1-2 sebanyak 4 orang dengan tingkat presentas 4,2 persen (4,2%). S1 sebanyak 76 orang dengan tingkat presentase sebesar 79,2 persen (79,2%), Di atas S1 sebanyak 4 orang dengan tingkat presentase sebesar 4,2 persen (4,2%) dari keseluruhan responden.

Tabel 4.3.

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Karakteristik	Frekuensi	Valid Prosentase (%)
1	SMA	12	12,5
2	D1 – D2	4	4,2
3	S1	76	79,2
4	Diatas S1	4	4,2
	Total	96	100,0

Sumber: Hasil data primer, 2006

4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Karakteristik responden yang berdasarkan tingkat pendapatan perbulan dibedakan menjadi lima karakteristik yaitu Rp kurang dari 200.000, Rp 200.000 – 399.000, Rp 400.000 – Rp 699.000, Rp.700.000 – 999.000 dan Rp diatas 1.000.000, data dapat disajikankan pada tabel berikut ini. Berdasarkan tabel 4.4. yang menyajikan karakteristik responden berdasarkan tingkat pendapatan, dapat dilihat bahwa responden yang memiliki pendapatan sebesar kurang dari Rp 200.000 yang menjadi nasabah Bank Syari'ah Mandiri dan merasakan kualitas pelayanan Bank Syari'ah Mandiri sebesar 30 responden dengan tingkat presentase sebesar 31,3 persen (31,3%). Sedangkan yang memiliki pendapatan Rp.200.000-Rp.399.000 sebesar 23 orang dengan tingkat presentase 24,0 persen (24%). Rp.400.000-Rp.699.000 sebesar 25 orang, dengan tingkat presentase 26,0 persen

(26,0%). Rp.700.000-Rp.999.000 sebesar 8 orang dengan tingkat presentase sebesar 8,3 persen (8,3%) dari keseluruhan total responden.

Tabel 4.4.

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

No	Karakteristik	Frekuensi	Valid Prosentase (%)
1	<Rp.200.000	44	31,3
2	Rp.200.000-399.000	23	24,0
3	Rp.400.000-Rp.699.000	25	26,0
4	Rp.700.000-Rp.999.000	8	8,3
5	>Rp.1000.000	10	10,4
	Total	96	100,0

Sumber: Hasil data primer, 2006

4.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

Responden yang berdasarkan status pekerjaan dibedakan menjadi enam karakteristik yaitu Profesional, Manajer, Akademik/Pendidik, Ibu Rumah tangga, Wiraswasta, Mahasiswa/pelajar. Berdasarkan tabel 4 5. yang menyajikan karakteristik responden berdasarkan status pekerjaan, dapat dilihat bahwa sebagian besar responden yang merasakan kualitas pelayanan Bank Syari'ah Mandiri yaitu Profesional sebesar 9 orang, dengan tingkat presentase 9,4 persen (9,4 %). Manajer sebanyak 3 orang, dengan tingkat presentase sebesar 3,1 persen (3,1%). Akademik/pendidik 5 orang dengan tingkat presentase 5,2 persen (5,2 %).

Ibu rumah tangga hanya 1 orang dengan tingkat presentase 1,0 persen (1,0%). Wiraswasta sebesar 14 orang dengan tingkat presentase sebesar 14,6 persen (14,6%). Sedangkan Mahasiswa atau pelajar sebanyak 64 orang dengan tingkat presentase sebesar 66,7 persen (66,7%) dari keseluruhan responden. Data dapat ditunjukkan pada tabel berikut ini.

Tabel 4.5.

Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

No	Karakteristik	Frekuensi	Valid Prosentase (%)
1	Profesional	9	9,4
2	Manajer	3	3,1
3	Akademik/pendidik	5	5,2
4	Ibu Rumah Tangga	1	1,0
5	Wiraswasta	14	14,6
6	Mahasiswa/pelajar	64	66,7
	Total	96	100,0

Sumber: Hasil data primer, 2006

4.2. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

4.2.1. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengukur validitas dari item-item pertanyaan pada kuesioner tersebut dapat dinyatakan valid apabila mampu mengungkapkan sesuatu yang dapat diukur. Pengujian

validitas dilakukan dengan menggunakan tehnik analisis butir yaitu dengan mengkorelasikan skor butir X terhadap skor total instrument Y dengan menggunakan rumus *product moment* dari *pearson* dengan perhitungan melalui koefisien penentuan *(Coefficient of Determination)* yang diberi notasi r^2. Dengan menetapkan taraf signifikansi (α) sebesar 3%, maka suatu butir pertanyaan dapat dikatakan valid jika tingkat signifikansinya < 0,03.

Uji Reliabilitas adalah uji yang dilakukan untuk mengukur Reliabilitas dari item-item pertanyaan dalam kuesioner. Salah satu cara untuk menentukan Reliabilitas suatu butir pertanyaan adalah dengan menggunakan koefisien alfa (*alpha cronbach*). Koefisien ini beragam antara 0 hingga 1 dan sebuah nilai 0,6 atau kurang secara umum mengindikasikan keandalan konsistensi internal yang tidak memuaskan (Malhotra, 2005). Semakin besar nilai alfa (mendekati angka 1), maka semakin tinggi pula tingkat reliabilitasnya. Oleh karena itu, suatu butir pertanyaan dapat dikatakan reliabel manakala nilai koefisien alfa lebih besar dari 0,6. Untuk membantu penulis dalam penghitungan Uji Reliabiltas digunakan *program SPSS for Windows versi 12.0*, dan dapat diketahui besarnya *Cronbach Alpha* pada setiap variabel sebagaimana ditunjukkan pada tabel berikut ini.

Tabel 4.6.

Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Kualitas Pelayanan Bank Syari'ah Mandiri

Variabel	Item	Total Validitas dan Reliabilitas		Status
		Korelasi	*Alpha* (α)	
Compliance With Islamic Law (C)	C1	0,694	0,878	Valid dan reliabel
	C2	0,794		Valid dan reliabel
	C3	0,589		Valid dan reliabel
	C4	0,765		Valid dan reliabel
	C5	0,757		Valid dan reliabel
Assurance (A)	A1	0,590	0,633	Valid dan reliabel
	A2	0,548		Valid dan reliabel
	A3	0,438		Valid dan reliabel
	A4	0,530		Valid dan reliabel
Reliability (R)	R1	0,537	0,696	Valid dan reliabel
	R2	0,419		Valid dan reliabel
	R3	0,404		Valid dan reliabel
	R4	0,566		Valid dan reliabel
	R5	0,435		Valid dan reliabel
Tangible (T)	T1	0,571	0,711	Valid dan reliabel
	T2	0,609		Valid dan reliabel
	T3	0,613		Valid dan reliabel
	T4	0,712		Valid dan reliabel
Empathy	E1	0,680	0,793	Valid dan reliabel
	E2	0,555		Valid dan reliabel
	E3	0,459		Valid dan reliabel
	E4	0,572		Valid dan reliabel
	E5	0,535		Valid dan reliabel
	E6	0,484		Valid dan reliabel
	E7	0,630		Valid dan reliabel
Responsiveness (Rpns)	Rspns1	0,791	0,833	Valid dan reliabel
	Rspns2	0,712		Valid dan reliabel
	Rspns3	0,368		Valid dan reliabel
	Rspns4	0,405		Valid dan reliabel
	Rspns5	0,639		Valid dan reliabel
	Rspns6	0,751		Valid dan reliabel
Kepuasan seluruhnya	Kep 1	0,850	0,826	Valid dan reliabel
	Kep 2	0,540		Valid dan reliabel
	Kep 3	0,723		Valid dan reliabel

Sumber: Hasil data primer, 2006

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan pada masing-masing atribut kuesioner dapat dinyatakan valid karena nilai korelasi *product moment* pada kuesioner lebih besar dari 3%. Dan dapat dikatakan reliabel karena koefisien crobach alfanya banyak yang mendekati 1, dimana hasilnya lebih besar dari persyaratan yang ditetapkan yakni 0,6. Dengan demikian semua butir pertanyaan tersebut dapat digunakan, dapat diandalkan dan dapat dipercaya untuk mengumpulkan data yang diperlukan.

4.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linear berganda ini digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel dimensi kualitas pelayanan Bank Syari'ah Mandiri yaitu Pengaruh variabel *Compliance with Islamic Law* / kesesuaian dengan syari'ah islam (C), pengaruh *Assurance* / jaminan (A), pengaruh *Reliability* /keandalan (R), pengaruh variabel *Tangible* /bukti fisik (T), pengaruh *Empathy* / empati (E), dan pengaruh *Responsiveness* / ketanggapan (Rspn) sebagai variabel independen dengan variabel Kualitas Pelayanan secara keseluruhan (*Overall service quality*) sebagai variabel dependen. Dan juga mengetahui secara bersama-sama pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen, sekaligus ketika diuji satu persatu variabel bebas manakah yang memiliki pengaruh signifikan terhadap keseluruhan kualitas pelayanan.

Dalam Pengujian hipotesis tersebut dibantu dengan *program SPSS for Windows versi 12.0* yang dilakukan pada masing-masing dimensi kualitas pelayanan Bank Syari'ah Mandiri.

4.3.1. Pengujian Persamaan Regresi Linier Berganda

Untuk mengeksplorasi lebih dalam tabel berikut menyatakan hasil dari perhitungan analisis Persamaan Regresi berganda yang mana keseluruhan kualitas pelayanan sebagai variabel dependen (Y) sedangkan dimensi kualitas pelayanan Bank Syari'ah sebagai variabel independen (X1,X2,X3,X4,X5,X6).

Tabel 4.7.

Hasil uji analisis regresi linier berganda

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	103,322	6	17,220	6,496	,000(a)
	Residual	235,918	89	2,651		
	Total	339,240	95			

a Predictors: (Constant), TotalRspns, TotalC, TotalA, TotalE, TotalR, TotalT
b Dependent Variable: TotalKep

Tabel.4.8.

Hasil Analisis Regresi dan Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,552(a)	,305	,258	1,62812

Sumber : data primer, 2006

Tabel.4.9.
Hasil Uji Analisis Regresi Liniar Berganda Satu persatu

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,739	2,007		1,365	,176
	Total Compliance	,113	,062	,177	1,838	,069
	Total Assurance	,341	,103	,381	3,311	,001
	Total Reliability	,087	,080	,132	1,087	,280
	Total Tangible	,011	,093	,015	,120	,905
	Total Empathy	-,017	,052	-,038	-,323	,748
	Total Responsiveness	,011	,032	,035	,328	,744

a Dependent Variable: TotalKep
Sumber : hasil data primer, 2006

Hipotesis 1

Sebelum menganalisis regresi liniear berganda perlu diketahui tingkat ketepatan suatu garis regresi. Tingkat ketepatan tersebut dapat diketahui dari besar kecilnya koefisien determinasi (R *Square*) yang dapat ditunjukkan pada tabel.4.8. Nilai tersebut dapat digunakan sebagai ukuran untuk menyatakan kecocokan garis regresi yang diperoleh. Semakin besar nilai R^2 (R *Square*) maka semakin kuat kemampuan model regresi yang diperoleh untuk menerangkan kondisi yang sebenarnya. Hasil Output diatas menunjukkan harga koefisien R^2 hitung (koefisien determinasi), yaitu sebesar 0,305 (lihat pada output *Model Summary* pada kolom R *square*). Besaran ini menunjukkan pada efektivitas garis regresi yang diperoleh dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa, kemampuan variabel independen X1, X2, X3, X4, X5 dan X6 untuk menjelaskan variasi pada variabel dependen adalah sebesar 30, 5 persen,

selebihnya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dapat dijelaskan dalam model regresi yang diperoleh.

Selanjutnya hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS .12 pada tabel 4.7 diatas menunjukkan hasil uji signifikansi dengan uji statistik F diperoleh probabilitas atau p (*Sig. Pada printout SPSS*) sebesar 0,000. Dikarenakan nilai probabilitas lebih kecil dari *Alpha* ($\alpha = 0,05$) berarti signifikan, jadi ada pengaruh yang positif antara dimensi kualitas pelayanan terhadap keseluruhan kualitas pelayanan pada Bank Syari'ah Mandiri. Jadi, hipotesis penelitian yang menyatakan ada pengaruh positif antara dimensi kualitas pelayanan dengan keseluruhan kualitas pelayanan diterima, yang artinya hasil analisis secara keseluruhan (pengaruh seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat), yaitu variabel X1(*Compliance with islamic law*), X2 (*Assurance*), X3 (*Reliability*), X4 (*Tangible*), X5 (*Empathy*), dan X6 (*Responsiveness*) / dimensi kualitas pelayanan secara keseluruhan terdapat pengaruh terhadap variabel Y (kualitas pelayanan secara keseluruhan).

Namun, hasil uji signifikansi dengan uji statistik t untuk masing-masing variabel independen, sebagai upaya untuk mengetahui manakah diantara dimensi tersebut yang memiliki pengaruh nyata, dan manakah yang tidak berpengaruh, seperti terlihat pada hasil output perhitungan SPSS.12 diperoleh probabilitas lebih besar dari *Alpha* ($\alpha = 0,05$), berarti tidak signifikan, kecuali pada dimensi *Assurance* yang menunjukkan probabilitas lebih kecil dari *Alpha* ($\alpha = 0,05$), sehingga ketika dimensi kualitas pelayanan tersebut diuji satu persatu hanya

variabel *assurance* yang signifikan, sedangkan dimensi *compliance, reliability, tangible, empathy* dan *responsiveness* tidak signifikan.

4.3.2. Pengujian Analisis Uji Anova

a. Hipotesis 2

Tabel.4.10.

Hasil uji Anova untuk Rata-Rata Dimensi *Compliance with Islamic law* dan uji untuk masing-masing atribut dimensi *Compliance with Islamic law* ketika responden dikelompokkan berdasarkan Jenis kelamin

Rata-Rata dimensi *Compliance*		N	Mean	Signifikansi
RataRata *Compliance*	laki-laki	65	4,8831	0,580
	perempuan	31	4,9548	
	Total	96	4,9063	

Atribut masing-masing dari dimensi *compliance with islamic law*		N	Mean	Signifikansi
Compliance1	laki-laki	65	4,8923	0,946
	Perempuan	31	4,9032	
	Total	96	4,8958	
Compliance2	laki-laki	65	4,8615	0,911
	Perempuan	31	4,8387	
	Total	96	4,8542	
Compliance3	laki-laki	65	5,1077	0,295
	Perempuan	31	5,2581	
	Total	96	5,1563	
Compliance4	laki-laki	65	4,6769	0,645
	Perempuan	31	4,7742	
	Total	96	4,7083	
Compliance5	laki-laki	65	4,8769	0,518
	Perempuan	31	5,0000	
	Total	96	4,9167	

Sumber : Data Primer, 2006

Hasil rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Compliance with Islamic law* dengan uji anova ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari probabilitas alpha = 0,05. Jadi, hipotesis penelitian yang menyatakan ada perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas pelayanan ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin ditolak. Hal tersebut dibuktikan dengan rata-rata responden yaitu laki-laki dan perempuan yang memilih agak setuju dengan rata-rata dimensi kualitas pelayanan *compliance with islamic law*.

Begitu juga ketika dimensi *compliance* diuji atributnya satu persatu ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin juga tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari probabilitas alpha = 0,05, seperti ditunjukkan pada tabel.4.10 yang juga mendeskripsikan rata-rata nasabah ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin pada atribut dimensi *Compliance with Islamic Law.* Untuk mengetahui rata-rata item masing-masing atribut dari dimensi C*ompliance with Islamic Law* adalah sebagai berikut :

- Pada variabel pertama dari *Compliance with Islamic Law* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menjalankan prinsip-prinsip islam, para responden ketika dibedakan berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan menyatakan agak setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada responden.

- Pada variabel kedua dari *Compliance with Islamic Law* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri meniadakan bunga dalam tabungan dan pinjaman, para responden ketika responden dibedakan berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan menyatakan agak setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan tersebut.
- Pada variabel ketiga dari *Compliance with Islamic Law* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan produk dan layanan yang sesuai syari'ah Islam, para responden ketika dibedakan berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.
- Pada variabel keempat dari *Compliance with Islamic Law* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan pinjaman tanpa bunga, para responden ketika dibedakan berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan menyatakan agak setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan
- Pada variabel kelima dari *Compliance with Islamic Law* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan produk investasi bagi hasil, para responden ketika dibedakan berdasarkan jenis kelamin, yang laki-laki menyatakan agak setuju dengan variabel tersebut, sedangkan perempuan menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan tersebut.

Tabel.4.11.

Hasil uji Anova untuk Rata-Rata Dimensi *Assurance* dan uji untuk masing-masing atribut dimensi *Assurance* ketika responden dikelompokkan berdasarkan Jenis kelamin

Rata-Rata dimensi *Assurance*		N	Mean	Signifikansi
RataRataA	laki-laki	65	4,8577	0,909
	Perempuan	31	4,8710	
	Total	96	4,8620	

Atribut masing-masing dari dimensi *Assurance*		N	Mean	Signifikansi
Assurance1	laki-laki	65	4,8308	0,656
	perempuan	31	4,9032	
	Total	96	4,8542	
Assurance2	laki-laki	65	4,7385	0,377
	perempuan	31	4,8710	
	Total	96	4,7813	
Assurance3	laki-laki	65	5,0154	0,310
	perempuan	31	4,8387	
	Total	96	4,9583	
Assurance4	laki-laki	65	4,8462	0,868
	perempuan	31	4,8710	
	Total	96	4,8542	

Sumber : Data Primer, 2006

Hasil rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Assurance* dengan uji anova ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari probabilitas alpha = 0,05. Jadi, hipotesis penelitian yang menyatakan ada perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas pelayanan ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin ditolak. Hal tersebut dibuktikan dengan rata-rata responden yaitu laki-laki dan perempuan yang sama-

sama menganggap agak setuju dengan rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Assurance* yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri.

Begitu juga ketika dimensi *Assurance* diuji atributnya satu persatu ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin juga tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari probabilitas alpha = 0,05, seperti ditunjukkan pada tabel.4.11 yang juga mendeskripsikan tidak adanya perbedaan rata-rata nasabah ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin pada atribut dimensi *Assurance*. Untuk mengetahui rata-rata item masing-masing atribut dari dimensi *Assurance* adalah sebagai berikut :

- Pada variabel pertama dari *Assurance* yang menyatakan bahwa Staff Bank Syari'ah Mandiri memiliki sifat yang dapat dipercaya oleh konsumen, para responden ketika dibedakan berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan menyatakan agak setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada responden tersebut.
- Pada variabel kedua dari *Assurance* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan layanan pertimbangan keuangan, para responden ketika dibedakan berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan menyatakan agak setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.
- Pada variabel ketiga dari *Assurance* yang menyatakan bahwa Staff Bank Syari'ah Mandiri ramah dan sopan, para responden ketika dibedakan

berdasarkan jenis kelamin, yang berjenis kelamin laki-laki menyatakan setuju sedangkan yang berjenis kelamin perempuan menyatakan agak setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.

- Pada variabel keempat dari *Assurance* yang menyatakan bahwa tim Bank Syari'ah Mandiri memiliki pengetahuan dan pengalaman, para responden ketika dibedakan berdasarkan jenis kelamin, laki-laki dan perempuan menyatakan agak setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.

Tabel.4.12.

Hasil uji Anova untuk Rata-Rata Dimensi *Reliability* (keandalan) dan uji untuk masing-masing atribut dimensi *Reliability* (keandalan)ketika responden dikelompokkan berdasarkan Jenis kelamin

Rata-Rata dimensi *Reliability*		N	Mean	Signifikansi
RataRata *Reliability*	laki-laki	65	4,7169	0,034
	perempuan	31	4,9806	
	Total	96	4,8021	

Atribut masing-masing dari dimensi *Reliability* (keandalan)		N	Mean	Signifikansi
Reliability1	laki-laki	65	4,7692	0,165
	perempuan	31	5,0968	
	Total	96	4,8750	
Reliability2	laki-laki	65	4,6615	0,101
	perempuan	31	4,9677	
	Total	96	4,7604	
Reliability3	laki-laki	65	4,6615	0,052
	perempuan	31	5,0000	
	Total	96	4,7708	

Reliability4	laki-laki	65	4,9231	0,197
	perempuan	31	5,0968	
	Total	96	4,9792	
Reliabillity5	laki-laki	65	4,5692	0,440
	perempuan	31	4,7419	
	Total	96	4,6250	

Sumber : Data Primer, 2006

Hasil rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Reliability* dengan uji anova ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari probabilitas alpha = 0,05. Jadi, hipotesis penelitian yang menyatakan ada perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas pelayanan ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin ditolak. Hal tersebut dibuktikan dengan rata-rata responden yaitu laki-laki dan perempuan yang sama-sama menganggap agak setuju dengan rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Reliability* yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri.

Begitu juga ketika dimensi *Reliability* diuji atributnya satu persatu ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin juga tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari probabilitas alpha = 0,05, seperti ditunjukkan pada tabel.4.12 yang juga mendeskripsikan tidak adanya perbedaan rata-rata nasabah ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin pada atribut dimensi *Reliability*. Untuk mengetahui rata-rata item masing-masing atribut dari dimensi *Reliability* adalah sebagai berikut :

- Pada variabel pertama dari *Reliability* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri memberikan kenyamanan dan ketenangan dalam pelayanan dengan

waktu layanan yang cepat, para responden ketika dibedakan berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan menyatakan, yang berjenis kelamin laki-laki agak setuju sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.

