ANALISIS KEPUASAN NASABAH TERHADAP ATRIBUT JASA PELAYANAN PERBANKAN DI BMT FAJAR MULIA CABANG BANDUNGAN

SKRIPSI

ditulis oleh

Nama	: Agus Ichsanto
No. Mahasiswa	: 01311043
Program Studi	: Manajemen
Bidang kosentrasi	: Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2005

ANALISIS KEPUASAN NASABAH TERHADAP ATRIBUT JASA PELAYANAN PERBANKAN DI BMT FAJAR MULIA CABANG BANDUNGAN

SKRIPSI

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

Oleh

Nama	: Agus Ichsanto
No. Mahasiswa	: 01311043
Program Studi	: Manajemen
Bidang kosentrasi	: Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2005

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

" Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu 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 disebutkan dalam referensi. Dan apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sangsi apapun sesuai peraturan yang berlaku"

Yogyakarta, Desember 2005

Penyusun,

(Agus Ichsanto)

ANALISIS KEPUASAN NASABAH TERHADAP ATRIBUT JASA PELAYANAN PERBANKAN DI BMT FAJAR MULIA CABANG BANDUNGAN

Hasil Penelitian

diajukan oleh

Nama	:	Agus Ichsanto
No. Mahasiswa	:	01311043
Jurusan	:	Manajemen
Bidang Studi	:	Pemasaran

Yogyakarta, Desember 2005
Telah disetujui dan disahkan oleh
Dosen Pembimbing,

(Yazid, Drs, MM)

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

ANALISIS KEPUASAN NASABAH TERHADAP ATRIBUT JASA PELAYANAN PERBANKAN DI BMT FAJAR MULIA CABANG BANDUNGAN

Disusun Oleh: AGUS ICHSANTO
Nomor mahasiswa: 01311043

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan ***LULUS***
Pada tanggal : 17 Januari 2006

Penguji/Pemb. Skripsi: Drs. Yazid, MM .....

Penguji : Drs. Bachruddin, M.Si .....

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Drs. Suwarsono, MA

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya kecil ini

Untuk kedua orang tuaku yang sangat

Kusayangi

KATA PENGANTAR

بسم الله الرحمن الرحيم

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kepada Allah. Tuhan semesta alam. Sholawat dan salam semoga dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, begitu pula atas keluarga dan Sahabatnya. Hanya karena ridho Allah, Penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul "ANALISIS KEPUASAN NASABAH TERHADAP ATRIBUT JASA PELAYANAN PERBANKAN DI BMT FAJAR MULIA CABANG BANDUNGAN."

Skripsi ini ditulis dalam upaya melengkapi syarat untuk mencapai derajat Sarjana Strata-1, dan lebih dari itu sesungguhnya penelitian ini merupakan rangkuman dari proses pembelajaran yang telah ditempuh selama masa perkuliahan. Penulis menyadari bahwa pasti terdapat banyak kekurangan dalam skripsi ini, akan tetapi walaupun sedikit semoga dapat memberi sumbangsih bagi pihak-pihak yang berkepentingan dan para pembaca.

Dalam penulisan skripsi ini penulis tidak lepas dari berbagai hambatan dan rintangan, suka, dan duka. Akan tetapi berkat bantuan dari berbagai pihak, maka segala macam hambatan dapat teratasi. Untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang tulus kepada:

1. Bapak Drs. Suwarsono Muhammad, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Yazid, Drs, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak mencurahkan tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, pengarahan,

saran-saran dan berbagai kemudahan yang bermanfaat bagi penyusunan skripsi ini.

3. Seluruh staf pengajar FE UII yang telah mendidik dengan ilmu pengetahuan, baik langsung maupun tidak langsung sehingga penulis dapat menyelesaikan kuliah dan penulisan skripsi ini.
4. Seluruh Pustakawan dan Pustakawati Fakultas Ekonomi UII yang telah memberikan bantuan selama masa studi dan penulisan skripsi ini.
5. Bule' Yanti dan Mas Mutaqien serta seluruh karyawan BMT Fajar Mulia cabang Bandungan yang telah membantu kelancaran skripsi ini.
6. Bapak dan ibuku tercinta yang telah mencurahkan kasih sayang serta dukungannya baik secara materiil maupun spirituil sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik, serta kakakku semoga bahagia selalu.
7. Especially to my soulmate "icha" yang selalu dukung tiap langkahku untuk maju. Makasih telah sabar nungguin aku bikin skripsi, dengan cinta dan kasih sayangmu yang tulus serta perhatian dan kebahagiaan yang kau curahkan, mensupportku hingga terselesaikannya skripsi ini. Thanks for all, ini merupakan sebuah awal baru untuk melangkah ke depan bukan akhir dari segalanya.
8. Sahabatku semua, Sigit Bandongan (thanx bantuannya), Uqi (editor skripsi), Hendry gemblunx (akhire wisuda bareng), Bowox, Hary, Selvan, Ulie, Danang, Yudha+Prana+Zulfan+Eko (sing sregep), makasih atas dukungan, gangguan, bantuan selama ini semoga kebersamaan kita akan terus terjalin.