- Pada variabel kedua dari *Reliability* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri mengintegerasikan nilai tambah bagi nasabah, para responden ketika dibedakan berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan menyatakan agak setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.
- Pada variabel ketiga dari *Reliability* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan banyak variasi produk dan jenis pelayanan, para responden ketika dibedakan berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan, yang berjenis kelamin laki-laki menyatakan agak setuju sedangkan yang berjenis kelamin perempuan menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.
- Pada variabel keempat dari *Reliability* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menjamin keamanan dalam bertransaksi, para responden ketika dibedakan berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan menyatakan yang berjenis kelamin laki-laki agak setuju, sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.

- Pada variabel kelima dari *Reliability* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri membuka banyak counter dan dibuka pada jam yang tepat, para responden ketika dibedakan berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan menyatakan agak setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.

Tabel.4.13.

Hasil uji Anova untuk Rata-Rata Dimensi *Tangible* (bukti fisik) dan uji untuk masing-masing atribut dimensi *Tangible* (bukti fisik) ketika responden dikelompokkan berdasarkan Jenis kelamin

Rata-Rata dimensi *Tangible*		N	Mean	Signifikansi
RataRata *Tangible*	laki-laki	65	4,9462	0,830
	perempuan	31	4,9758	
	Total	96	4,9557	

Atribut masing-masing dari dimensi *Tangible* (keandalan)		N	Mean	Signifikansi
Tangible1	laki-laki	65	4,9692	0,597
	perempuan	31	5,0645	
	Total	96	5,0000	
Tangible2	laki-laki	65	5,0154	0,534
	perempuan	31	4,9032	
	Total	96	4,9792	
Tangible3	laki-laki	65	4,9538	0,654
	perempuan	31	5,0323	
	Total	96	4,9792	
Tangible4	laki-laki	65	4,8462	0,750
	perempuan	31	4,9032	
	Total	96	4,8646	

Sumber : Data Primer, 2006

Hasil rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Tangible* dengan uji anova ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin tidak menunjukkan

perbedaan yang signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari probabilitas alpha = 0,05. Jadi, hipotesis penelitian yang menyatakan ada perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas pelayanan ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin ditolak. Hal tersebut dibuktikan dengan rata-rata responden yaitu laki-laki dan perempuan yang sama-sama menganggap agak setuju dengan rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Tangible* yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri.

Begitu juga ketika dimensi *Tangible* diuji atributnya satu persatu ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin juga tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari probabilitas alpha = 0,05, seperti ditunjukkan pada tabel.4.13 yang juga mendeskripsikan tidak adanya perbedaan rata-rata nasabah ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin pada atribut dimensi *Tangible*. Untuk mengetahui rata-rata item masing-masing atribut dari dimensi *Tangible* adalah sebagai berikut :

- Pada variabel pertama dari *Tangible* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri memiliki tampilan kantor dan fasilitas fisik yang menarik, para responden ketika dibedakan berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan menyatakan bahwa yang berjenis kelamin laki-laki agak setuju sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.
- Pada variabel kedua dari *Tangible* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri cepat dan efisien dalam bertransaksi, para responden ketika dibedakan

berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan menyatakan bahwa yang berjenis kelamin laki-laki setuju sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan menyatakan agak setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.

- Pada variabel ketiga dari *Tangible* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri membuka banyak jam operasional, para responden ketika dibedakan berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan menyatakan bahwa yang berjenis kelamin laki-laki agak setuju sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.
- Pada variabel keempat dari *Tangible* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri memiliki banyak counter dan cabang sekaligus ruang tunggu didalamnya yang nyaman, para responden ketika dibedakan berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan menyatakan agak setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan tersebut.

Tabel.4.14.

Hasil uji Anova untuk Rata-Rata Dimensi *Empathy* (empati) dan uji untuk masing-masing atribut dimensi *Empathy* (empati) ketika responden dikelompokkan berdasarkan Jenis kelamin

Rata-Rata dimensi *Empathy*		N	Mean	Signifikansi
RataRata *Empathy*	laki-laki	65	4,7912	0,190
	perempuan	31	4,9674	
	Total	96	4,8481	

Atribut masing-masing dari dimensi *Empathy* (empati)		N	Mean	Signifikansi
Empathy1	laki-laki	65	4,6154	0,095
	perempuan	31	4,9677	
	Total	96	4,7292	
Empathy2	laki-laki	65	4,7538	0,431
	perempuan	31	4,9355	
	Total	96	4,8125	
Empathy3	laki-laki	65	4,7538	0,953
	perempuan	31	4,7419	
	Total	96	4,7500	
Empathy4	laki-laki	65	4,6308	0,072
	perempuan	31	5,0000	
	Total	96	4,7500	
Empathy5	laki-laki	65	4,8923	0,358
	perempuan	31	5,0323	
	Total	96	4,9375	
Empathy6	laki-laki	65	5,0154	0,652
	perempuan	31	5,0968	
	Total	96	5,0417	
Empathy7	laki-laki	65	4,8769	0,611
	perempuan	31	5,0000	
	Total	96	4,9167	

Sumber : Data Primer, 2006

Hasil rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Empathy* dengan uji anova ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari probabilitas alpha = 0,05. Jadi, hipotesis penelitian yang menyatakan ada perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas pelayanan ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin ditolak. Hal tersebut dibuktikan dengan rata-rata responden yaitu laki-laki dan perempuan yang sama-sama menganggap agak setuju dengan rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Empathy* yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri.

Begitu juga ketika dimensi *Empathy* diuji atributnya satu persatu ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin juga tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari probabilitas alpha = 0,05, seperti ditunjukkan pada tabel.4.14 yang juga mendeskripsikan tidak adanya perbedaan rata-rata nasabah ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin pada atribut dimensi *Empathy*. Untuk mengetahui rata-rata item masing-masing atribut dari dimensi *Empathy* adalah sebagai berikut :

- Pada variabel pertama dari *Empathy* yang menyatakan bahwa Lokasi Bank Syari'ah Mandiri mudah dijangkau, para responden ketika dibedakan berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan menyatakan agak setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan tersebut.
- Pada variabel kedua dari *Empathy* yang menyatakan bahwa nama, reputasi dan image Bank Syari'ah Mandiri banyak dikenal, para responden ketika dibedakan berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan menyatakan agak setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan tersebut.
- Pada variabel ketiga dari *Empathy* yang menyatakan bahwa Adanya tempat parkir yang nyaman, para responden ketika dibedakan berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan menyatakan agak setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan tersebut.
- Pada variabel kempat dari *Empathy* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan data ukuran bank dalam aset dan modal, para responden

ketika dibedakan berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan, yang berjenis laki-laki menyatakan agak setuju, sedangkan yang berjenis kelamin perempuan menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan tersebut.

- Pada variabel kelima dari *Empathy* yang menyatakan bahwa Bank Manajemen Bank Syari'ah Mandiri mempunyai kepercayaan yang tinggi, para responden ketika dibedakan berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan, yang berjenis laki-laki menyatakan agak setuju, sedangkan yang berjenis kelamin perempuan menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan tersebut.
- Pada variabel keenam dari *Empathy* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan produk dan layanan yang menguntungkan, para responden ketika dibedakan berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan tersebut.
- Pada variabel ketujuh dari *Empathy* yang menyatakan bahwa Bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan tarif dan biaya pelayanan yang murah, para responden ketika dibedakan berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan, yang berjenis kelamin laki-laki menyatakan agak setuju sedangkan yang berjenis kelamin perempuan menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.

Tabel.4.15.

Hasil uji Anova untuk Rata-Rata Dimensi *Responsiveness* (ketanggapan) dan uji untuk masing-masing atribut dimensi *Responsiveness* (ketanggapan) ketika responden dikelompokkan berdasarkan Jenis kelamin

Rata-Rata dimensi *Responsiveness*		N	Mean	Signifikansi
RataRata *Responsiveness*	laki-laki	65	4,8768	0,964
	perempuan	31	4,8871	
	Total	96	4,8801	

Atribut masing-masing dari dimensi *Responsiveness* (ketanggapan)		N	Mean	Signifikansi
Responsiveness1	laki-laki	65	4,5846	0,103
	perempuan	31	4,9677	
	Total	96	4,7083	
Responsiveness2	laki-laki	65	4,8462	0,220
	perempuan	31	5,0968	
	Total	96	4,9271	
Responsiveness3	laki-laki	65	4,8923	0,558
	perempuan	31	5,0000	
	Total	96	4,9271	
Responsiveness4	laki-laki	65	5,4923	0,450
	perempuan	31	4,6452	
	Total	96	5,2188	
Responsiveness5	laki-laki	65	4,6154	0,905
	perempuan	31	4,6452	
	Total	96	4,6250	
Responsiveness6	laki-laki	65	4,8308	0,463
	perempuan	31	4,9677	
	Total	96	4,8750	

Sumber : Data Primer, 2006

Hasil rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Responsiveness* dengan uji anova ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari probabilitas alpha = 0,05. Jadi, hipotesis penelitian yang menyatakan ada perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi

kualitas pelayanan ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin ditolak. Hal tersebut dibuktikan dengan rata-rata responden yaitu laki-laki dan perempuan yang sama-sama menganggap agak setuju dengan rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Responsiveness* yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri.

Begitu juga ketika dimensi *Responsiveness* diuji atributnya satu persatu ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin juga tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari probabilitas alpha = 0,05, seperti ditunjukkan pada tabel.4.15 yang juga mendeskripsikan tidak adanya perbedaan rata-rata nasabah ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin pada atribut dimensi *Responsiveness.* Untuk mengetahui rata-rata item masing-masing atribut dari dimensi *Responsiveness* adalah sebagai berikut :

- Pada variabel pertama dari *Responsiveness* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri mengetahui kondisi bisnis anda dan kecenderungan untuk membantu, para responden ketika dibedakan berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan menyatakan agak setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan tersebut.
- Pada variabel kedua dari *Responsiveness* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri dapat memenuhi kebutuhan individual, para responden ketika dibedakan berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan, yang berjenis kelamin laki-laki menyatakan agak setuju, sedangkan yang berjenis kelamin perempuan menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.

- Pada variabel ketiga dari *Responsiveness* yang menyatakan bahwa Staff Bank Syari'ah Mandiri memiliki pelayanan yang cepat dan tanggap, para responden ketika dibedakan berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan, yang berjenis kelamin laki-laki menyatakan agak setuju. sedangkan yang berjenis kelamin perempuan menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.
- Pada variabel keempat dari *Responsiveness* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan kredit dan kemudahan istilah dalam produk dan layanan, para responden ketika dibedakan berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan, yang berjenis kelamin laki-laki menyatakan setuju, sedangkan yang berjenis kelamin perempuan menyatakan agak setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.
- Pada variabel kelima dari *Responsiveness* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan banyak cabang, para responden ketika dibedakan berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan menyatakan agak setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan tersebut.
- Pada variabel keenam dari *Responsiveness* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri memiliki pelayanan yang cepat dan efisien, para responden ketika dibedakan berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan menyatakan agak setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan tersebut.

b. Hipotesis 3

Tabel.4.16.

Hasil uji Anova untuk Rata-Rata Dimensi *Compliance with Islamic Law* dan uji untuk masing-masing atribut dimensi *Compliance with Islamic Law* ketika responden dikelompokkan berdasarkanUsia

Rata-Rata dimensi *Compliance with Islamic law*		N	Mean	Signifikansi
RataRata *Compliance*	kurang dari 20 tahun	17	5,1529	0,460
	20-29 tahun	77	4,8364	
	30-39 tahun	2	5,5000	

Atribut masing-masing dari dimensi *Compliance*		N	Mean	Signifikansi
Compliance1	kurang dari 20 tahun	17	4,9412	0,472
	20-29 tahun	77	4,8701	
	30-39 tahun	2	5,5000	
	Total	96	4,8958	
Compliance2	kurang dari 20 tahun	17	4,9412	0,545
	20-29 tahun	77	4,8182	
	30-39 tahun	2	5,5000	
	Total	96	4,8542	
Compliance3	kurang dari 20 tahun	17	5,3529	0,278
	20-29 tahun	77	5,1039	
	30-39 tahun	2	5,5000	
	Total	96	5,1563	
Compliance4	kurang dari 20 tahun	17	5,1176	0,064
	20-29 tahun	77	4,5974	
	30-39 tahun	2	5,5000	
	Total	96	4,7083	
Compliance5	kurang dari 20 tahun	17	5,4118	0,016
	20-29 tahun	77	4,7922	
	30-39 tahun	2	5,5000	
	Total	96	4,9167	

Sumber: Hasil data primer, 2006

Hasil rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Compliance with Islamic Law* dengan uji anova ketika responden dikelompokkan berdasarkan usia tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari probabilitas alpha = 0,05. Jadi, hipotesis penelitian yang menyatakan ada perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas pelayanan ketika responden dikelompokkan berdasarkan usia ditolak. Hal tersebut dibuktikan dengan rata-rata responden ketika dikelompokkan berdasarkan usia yang tidak jauh berbeda dalam menganggap rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Compliance* yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri dengan setuju dan agak setuju.

Begitu juga ketika dimensi *Compliance* diuji atributnya satu persatu ketika responden dikelompokkan berdasarkan usia juga tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05, kecuali pada atribut kelima dari *compliance with islamic law* yaitu atribut penyediaan produk investasi bagi hasil, atribut tersebut menunjukkan ketika responden dikelompokkan berdasarkan usia menunjukkan perbedaan yang signifikan, yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih kecil dari alpha = 0,05, seperti ditunjukkan pada tabel.4.16 yang juga mendeskripsikan tidak jauhnya perbedaan rata-rata nasabah ketika responden dikelompokkan berdasarkan usia pada atribut dimensi *Compliance.* Untuk mengetahui rata-rata item masing-masing atribut dari dimensi *Compliance* ketika responden dikelompokkan berdasarkan usia adalah sebagai berikut :

- Pada variabel pertama dari *Compliance with Islamic Law* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menjalankan prinsip-prinsip islam, para responden ketika dibedakan berdasarkan usia yang berusia kurang dari 20 tahun dan yang berumur 20-29 tahun menyatakan agak setuju, sedangkan yang berumur 30-39 tahun menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada responden.
- Pada variabel kedua dari *Compliance with Islamic Law* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri meniadakan bunga dalam tabungan dan pinjaman, para responden ketika responden dibedakan berdasarkan usia yang berusia kurang dari 20 tahun dan yang berumur 20-29 tahun menyatakan agak setuju, sedangkan yang berumur 30-39 tahun menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada responden.
- Pada variabel ketiga dari *Compliance with Islamic Law* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan produk dan layanan yang sesuai syari'ah Islam, para responden ketika dibedakan berdasarkan usia, menyatakan setuju dengan bariabe dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.
- Pada variabel keempat dari *Compliance with Islamic Law* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan pinjaman tanpa bunga, para responden ketika dibedakan berdasarkan usia, yang berusia kurang dari 20 tahun menyatakan setuju, yang berusia antara 20-29 tahun menyatakan agak setuju sedangkan yang berusia antara 30-39 tahun menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.

- Pada variabel kelima dari *Compliance with Islamic Law* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan produk investasi bagi hasil, para responden ketika dibedakan berdasarkan usia, para responder ketika dibedakan berdasarkan usia, yang berusia kurang dari 20 tahun menyatakan setuju, yang berusia antara 20-29 tahun menyatakan agak setuju sedangkan yang berusia antara 30-39 tahun menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.

Tabel.4.17.

Hasil uji Anova untuk Rata-Rata Dimensi *Assurance* dan uji untuk masing-masing atribut dimensi *Assurance* ketika responden dikelompokkan berdasarkanUsia

Rata-Rata dimensi *Assurance*		N	Mean	Signifikansi
RataRata *Assurance*	kurang dari 20 tahun	17	4,8676	0,776
	20-29 tahun	77	4,8539	
	30-39 tahun	2	5,1250	

Atribut masing-masing untuk dimensi *Assurance* (jaminan)		N	Mean	Signifikansi
Assurance1	kurang dari 20 tahun	17	4,7647	0,837
	20-29 tahun	77	4,8701	
	30-39 tahun	2	5,0000	
	Total	96	4,8542	
Assurance2	kurang dari 20 tahun	17	4,8235	0,860
	20-29 tahun	77	4,7662	
	30-39 tahun	2	5,0000	
	Total	96	4,7813	
Assurance3	kurang dari 20 tahun	17	5,0588	0,845
	20-29 tahun	77	4,9351	
	30-39 tahun	2	5,0000	
	Total	96	4,9583	

Assurance4	kurang dari 20 tahun	17	4,8235	0,400
	20-29 tahun	77	4,8442	
	30-39 tahun	2	5,5000	
	Total	96	4,8542	

Sumber: Hasil data primer, 2006

Hasil rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Assurance* dengan uji anova ketika responden dikelompokkan berdasarkan usia tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari probabilitas alpha = 0,05. Jadi, hipotesis penelitian yang menyatakan ada perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas pelayanan ketika responden dikelompokkan berdasarkan usia ditolak. Hal tersebut dibuktikan dengan rata-rata responden ketika dikelompokkan berdasarkan usia yang tidak jauh berbeda dalam menganggap rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Assurance* yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri dengan setuju dan agak setuju.

Begitu juga ketika dimensi *Assurance* diuji atributnya satu persatu ketika responden dikelompokkan berdasarkan usia juga tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05, seperti ditunjukkan pada tabel.4.17 yang juga mendeskripsikan tidak adanya perbedaan rata-rata nasabah ketika responden dikelompokkan berdasarkan usia pada atribut dimensi *Assurance*. Untuk mengetahui rata-rata item masing-masing atribut dari dimensi *Assurance* ketika responden dikelompokkan berdasarkan usia adalah sebagai berikut :

- Pada variabel pertama dari *Assurance* yang menyatakan bahwa Staff Bank Syari'ah Mandiri memiliki sifat yang dapat dipercaya oleh konsumen, para

responden ketika responden dibedakan berdasarkan usia yang berusia kurang dari 20 tahun dan yang berumur 20-29 tahun menyatakan agak setuju, sedangkan yang berumur 30-39 tahun menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada responden.

- Pada variabel kedua dari *Assurance* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan layanan pertimbangan keuangan, para responden ketika responden dibedakan berdasarkan usia yang berusia kurang dari 20 tahun dan yang berumur 20-29 tahun menyatakan agak setuju, sedangkan yang berumur 30-39 tahun menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada responden.
- Pada variabel ketiga dari *Assurance* yang menyatakan bahwa Staff Bank Syari'ah Mandiri ramah dan sopan, para responden ketika dibedakan berdasarkan usia, yang berusia kurang dari 20 tahun menyatakan setuju, yang berusia antara 20-29 tahun menyatakan agak setuju sedangkan yang berusia antara 30-39 tahun menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.
- Pada variabel keempat dari *Assurance* yang menyatakan bahwa tim Bank Syari'ah Mandiri memiliki pengetahuan dan pengalaman, para responden ketika responden dibedakan berdasarkan usia yang berusia kurang dari 20 tahun dan yang berumur 20-29 tahun menyatakan agak setuju, sedangkan yang berumur 30-39 tahun menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada responden.

Tabel.4.18.

Hasil uji Anova untuk Rata-Rata Dimensi *Reliability* (keandalan) dan uji untuk masing-masing atribut dimensi *Reliability* (keandalan) ketika responden dikelompokkan berdasarkanUsia

Rata-Rata dimensi *Reliability*		N	Mean	Signifikansi
RataRata *Reliability*	kurang dari 20 tahun	17	4,9765	0,060
	20-29 tahun	77	4,7844	
	30-39 tahun	2	4,0000	

Atribut masing-masing untuk dimensi *Reliability* (keandalan)		N	Mean	Signifikansi
Reliability1	kurang dari 20 tahun	17	5,2941	0,002
	20-29 tahun	77	4,8442	
	30-39 tahun	2	2,5000	
	Total	96	4,8750	
Reliability2	kurang dari 20 tahun	17	5,1176	0,143
	20-29 tahun	77	4,6753	
	30-39 tahun	2	5,0000	
	Total	96	4,7604	
Reliability3	kurang dari 20 tahun	17	4,8235	0,402
	20-29 tahun	77	4,7403	
	30-39 tahun	2	5,5000	
	Total	96	4,7708	
Reliability4	kurang dari 20 tahun	17	5,0000	0,987
	20-29 tahun	77	4,9740	
	30-39 tahun	2	5,0000	
	Total	96	4,9792	
Reliabillity5	kurang dari 20 tahun	17	4,6471	0,001
	20-29 tahun	77	4,6883	
	30-39 tahun	2	2,0000	
	Total	96	4,6250	

Sumber: Hasil data primer, 2006

Hasil rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Reliability* dengan uji anova ketika responden dikelompokkan berdasarkan usia tidak menunjukkan perbedaan

yang signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari probabilitas alpha = 0,05. Jadi, hipotesis penelitian yang menyatakan ada perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas pelayanan ketika responden dikelompokkan berdasarkan usia ditolak. Hal tersebut dibuktikan dengan rata-rata responden ketika dikelompokkan berdasarkan usia yang tidak ada perbedaan dalam menganggap rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Reliability* yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri dengan agak setuju.

Begitu juga ketika dimensi *Reliability* diuji atributnya satu persatu ketika responden dikelompokkan berdasarkan usia juga tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05, kecuali atribut kesatu dari dimensi *Reliability* yaitu memberikan ketenangan dalam pelayanan dengan waktu yang cepat, dan dimensi kelima dari *Reliability* yaitu membuka banyak counter dan dibuka pada jam yang tepat, yang menunjukkan perbedaan yang signifikan. Hal tersebut ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih kecil dari alpha = 0,05, seperti ditunjukkan pada tabel.4.18 Untuk mengetahui rata-rata item masing-masing atribut dari dimensi *Reliability* ketika responden dikelompokkan berdasarkan usia adalah sebagai berikut :

- Pada variabel pertama dari *Reliability* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri memberikan kenyamanan dan ketenangan dalam pelayanan dengan waktu layanan yang cepat, para responden ketika dibedakan berdasarkan usia, yang berusia kurang dari 20 tahun menyatakan setuju, yang berusia antara 20-29 tahun menyatakan agak setuju sedangkan yang berusia antara 30-39 tahun

menyatakan tidak setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.

- Pada variabel kedua dari *Reliability* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri mengintegerasikan nilai tambah bagi nasabah, para responden ketika dibedakan berdasarkan usia, yang berusia kurang dari 20 tahun menyatakan setuju, yang berusia antara 20-29 tahun menyatakan agak setuju sedangkan yang berusia antara 30-39 tahun menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.
- Pada variabel ketiga dari *Reliability* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan banyak variasi produk dan jenis pelayanan, para responden ketika dibedakan berdasarkan usia, yang berusia kurang dari 20 tahun dan yang berusia antara 20-29 tahun menyatakan agak setuju sedangkan yang berusia antara 30-39 tahun menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.
- Pada variabel keempat dari *Reliability* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menjamin keamanan dalam bertransaksi, para responden ketika dibedakan berdasarkan usia, yang berusia kurang dari 20 tahun menyatakan setuju, yang berusia antara 20-29 tahun menyatakan agak setuju sedangkan yang berusia antara 30-39 tahun menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.
- Pada variabel kelima dari *Reliability* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri membuka banyak counter dan dibuka pada jam yang tepat, para responden ketika dibedakan berdasarkan usia, yang berusia kurang dari 20

tahun dan yang berusia antara 20-29 tahun menyatakan agak setuju sedangkan yang berusia antara 30-39 tahun menyatakan tidak setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.

Tabel.4.19.

Hasil uji Anova untuk Rata-Rata Dimensi *Tangible* (bukti fisik) dan uji untuk masing-masing atribut dimensi *Tangible* (bukti fisik) ketika responden dikelompokkan berdasarkanUsia

Rata-Rata dimensi *Tangible*		N	Mean	Signifikansi
RataRata *Tangible*	kurang dari 20 tahun	17	5,1618	0,325
	20-29 tahun	77	4,9091	
	30-39 tahun	2	5,0000	

Atribut masing-masing untuk dimensi *Tangible* (keandalan)		N	Mean	Signifikansi
Tangible1	kurang dari 20 tahun	17	5,2941	0,200
	20-29 tahun	77	4,9481	
	30-39 tahun	2	4,5000	
	Total	96	5,0000	
Tangible2	kurang dari 20 tahun	17	5,1765	0,552
	20-29 tahun	77	4,9351	
	30-39 tahun	2	5,0000	
	Total	96	4,9792	
Tangible3	kurang dari 20 tahun	17	5,1765	0,319
	20-29 tahun	77	4,9221	
	30-39 tahun	2	5,5000	
	Total	96	4,9792	
Tangible4	kurang dari 20 tahun	17	5,0000	0,726
	20-29 tahun	77	4,8312	
	30-39 tahun	2	5,0000	
	Total	96	4,8646	

Sumber: Hasil data primer, 2006

Hasil rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Tangible* dengan uji anova ketika responden dikelompokkan berdasarkan usia tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari probabilitas alpha = 0,05. Jadi, hipotesis penelitian yang menyatakan ada perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas pelayanan ketika responden dikelompokkan berdasarkan usia ditolak. Hal tersebut dibuktikan dengan rata-rata responden ketika dikelompokkan berdasarkan usia yang tidak ada perbedaan dalam menganggap rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Tangible* yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri dengan agak setuju.

Begitu juga ketika dimensi *Tangible* diuji atributnya satu persatu ketika responden dikelompokkan berdasarkan usia juga tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05, seperti ditunjukkan pada tabel.4.19 yang juga mendeskripsikan tidak jauhnya perbedaan rata-rata nasabah ketika responden dikelompokkan berdasarkan usia pada atribut dimensi *Tangible*. Untuk mengetahui rata-rata item masing-masing atribut dari dimensi *Tangible* ketika responden dikelompokkan berdasarkan usia adalah sebagai berikut :

- Pada variabel pertama dari *Tangible* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri memiliki tampilan kantor dan fasilitas fisik yang menarik, para responden ketika dibedakan berdasarkan usia, yang berusia kurang dari 20 tahun menyatakan setuju, yang berusia antara 20-29 tahun dan yang berusia antara 30-39 tahun menyatakan agak setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.

- Pada variabel kedua dari *Tangible* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri cepat dan efisien dalam bertransaksi, para responden ketika dibedakan berdasarkan usia, yang berusia kurang dari 20 tahun menyatakan setuju, yang berusia antara 20-29 tahun menyatakan agak setuju, sedangkan yang berusia antara 30-39 tahun menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.
- Pada variabel ketiga dari *Tangible* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri membuka banyak jam operasional, para responden ketika dibedakan berdasarkan usia, yang berusia kurang dari 20 tahun menyatakan setuju, yang berusia antara 20-29 tahun menyatakan agak setuju, sedangkan yang berusia antara 30-39 tahun menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.
- Pada variabel keempat dari *Tangible* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri memiliki banyak counter dan cabang sekaligus ruang tunggu didalamnya yang nyaman, para responden ketika dibedakan berdasarkan usia, yang berusia kurang dari 20 tahun menyatakan setuju, yang berusia antara 20-29 tahun menyatakan agak setuju, sedangkan yang berusia antara 30-39 tahun menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.

Tabel.4.20.

Hasil uji Anova untuk Rata-Rata Dimensi *Empathy* (empati) dan uji untuk masing-masing atribut dimensi *Empathy* (empati) ketika responden dikelompokkan berdasarkanUsia

Rata-Rata dimensi *Empathy*		N	Mean	Signifikansi
RataRata *Empathy*	kurang dari 20 tahun	17	5,1347	0,006
	20-29 tahun	77	4,8125	
	30-39 tahun	2	3,7850	

Atribut masing-masing untuk dimensi *Empathy* (empati)		N	Mean	Signifikansi
Empathy1	kurang dari 20 tahun	17	5,0000	0,002
	20-29 tahun	77	4,7273	
	30-39 tahun	2	2,5000	
	Total	96	4,7292	
Empathy2	kurang dari 20 tahun	17	5,1176	0,023
	20-29 tahun	77	4,7922	
	30-39 tahun	2	3,0000	
	Total	96	4,8125	
Empathy3	kurang dari 20 tahun	17	4,8824	0,001
	20-29 tahun	77	4,7792	
	30-39 tahun	2	2,5000	
	Total	96	4,7500	
Empathy4	kurang dari 20 tahun	17	5,0588	0,295
	20-29 tahun	77	4,6753	
	30-39 tahun	2	5,0000	
	Total	96	4,7500	
Empathy5	kurang dari 20 tahun	17	5,2353	0,063
	20-29 tahun	77	4,8571	
	30-39 tahun	2	5,5000	
	Total	96	4,9375	
Empathy6	kurang dari 20 tahun	17	5,1765	0,531
	20-29 tahun	77	5,0000	
	30-39 tahun	2	5,5000	
	Total	96	5,0417	

Empathy7	kurang dari 20 tahun	17	5,4706	0,001
	20-29 tahun	77	4,8571	
	30-39 tahun	2	2,5000	
	Total	96	4,9167	

Sumber: Hasil data primer, 2006

Hasil rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Empathy* dengan uji anova ketika responden dikelompokkan berdasarkan usia menunjukkan perbedaan yang signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih kecil dari probabilitas alpha = 0,05. Jadi, hipotesis penelitian yang menyatakan ada perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas pelayanan untuk dimensi *Empathy* ketika responden dikelompokkan berdasarkan usia diterima.

Begitu juga ketika dimensi *Empathy* diuji atributnya satu persatu ketika responden dikelompokkan berdasarkan usia juga menunjukkan perbedaan yang signifikan, yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih kecil dari alpha = 0,05, yaitu atribut emphaty kesatu, kedua, ketiga, dan ketujuh. Sedangkan atribut empathy yang lain yaitu atribut keempat, kelima dan keenam tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05, seperti diperlihatkan pada tabel.4.20. Untuk mengetahui rata-rata item masing-masing atribut dari dimensi *Empathy* ketika responden dikelompokkan berdasarkan usia adalah sebagai berikut :

- Pada variabel pertama dari *Empathy* yang menyatakan bahwa Lokasi Bank Syari'ah Mandiri mudah dijangkau, para responden ketika dibedakan berdasarkan usia, yang berusia kurang dari 20 tahun menyatakan setuju, yang

berusia antara 20-29 tahun menyatakan agak setuju, sedangkan yang berusia antara 30-39 tahun menyatakan agak tidak setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.

- Pada variabel kedua dari *Empathy* yang menyatakan bahwa nama, reputasi dan image Bank Syari'ah Mandiri banyak dikenal, para responden ketika dibedakan berdasarkan usia, yang berusia kurang dari 20 tahun menyatakan setuju, yang berusia antara 20-29 tahun menyatakan agak setuju, sedangkan yang berusia antara 30-39 tahun menyatakan tidak setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.
- Pada variabel ketiga dari *Empathy* yang menyatakan bahwa Adanya tempat parkir yang nyaman, para responden ketika dibedakan berdasarkan usia, yang berusia kurang dari 20 tahun menyatakan setuju, yang berusia antara 20-29 tahun menyatakan agak setuju, sedangkan yang berusia antara 30-39 tahun menyatakan tidak setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.
- Pada variabel kempat dari *Empathy* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan data ukuran bank dalam aset dan modal, para responden ketika dibedakan berdasarkan usia, yang berusia kurang dari 20 tahun menyatakan setuju, yang berusia antara 20-29 tahun menyatakan agak setuju, sedangkan yang berusia antara 30-39 tahun menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.
- Pada variabel kelima dari *Empathy* yang menyatakan bahwa Manajemen Bank Syari'ah Mandiri mempunyai kepercayaan pada manajemen bank, para

responden ketika dibedakan berdasarkan usia, yang berusia kurang dari 20 tahun menyatakan setuju, yang berusia antara 20-29 tahun menyatakan agak setuju, sedangkan yang berusia antara 30-39 tahun menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.

- Pada variabel keenam dari *Empathy* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan banyak variasi produk dan layanan, para responden ketika dibedakan berdasarkan usia, menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan tersebut.
- Pada variabel ketujuh dari *Empathy* yang menyatakan bahwa Bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan tarif dan biaya pelayanan yang murah, para responden ketika dibedakan berdasarkan usia, yang berusia kurang dari 20 tahun menyatakan setuju, yang berusia antara 20-29 tahun menyatakan agak setuju, sedangkan yang berusia antara 30-39 tahun menyatakan tidak setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.

Tabel.4.21.

Hasil uji Anova untuk Rata-Rata Dimensi *Responsiveness* (ketanggapan) dan uji untuk masing-masing atribut dimensi *Responsiveness* (ketanggapan) ketika responden dikelompokkan berdasarkanUsia

Rata-Rata dimensi *Responsiveness*		N	Mean	Signifikansi
RataRata *Responsiveness*	kurang dari 20 tahun	17	5,1347	0,006
	20-29 tahun	77	4,8125	
	30-39 tahun	2	3,7850	

Atribut masing-masing untuk dimensi *Responsiveness* (ketanggapan)		N	Mean	Signifikansi
Responsiveness1	kurang dari 20 tahun	17	5,1176	0,003
	20-29 tahun	77	4,6753	
	30-39 tahun	2	2,5000	
	Total	96	4,7083	
Responsiveness2	kurang dari 20 tahun	17	5,4118	0,000
	20-29 tahun	77	4,8831	
	30-39 tahun	2	2,5000	
	Total	96	4,9271	
Responsiveness3	kurang dari 20 tahun	17	5,4118	0,028
	20-29 tahun	77	4,8182	
	30-39 tahun	2	5,0000	
	Total	96	4,9271	
Responsiveness4	kurang dari 20 tahun	17	4,7059	0,899
	20-29 tahun	77	5,3377	
	30-39 tahun	2	5,0000	
	Total	96	5,2188	
Responsiveness5	kurang dari 20 tahun	17	4,7059	0,003
	20-29 tahun	77	4,6753	
	30-39 tahun	2	2,0000	
	Total	96	4,6250	
Responsiveness6	kurang dari 20 tahun	17	5,1176	0,000
	20-29 tahun	77	4,8831	
	30-39 tahun	2	2,5000	
	Total	96	4,8750	

Sumber: Hasil data primer, 2006

Hasil rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Responsiveness* dengan uji anova ketika responden dikelompokkan berdasarkan usia menunjukkan perbedaan yang signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih kecil dari alpha = 0,05. Jadi, hipotesis penelitian yang menyatakan ada perbedaan yang

signifikan pada setiap dimensi kualitas pelayanan untuk dimensi *Responsiveness* ketika responden dikelompokkan berdasarkan usia diterima.

Begitu juga ketika dimensi *Responsiveness* diuji atributnya satu persatu ketika responden dikelompokkan berdasarkan usia juga menunjukkan perbedaan yang signifikan, yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih kecil dari alpha = 0,05, yaitu atribut Responsiveness kesatu, kedua, ketiga, kelima dan keenam. Kecuali atribut keempat yang tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, ditunjukkan dengan tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05, seperti diperlihatkan pada tabel.4.21. Untuk mengetahui rata-rata item masing-masing atribut dari dimensi *Responsiveness* ketika responden dikelompokkan berdasarkan usia adalah sebagai berikut :

- Pada variabel pertama dari *Responsiveness* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri mengetahui kondisi bisnis anda dan kecenderungan untuk membantu, para responden ketika dibedakan berdasarkan usia, yang berusia kurang dari 20 tahun menyatakan setuju, yang berusia antara 20-29 tahun menyatakan agak setuju, sedangkan yang berusia antara 30-39 tahun menyatakan tidak setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.
- Pada variabel kedua dari *Responsiveness* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri dapat memenuhi kebutuhan individual, para responden ketika dibedakan berdasarkan usia, yang berusia kurang dari 20 tahun menyatakan setuju, yang berusia antara 20-29 tahun menyatakan agak setuju,

sedangkan yang berusia antara 30-39 tahun menyatakan tidak setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.

- Pada variabel ketiga dari *Responsiveness* yang menyatakan bahwa Staff Bank Syari'ah Mandiri memiliki pelayanan yang cepat dan tanggap, para responden ketika dibedakan berdasarkan usia, yang berusia kurang dari 20 tahun menyatakan setuju, yang berusia antara 20-29 tahun menyatakan agak setuju, sedangkan yang berusia antara 30-39 tahun menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.
- Pada variabel keempat dari *Responsiveness* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan kredit dan kemudahan istilah dalam produk dan layanan, para responden ketika dibedakan berdasarkan usia, yang berusia kurang dari 20 tahun menyatakan agak setuju, yang berusia antara 20-29 tahun dan yang berusia antara 30-39 tahun menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.
- Pada variabel kelima dari *Responsiveness* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan banyak cabang, para responden ketika dibedakan berdasarkan usia, yang berusia kurang dari 20 tahun dan yang berusia antara 20-29 tahun menyatakan agak setuju, sedangkan yang berusia antara 30-39 tahun menyatakan tidak setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.
- Pada variabel keenam dari *Responsiveness* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri memiliki pelayanan yang cepat dan efisien, para responden ketika dibedakan berdasarkan usia, yang berusia kurang dari 20 tahun

menyatakan setuju, yang berusia antara 20-29 tahun menyatakan agak setuju, sedangkan yang berusia antara 30-39 tahun menyatakan tidak setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.

d. Hipotesis 4

Tabel.4.22.

Hasil uji Anova untuk Rata-Rata Dimensi *Compliance Islamic Law* dan uji untuk masing-masing atribut dimensi *Compliance Islamic Law* ketika responden dikelompokkan berdasarkan Pendidikan

Rata-Rata dimensi *Compliance*		N	Mean	Signifikansi
RataRata *Compliance*	SMA	12	4,9000	0,638
	D1-D3	4	5,2500	
	S1	76	4,8816	
	Diatas S1	4	5,0500	
	Total	96	4,9063	

Compliance (kesesuaian)		N	Mean	Signifikansi
Compliance1	SMA	12	4,9167	0,389
	D1-D3	4	5,5000	
	S1	76	4,8553	
	Diatas S1	4	5,0000	
	Total	96	4,8958	
Compliance2	SMA	12	4,7500	0,549
	D1-D3	4	5,5000	
	S1	76	4,8421	
	Diatas S1	4	4,7500	
	Total	96	4,8542	
Compliance3	SMA	12	5,0000	0,254
	D1-D3	4	5,2500	
	S1	76	5,1447	
	Diatas S1	4	5,7500	
	Total	96	5,1563	

Compliance4	SMA	12	4,8333	0,771
	D1-D3	4	5,0000	
	S1	76	4,6579	
	Diatas S1	4	5,0000	
	Total	96	4,7083	
Compliance5	SMA	12	5,0000	0,961
	D1-D3	4	5,0000	
	S1	76	4,9079	
	Diatas S1	4	4,7500	
	Total	96	4,9167	

Sumber: Hasil data primer, 2006

Hasil rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Compliance* dengan uji anova ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendidikan tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05. Jadi, hipotesis penelitian yang menyatakan ada perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas pelayanan untuk dimensi *Compliance* ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendidikan ditolak.

Begitu juga ketika dimensi *Compliance* diuji atributnya satu persatu ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendidikan juga tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05, seperti diperlihatkan pada tabel.4.22. Untuk mengetahui rata-rata item masing-masing atribut dari dimensi *Compliance* ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendidikan adalah sebagai berikut :

- Pada variabel pertama dari *Compliance with Islamic Law* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menjalankan prinsip-prinsip islam, para responden ketika dibedakan berdasarkan pendidikan, yang berpendidikan ditingkat SMA menyatakan agak setuju, yang berpendidikan di tingkat

Diploma (D1-D3) menyatakan setuju, yang berpendidikan di tingkat S1 menyatakan agak setuju, sedangkan yang berpendidikan diatas S1 menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada responden.

- Pada variabel kedua dari *Compliance with Islamic Law* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri meniadakan bunga dalam tabungan dan pinjaman, para responden ketika dibedakan berdasarkan pendidikan, yang berpendidikan ditingkat SMA menyatakan agak setuju, yang berpendidikan di tingkat Diploma (D1-D3) menyatakan setuju, yang berpendidikan di tingkat S1 menyatakan agak setuju, sedangkan yang berpendidikan diatas S1 juga menyatakan agak setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada responden.
- Pada variabel ketiga dari *Compliance with Islamic Law* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan produk dan layanan yang sesuai syari'ah Islam, para responden ketika dibedakan berdasarkan pendidikan, yang berpendidikan ditingkat SMA, yang berpendidikan di tingkat Diploma (D1-D3), yang berpendidikan di tingkat S1 dan yang berpendidikan diatas S1 menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada responden.
- Pada variabel keempat dari *Compliance with islamic law* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan pinjaman tanpa bunga, para responden ketika dibedakan berdasarkan pendidikan, yang berpendidikan ditingkat SMA menyatakan agak setuju, yang berpendidikan di tingkat

Diploma (D1-D3) menyatakan setuju, yang berpendidikan di tingkat S1 menyatakan agak setuju, sedangkan yang berpendidikan diatas S1 menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada responden.

- Pada variabel kelima dari *Compliance with islamic law* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan produk investasi bagi hasil, para responden ketika dibedakan berdasarkan pendidikan, yang berpendidikan ditingkat SMA menyatakan setuju, yang berpendidikan di tingkat Diploma (D1-D3) menyatakan setuju, yang berpendidikan di tingkat S1 menyatakan agak setuju, sedangkan yang berpendidikan diatas S1 juga menyatakan agak setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada responden.

Tabel.4.23.

Hasil uji Anova untuk Rata-Rata Dimensi *Assurance* (jaminan) dan uji untuk masing-masing atribut dimensi *Assurance* (jaminan) ketika responden dikelompokkan berdasarkan Pendidikan

Rata-Rata dimensi *Assurance*		N	Mean	Signifikansi
RataRata Assurance	SMA	12	4,7917	0,503
	D1-D3	4	5,0625	
	S1	76	4,8454	
	Diatas S1	4	5,1875	
	Total	96	4,8620	

Atribut masing-masing untuk dimensi *Assurance* (jaminan)		N	Mean	Signifikansi
Assurance1	SMA	12	4,6667	
	D1-D3	4	5,0000	
	S1	76	4,8684	0,780
	Diatas S1	4	5,0000	
	Total	96	4,8542	
Assurance2	SMA	12	4,8333	
	D1-D3	4	5,0000	
	S1	76	4,7368	0,449
	Diatas S1	4	5,2500	
	Total	96	4,7813	
Assurance3	SMA	12	4,8333	
	D1-D3	4	5,2500	
	S1	76	4,9474	0,713
	Diatas S1	4	5,2500	
	Total	96	4,9583	
Assurance4	SMA	12	4,8333	
	D1-D3	4	5,0000	
	S1	76	4,8289	0,654
	Diatas S1	4	5,2500	
	Total	96	4,8542	

Sumber: Hasil data primer, 2006

Hasil rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Assurance* dengan uji anova ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendidikan tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05. Jadi, hipotesis penelitian yang menyatakan ada perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas pelayanan untuk dimensi *Assurance* ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendidikan ditolak.

Begitu juga ketika dimensi *Assurance* diuji atributnya satu persatu ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendidikan juga tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05, seperti diperlihatkan pada tabel.4.23. Untuk

mengetahui rata-rata item masing-masing atribut dari dimensi *Assurance* ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendidikan adalah sebagai berikut :

- Pada variabel pertama dari *Assurance* yang menyatakan bahwa Staff Bank Syari'ah Mandiri memiliki sifat yang dapat dipercaya oleh konsumen, , para responden ketika dibedakan berdasarkan pendidikan, yang berpendidikan ditingkat SMA menyatakan agak setuju, yang berpendidikan di tingkat Diploma (D1-D3) menyatakan setuju, yang berpendidikan di tingkat S1 menyatakan agak setuju, sedangkan yang berpendidikan diatas S1 menyatakan agak setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada responden.
- Pada variabel kedua dari *Assurance* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan layanan pertimbangan keuangan, para responden ketika dibedakan berdasarkan pendidikan, yang berpendidikan ditingkat SMA menyatakan agak setuju, yang berpendidikan di tingkat Diploma (D1-D3) menyatakan setuju, yang berpendidikan di tingkat S1 menyatakan agak setuju, sedangkan yang berpendidikan diatas S1 menyatakan agak setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada responden.
- Pada variabel ketiga dari *Assurance* yang menyatakan bahwa Staff Bank Syari'ah Mandiri ramah dan sopan, para responden ketika dibedakan berdasarkan usia, yang berusia kurang dari 20 tahun menyatakan setuju, yang berusia antara 20-29 tahun menyatakan agak setuju sedangkan yang berusia

antara 30-39 tahun menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan.

- Pada variabel keempat dari *Assurance* yang menyatakan bahwa tim Bank Syari'ah Mandiri memiliki pengetahuan dan pengalaman, para responden ketika dibedakan berdasarkan pendidikan, yang berpendidikan ditingkat SMA menyatakan agak setuju, yang berpendidikan di tingkat Diploma (D1-D3) menyatakan setuju, yang berpendidikan di tingkat S1 menyatakan agak setuju, sedangkan yang berpendidikan diatas S1 menyatakan agak setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada responden.

Tabel.4.24.

Hasil uji Anova untuk Rata-Rata Dimensi *Reliability* (keandalan) dan uji untuk masing-masing atribut dimensi *Reliability* (keandalan) ketika responden dikelompokkan berdasarkan Pendidikan

Rata-Rata dimensi *Reliability*		N	Mean	Signifikansi
RataRata *Reliability*	SMA	12	4,8167	0,450
	D1-D3	4	4,8500	
	S1	76	4,7737	
	Diatas S1	4	5,2500	
	Total	96	4,8021	

Atribut masing-masing untuk dimensi *Reliability* (keandalan)		N	Mean	Signifikansi
Reliability1	SMA	12	5,0833	0,287
	D1-D3	4	4,5000	
	S1	76	4,8158	
	Diatas S1	4	5,7500	
	Total	96	4,8750	

Reliability2	SMA	12	4,5833	0,278
	D1-D3	4	5,0000	
	S1	76	4,7368	
	Diatas S1	4	5,5000	
	Total	96	4,7604	
Reliability3	SMA	12	4,6667	0,576
	D1-D3	4	5,0000	
	S1	76	4,7500	
	Diatas S1	4	5,2500	
	Total	96	4,7708	
Reliability4	SMA	12	4,9167	0,828
	D1-D3	4	5,0000	
	S1	76	4,9737	
	Diatas S1	4	5,2500	
	Total	96	4,9792	
Reliabillity5	SMA	12	4,8333	0,876
	D1-D3	4	4,7500	
	S1	76	4,5921	
	Diatas S1	4	4,5000	
	Total	96	4,6250	

Sumber: Hasil data primer, 2006

Hasil rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Reliability* dengan uji anova ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendidikan tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05. Jadi, hipotesis penelitian yang menyatakan ada perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas pelayanan untuk dimensi *Reliability* ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendidikan ditolak.

Begitu juga ketika dimensi *Reliability* diuji atributnya satu persatu ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendidikan juga tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05, seperti diperlihatkan pada tabel.4.24. Untuk

mengetahui rata-rata item masing-masing atribut dari dimensi *Reliability* ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendidikan adalah sebagai berikut :

- Pada variabel pertama dari *Reliability* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri memberikan kenyamanan dan ketenangan dalam pelayanan dengan waktu layanan yang cepat, para responden ketika dibedakan berdasarkan pendidikan, yang berpendidikan ditingkat SMA menyatakan setuju, yang berpendidikan di tingkat Diploma (D1-D3) menyatakan agak setuju, yang berpendidikan di tingkat S1 juga menyatakan agak setuju, sedangkan yang berpendidikan diatas S1 menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada responden.
- Pada variabel kedua dari *Reliability* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri mengintegerasikan nilai tambah bagi nasabah, para responden ketika dibedakan berdasarkan pendidikan, yang berpendidikan ditingkat SMA menyatakan agak setuju, yang berpendidikan di tingkat Diploma (D1-D3) menyatakan setuju, yang berpendidikan di tingkat S1 menyatakan agak setuju, sedangkan yang berpendidikan diatas S1 menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada responden.
- Pada variabel ketiga dari *Reliability* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan banyak variasi produk dan jenis pelayanan, para responden ketika dibedakan berdasarkan pendidikan, yang berpendidikan ditingkat SMA menyatakan agak setuju, yang berpendidikan di tingkat

Diploma (D1-D3) menyatakan setuju, yang berpendidikan di tingkat S1 menyatakan agak setuju, sedangkan yang berpendidikan diatas S1 menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada responden.

- Pada variabel keempat dari *Reliability* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menjamin keamanan dalam bertransaksi, para responden ketika dibedakan berdasarkan pendidikan, yang berpendidikan ditingkat SMA menyatakan agak setuju, yang berpendidikan di tingkat Diploma (D1-D3) menyatakan setuju, yang berpendidikan di tingkat S1 menyatakan agak setuju, sedangkan yang berpendidikan diatas S1 menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada responden.
- Pada variabel kelima dari *Reliability* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri membuka banyak counter dan dibuka pada jam yang tepat, para responden ketika dibedakan berdasarkan pendidikan, yang berpendidikan ditingkat SMA menyatakan agak setuju, yang berpendidikan di tingkat Diploma (D1-D3) menyatakan agak setuju, yang berpendidikan di tingkat S1 menyatakan agak setuju, begitu juga yang berpendidikan diatas S1 menyatakan agak setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada responden.

Tabel.4.25.

Hasil uji Anova untuk Rata-Rata Dimensi *Tangible* (bukti fisik) dan uji untuk masing-masing atribut dimensi *Tangible* (bukti fisik) ketika responden dikelompokkan berdasarkan Pendidikan

Rata-Rata dimensi *Tangible*		N	Mean	Signifikansi
RataRata *Tangible*	SMA	12	4,7500	0,380
	D1-D3	4	5,0000	
	S1	76	4,9638	
	Diatas S1	4	5,3750	
	Total	96	4,9557	

Atribut masing-masing untuk dimensi *Tangible* (keandalan)		N	Mean	Signifikansi
Tangible1	SMA	12	5,0833	0,567
	D1-D3	4	4,7500	
	S1	76	4,9737	
	Diatas S1	4	5,5000	
	Total	96	5,0000	
Tangible2	SMA	12	4,6667	0,337
	D1-D3	4	5,0000	
	S1	76	5,0000	
	Diatas S1	4	5,5000	
	Total	96	4,9792	
Tangible3	SMA	12	4,5833	0,297
	D1-D3	4	5,2500	
	S1	76	5,0263	
	Diatas S1	4	5,0000	
	Total	96	4,9792	
Tangible4	SMA	12	4,6667	0,359
	D1-D3	4	5,0000	
	S1	76	4,8553	
	Diatas S1	4	5,5000	
	Total	96	4,8646	

Sumber: Hasil data primer, 2006

Hasil rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Tangible* dengan uji anova ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendidikan tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang

lebih besar dari alpha = 0,05. Jadi, hipotesis penelitian yang menyatakan ada perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas pelayanan untuk dimensi *Tangible* ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendidikan ditolak.

Begitu juga ketika dimensi *Tangible* diuji atributnya satu persatu ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendidikan juga tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05, seperti diperlihatkan pada tabel.4.25. Untuk mengetahui rata-rata item masing-masing atribut dari dimensi *Tangible* ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendidikan adalah sebagai berikut :

- Pada variabel pertama dari *Tangible* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri memiliki tampilan kantor dan fasilitas fisik yang menarik, para responden ketika dibedakan berdasarkan pendidikan, yang berpendidikan ditingkat SMA menyatakan setuju, yang berpendidikan di tingkat Diploma (D1-D3) menyatakan agak setuju, yang berpendidikan di tingkat S1 menyatakan agak setuju, sedangkan yang berpendidikan diatas S1 menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada responden.
- Pada variabel kedua dari *Tangible* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri cepat dan efisien dalam bertransaksi, para responden ketika dibedakan berdasarkan pendidikan, yang berpendidikan ditingkat SMA menyatakan agak setuju, yang berpendidikan di tingkat Diploma (D1-D3) menyatakan setuju, yang berpendidikan di tingkat S1 menyatakan setuju, begitu juga yang berpendidikan diatas S1 menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi

kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada responden.

- Pada variabel ketiga dari *Tangible* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri membuka banyak jam operasional, para responden ketika dibedakan berdasarkan pendidikan, yang berpendidikan ditingkat SMA menyatakan agak setuju, yang berpendidikan di tingkat Diploma (D1-D3) menyatakan setuju, yang berpendidikan di tingkat S1 menyatakan setuju, begitu juga yang berpendidikan diatas S1 menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada responden.
- Pada variabel keempat dari *Tangible* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri memiliki banyak counter dan cabang sekaligus ruang tunggu didalamnya yang nyaman, para responden ketika dibedakan berdasarkan pendidikan, yang berpendidikan ditingkat SMA menyatakan agak setuju, yang berpendidikan di tingkat Diploma (D1-D3) menyatakan setuju, yang berpendidikan di tingkat S1 menyatakan agak setuju, begitu juga yang berpendidikan diatas S1 menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada responden.

kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada responden.

- Pada variabel ketiga dari *Tangible* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri membuka banyak jam operasional, para responden ketika dibedakan berdasarkan pendidikan, yang berpendidikan ditingkat SMA menyatakan agak setuju, yang berpendidikan di tingkat Diploma (D1-D3) menyatakan setuju, yang berpendidikan di tingkat S1 menyatakan setuju, begitu juga yang berpendidikan diatas S1 menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada responden.
- Pada variabel keempat dari *Tangible* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri memiliki banyak counter dan cabang sekaligus ruang tunggu didalamnya yang nyaman, para responden ketika dibedakan berdasarkan pendidikan, yang berpendidikan ditingkat SMA menyatakan agak setuju, yang berpendidikan di tingkat Diploma (D1-D3) menyatakan setuju, yang berpendidikan di tingkat S1 menyatakan agak setuju, begitu juga yang berpendidikan diatas S1 menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada responden.

Tabel.4.26.

Hasil uji Anova untuk Rata-Rata Dimensi *Empathy* (empati) dan uji untuk masing-masing atribut dimensi *Empathy* (empati) ketika responden dikelompokkan berdasarkan Pendidikan

Rata-Rata dimensi *Empathy*		N	Mean	Signifikansi
RataRata Empathy	SMA	12	4,6067	0,306
	D1-D3	4	4,8225	
	S1	76	4,8664	
	Diatas S1	4	5,2500	
	Total	96	4,8481	

Atribut masing-masing untuk dimensi *Empathy* (empati)		N	Mean	Signifikansi
Empathy1	SMA	12	4,4167	0,597
	D1-D3	4	5,0000	
	S1	76	4,7500	
	Diatas S1	4	5,0000	
	Total	96	4,7292	
Empathy2	SMA	12	4,5833	0,518
	D1-D3	4	4,7500	
	S1	76	4,8158	
	Diatas S1	4	5,5000	
	Total	96	4,8125	
Empathy3	SMA	12	4,3333	0,418
	D1-D3	4	4,7500	
	S1	76	4,8158	
	Diatas S1	4	4,7500	
	Total	96	4,7500	
Empathy4	SMA	12	4,6667	0,407
	D1-D3	4	4,5000	
	S1	76	4,7368	
	Diatas S1	4	5,5000	
	Total	96	4,7500	
Empathy5	SMA	12	4,7500	0,318
	D1-D3	4	5,0000	
	S1	76	4,9342	
	Diatas S1	4	5,5000	
	Total	96	4,9375	

Empathy6	SMA	12	4,6667	0,386
	D1-D3	4	5,0000	
	S1	76	5,0921	
	Diatas S1	4	5,2500	
	Total	96	5,0417	
Empathy7	SMA	12	4,8333	0,916
	D1-D3	4	4,7500	
	S1	76	4,9211	
	Diatas S1	4	5,2500	
	Total	96	4,9167	

Sumber: Hasil data primer, 2006

Hasil rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Empathy* dengan uji anova ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendidikan tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05. Jadi, hipotesis penelitian yang menyatakan ada perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas pelayanan untuk dimensi *Empathy* ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendidikan ditolak.

Begitu juga ketika dimensi *Empathy* diuji atributnya satu persatu ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendidikan juga tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05, seperti diperlihatkan pada tabel.4.26. Untuk mengetahui rata-rata item masing-masing atribut dari dimensi *Empathy* ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendidikan adalah sebagai berikut :

- Pada variabel pertama dari *Empathy* yang menyatakan bahwa Lokasi Bank Syari'ah Mandiri mudah dijangkau, para responden ketika dibedakan berdasarkan pendidikan, yang berpendidikan ditingkat SMA menyatakan agak setuju, yang berpendidikan di tingkat Diploma (D1-D3) menyatakan setuju,

yang berpendidikan di tingkat S1 menyatakan agak setuju, begitu juga yang berpendidikan diatas S1 menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada responden.

- Pada variabel kedua dari *Empathy* yang menyatakan bahwa nama, reputasi dan image Bank Syari'ah Mandiri banyak dikenal, para responden ketika dibedakan berdasarkan pendidikan, yang berpendidikan ditingkat SMA menyatakan agak setuju, yang berpendidikan di tingkat Diploma (D1-D3) menyatakan agak setuju, yang berpendidikan di tingkat S1 menyatakan agak setuju, sedangkan yang berpendidikan diatas S1 menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada responden.
- Pada variabel ketiga dari *Empathy* yang menyatakan bahwa Adanya tempat parkir yang nyaman, para responden ketika dibedakan berdasarkan pendidikan, yang berpendidikan ditingkat SMA menyatakan agak setuju, yang berpendidikan di tingkat Diploma (D1-D3) menyatakan agak setuju, yang berpendidikan di tingkat S1 menyatakan agak setuju, begitu juga yang berpendidikan diatas S1 menyatakan agak setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada responden.
- Pada variabel kempat dari *Empathy* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan data ukuran bank dalam aset dan modal, para responden ketika dibedakan berdasarkan pendidikan, yang berpendidikan ditingkat SMA

menyatakan agak setuju, yang berpendidikan di tingkat Diploma (D1-D3) menyatakan agak setuju, yang berpendidikan di tingkat S1 menyatakan agak setuju, sedangkan yang berpendidikan diatas S1 menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada responden.

- Pada variabel kelima dari *Empathy* yang menyatakan bahwa Bank Manajemen Bank Syari'ah Mandiri mempunyai kepercayaan yang tinggi, para responden ketika dibedakan berdasarkan pendidikan, yang berpendidikan ditingkat SMA menyatakan agak setuju, yang berpendidikan di tingkat Diploma (D1-D3) menyatakan setuju, yang berpendidikan di tingkat S1 menyatakan agak setuju, sedangkan yang berpendidikan diatas S1 menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada responden.
- Pada variabel keenam dari *Empathy* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan produk dan layanan yang menguntungkan, para responden ketika dibedakan berdasarkan pendidikan, yang berpendidikan ditingkat SMA menyatakan agak setuju, yang berpendidikan di tingkat Diploma (D1-D3) menyatakan setuju, yang berpendidikan di tingkat S1 menyatakan setuju, begitu juga yang berpendidikan diatas S1 menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada responden.
- Pada variabel ketujuh dari *Empathy* yang menyatakan bahwa Bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan tarif dan biaya pelayanan yang murah, para

responden ketika dibedakan berdasarkan pendidikan, yang berpendidikan ditingkat SMA menyatakan agak setuju, yang berpendidikan di tingkat Diploma (D1-D3) menyatakan agak setuju, yang berpendidikan di tingkat S1 menyatakan agak setuju, sedangkan yang berpendidikan diatas S1 menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada responden.

Tabel.4.27.

Hasil uji Anova untuk Rata-Rata Dimensi *Responsiveness* (ketanggapan) dan uji untuk masing-masing atribut dimensi *Responsiveness* (ketanggapan) ketika responden dikelompokkan berdasarkan Pendidikan

Rata-Rata dimensi *Responsiveness*		N	Mean	Signifikansi
RataRata *Responsiveness*	SMA	12	4,6250	0,826
	D1-D3	4	4,7925	
	S1	76	4,9187	
	Diatas S1	4	5,0000	
	Total	96	4,8801	

Atribut masing-masing untuk dimensi *Responsiveness* (ketanggapan)		N	Mean	Signifikansi
Responsiveness1	SMA	12	4,4167	0,540
	D1-D3	4	5,0000	
	S1	76	4,7105	
	Diatas S1	4	5,2500	
	Total	96	4,7083	
Responsiveness2	SMA	12	4,8333	0,893
	D1-D3	4	5,0000	
	S1	76	4,9211	
	Diatas S1	4	5,2500	
	Total	96	4,9271	
Responsiveness3	SMA	12	5,0000	0,829
	D1-D3	4	4,7500	
	S1	76	4,9079	
	Diatas S1	4	5,2500	
	Total	96	4,9271	

Responsiveness4	SMA	12	4,4167	0,927
	D1-D3	4	4,5000	
	S1	76	5,3947	
	Diatas S1	4	5,0000	
	Total	96	5,2188	
Responsiveness5	SMA	12	4,4167	0,907
	D1-D3	4	4,7500	
	S1	76	4,6579	
	Diatas S1	4	4,5000	
	Total	96	4,6250	
Responsiveness6	SMA	12	4,6667	0,778
	D1-D3	4	4,7500	
	S1	76	4,9211	
	Diatas S1	4	4,7500	
	Total	96	4,8750	

Sumber: Hasil data primer, 2006

Hasil rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Responsiveness* dengan uji anova ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendidikan tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05. Jadi, hipotesis penelitian yang menyatakan ada perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas pelayanan untuk dimensi *Responsiveness* ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendidikan ditolak.

Begitu juga ketika dimensi *Responsiveness* diuji atributnya satu persatu ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendidikan juga tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05, seperti diperlihatkan pada tabel.4.27. Untuk mengetahui rata-rata item masing-masing atribut dari dimensi *Responsiveness* ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendidikan adalah sebagai berikut :

- Pada variabel pertama dari *Responsiveness* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri mengetahui kondisi bisnis anda dan kecenderungan untuk membantu, para responden ketika dibedakan berdasarkan pendidikan, yang berpendidikan ditingkat SMA menyatakan agak setuju, yang berpendidikan di tingkat Diploma (D1-D3) menyatakan setuju, yang berpendidikan di tingkat S1 menyatakan agak setuju, sedangkan yang berpendidikan diatas S1 menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada responden.
- Pada variabel kedua dari *Responsiveness* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri dapat memenuhi kebutuhan individual, para responden ketika dibedakan berdasarkan pendidikan, yang berpendidikan ditingkat SMA menyatakan agak setuju, yang berpendidikan di tingkat Diploma (D1-D3) menyatakan setuju, yang berpendidikan di tingkat S1 menyatakan agak setuju, sedangkan yang berpendidikan diatas S1 menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada responden.
- Pada variabel ketiga dari *Responsiveness* yang menyatakan bahwa Staff Bank Syari'ah Mandiri memiliki pelayanan yang cepat dan tanggap, para responden ketika dibedakan berdasarkan pendidikan, yang berpendidikan ditingkat SMA menyatakan setuju, yang berpendidikan di tingkat Diploma (D1-D3) menyatakan agak setuju, yang berpendidikan di tingkat S1 menyatakan agak setuju, sedangkan yang berpendidikan diatas S1 menyatakan setuju dengan

variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada responden.

- Pada variabel keempat dari *Responsiveness* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan kredit dan kemudahan istilah dalam produk dan layanan, para responden ketika dibedakan berdasarkan pendidikan, yang berpendidikan ditingkat SMA menyatakan agak setuju, yang berpendidikan di tingkat Diploma (D1-D3) menyatakan agak setuju, yang berpendidikan di tingkat S1 menyatakan setuju, begitu yang berpendidikan diatas S1 menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada responden.
- Pada variabel kelima dari *Responsiveness* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan banyak cabang, para responden ketika dibedakan berdasarkan pendidikan, yang berpendidikan ditingkat SMA menyatakan agak setuju, yang berpendidikan di tingkat Diploma (D1-D3) menyatakan agak setuju, yang berpendidikan di tingkat S1 menyatakan agak setuju, begitu yang berpendidikan diatas S1 menyatakan agak setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada responden.
- Pada variabel keenam dari *Responsiveness* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri memiliki pelayanan yang cepat dan efisien, para responden ketika dibedakan berdasarkan pendidikan, yang berpendidikan ditingkat SMA menyatakan agak setuju, yang berpendidikan di tingkat Diploma (D1-D3) menyatakan agak setuju, yang berpendidikan di tingkat S1 menyatakan agak

setuju, begitu juga yang berpendidikan diatas S1 menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada responden.

d.Hipotesis 5

Tabel.4.28.

Hasil uji Anova untuk Rata-Rata Dimensi *Compliance with Islamic Law* dan uji untuk masing-masing atribut dimensi *Compliance with Islamic Law* ketika responden dikelompokkan berdasarkan Pendapatan

Rata-Rata dimensi *Compliance*		N	Mean	Signifikansi
RataRata *Compliance*	kurang dari Rp.200.000	30	4,8667	0.762
	Rp.200.000-Rp.399.000	23	4,9043	
	Rp.400.000-Rp.699.000	25	4,8480	
	Rp.700.000-Rp.999.000	8	5,1500	
	diatas Rp.1000.000	10	4,9800	
	Total	96	4,9062	

Atribut untuk masing-masing dimensi *Compliance* (kesesuaian)		N	Mean	Signifikansi
Compliance1	kurang dari Rp.200.000	30	4,9000	0,697
	Rp.200.000-Rp.399.000	23	4,7826	
	Rp.400.000-Rp.699.000	25	4,8400	
	Rp.700.000-Rp.999.000	8	5,1250	
	diatas Rp.1000.000	10	5,1000	
	Total	96	4,8958	

Compliance2	kurang dari Rp.200.000	30	4,6667	0,277
	Rp.200.000-Rp.399.000	23	5,0435	
	Rp.400.000-Rp.699.000	25	4,6800	
	Rp.700.000-Rp.999.000	8	5,1250	
	diatas Rp.1000.000	10	5,2000	
	Total	96	4,8542	
Compliance3	kurang dari Rp.200.000	30	5,2000	0,837
	Rp.200.000-Rp.399.000	23	5,1304	
	Rp.400.000-Rp.699.000	25	5,0800	
	Rp.700.000-Rp.999.000	8	5,3750	
	diatas Rp.1000.000	10	5,1000	
	Total	96	5,1563	
Compliance4	kurang dari Rp.200.000	30	4,6333	0,909
	Rp.200.000-Rp.399.000	23	4,6957	
	Rp.400.000-Rp.699.000	25	4,6800	
	Rp.700.000-Rp.999.000	8	5,0000	
	diatas Rp.1000.000	10	4,8000	
	Total	96	4,7083	
Compliance5	kurang dari Rp.200.000	30	4,9333	0,878
	Rp.200.000-Rp.399.000	23	4,8696	
	Rp.400.000-Rp.699.000	25	4,9600	
	Rp.700.000-Rp.999.000	8	5,1250	
	diatas Rp.1000.000	10	4,7000	
	Total	96	4,9167	

Sumber: Hasil data primer, 2006

Hasil rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Compliance* dengan uji anova ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendapatan tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05. Jadi, hipotesis penelitian yang menyatakan ada perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas pelayanan untuk dimensi *Compliance* ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendapatan ditolak.

Begitu juga ketika dimensi *Compliance* diuji atributnya satu persatu ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendapatan juga tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05, seperti diperlihatkan pada tabel.4.28. Untuk mengetahui rata-rata item masing-masing atribut dari dimensi *Compliance* ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendapatan adalah sebagai berikut :

- Pada variabel pertama dari *Compliance with Islamic Law* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menjalankan prinsip-prinsip islam, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pendapatan, yang berpendapatan kurang dari Rp.200.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan antara Rp.200.000-Rp.399.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.400.000-Rp.699.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.700.000-Rp.999.000 menyatakan setuju, sedangkan yang berpendapatan diatas Rp.1000.000 menyatakan setuju dengan rata-rata dimensi kualitas pelayanan *compliance with islamic law* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.

- Pada variabel kedua dari *Compliance with Islamic Law* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri meniadakan bunga dalam tabungan dan pinjaman, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pendapatan, yang berpendapatan kurang dari Rp.200.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan antara Rp.200.000-Rp.399.000 menyatakan setuju, yang berpendapatan Rp.400.000-Rp.699.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.700.000-Rp.999.000 menyatakan setuju, sedangkan yang berpendapatan diatas Rp.1000.000 menyatakan setuju dengan rata-rata dimensi kualitas pelayanan *compliance with islamic law* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.
- Pada variabel ketiga dari *compliance with Islamic Law* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan produk dan layanan yang sesuai syari'ah Islam, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pendapatan, yang berpendapatan kurang dari Rp.200.000 menyatakan setuju, yang berpendapatan antara Rp.200.000-Rp.399.000 menyatakan setuju, yang berpendapatan Rp.400.000-Rp.699.000 menyatakan setuju, yang berpendapatan Rp.700.000-Rp.999.000 menyatakan setuju, dan yang berpendapatan diatas Rp.1000.000 juga menyatakan setuju dengan rata-rata dimensi kualitas pelayanan *compliance with islamic law* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.
- Pada variabel keempat dari *compliance with islamic law* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan pinjaman tanpa bunga, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pendapatan, yang

berpendapatan kurang dari Rp.200.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan antara Rp.200.000-Rp.399.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.400.000-Rp.699.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.700.000-Rp.999.000 menyatakan agak setuju, sedangkan yang berpendapatan diatas Rp.1000.000 menyatakan setuju dengan rata-rata dimensi kualitas pelayanan *compliance with islamic law* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.

- Pada variabel kelima dari *compliance with islamic law* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan produk investasi bagi hasil, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pendapatan, yang berpendapatan kurang dari Rp.200.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan antara Rp.200.000-Rp.399.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.400.000-Rp.699.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.700.000-Rp.999.000 menyatakan setuju, sedangkan yang berpendapatan diatas Rp.1000.000 menyatakan agak setuju dengan rata-rata dimensi kualitas pelayanan *compliance with islamic law* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.

Tabel.4.29.

Hasil uji Anova untuk Rata-Rata Dimensi *Assurance* (jaminan) dan uji untuk masing-masing atribut dimensi *Assurance* (jaminan)ketika responden dikelompokkan berdasarkan Pendapatan

Rata-Rata dimensi *Assurance*		N	Mean	Signifikansi
RataRata Assurance	kurang dari Rp.200.000	30	4,8083	0,139
	Rp.200.000-Rp.399.000	23	4,7174	
	Rp.400.000-Rp.699.000	25	4,9400	
	Rp.700.000-Rp.999.000	8	5,2500	
	diatas Rp.1000.000	10	4,8500	
	Total	96	4,8620	

Atribut untuk masing-masing dimensi *Assurance* (jaminan)		N	Mean	Signifkansi
Assurance1	kurang dari Rp.200.000	30	4,8000	0,189
	Rp.200.000-Rp.399.000	23	4,6957	
	Rp.400.000-Rp.699.000	25	4,9600	
	Rp.700.000-Rp.999.000	8	5,3750	
	diatas Rp.1000.000	10	4,7000	
	Total	96	4,8542	
Assurance2	kurang dari Rp.200.000	30	4,7000	0,840
	Rp.200.000-Rp.399.000	23	4,8696	
	Rp.400.000-Rp.699.000	25	4,7200	
	Rp.700.000-Rp.999.000	8	4,8750	
	diatas Rp.1000.000	10	4,9000	
	Total	96	4,7813	

Assurance3	kurang dari Rp.200.000	30	4,9333	0,164
	Rp.200.000-Rp.399.000	23	4,7391	
	Rp.400.000-Rp.699.000	25	5,0800	
	Rp.700.000-Rp.999.000	8	5,5000	
	diatas Rp.1000.000	10	4,8000	
	Total	96	4,9583	
Assurance4	kurang dari Rp.200.000	30	4,8000	0,067
	Rp.200.000-Rp.399.000	23	4,5652	
	Rp.400.000-Rp.699.000	25	5,0000	
	Rp.700.000-Rp.999.000	8	5,2500	
	diatas Rp.1000.000	10	5,0000	
	Total	96	4,8542	

Sumber: Hasil data primer, 2006

Hasil rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Assurance* dengan uji anova ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendapatan tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05. Jadi, hipotesis penelitian yang menyatakan ada perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas pelayanan untuk dimensi *Assurance* ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendapatan ditolak.

Begitu juga ketika dimensi *Assurance* diuji atributnya satu persatu ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendapatan juga tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05, seperti diperlihatkan pada tabel.4.29. Untuk

mengetahui rata-rata item masing-masing atribut dari dimensi *Assurance* ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendapatan adalah sebagai berikut :

- Pada variabel pertama dari *Assurance* yang menyatakan bahwa Staff Bank Syari'ah Mandiri memiliki sifat yang dapat dipercaya oleh konsumen, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pendapatan, yang berpendapatan kurang dari Rp.200.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan antara Rp.200.000-Rp.399.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.400.000-Rp.699.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.700.000-Rp.999.000 menyatakan setuju, sedangkan yang berpendapatan diatas Rp.1000.000 menyatakan agak setuju dengan rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Assurance* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.
- Pada variabel kedua dari *Assurance* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan layanan pertimbangan keuangan, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pendapatan, yang berpendapatan kurang dari Rp.200.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan antara Rp.200.000-Rp.399.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.400.000-Rp.699.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.700.000-Rp.999.000 menyatakan agak setuju, begitu juga yang berpendapatan diatas Rp.1000.000 menyatakan agak setuju dengan rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Assurance* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.
- Pada variabel ketiga dari *Assurance* yang menyatakan bahwa Staff Bank Syari'ah Mandiri ramah dan sopan, para responden ketika dikelompokkan

berdasarkan pendapatan, yang berpendapatan kurang dari Rp.200.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan antara Rp.200.000-Rp.399.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.400.000-Rp.699.000 menyatakan setuju, yang berpendapatan Rp.700.000-Rp.999.000 menyatakan setuju, sedangkan yang berpendapatan diatas Rp.1000.000 menyatakan agak setuju dengan rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Assurance* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.

- Pada variabel keempat dari *Assurance* yang menyatakan bahwa tim Bank Syari'ah Mandiri memiliki pengetahuan dan pengalaman, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pendapatan, yang berpendapatan kurang dari Rp.200.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan antara Rp.200.000-Rp.399.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.400.000-Rp.699.000 menyatakan setuju, yang berpendapatan Rp.700.000-Rp.999.000 menyatakan setuju, begitu juga yang berpendapatan diatas Rp.1000.000 menyatakan setuju dengan rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Assurance* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.

Tabel.4.30.

Hasil uji Anova untuk Rata-Rata Dimensi *Relibility* (keandalan) dan uji untuk masing-masing atribut dimensi *Relibility* (keandalan) ketika responden dikelompokkan berdasarkan Pendapatan

Rata-Rata dimensi *Reliability*		N	Mean	Signifikansi
RataRata Reliability	kurang dari Rp.200.000	30	4,8267	0,415
	Rp.200.000-Rp.399.000	23	4,6957	
	Rp.400.000-Rp.699.000	25	4,8720	
	Rp.700.000-Rp.999.000	8	5,0500	
	diatas Rp.1000.000	10	4,6000	
	Total	96	4,8021	

Atribut untuk masing-masing dimensi *Reliability* (keandalan)		N	Mean	Signifikansi
Reliability1	kurang dari Rp.200.000	30	4,9000	0,985
	Rp.200.000-Rp.399.000	23	4,8261	
	Rp.400.000-Rp.699.000	25	4,9600	
	Rp.700.000-Rp.999.000	8	4,7500	
	diatas Rp.1000.000	10	4,8000	
	Total	96	4,8750	
Reliability2	kurang dari Rp.200.000	30	4,7000	0,102
	Rp.200.000-Rp.399.000	23	4,4348	
	Rp.400.000-Rp.699.000	25	5,0800	
	Rp.700.000-Rp.999.000	8	5,0000	
	diatas Rp.1000.000	10	4,7000	
	Total	96	4,7604	

Reliability3	kurang dari Rp.200.000	30	4,7000	0,764
	Rp.200.000-Rp.399.000	23	4,7826	
	Rp.400.000-Rp.699.000	25	4,7600	
	Rp.700.000-Rp.999.000	8	5,1250	
	diatas Rp.1000.000	10	4,7000	
	Total	96	4,7708	
Reliability4	kurang dari Rp.200.000	30	5,0667	0,713
	Rp.200.000-Rp.399.000	23	4,9565	
	Rp.400.000-Rp.699.000	25	4,9200	
	Rp.700.000-Rp.999.000	8	5,1250	
	diatas Rp.1000.000	10	4,8000	
	Total	96	4,9792	
Reliabillity5	kurang dari Rp.200.000	30	4,7667	0,094
	Rp.200.000-Rp.399.000	23	4,4783	
	Rp.400.000-Rp.699.000	25	4,6400	
	Rp.700.000-Rp.999.000	8	5,2500	
	diatas Rp.1000.000	10	4,0000	
	Total	96	4,6250	

Sumber: Hasil data primer, 2006

Hasil rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Reliability* dengan uji anova ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendapatan tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05. Jadi, hipotesis penelitian yang menyatakan ada

perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas pelayanan untuk dimensi *Reliability* ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendapatan ditolak.

Begitu juga ketika dimensi *Reliability* diuji atributnya satu persatu ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendapatan juga tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05, seperti diperlihatkan pada tabel.4.30. Untuk mengetahui rata-rata item masing-masing atribut dari dimensi *Reliability* ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendapatan adalah sebagai berikut :

- Pada variabel pertama dari *Reliability* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri memberikan kenyamanan dan ketenangan dalam pelayanan dengan waktu layanan yang cepat, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pendapatan, yang berpendapatan kurang dari Rp.200.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan antara Rp.200.000-Rp.399.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.400.000-Rp.699.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.700.000-Rp.999.000 menyatakan agak setuju, begitu juga yang berpendapatan diatas Rp.1000.000 juga menyatakan agak setuju dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Reliability* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.
- Pada variabel kedua dari *Reliability* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri mengintegerasikan nilai tambah bagi nasabah, para responden ketika dibedakan berdasarkan pendidikan, yang berpendidikan ditingkat SMA menyatakan agak setuju, yang berpendidikan di tingkat Diploma (D1-D3) menyatakan setuju, yang berpendidikan di tingkat S1 menyatakan agak setuju,

sedangkan yang berpendidikan diatas S1 menyatakan setuju dengan variabel dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada responden.

- Pada variabel ketiga dari *Reliability* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan banyak variasi produk dan jenis pelayanan, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pendapatan, yang berpendapatan kurang dari Rp.200.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan antara Rp.200.000-Rp.399.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.400.000-Rp.699.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.700.000-Rp.999.000 menyatakan setuju, sedangkan yang berpendapatan diatas Rp.1000.000 menyatakan agak setuju dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Reliability* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.
- Pada variabel keempat dari *Reliability* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menjamin keamanan dalam bertransaksi, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pendapatan, yang berpendapatan kurang dari Rp.200.000 menyatakan setuju, yang berpendapatan antara Rp.200.000-Rp.399.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.400.000-Rp.699.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.700.000-Rp.999.000 menyatakan setuju, begitu juga yang berpendapatan diatas Rp.1000.000 menyatakan agak setuju dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Reliability* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.

- Pada variabel kelima dari *Reliability* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri membuka banyak counter dan dibuka pada jam yang tepat, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pendapatan, yang berpendapatan kurang dari Rp.200.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan antara Rp.200.000-Rp.399.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.400.000-Rp.699.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.700.000-Rp.999.000 menyatakan setuju, sedangkan yang berpendapatan diatas Rp.1000.000 menyatakan agak setuju dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Reliability* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.

Tabel.4.31.

Hasil uji Anova untuk Rata-Rata Dimensi *Relibility* (keandalan) dan uji untuk masing-masing atribut dimensi *Relibility* (keandalan) ketika responden dikelompokkan berdasarkan Pendapatan

Rata-Rata dimensi *Tangible*		N	Mean	Signifikansi
RataRata *Tangible*	kurang dari Rp.200.000	30	4,9000	0,603
	Rp.200.000-Rp.399.000	23	4,9239	
	Rp.400.000-Rp.699.000	25	5,0500	
	Rp.700.000-Rp.999.000	8	5,1875	
	diatas Rp.1000.000	10	4,7750	
	Total	96	4,9557	

Atribut masing-masing untuk dimensi *Tangible* (bukti fisik)		N	Mean	Signifikansi
Tangible1	kurang dari Rp.200.000	30	5,1000	
	Rp.200.000-Rp.399.000	23	4,8696	
	Rp.400.000-Rp.699.000	25	5,1200	0,198
	Rp.700.000-Rp.999.000	8	5,2500	
	diatas Rp.1000.000	10	4,5000	
	Total	96	5,0000	
Tangible2	kurang dari Rp.200.000	30	4,9000	
	Rp.200.000-Rp.399.000	23	5,0000	
	Rp.400.000-Rp.699.000	25	5,0800	0,327
	Rp.700.000-Rp.999.000	8	5,3750	
	diatas Rp.1000.000	10	4,6000	
	Total	96	4,9792	
Tangible3	kurang dari Rp.200.000	30	4,8333	
	Rp.200.000-Rp.399.000	23	4,9565	
	Rp.400.000-Rp.699.000	25	5,0400	0,628
	Rp.700.000-Rp.999.000	8	5,2500	
	diatas Rp.1000.000	10	5,1000	
	Total	96	4,9792	
Tangible4	kurang dari Rp.200.000	30	4,7667	
	Rp.200.000-Rp.399.000	23	4,8696	
	Rp.400.000-Rp.699.000	25	4,9600	0,942
	Rp.700.000-Rp.999.000	8	4,8750	
	diatas Rp.1000.000	10	4,9000	
	Total	96	4,8646	

Sumber: Hasil data primer, 2006

Hasil rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Tangible* dengan uji anova ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendapatan tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05. Jadi, hipotesis penelitian yang menyatakan ada perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas pelayanan untuk dimensi *Tangible* ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendapatan ditolak.

Begitu juga ketika dimensi *Tangible* diuji atributnya satu persatu ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendapatan juga tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05, seperti diperlihatkan pada tabel.4.31. Untuk mengetahui rata-rata item masing-masing atribut dari dimensi *Tangible* ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendapatan adalah sebagai berikut :

- Pada variabel pertama dari *Tangible* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri memiliki tampilan kantor dan fasilitas fisik yang menarik, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pendapatan, yang berpendapatan kurang dari Rp.200.000 menyatakan setuju, yang berpendapatan antara Rp.200.000-Rp.399.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.400.000-Rp.699.000 menyatakan setuju, yang berpendapatan Rp.700.000-Rp.999.000 menyatakan setuju, sedangkan yang berpendapatan diatas Rp.1000.000 menyatakan agak setuju dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Tangible* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.

- Pada variabel kedua dari *Tangible* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri cepat dan efisien dalam bertransaksi, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pendapatan, yang berpendapatan kurang dari Rp.200.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan antara Rp.200.000-Rp.399.000 menyatakan setuju, yang berpendapatan Rp.400.000-Rp.699.000 menyatakan setuju, yang berpendapatan Rp.700.000-Rp.999.000
- Pada variabel ketiga dari *Tangible* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri membuka banyak jam operasional, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pendapatan, yang berpendapatan kurang dari Rp.200.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan antara Rp.200.000-Rp.399.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.400.000-Rp.699.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.700.000-Rp.999.000 menyatakan setuju, begitu juga yang berpendapatan diatas Rp.1000.000 menyatakan setuju dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Tangible* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.
- Pada variabel keempat dari *Tangible* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri memiliki banyak counter dan cabang sekaligus ruang tunggu didalamnya yang nyaman, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pendapatan, yang berpendapatan kurang dari Rp.200.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan antara Rp.200.000-Rp.399.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.400.000-Rp.699.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.700.000-Rp.999.000 menyatakan agak setuju, begitu juga yang berpendapatan diatas Rp.1000.000 menyatakan agak setuju dengan

variabel dimensi kualitas pelayanan *Tangible* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.

Tabel.4.32.

Hasil uji Anova untuk Rata-Rata Dimensi *Empathy* (empati) dan uji untuk masing-masing atribut dimensi *Empathy* (empati) ketika responden dikelompokkan berdasarkan Pendapatan

Rata-Rata dimensi *Empathy*		N	Mean	Signifikansi
RataRata *Empathy*	kurang dari Rp.200.000	30	4,8620	0,925
	Rp.200.000-Rp.399.000	23	4,8070	
	Rp.400.000-Rp.699.000	25	4,7940	
	Rp.700.000-Rp.999.000	8	5,0000	
	diatas Rp.1000.000	10	4,9150	
	Total	96	4,8481	

Atribut masing-masing untuk dimensi *Empathy* (empati)		N	Mean	Signifikansi
Empathy1	kurang dari Rp.200.000	30	4,8000	0,830
	Rp.200.000-Rp.399.000	23	4,8261	
	Rp.400.000-Rp.699.000	25	4,5600	
	Rp.700.000-Rp.999.000	8	4,8750	
	diatas Rp.1000.000	10	4,6000	
	Total	96	4,7292	
Empathy2	kurang dari Rp.200.000	30	4,8000	
	Rp.200.000-Rp.399.000	23	4,9565	
	Rp.400.000-Rp.699.000	25	4,7200	
	Rp.700.000-Rp.999.000	8	4,8750	
	diatas Rp.1000.000	10	4,7000	
	Total	96	4,8125	
Empathy3	kurang dari Rp.200.000	30	4,7000	0,945
	Rp.200.000-Rp.399.000	23	4,6522	
	Rp.400.000-Rp.699.000	25	4,6800	
	Rp.700.000-Rp.999.000	8	5,2500	
	diatas Rp.1000.000	10	4,9000	
	Total	96	4,7500	

Empathy4	kurang dari Rp.200.000	30	4,5667	0,543
	Rp.200.000-Rp.399.000	23	5,0000	
	Rp.400.000-Rp.699.000	25	4,7600	
	Rp.700.000-Rp.999.000	8	4,6250	
	diatas Rp.1000.000	10	4,8000	
	Total	96	4,7500	
Empathy5	kurang dari Rp.200.000	30	4,9333	0.576
	Rp.200.000-Rp.399.000	23	4,8261	
	Rp.400.000-Rp.699.000	25	5,0000	
	Rp.700.000-Rp.999.000	8	5,1250	
	diatas Rp.1000.000	10	4,9000	
	Total	96	4,9375	
Empathy6	kurang dari Rp.200.000	30	5,0667	0,848
	Rp.200.000-Rp.399.000	23	4,7826	
	Rp.400.000-Rp.699.000	25	5,0400	
	Rp.700.000-Rp.999.000	8	5,5000	
	diatas Rp.1000.000	10	5,2000	
	Total	96	5,0417	
Empathy7	kurang dari Rp.200.000	30	5,1667	0,270
	Rp.200.000-Rp.399.000	23	4,6087	
	Rp.400.000-Rp.699.000	25	4,8000	
	Rp.700.000-Rp.999.000	8	4,7500	
	diatas Rp.1000.000	10	5,3000	
	Total	96	4,9167	

Sumber: Hasil data primer, 2006

Hasil rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Empathy* dengan uji anova ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendapatan tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05. Jadi, hipotesis penelitian yang menyatakan ada perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas pelayanan untuk dimensi *Empathy* ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendapatan ditolak.

Begitu juga ketika dimensi *Empathy* diuji atributnya satu persatu ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendapatan juga tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang

lebih besar dari alpha = 0,05, seperti diperlihatkan pada tabel.4.32. Untuk mengetahui rata-rata item masing-masing atribut dari dimensi *Empathy* ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendapatan adalah sebagai berikut :

- Pada variabel pertama dari *Empathy* yang menyatakan bahwa Lokasi Bank Syari'ah Mandiri mudah dijangkau, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pendapatan, yang berpendapatan kurang dari Rp.200.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan antara Rp.200.000-Rp.399.000 menyatakan setuju, yang berpendapatan Rp.400.000-Rp.699.000 menyatakan setuju, yang berpendapatan Rp.700.000-Rp.999.000 menyatakan setuju, sedangkan yang berpendapatan diatas Rp.1000.000 menyatakan agak setuju dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Empathy* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.
- Pada variabel kedua dari *Empathy* yang menyatakan bahwa nama, reputasi dan image Bank Syari'ah Mandiri banyak dikenal, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pendapatan, yang berpendapatan kurang dari Rp.200.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan antara Rp.200.000-Rp.399.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.400.000-Rp.699.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.700.000-Rp.999.000 menyatakan agak setuju, begitu juga yang berpendapatan diatas Rp.1000.000 menyatakan agak setuju dengan rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Empathy* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.
- Pada variabel ketiga dari *Empathy* yang menyatakan bahwa Adanya tempat parkir yang nyaman, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan

pendapatan, yang berpendapatan kurang dari Rp.200.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan antara Rp.200.000-Rp.399.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.400.000-Rp.699.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.700.000-Rp.999.000 menyatakan setuju, sedangkan yang berpendapatan diatas Rp.1000.000 menyatakan agak setuju dengan rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Empathy* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.

- Pada variabel kempat dari *Empathy* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan data ukuran bank dalam aset dan modal, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pendapatan, yang berpendapatan kurang dari Rp.200.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan antara Rp.200.000-Rp.399.000 menyatakan setuju, yang berpendapatan Rp.400.000-Rp.699.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.700.000-Rp.999.000 menyatakan agak setuju, begitu juga yang berpendapatan diatas Rp.1000.000 menyatakan agak setuju dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Empathy* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.
- Pada variabel kelima dari *Empathy* yang menyatakan bahwa Bank Manajemen Bank Syari'ah Mandiri mempunyai kepercayaan yang tinggi, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pendapatan, yang berpendapatan kurang dari Rp.200.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan antara Rp.200.000-Rp.399.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.400.000-Rp.699.000 menyatakan setuju, yang berpendapatan Rp.700.000-Rp.999.000 menyatakan setuju, sedangkan yang berpendapatan diatas

Rp.1000.000 menyatakan setuju dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Empathy* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.

- Pada variabel keenam dari *Empathy* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan produk dan layanan yang menguntungkan, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pendapatan, yang berpendapatan kurang dari Rp.200.000 menyatakan setuju, yang berpendapatan antara Rp.200.000-Rp.399.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.400.000-Rp.699.000 menyatakan setuju, yang berpendapatan Rp.700.000-Rp.999.000 menyatakan setuju, sedangkan yang berpendapatan diatas Rp.1000.000 menyatakan agak setuju dengan rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Empathy* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.
- Pada variabel ketujuh dari *Empathy* yang menyatakan bahwa Bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan tarif dan biaya pelayanan yang murah, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pendapatan, yang berpendapatan kurang dari Rp.200.000 menyatakan setuju, yang berpendapatan antara Rp.200.000-Rp.399.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.400.000-Rp.699.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.700.000-Rp.999.000 menyatakan agak setuju, sedangkan yang berpendapatan diatas Rp.1000.000 menyatakan setuju dengan rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Empathy* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.

Tabel.4.33.

Hasil uji Anova untuk Rata-Rata Dimensi *Responsiveness* (ketanggapan) dan uji untuk masing-masing atribut dimensi *Responsiveness* (ketanggapan) ketika responden dikelompokkan berdasarkan Pendapatan

Rata-Rata dimensi *Responsiveness*		N	Mean	Signifikansi
RataRata *Responsiveness*	kurang dari Rp.200.000	30	4,9003	0,788
	Rp.200.000-Rp.399.000	23	4,7317	
	Rp.400.000-Rp.699.000	25	4,9724	
	Rp.700.000-Rp.999.000	8	5,1888	
	diatas Rp.1000.000	10	4,6830	
	Total	96	4,8801	

Responsiveness (ketanggapan)		N	Mean	Signifikansi
Responsiveness1	kurang dari Rp.200.000	30	4,9667	0,517
	Rp.200.000-Rp.399.000	23	4,6522	
	Rp.400.000-Rp.699.000	25	4,4800	
	Rp.700.000-Rp.999.000	8	4,5000	
	diatas Rp.1000.000	10	4,8000	
	Total	96	4,7083	

Responsiveness2	kurang dari Rp.200.000	30	4,9333	0,388
	Rp.200.000-Rp.399.000	23	4,7391	
	Rp.400.000-Rp.699.000	25	4,9600	
	Rp.700.000-Rp.999.000	8	5,5000	
	diatas Rp.1000.000	10	4,8000	
	Total	96	4,9271	

Responsiveness3	kurang dari Rp.200.000	30	4,9667	0,472
	Rp.200.000-Rp.399.000	23	4,7826	
	Rp.400.000-Rp.699.000	25	4,8000	
	Rp.700.000-Rp.999.000	8	5,2500	
	diatas Rp.1000.000	10	5,2000	
	Total	96	4,9271	
Responsiveness4	kurang dari Rp.200.000	30	4,7333	0,675
	Rp.200.000-Rp.399.000	23	4,7826	
	Rp.400.000-Rp.699.000	25	6,5600	
	Rp.700.000-Rp.999.000	8	5,0000	
	diatas Rp.1000.000	10	4,5000	
	Total	96	5,2188	
Responsiveness5	kurang dari Rp.200.000	30	4,7667	0,042
	Rp.200.000-Rp.399.000	23	4,6957	
	Rp.400.000-Rp.699.000	25	4,3600	
	Rp.700.000-Rp.999.000	8	5,5000	
	diatas Rp.1000.000	10	4,0000	
	Total	96	4,6250	

Responsiveness6	kurang dari Rp.200.000	30	5,0333	0,215
	Rp.200.000-Rp.399.000	23	4,7391	
	Rp.400.000-Rp.699.000	25	4,6800	
	Rp.700.000-Rp.999.000	8	5,3750	
	diatas Rp.1000.000	10	4,8000	
	Total	96	4,8750	

Sumber: Hasil data primer, 2006

Hasil rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Responsiveness* dengan uji anova ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendapatan tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05. Jadi, hipotesis penelitian yang menyatakan ada perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas pelayanan untuk dimensi *Responsiveness* ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendapatan ditolak.

Begitu juga ketika dimensi *Responsiveness* diuji atributnya satu persatu ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendapatan juga tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05, seperti diperlihatkan pada tabel.4.33. Untuk mengetahui rata-rata item masing-masing atribut dari dimensi *Responsiveness* ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendapatan adalah sebagai berikut :

- Pada variabel pertama dari *Responsiveness* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri mengetahui kondisi bisnis anda dan kecenderungan untuk membantu, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pendapatan,

yang berpendapatan kurang dari Rp.200.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan antara Rp.200.000-Rp.399.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.400.000-Rp.699.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.700.000-Rp.999.000 menyatakan agak setuju, begitu juga yang berpendapatan diatas Rp.1000.000 menyatakan agak setuju dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Responsiveness* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.

- Pada variabel kedua dari *Responsiveness* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri dapat memenuhi kebutuhan individual, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pendapatan, yang berpendapatan kurang dari Rp.200.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan antara Rp.200.000-Rp.399.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.400.000-Rp.699.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.700.000-Rp.999.000 menyatakan agak setuju, sedangkan yang berpendapatan diatas Rp.1000.000 menyatakan setuju dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Responsiveness* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.
- Pada variabel ketiga dari *Responsiveness* yang menyatakan bahwa Staff Bank Syari'ah Mandiri memiliki pelayanan yang cepat dan tanggap, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pendapatan, yang berpendapatan kurang dari Rp.200.000 menyatakan setuju, yang berpendapatan antara Rp.200.000-Rp.399.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.400.000-Rp.699.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.700.000-

Rp.999.000 menyatakan setuju, begitu juga yang berpendapatan diatas Rp.1000.000 menyatakan setuju dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Responsiveness* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.

- Pada variabel keempat dari *Responsiveness* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan kredit dan kemudahan istilah dalam produk dan layanan, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pendapatan, yang berpendapatan kurang dari Rp.200.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan antara Rp.200.000-Rp.399.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.400.000-Rp.699.000 menyatakan sangat setuju, yang berpendapatan Rp.700.000-Rp.999.000 menyatakan setuju, sedangkan yang berpendapatan diatas Rp.1000.000 menyatakan agak setuju dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Responsiveness* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.
- Pada variabel kelima dari *Responsiveness* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan banyak cabang, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pendapatan, yang berpendapatan kurang dari Rp.200.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan antara Rp.200 000-Rp.399.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.400.000-Rp.699.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.700.000-Rp.999.000 menyatakan agak setuju, sedangkan yang berpendapatan diatas Rp.1000.000 menyatakan agak setuju dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Responsiveness* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.

- Pada variabel keenam dari *Responsiveness* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri memiliki pelayanan yang cepat dan efisien, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pendapatan, yang berpendapatan kurang dari Rp.200.000 menyatakan setuju, yang berpendapatan antara Rp.200.000-Rp.399.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.400.000-Rp.699.000 menyatakan agak setuju, yang berpendapatan Rp.700.000-Rp.999.000 menyatakan setuju, sedangkan yang berpendapatan diatas Rp.1000.000 menyatakan agak setuju dengan rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Responsiveness* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.

e.Hipotesis 6

Tabel.4.34.

Hasil uji Anova untuk Rata-Rata Dimensi *Compliance with Islamic Law* dan uji untuk masing-masing atribut dimensi *Compliance with Islamic Law* ketika responden dikelompokkan berdasarkan Pekerjaan

Rata-Rata dimensi *Compliance*		N	Mean	Signifikansi
RataRata *Compliance*	Profesional	9	5,0444	0,557
	Manajer/Eksekutif	3	5,0667	
	Akademik/pendidik	5	4,7200	
	Ibu Rumah Tangga	1	5,4000	
	Wiraswasta	14	4,6857	
	Mahasiswa/pelajar	64	4,9344	
	Total	96	4,9063	

Atribut masing-masing untuk dimensi *Compliance* (kesesuaian)		N	Mean	Signifikansi
Compliance1	Profesional	9	5,2222	0,110

	Manajer/Eksekutif	3	5,3333	
	Akademik/pendidik	5	4,8000	
	Ibu Rumah Tangga	1	5,0000	
	Wiraswasta	14	4,4286	
	Mahasiswa/pelajar	64	4,9375	
	Total	96	4,8958	
Compliance2	Profesional	9	5,1111	
	Manajer/Eksekutif	3	4,6667	
	Akademik/pendidik	5	5,0000	
	Ibu Rumah Tangga	1	5,0000	0,940
	Wiraswasta	14	4,7143	
	Mahasiswa/pelajar	64	4,8438	
	Total	96	4,8542	
Compliance3	Profesional	9	5,2222	
	Manajer/Eksekutif	3	5,3333	
	Akademik/pendidik	5	4,8000	
	Ibu Rumah Tangga	1	6,0000	0,599
	Wiraswasta	14	5,0714	
	Mahasiswa/pelajar	64	5,1719	
	Total	96	5,1563	
Compliance4	Profesional	9	4,7778	
	Manajer/Eksekutif	3	4,6667	
	Akademik/pendidik	5	4,4000	
	Ibu Rumah Tangga	1	6,0000	0,755
	Wiraswasta	14	4,5714	
	Mahasiswa/pelajar	64	4,7344	
	Total	96	4,7083	
Compliance5	Profesional	9	4,8889	
	Manajer/Eksekutif	3	5,3333	
	Akademik/pendidik	5	4,6000	
	Ibu Rumah Tangga	1	5,0000	0,684
	Wiraswasta	14	4,6429	
	Mahasiswa/pelajar	64	4,9844	
	Total	96	4,9167	

Sumber: Hasil data primer, 2006

Hasil rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Compliance* dengan uji anova ketika responden dikelompokkan berdasarkan pekerjaan tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05. Jadi, hipotesis penelitian yang menyatakan ada

perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas pelayanan untuk dimensi *Compliance* ketika responden dikelompokkan berdasarkan pekerjaan ditolak.

Begitu juga ketika dimensi *Compliance* diuji atributnya satu persatu ketika responden dikelompokkan berdasarkan pekerjaan juga tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05, seperti diperlihatkan pada tabel.4.34. Untuk mengetahui rata-rata item masing-masing atribut dari dimensi *Compliance* ketika responden dikelompokkan berdasarkan pekerjaan adalah sebagai berikut :

- Pada variabel pertama dari *Compliance with Islamic Law* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menjalankan prinsip-prinsip islam, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pekerjaan, yang memiliki status pekerjaan sebagai profesional menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai manajer menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai akademik/pendidik menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai ibu rumah tangga menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai wiraswasta menyatakan agak setuju, begitu juga yang memiliki status pekerjaan sebagai mahasiswa juga menyatakan agak setuju dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Compliance with Islamic Law* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.
- Pada variabel kedua dari *Compliance with Islamic Law* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri meniadakan bunga dalam tabungan dan pinjaman, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pekerjaan, yang memiliki status pekerjaan sebagai profesional menyatakan setuju, yang

memiliki status pekerjaan sebagai manajer menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai akademik/pendidik menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai ibu rumah tangga menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai wiraswasta menyatakan agak setuju, begitu juga yang memiliki status pekerjaan sebagai mahasiswa juga menyatakan agak setuju dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Compliance with Islamic Law* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.

- Pada variabel ketiga dari *Compliance with Islamic Law* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan produk dan layanan yang sesuai syari'ah Islam, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pekerjaan, yang memiliki status pekerjaan sebagai profesional menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai manajer menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai akademik/pendidik menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai ibu rumah tangga menyatakan sangat setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai wiraswasta menyatakan setuju, begitu juga yang memiliki status pekerjaan sebagai mahasiswa juga menyatakan setuju dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Compliance with Islamic law*yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.
- Pada variabel keempat dari *Compliance with Islamic Law* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan pinjaman tanpa bunga, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pekerjaan, yang memiliki status pekerjaan sebagai profesional menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai manajer menyatakan agak setuju, yang memiliki status

pekerjaan sebagai akademik/pendidik menyatakan sangat setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai ibu rumah tangga menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai wiraswasta menyatakan agak setuju, begitu juga yang memiliki status pekerjaan sebagai mahasiswa juga menyatakan agak setuju dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Compliance with Islamic Law* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.

- Pada variabel kelima dari *Compliance with Islamic Law* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan produk investasi bagi hasil, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pekerjaan, yang memiliki status pekerjaan sebagai profesional menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai manajer menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai akademik/pendidik menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai ibu rumah tangga menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai wiraswasta menyatakan agak setuju, begitu juga yang memiliki status pekerjaan sebagai mahasiswa juga menyatakan agak setuju dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Compliance with Islamic Law* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.

Tabel.4.35.

Hasil uji Anova untuk Rata-Rata Dimensi *Assurance* (jaminan) dan uji untuk masing-masing atribut dimensi *Assurance* (jaminan)ketika responden dikelompokkan berdasarkan Pekerjaan

Rata-Rata dimensi *Assurance*		N	Mean	Signifikansi
RataRata *Assurance*	Profesional	9	4,8056	0,980
	Manajer/Eksekutif	3	5,2500	
	Akademik/pendidik	5	4,3000	
	Ibu Rumah Tangga	1	5,5000	
	Wiraswasta	14	4,8214	
	Mahasiswa/pelajar	64	4,8945	
	Total	96	4,8620	

Assurance (jaminan)		N	Mean	Signifikansi
Assurance1	Profesional	9	4,7778	0,276
	Manajer/ Eksekutif	3	5,3333	
	Akademik/ pendidik	5	4,2000	
	Ibu Rumah Tangga	1	5,0000	
	Wiraswasta	14	4,7143	
	Mahasiswa/ pelajar	64	4,9219	
	Total	96	4,8542	
Assurance2	Profesional	9	4,7778	0,035
	Manajer/ Eksekutif	3	5,3333	
	Akademik/ pendidik	5	4,0000	
	Ibu Rumah Tangga	1	6,0000	
	Wiraswasta	14	4,7857	
	Mahasiswa/ pelajar	64	4,7969	
	Total	96	4,7813	

Assurance3	Profesional	9	4,7778	0,740
	Manajer/ Eksekutif	3	5,0000	
	Akademik/ pendidik	5	4,8000	
	Ibu Rumah Tangga	1	6,0000	
	Wiraswasta	14	4,8571	
	Mahasiswa/pelajar	64	5,0000	
	Total	96	4,9583	
Assurance4	Profesional	9	4,8889	0,275
	Manajer/ Eksekutif	3	5,3333	
	Akademik/ pendidik	5	4,2000	
	Ibu Rumah Tangga	1	5,0000	
	Wiraswasta	14	4,9286	
	Mahasiswa/pelajar	64	4,8594	
	Total	96	4,8542	

Sumber: Hasil data primer, 2006

Hasil rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Assurance* dengan uji anova ketika responden dikelompokkan berdasarkan pekerjaan tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05. Jadi, hipotesis penelitian yang menyatakan ada perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas pelayanan untuk dimensi *Assurance* ketika responden dikelompokkan berdasarkan pekerjaan ditolak.

Begitu juga ketika dimensi *Assurance* diuji atributnya satu persatu ketika responden dikelompokkan berdasarkan pekerjaan juga tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05, kecuali atribut kedua dari *assurance* yang menunjukkan perbedaan yang signifikan, ditunjukkan dengan tingkat signifikansi

yang lebih kecil dari alpha = 0,05, seperti diperlihatkan pada tabel.4.35. Untuk mengetahui rata-rata item masing-masing atribut dari dimensi *Assurance* ketika responden dikelompokkan berdasarkan pekerjaan adalah sebagai berikut :

- Pada variabel pertama dari *Assurance* yang menyatakan bahwa Staff Bank Syari'ah Mandiri memiliki sifat yang dapat dipercaya oleh konsumen, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pekerjaan, yang memiliki status pekerjaan sebagai profesional menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai manajer menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai akademik/pendidik menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai ibu rumah tangga menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai wiraswasta menyatakan agak setuju, begitu juga yang memiliki status pekerjaan sebagai mahasiswa juga menyatakan agak setuju dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Assurance* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.
- Pada variabel kedua dari *Assurance* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan layanan pertimbangan keuangan, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pekerjaan, yang memiliki status pekerjaan sebagai profesional menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai manajer menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai akademik/pendidik menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai ibu rumah tangga menyatakan sangat setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai wiraswasta menyatakan agak setuju, begitu juga yang memiliki status pekerjaan sebagai mahasiswa juga menyatakan agak setuju

dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Assurance* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.

- Pada variabel ketiga dari *Assurance* yang menyatakan bahwa Staff Bank Syari'ah Mandiri ramah dan sopan, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pekerjaan, yang memiliki status pekerjaan sebagai profesional menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai manajer menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai akademik/pendidik menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai ibu rumah tangga menyatakan sangat setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai wiraswasta menyatakan agak setuju, begitu juga yang memiliki status pekerjaan sebagai mahasiswa juga menyatakan agak setuju dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Assurance* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.
- Pada variabel keempat dari *Assurance* yang menyatakan bahwa tim Bank Syari'ah Mandiri memiliki pengetahuan dan pengalaman, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pekerjaan, yang memiliki status pekerjaan sebagai profesional menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai manajer menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai akademik/pendidik menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai ibu rumah tangga menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai wiraswasta menyatakan agak setuju, begitu juga yang memiliki status pekerjaan sebagai mahasiswa juga menyatakan agak setuju dengan variabel

dimensi kualitas pelayanan *Assurance* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.

Tabel.4.36.

Hasil uji Anova untuk Rata-Rata Dimensi *Reliability* (keandalan) dan uji untuk masing-masing atribut dimensi *Reliability* (keandalan) ketika responden dikelompokkan berdasarkan Pekerjaan

Rata-Rata dimensi *Reliability*		N	Mean	Signifikansi
RataRata *Reliability*	Profesional	9	4,5333	0,031
	Manajer/Eksekutif	3	5,0667	
	Akademik/pendidik	5	4,1200	
	Ibu Rumah Tangga	1	5,4000	
	Wiraswasta	14	4,9429	
	Mahasiswa/pelajar	64	4,8406	
	Total	96	4,8021	

Atribut untuk masing-masing dimensi *Reliability* (keandalan)		N	Mean	Signifikansi
Reliability1	Profesional	9	4,6667	0,161
	Manajer/Eksekutif	3	4,0000	
	Akademik/pendidik	5	4,0000	
	Ibu Rumah Tangga	1	6,0000	
	Wiraswasta	14	4,7857	
	Mahasiswa/pelajar	64	5,0156	
	Total	96	4,8750	
Reliability2	Profesional	9	4,3333	0,051
	Manajer/Eksekutif	3	5,3333	
	Akademik/pendidik	5	4,0000	
	Ibu Rumah Tangga	1	6,0000	
	Wiraswasta	14	5,0000	
	Mahasiswa/pelajar	64	4,7813	
	Total	96	4,7604	
Reliability3	Profesional	9	4,6667	0,070
	Manajer/Eksekutif	3	5,6667	
	Akademik/pendidik	5	4,2000	
	Ibu Rumah Tangga	1	5,0000	
	Wiraswasta	14	5,1429	
	Mahasiswa/pelajar	64	4,7031	
	Total	96	4,7708	

Reliability4	Profesional	9	4,7778	0,231
	Manajer/Eksekutif	3	5,3333	
	Akademik/pendidik	5	4,4000	
	Ibu Rumah Tangga	1	5,0000	
	Wiraswasta	14	5,0000	
	Mahasiswa/pelajar	64	5,0313	
	Total	96	4,9792	
Reliability5	Profesional	9	4,2222	0,513
	Manajer/Eksekutif	3	5,0000	
	Akademik/pendidik	5	4,0000	
	Ibu Rumah Tangga	1	5,0000	
	Wiraswasta	14	4,7857	
	Mahasiswa/pelajar	64	4,6719	
	Total	96	4,6250	

Sumber: Hasil data primer, 2006

Hasil rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Reliability* dengan uji anova ketika responden dikelompokkan berdasarkan pekerjaan menunjukkan perbedaan yang signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih kecil dari alpha = 0,05. Jadi, hipotesis penelitian yang menyatakan ada perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas pelayanan untuk dimensi *Reliability* ketika responden dikelompokkan berdasarkan pekerjaan diterima.

Namun, ketika dimensi *Reliability* diuji atributnya satu persatu ketika responden dikelompokkan berdasarkan pekerjaan tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05, seperti diperlihatkan pada tabel.4.36. Untuk mengetahui rata-rata item masing-masing atribut dari dimensi *Reliability* ketika responden dikelompokkan berdasarkan pekerjaan adalah sebagai berikut :

- Pada variabel pertama dari *Reliability* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri memberikan kenyamanan dan ketenangan dalam pelayanan dengan

waktu layanan yang cepat, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pekerjaan, yang memiliki status pekerjaan sebagai profesional menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai manajer menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai akademik/pendidik menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai ibu rumah tangga menyatakan sangat setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai wiraswasta menyatakan agak setuju, sedangkan yang memiliki status pekerjaan sebagai mahasiswa juga menyatakan setuju dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Reliability* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.

- Pada variabel kedua dari *Reliability* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri mengintegerasikan nilai tambah bagi nasabah, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pekerjaan, yang memiliki status pekerjaan sebagai profesional menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai manajer menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai akademik/pendidik menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai ibu rumah tangga menyatakan sangat setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai wiraswasta menyatakan setuju, sedangkan yang memiliki status pekerjaan sebagai mahasiswa juga menyatakan agak setuju dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Reliability* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.
- Pada variabel ketiga dari *Reliability* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan banyak variasi produk dan jenis pelayanan, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pekerjaan, yang memiliki status

pekerjaan sebagai profesional menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai manajer menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai akademik/pendidik menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai ibu rumah tangga menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai wiraswasta menyatakan setuju, sedangkan yang memiliki status pekerjaan sebagai mahasiswa juga menyatakan agak setuju dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Reliability* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.

- Pada variabel keempat dari *Reliability* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menjamin keamanan dalam bertransaksi, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pekerjaan, yang memiliki status pekerjaan sebagai profesional menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai manajer menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai akademik/pendidik menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai ibu rumah tangga menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai wiraswasta menyatakan setuju, begitu juga yang memiliki status pekerjaan sebagai mahasiswa juga menyatakan setuju dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Reliability* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.
- Pada variabel kelima dari *Reliability* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri membuka banyak counter dan dibuka pada jam yang tepat, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pekerjaan, yang memiliki status pekerjaan sebagai profesional menyatakan agak setuju, yang memiliki status

pekerjaan sebagai manajer menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai akademik/pendidik menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai ibu rumah tangga menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai wiraswasta menyatakan agak setuju, begitu juga yang memiliki status pekerjaan sebagai mahasiswa juga menyatakan agak setuju dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Reliability* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.

Tabel.4.37.

Hasil uji Anova untuk Rata-Rata Dimensi *Tangible* (bukti fisik) dan uji untuk masing-masing atribut dimensi *Tangible* (bukti fisik) ketika responden dikelompokkan berdasarkan Pekerjaan

Rata-Rata dimensi *Tangible*		N	Mean	Signifikansi
RataRata *Tangible*	Profesional	9	4,7222	0,017
	Manajer/Eksekutif	3	5,3333	
	Akademik/pendidik	5	4,1500	
	Ibu Rumah Tangga	1	5,7500	
	Wiraswasta	14	5,1250	
	Mahasiswa/pelajar	64	4,9844	
	Total	96	4,9557	

Atribut untuk masing-masing dimensi *Tangible* (bukti fisik)		N	Mean	Siginifikansi
Tangible1	Profesional	9	4,2222	0,007
	Manajer/ Eksekutif	3	5,0000	
	Akademik /pendidik	5	4,4000	
	Ibu Rumah Tangga	1	6,0000	
	Wiraswasta	14	5,3571	
	Mahasiswa/ pelajar	64	5,0625	
	Total	96	5,0000	

Tangible2	Profesional	9	4,6667	0,134
	Manajer/ Eksekutif	3	5,3333	
	Akademik/ pendidik	5	4,2000	
	Ibu Rumah Tangga	1	6,0000	
	Wiraswasta	14	5,0000	
	Mahasiswa/ pelajar	64	5,0469	
	Total	96	4,9792	

Tangible3	Profesional	9	5,1111	0,012
	Manajer/ Eksekutif	3	5,3333	
	Akademik/ pendidik	5	3.8000	
	Ibu Rumah Tangga	1	6,0000	
	Wiraswasta	14	5,1429	
	Mahasiswa/ pelajar	64	4,9844	
	Total	96	4,9792	
Tangible4	Profesional	9	4,8889	0,246
	Manajer/ Eksekutif	3	5,6667	
	Akademik/pendidik	5	4,2000	
	Ibu Rumah Tangga	1	5,0000	
	Wiraswasta	14	5,0000	
	Mahasiswa/ pelajar	64	4,8438	
	Total	96	4,8646	

Sumber: Hasil data primer, 2006

Hasil rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Tangible* dengan uji anova ketika responden dikelompokkan berdasarkan pekerjaan tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05. Jadi, hipotesis penelitian yang menyatakan ada perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas pelayanan untuk dimensi *Tangible* ketika responden dikelompokkan berdasarkan pekerjaan diterima.

Begitu juga ketika dimensi *Tangible* diuji atributnya satu persatu ketika responden dikelompokkan berdasarkan pekerjaan dua atribut dari dimensi *Tangible* yaitu atribut kesatu dan ketiga tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih kecil dari alpha = 0,05, sedangkan dua atribut lain dari *Tangible* yaitu Tangible kesatu dan Tangible ketiga menunjukkan perbedaan yang signifikan, ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05, seperti diperlihatkan pada tabel.4.37. Untuk mengetahui rata-rata item masing-masing atribut dari dimensi *Tangible* ketika responden dikelompokkan berdasarkan pekerjaan adalah sebagai berikut :

- Pada variabel pertama dari *Tangible* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri memiliki tampilan kantor dan fasilitas fisik yang menarik, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pekerjaan, yang memiliki status pekerjaan sebagai profesional menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai manajer menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai akademik/pendidik menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai ibu rumah tangga menyatakan sangat setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai wiraswasta menyatakan setuju, begitu juga yang memiliki status pekerjaan sebagai mahasiswa juga menyatakan setuju dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Tangible* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.
- Pada variabel kedua dari *Tangible* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri cepat dan efisien dalam bertransaksi, para responden ketika

dikelompokkan berdasarkan pekerjaan, yang memiliki status pekerjaan sebagai profesional menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai manajer menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai akademik/pendidik menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai ibu rumah tangga menyatakan sangat setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai wiraswasta menyatakan setuju, begitu juga yang memiliki status pekerjaan sebagai mahasiswa juga menyatakan setuju dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Tangible* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.

- Pada variabel ketiga dari *Tangible* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri membuka banyak jam operasional, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pekerjaan, yang memiliki status pekerjaan sebagai profesional menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai manajer menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai akademik/pendidik menyatakan agak tidak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai ibu rumah tangga menyatakan sangat setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai wiraswasta menyatakan setuju, begitu juga yang memiliki status pekerjaan sebagai mahasiswa juga menyatakan agak setuju dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Tangible* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.
- Pada variabel keempat dari *Tangible* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri memiliki banyak counter dan cabang sekaligus ruang tunggu didalamnya yang nyaman, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan

pekerjaan, yang memiliki status pekerjaan sebagai profesional menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai manajer menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai akademik/pendidik menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai ibu rumah tangga menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai wiraswasta menyatakan setuju, sedangkan yang memiliki status pekerjaan sebagai mahasiswa juga menyatakan agak setuju dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Tangible* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.

Tabel.4.38.

Hasil uji Anova untuk Rata-Rata Dimensi *Empathy* (empati) dan uji untuk masing-masing atribut dimensi *Empathy* (empati) ketika responden dikelompokkan berdasarkan Pekerjaan

Rata-Rata dimensi *Empathy*		N	Mean	Signifikansi
RataRata *Empathy*	Profesional	9	4,5567	0,004
	Manajer/Eksekutif	3	4,7167	
	Akademik/pendidik	5	4,0260	
	Ibu Rumah Tangga	1	6,0000	
	Wiraswasta	14	4,8164	
	Mahasiswa/pelajar	64	4,9484	
	Total	96	4,8481	

Atribut untuk masing-masing dimensi *Empathy* (empati)		N	Mean	Signifikansi
Empathy1	Profesional	9	4,3333	0,033
	Manajer/Eksekutif	3	5,3333	
	Akademik/pendidik	5	3,8000	
	Ibu Rumah Tangga	1	6,0000	
	Wiraswasta	14	4,4286	
	Mahasiswa/pelajar	64	4,8750	
	Total	96	4,7292	

Empathy2	Profesional	9	4,7778	0,124
	Manajer/Eksekutif	3	3,6667	
	Akademik/pendidik	5	4,0000	
	Ibu Rumah Tangga	1	6,0000	
	Wiraswasta	14	4,7857	
	Mahasiswa/pelajar	64	4,9219	
	Total	96	4,8125	

Empathy3	Profesional	9	4,5556	0,136
	Manajer/Eksekutif	3	5,0000	
	Akademik/pendidik	5	3,8000	
	Ibu Rumah Tangga	1	6,0000	
	Wiraswasta	14	4,7143	
	Mahasiswa/pelajar	64	4,8281	
	Total	96	4,7500	
Empathy4	Profesional	9	4,3333	0,148
	Manajer/Eksekutif	3	4,0000	
	Akademik/pendidik	5	4,2000	
	Ibu Rumah Tangga	1	6,0000	
	Wiraswasta	14	4,9286	
	Mahasiswa/pelajar	64	4,8281	
	Total	96	4,7500	
Empathy5	Profesional	9	4,7778	0,001
	Manajer/Eksekutif	3	5,6667	
	Akademik/pendidik	5	3,8000	
	Ibu Rumah Tangga	1	6,0000	
	Wiraswasta	14	4,9286	
	Mahasiswa/pelajar	64	5,0000	
	Total	96	4,9375	
Empathy6	Profesional	9	4,5556	0,234
	Manajer/Eksekutif	3	5,3333	
	Akademik/pendidik	5	4,6000	
	Ibu Rumah Tangga	1	6,0000	
	Wiraswasta	14	5,1429	
	Mahasiswa/pelajar	64	5,0938	
	Total	96	5,0417	
Empathy7	Profesional	9	4,5556	0,093
	Manajer/Eksekutif	3	4,0000	
	Akademik/pendidik	5	4,0000	
	Ibu Rumah Tangga	1	6,0000	
	Wiraswasta	14	4,7857	
	Mahasiswa/pelajar	64	5,0938	
	Total	96	4,9167	

Hasil rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Empathy* dengan uji anova ketika responden dikelompokkan berdasarkan pekerjaan menunjukkan perbedaan yang signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih kecil dari alpha = 0,05 yang berarti signifikan. Jadi, hipotesis penelitian yang menyatakan ada perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas pelayanan untuk dimensi *Empathy* ketika responden dikelompokkan berdasarkan pekerjaan diterima.

Begitu juga ketika dimensi *Empathy* diuji atributnya satu persatu ketika responden dikelompokkan berdasarkan pekerjaan atribut empathy satu dan emphaty lima tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih kecil dari alpha = 0,05, sedangkan dua atribut lain dari *Empathy* yaitu *empathy* kesatu dan *empathy* kelima menunjukkan perbedaan yang signifikan, ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05, seperti diperlihatkan pada tabel.4.38. Untuk mengetahui rata-rata item masing-masing atribut dari dimensi *Empathy* ketika responden dikelompokkan berdasarkan pekerjaan adalah sebagai berikut :

- Pada variabel pertama dari *Empathy* yang menyatakan bahwa Lokasi Bank Syari'ah Mandiri mudah dijangkau, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pekerjaan, yang memiliki status pekerjaan sebagai profesional menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai manajer menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai akademik/pendidik menyatakan agak tidak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai ibu rumah tangga menyatakan sangat setuju, yang memiliki status pekerjaan

sebagai wiraswasta menyatakan setuju, begitu juga yang memiliki status pekerjaan sebagai mahasiswa juga menyatakan agak setuju dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Empathy* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.

- Pada variabel kedua dari *Empathy* yang menyatakan bahwa nama, reputasi dan image Bank Syari'ah Mandiri banyak dikenal, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pekerjaan, yang memiliki status pekerjaan sebagai profesional menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai manajer menyatakan agak tidak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai akademik/pendidik menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai ibu rumah tangga menyatakan sangat setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai wiraswasta menyatakan agak setuju, begitu juga yang memiliki status pekerjaan sebagai mahasiswa juga menyatakan agak setuju dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Empathy* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.
- Pada variabel ketiga dari *Empathy* yang menyatakan bahwa Adanya tempat parkir yang nyaman, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pekerjaan, yang memiliki status pekerjaan sebagai profesional menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai manajer menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai akademik/pendidik menyatakan agak tidak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai ibu rumah tangga menyatakan sangat setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai wiraswasta menyatakan agak setuju, sedangkan yang memiliki status pekerjaan sebagai

mahasiswa juga menyatakan agak setuju dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Empathy* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.

- Pada variabel kempat dari *Empathy* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan data ukuran bank dalam aset dan modal, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pekerjaan, yang memiliki status pekerjaan sebagai profesional menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai manajer menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai akademik/pendidik menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai ibu rumah tangga menyatakan sangat setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai wiraswasta menyatakan agak setuju, begitu juga yang memiliki status pekerjaan sebagai mahasiswa juga menyatakan agak setuju dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Empathy* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.
- Pada variabel kelima dari *Empathy* yang menyatakan bahwa Bank Manajemen Bank Syari'ah Mandiri mempunyai kepercayaan yang tinggi, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pekerjaan, yang memiliki status pekerjaan sebagai profesional menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai manajer menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai akademik/pendidik menyatakan agak tidak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai ibu rumah tangga menyatakan sangat setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai wiraswasta menyatakan agak setuju, sedangkan yang memiliki status pekerjaan sebagai mahasiswa juga menyatakan setuju dengan

variabel dimensi kualitas pelayanan *Empathy* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.

- Pada variabel keenam dari *Empathy* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan produk dan layanan yang menguntungkan, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pekerjaan, yang memiliki status pekerjaan sebagai profesional menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai manajer menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai akademik/pendidik menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai ibu rumah tangga menyatakan sangat setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai wiraswasta menyatakan setuju, begitu juga yang memiliki status pekerjaan sebagai mahasiswa juga menyatakan setuju dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Empathy* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.
- Pada variabel ketujuh dari *Empathy* yang menyatakan bahwa Bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan tarif dan biaya pelayanan yang murah, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pekerjaan, yang memiliki status pekerjaan sebagai profesional menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai manajer menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai akademik/pendidik menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai ibu rumah tangga menyatakan sangat setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai wiraswasta menyatakan agak setuju, sedangkan yang memiliki status pekerjaan sebagai mahasiswa menyatakan

setuju dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Empathy* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.

Tabel.4.39.

Hasil uji Anova untuk Rata-Rata Dimensi *Responsiveness* (ketanggapan) dan uji untuk masing-masing atribut dimensi *Responsiveness* (ketanggapan) ketika responden dikelompokkan berdasarkan Pekerjaan

Rata-Rata dimensi *Responsiveness*		N	Mean	Signifikansi
RataRata *Responsiveness*	Profesional	9	4,3700	0,252
	Manajer/Eksekutif	3	5,4433	
	Akademik/pendidik	5	4,1660	
	Ibu Rumah Tangga	1	5,1700	
	Wiraswasta	14	4,7621	
	Mahasiswa/pelajar	64	5,0025	
	Total	96	4,8801	

Atribut masing-masing untuk dimensi *Responsiveness* (ketanggapan)		N	Mean	Signifikan
Responsiveness1	Profesional	9	4,3333	0,163
	Manajer/ Eksekutif	3	5,6667	
	Akademik/ pendidik	5	4,2000	
	Ibu Rumah Tangga	1	5,0000	
	Wiraswasta	14	4,2857	
	Mahasiswa/ pelajar	64	4,8438	
	Total	96	4,7083	
Responsiveness2	Profesional	9	4,5556	0,375
	Manajer/ Eksekutif	3	5,6667	
	Akademik pendidik	5	4,4000	
	Ibu Rumah Tangga	1	5,0000	
	Wiraswasta	14	4,8571	
	Mahasiswa/ pelajar	64	5,0000	
	Total	96	4,9271	

Responsiveness3	Profesional	9	4,6667	0,102
	Manajer/ Eksekutif	3	5,6667	
	Akademik/ pendidik	5	4,2000	
	Ibu Rumah Tangga	1	6,0000	
	Wiraswasta	14	5,0714	
	Mahasiswa/ pelajar	64	4,9375	
	Total	96	4,9271	
Responsiveness4	Profesional	9	4,6667	0,983
	Manajer/ Eksekutif	3	5,3333	
	Akademik/ pendidik	5	4,0000	
	Ibu Rumah Tangga	1	5,0000	
	Wiraswasta	14	4,7143	
	Mahasiswa/ pelajar	64	5,5000	
	Total	96	5,2188	
Responsiveness5	Profesional	9	3,6667	0,050
	Manajer/ Eksekutif	3	5,0000	
	Akademik/ Pendidik	5	3,8000	
	Ibu Rumah Tangga	1	5,0000	
	Wiraswasta	14	4,8571	
	Mahasiswa/ pelajar	64	4,7500	
	Total	96	4,6250	
Responsiveness6	Profesional	9	4,3333	0,196
	Manajer/ Eksekutif	3	5,3333	
	Akademik/ pendidik	5	4,4000	
	Ibu Rumah Tangga	1	5,0000	
	Wiraswasta	14	4,7857	
	Mahasiswa/ pelajar	64	4,9844	
	Total	96	4,8750	

Sumber: Hasil data primer, 2006

Hasil rata-rata dimensi kualitas pelayanan *Responsiveness* dengan uji anova ketika responden dikelompokkan berdasarkan pekerjaan tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05 yang berarti tidak signifikan. Jadi, hipotesis penelitian yang menyatakan ada perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas pelayanan untuk dimensi *Responsiveness* ketika responden dikelompokkan berdasarkan pekerjaan ditolak.

Begitu juga ketika dimensi *Responsiveness* diuji atributnya satu persatu ketika responden dikelompokkan berdasarkan pekerjaan atribut juga tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05, yang berarti signifikan, kecuali atribut kelima dari *responsiveness* yang tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, ketika responden dikelompokkan berdasarkan pekerjaan, ditunjukkan dengan signifikansi sama dengan alpha = 0,050, seperti diperlihatkan pada tabel.4.39. Untuk mengetahui rata-rata item masing-masing atribut dari dimensi *Responsiveness* ketika responden dikelompokkan berdasarkan pekerjaan adalah sebagai berikut :

- Pada variabel pertama dari *Responsiveness* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri mengetahui kondisi bisnis anda dan kecenderungan untuk membantu, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pekerjaan, yang memiliki status pekerjaan sebagai profesional menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai manajer menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai akademik/pendidik menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai ibu rumah tangga menyatakan setuju,

yang memiliki status pekerjaan sebagai wiraswasta menyatakan agak setuju, sedangkan yang memiliki status pekerjaan sebagai mahasiswa menyatakan agak setuju dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Responsiveness* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.

- Pada variabel kedua dari *Responsiveness* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri dapat memenuhi kebutuhan individual, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pekerjaan, yang memiliki status pekerjaan sebagai profesional menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai manajer menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai akademik/pendidik menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai ibu rumah tangga menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai wiraswasta menyatakan agak setuju, sedangkan yang memiliki status pekerjaan sebagai mahasiswa menyatakan setuju dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Responsiveness* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.
- Pada variabel ketiga dari *Responsiveness* yang menyatakan bahwa Staff Bank Syari'ah Mandiri memiliki pelayanan yang cepat dan tanggap, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pekerjaan, yang memiliki status pekerjaan sebagai profesional menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai manajer menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai akademik/pendidik menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai ibu rumah tangga menyatakan sangat setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai wiraswasta menyatakan setuju, sedangkan yang memiliki

status pekerjaan sebagai mahasiswa menyatakan agak setuju dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Responsiveness* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.

- Pada variabel keempat dari *Responsiveness* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan kredit dan kemudahan istilah dalam produk dan layanan, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pekerjaan, yang memiliki status pekerjaan sebagai profesional menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai manajer menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai akademik/pendidik menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai ibu rumah tangga menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai wiraswasta menyatakan agak setuju, sedangkan yang memiliki status pekerjaan sebagai mahasiswa menyatakan setuju dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Responsiveness* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.
- Pada variabel kelima dari *Responsiveness* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri menyediakan banyak cabang, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pekerjaan, yang memiliki status pekerjaan sebagai profesional menyatakan agak tidak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai manajer menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai akademik/pendidik menyatakan agak tidak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai ibu rumah tangga menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai wiraswasta menyatakan agak setuju, sedangkan yang memiliki status pekerjaan sebagai mahasiswa juga menyatakan setuju dengan

variabel dimensi kualitas pelayanan *Responsiveness* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.

- Pada variabel keenam dari *Responsiveness* yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah Mandiri memiliki pelayanan yang cepat dan efisien, para responden ketika dikelompokkan berdasarkan pekerjaan, yang memiliki status pekerjaan sebagai profesional menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai manajer menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai akademik/pendidik menyatakan agak setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai ibu rumah tangga menyatakan setuju, yang memiliki status pekerjaan sebagai wiraswasta menyatakan agak setuju, sedangkan yang memiliki status pekerjaan sebagai mahasiswa juga menyatakan agak setuju dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Responsiveness* yang telah diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri.

4.3.3. Pembahasan Penelitian

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel independen X1 (*compliance with islamic law*), X2 (*assurance*), X3 (*reliability*), X4 (*tangible*), X5 (*empathy*), X6 (*responsiveness*) memiliki pengaruh sebesar 30,5 persen terhadap variabel Y (kualitas pelayanan secara keseluruhan), selebihnya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak bisa dijelaskan dalam model regresi yang diperoleh. Sehingga pihak manajemen perlu mencari dan mempertimbangkan faktor lain diluar dimensi kualitas pelayanan yang memiliki pengaruh lebih besar dari dimensi kualitas pelayanan pada Bank Syari'ah Mandiri tersebut.

Hasil uji analisis regresi linier berganda membuktikan bahwa dimensi kualitas pelayanan X1 (*compliance with islamic law*), X2(*assurance*), X3 (*reliability*), X4 (*tangible*), X5 (*empathy*), X6 (*responsiveness*) pada Bank Syari'ah Mandiri memiliki pengaruh terhadap variabel Y (kualitas pelayanan secara keseluruhan (*overall service quality)*) ketika diuji secara keseluruhan. Namun ketika diuji satu persatu hanya variabel X2 (*assurance*) yang memiliki signifikansi (pengaruh nyata) sehingga hanya variabel dimensi *assurance* yang berpengaruh secara signifikan terhadap keseluruhan kualitas pelayanan (*overall service quality*)/Y. Oleh karena itu, pihak manajemen Bank Syari'ah Mandiri harus lebih mempertahankan dan meningkatkan dimensi *assurance* yang berpengaruh signifikan terhadap keseluruhan kualitas pelayanan Bank Syari'ah Mandiri. Yang berarti pihak manajemen Bank Syari'ah Mandiri harus lebih memperhatikan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff, penyediaan layanan pertimbangan keuangan, keramahan dan kesopanan para staff dalam melayani, sekaligus meningkatkan pengetahuan dan pegalaman tim Manajemen Bank Syari'ah Mandiri terhadap operasionalisasinya. Hal tersebut jika bisa dipertahankan secara terus menerus akan menjadi diferensiasi tersendiri yang unik, yang membedakanya dengan Bank Syari'ah lain. Selain itu, pihak manajemen harus meningkatkan dimensi lainnya agar lebih bisa dirasakan oleh nasabah yang bertransaksi di Bank Syari'ah, sehingga mampu memberikan kontribusi pemberian layanan lebih besar.

Sedangkan hasil pengujian rata-rata dimensi kualitas pelayanan dengan uji Anova, ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin tidak

menunjukkan perbedaan yang signifikan antara laki-laki dan perempuan yang ditunjukkan dengan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari probabilitas alpha = 0,05, sehingga hipotesis penelitian yang mengatakan ada perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas pelayanan ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin ditolak. Kecuali pada dimensi X3 (*reliability*) yang menunjukkan perbedaan yang signifikan antara laki-laki dan perempuan yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih kecil dari probabibilitas alpha = 0,05. Sehingga pihak manajemen Bank Syari'ah Mandiri perlu memperhatikan pemberian pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, dengan segera, akurat dan memuaskan yang mencakup pemberian kenyamanan dan ketenangan dalam pelayanan dengan waktu yang cepat, mengintegerasikan pelayanan nilai tambah bagi nasabah, penyediaan banyak variasi produk dan layanan, memberikan keamanan dalam bertransaksi dan membuka banyak conter dengan jam buka yang tepat.

Begitu juga ketika dimensi kualitas pelayanan yang dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin diuji satu persatu juga tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05 untuk masing-masing atribut yang diuji.

Hasil uji rata-rata setiap dimensi kualitas pelayanan dengan uji anova ketika responden dikelompokkan berdasarkan usia tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05, sehingga hipotesis penelitian yang mengatakan ada perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas pelayanan ketika responden

dikelompokkan berdasarkan usia ditolak, kecuali pada dimensi *empathy* dan *responsiveness* yang menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan, ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih kecil dari alpha = 0,05. Ini berarti pihak manajemen Bank Syari'ah Mandiri harus lebih memperhatikan kemudahan dalam melakukan hubungan dengan nasabah, melakukan komunikasi yang baik, memperhatikan kebutuhan pribadi dan juga memahami kebutuhan para pelanggan secara lebih dalam, perhatian tesebut juga mencakup penempatan lokasi bank yang mudah dijangkau, meningkatkan image dan reputasi bank, menyediakan tempat parkir yang nyaman, memberikan laporan ukuran bank dalam asset dan modal, memercayakan pada manajemen bank, memberikan keuntungan yang lebih baik dibanding bank konvensional sekaligus memberikan pelayanan yang murah. Selain itu, pihak manajemen juga harus lebih memberikan pelayanan dengan tanggap yang mencakup pengetahuan kondisi bisnis pribadi nasabah dan kecenderungannya untuk membantu, dapat memenuhi kebutuhan individual, menyediakan kredit dan juga kemudahan istilah didalamnya, menyediakan banyak cabang sekaligus memberikan pelayanan yang cepat dan efisien.

Uji satu persatu setiap dimensi kualitas pelayanan ketika dikelompokkan berdasarkan usia juga tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05 kecuali beberapa atribut dari dimensi kualitas pelayanan yang menunjukkan perbedaan yang signifikan yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih kecil dari alpha = 0,05, seperti pada atribut *compliance* kelima yaitu dalam penyediaan

produk investasi bagi hasil, atribut *reliability* kesatu yaitu dalam hal ketenangan dan kenyamanan pelayanan dengan waktu yang cepat, dan atribut *reliability* kelima yaitu dalam pembukaan counter yang buka pada jam yang tepat, begitu juga dengan atribut *empathy* kesatu yaitu mudah terjangkaunya lokasi bank, atribut *empathy* kedua yaitu dikenalnya image dan reputasi bank, atribut *empathy* ketiga yaitu penyediaan tempat parkir yang nyaman, dan atribut *empathy* ketujuh yaitu penyediaan biaya layanan yang murah. Selain itu juga pada atribut *responsiveness* satu yaitu pengetahuan tentang kondisi bisnis pribadi dan kecenderuangan untuk membantu, atribut *responsiveness* kedua yaitu dapat memenuhi kebutuhan individual, atribut *responsiveness* ketiga yaitu pelayanan staff yang cepat dan tanggap, atribut *responsiveness* kelima yaitu adanya banyak cabang, dan atribut *responsiveness* keenam yaitu pelayanan conter yang cepat dan efisien.

Hasil uji rata-rata setiap dimensi kualitas pelayanan dengan uji anova ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendidikan tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05, sehingga hipotesis penelitian yang mengatakan ada perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas pelayanan ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendidikan ditolak. Begitu juga ketika dimensi kualitas pelayanan yang dikelompokkan berdasarkan pendidikan diuji satu persatu juga tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, yang ditunjukkan

dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05 untuk masing-masing atribut yang diuji.

Hasil uji rata-rata setiap dimensi kualitas pelayanan dengan uji anova ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendapatan tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05, sehingga hipotesis penelitian yang mengatakan ada perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas pelayanan ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendapatan ditolak. Begitu juga ketika dimensi kualitas pelayanan yang dikelompokkan berdasarkan pendapatan diuji satu persatu juga tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05 untuk masing-masing atribut yang diuji.

Hasil uji rata-rata setiap dimensi kualitas pelayanan dengan uji anova ketika responden dikelompokkan berdasarkan pekerjaan tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05, sehingga hipotesis penelitian yang mengatakan ada perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas pelayanan ketika responden dikelompokkan berdasarkan pekerjaan ditolak. Kecuali pada rata-rata dimensi *Reliability, Tangible dan Empathy* yang menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan, ditunjukkan dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari probabilitas alpha 0,05. yang berarti secara rata-rata keseluruhan pihak manajemen Bank Syari'ah Mandiri harus memperhatikan dimensi *reliability*, dengan meningkatkan pemberian pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, dengan segera,

akurat dan memuaskan, memberikan kenyamanan dan ketenangan pelayanan dengan waktu yang cepat, mengintegerasikan pelayanan nilai tambah, menyediakan banyak variasi produk dan layanan, memberikan keamanan dalam bertransaksi dan membuka banyak conter dengan jam buka yang tepat. Begitu juga harus memperhatikan faktor Tangible dengan meningkatkan penampilan luar yang nyaman untuk dipandang, memberikan pelayann yang cepat dan efisien dalam bertransaksi, membukan banyak jam operasi, membagi ruang conter dalam bank dan cabanya juga ruang tunggu didalamnya yang nyaman, selain itu juga memperhatikan peningkatan kemudahan melakukan hubungan, berkomunikasi dengan baik dengan memahami kebutuhan para pelanggan, menempatkan lokasi bank agar mudah dijangkau, meningkat image dan reputasi bank, menyediakan tempat parkir yang nyaman, menyediakan ukuran bank (dalam asset dan modal), memberikan kepercayaan pada manajemen bank, memberikan keuntungan yang lebih baik dibandingkan dengan bunga pada bank konvensional, dan memberikan biaya pelayanan yang murah, dengan memprioritaskan perhatian pada faktor pekerjaan nasabah.

Begitu juga ketika dimensi kualitas pelayanan yang dikelompokkan berdasarkan pekerjaan diuji satu persatu juga tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05 untuk masing-masing atribut yang diuji. Kecuali atribut *assurance* kedua yaitu dalam hal penyediaan layanan pertimbangan keuangan, atribut tangible kesatu yaitu penampilan fisik luar yang nyaman dipandang, atribut tangible ketiga membuka banyak jam operasi, *empathy* kesatu yaitu lokasi bank

yang mudah dijangkau, *empathy* kelima menyangkut kepercayaan pada manajemen bank, dan responsiveness kelima yaitu menyediakan banyak cabang kantor Bank Syari'ah Mandiri. Yang berarti pihak manajemen Bank Syari'ah Mandiri harus memperhatikan hal-hal yang tersebut diatas untuk ditingkatkan dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan berkelanjutan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini telah meneliti tentang pengaruh dimensi kualitas pelayanan pada Bank Syari'ah terhadap keseluruhan kualitas pelayanan yang dilakukan pada Bank Syari'ah Mandiri Cabang Yogyakarta, maka dapat diperoleh hasil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis penelitian (H1) yang menyatakan ada pengaruh yang positif antara dimensi kualitas pelayanan terhadap keseluruhan kualitas pelayanan tidak sepenuhnya diterima, mengingat dari lima dimensi kualitas pelayanan hanya satu variabel saja yang berpengaruh secara signifikan yaitu variabel dimensi *assurance*.
2. Hipotesis penelitian (H2) yang menyatakan ada perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas pelayanan ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin ditolak. Ini berarti ketika responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas layanan yang diberikan. Kecuali pada dimensi X3 (*reliability*) yang menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan antara laki-laki dan perempuan yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih kecil dari probabibilitas

alpha = 0,05. Begitu juga ketika dimensi kualitas pelayanan yang dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin diuji satu persatu juga tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha = 0,05 untuk masing-masing atribut yang diuji.

3. Hasil penelitian (H3) yang menyatakan ada perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas pelayanan ketika responden dikelompokkan berdasarkan usia ditolak. Hal ini berarti ketika responden dikelompokkan berdasarkan usia tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas layanan yang diberikan. Kecuali pada dimensi *empathy* dan *responsiveness* yang menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan, yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi yang lebih kecil dari alpha = 0,05.
4. Hasil penelitian (H4) yang menyatakan ada perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas pelayanan ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendidikan ditolak. Hal ini berarti ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendidikan tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas layanan yang diberikan.
5. Hasil penelitian (H5) yang menyatakan ada perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas pelayanan ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendapatan ditolak. Hal ini berarti ketika responden dikelompokkan berdasarkan pendapatan tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas layanan yang diberikan.

6. Hasil penelitian (H6) yang menyatakan ada perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas pelayanan ketika responden dikelompokkan berdasarkan pekerjaan ditolak. Hal ini berarti ketika responden dikelompokkan berdasarkan pekerjaan tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan pada setiap dimensi kualitas layanan yang diberikan. Kecuali pada rata-rata dimensi *Reliability, Tangible* dan *Empathy* yang menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan.

5.2.Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas penulis memberikan beberapa saran yang mungkin dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan langkah selanjutnya dalam merumuskan kualitas pelayanan secara keseluruhan, antara lain:

1. Untuk meningkatkan level kualitas pelayanan pada Bank Syari'ah Mandiri, pihak Manajemen Bank Syari'ah Mandiri harus memperhatikan perhatiannya pada dimensi kualitas pelayanan khususnya yang berpengaruh secara nyata ketika diuji satu persatu yaitu pada dimensi *assurance*. Dengan kata lain penekananya lebih ditujukan pada peningkatan pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff, melalui pelatihan-pelatihan yang dilakukan, juga menyediakan layanan pertimbangan keuangan agar para nasabah terbebas dari bahaya, resiko dan keragu-raguan, mengingat Bank Syari'ah Mandiri adalah Bank yang berlabel syari'ah pertimbangan layanan keuangan diperlukan agar nasabah tidak ragu-ragu bahwa transaksi yang dilakukan terbebas dari riba' .

2. Ketika menyediakan kualitas pelayanan atau menyediakan jenis pelayanan baru perlu mempertimbangkan pertimbangan konsumen yang didasarkan pada faktor jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan, dan pekerjaan. Untuk mengimplementasikan tujuan ini Bank Syari'ah Mandiri harus melakukan survey dari waktu ke waktu untuk meningkatkan kualitas pelayanan sesuai dengan keadaan yang berlaku dan juga sesuai dengan karakteristik konsumen. Begitu juga ntuk menciptakan persepsi yang unik di benak pelanggan, agar dinilai berbeda daripada pesaing lain di mata pelanggannya.
3. Bank Syari'ah Mandiri juga perlu meningkatkan penyediaan produk investasi bagi hasil, memberikan ketenangan dan pelayanan dengan waktu yang cepat, membuka banyak conter dan dibuka pada jam yang tepat. Begitu juga perlu meningkatkan dimensi empathy, dalam hal menyediakan lokasi yang mudah dijangkau oleh semua kalangan, meningkat familiaritas bank, meningkatkan kenyamanan dalam bertransaksi, selain itu juga harus meningkatkan dimensi Responsiveness (ketanggapan) terhadap konsumen. Begitu juga perlu bagi Bank Syari'ah Mandiri untuk meningkatkan tampilan fisik Bank agar lebih menarik untuk dipandang, menyediakan tempat parkir yang nyaman, dan membuka banyak cabang operasional, menyesuaikan dengan karakteristik nasabah yang menabung di Bank Syari'ah Mandiri.

P.kotler, G.Amstrong,(1998), *Dasar-dasar pemasaran*, Edisi asli bahasa indonesia, jilid 2, Simon dan Schuster (Asia) pte. Ltd.

Ibnu Subiyanto (2000), *Metodologi penelitian manajemen dan akuntansi*, cetakan kedua, UPP AMP YKPN, Yogyakarta.

Istiyanto, MM, M.Com (2005), *Aplikasi praktis riset pemasaran*, PT Pustaka Gramedia Utama, Jakarta

Tim Analis data, Alwi W, Syahrial, Ning, Nina W (2004), Mengukur tingkat kepuasan pelanggan, *Majalah Modal No.17/II-Maret 2004*. hal .63.

Mustafa, Z. (1995). *Pengantar Statistik Terapan Untuk Ekonomi.* Yogyakarta: BPFE UII

Rambat Lupiyoadi, (2001), *Manajemen Pemasaran Jasa teori dan praktek*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta

Yazid (1999), *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*, Penerbit Ekonisia, Fakultas Ekonomi UII, Yogyakarta

Al-Ghifari, Drs.M.Si, (2003), *Statistika Induktif untuk Ekonomi dan Bisnis*, Penerbit UPP AMP YKPN, Edisi II, Yogyakarta