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....i

Halaman Sampul Depan Skripsi.....ii

Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme.....iii

Halaman Pengesahan.....iv

Persembahan.....v

Motto.....vi

Kata Pengantar.....vii

Daftar Isi.....x

Daftar Tabel.....xiv

Daftar Gambar.....xv

Daftar Lampiran.....xvi

Abstrak.....xvii

BAB I PENDAHULUAN.....1

1.1. Latar Belakang.....1

1.2. Rumusan Penelitian.....6

1.3. Batasan Masalah Penelitian.....6

1.4. Tujuan Penelitian.....6

1.5. Manfaat Penelitian.....7

BAB II KAJIAN PUSTAKA.....8

2.1. Hasil Penelitian Terdahulu.....8

2.2. Landasan Teori.....10
2.2.1. Pengertian dan Definisi Pemasaran.....10
2.2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....13
2.2.3. Pengertian Konsep Pemasaran.....14
2.2.4. Strategi Pemasaran.....15
2.2.5. Pengertian Perilaku Konsumen.....17
2.2.6. Faktor-Faktor Lingkungan yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....19
2.2.6.1. Faktor-Faktor Lingkungan Ekstern yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....19
2.2.6.2. Faktor-Faktor Lingkungan Intern yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....22
2.2.7. Produk dan Jasa.....23
2.2.7.1. Konsep Produk dan Jasa.....23
2.2.7.2. Karakteristik Jasa.....24
2.2.7.3. Penawaran Jasa.....25
2.2.7.4. Klasifikasi Jasa.....27
2.2.7.5. Strategi Pemasaran Jasa.....28
2.2.7.6. Kualitas Jasa.....34
BAB III METODE PENELITIAN.....49
3.1. Lokasi Penelitian.....49
3.2. Gambaran Umum Perusahaan.....49
3.2.1 Sejarah Berdirinya Perusahaan.....49

3.2.2 Struktur Organisasi....52
3.2.3 Uraian Tugas Pengelola BMT Cabang....54
3.2.4 Produk Simpanan atau Tabungan BMT....60
3.3 Variabel Penelitian....63
3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian....63
3.4.1. Variabel Independen (Variabel Pengaruh)....63
3.4.2. Variabel Dependen (Variabel Terpengaruh)....64
3.5. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data....64
3.6. Populasi dan Sampel....65
3.6.1. Populasi....65
3.6.2. Sampel....65
3.7. Alat Analisis....66
3.7.1. Analisis Kualitatif....66
3.7.2. Analisis Kuantitatif....67
3.8. Diagram Kartesius....70
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN....72
4.1. Analisa Diskriptif....72
4.1.1. Jenis Kelamin....73
4.1.2. Tingkat Penghasilan....74
4.1.3. Jenis Pekerjaan....75
4.2. Analisa Kuantitatif....76
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas....76
4.2.2 Analisis Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja....79

4.2.3 Analisis Importance Performance.....81
4.2.4 Analisis Diagram Kartesius Per Item Dimensi.....90
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian.....100
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....105
5.1. Kesimpulan.....105
5.2. Saaran.....107
DAFTAR PUSTAKA.....109
LAMPIRAN.....111

DAFTAR TABEL

Tabel		Hal
2.1.	Klasifikasi Jasa	27
2.2.	Perbedaan *Transaction Marketing* dan *Relationship Marketing*	31
3.1.	Perbedaan Mendepositokan Uang di Lembaga Keuangan Syariah dan di Lembaga Keuangan Konvensional	62
4.1.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
4.2.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan	74
4.3.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	75
4.4.	Hasil Uji Validitas	77
4.5.	Hasil Pengujian Reliabilitas	78
4.6.	Kriteria Penilaian Kinerja dan Kepentingan pada Kualitas Pelayanan BMT Fajar Mulia cabang Bandungan	79
4.7.	Rata-rata Persepsi Nasabah	80
4.8.	Analisis Gap Harapan dan Kinerja pada BMT Fajar Mulia cabang Bandungan	83
4.9.	Koordinat *Importance Performance Analisys*	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Hal
2.1.	Tiga Jenis Pemasaran dalam Industri Jasa	30
2.2.	*The Gap Model*	37
2.3.	Konsep Kepuasan Pelanggan	40
2.4.	Tanggapan Konsumen Atas Kegagalan Pelayanan	46
3.1.	Struktur Organisasi BMT Fajar Mulia	53
3.2.	Diagram Kartesius	70
4.1.	Diagram Kartesius Kualitas Pelayanan pada BMT Fajar Mulia Cabang Bandungan	93

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hal

1. Uji Validitas dan reliabilitas Tingkat Kepentingan.....111
2. Uji Validitas dan reliabilitas Tingkat Kinerja.....113
3. Tabel Distribusi Frekuensi Responden.....115
4. Rekapitulasi Data Penelitian.....116
5. Daftar Pertanyaan Responden.....119

ABSTRAKSI

Era globalisasi dewasa ini yang ditandai oleh revolusi teknologi komunikasi dan teknologi informasi mengakibatkan terjadinya perubahan yang luar biasa. Begitu juga dengan perkembangan dunia perbankan di Indonesia, termasuk di dalamnya adalah lembaga keuangan syariah yang akhir-akhir ini mengalami kemajuan yang sangat pesat. Lembaga keuangan syariah dengan prinsip bagi hasil mulai bisa diterima oleh masyarakat dalam hal ini dalam bentuk BMT. Kehadiran BMT dalam era globalisasi memberi warna tersendiri dalam dunia bisnis jasa, dimana dalam dunia perusahaan jasa menekankan pada sektor *service quality*. Pelaku bisnis berusaha melakukan perbaikan terus-menerus atas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan nasabah pada setiap jasa pelayanan yang diberikan. Pengertian kepuasan adalah hasil (outcome) yang dirasakan atas penggunaan jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan. Misalnya seorang nasabah mengharapkan kecepatan pelayanan seorang teller dan ternyata teller dapat memenuhi harapannya dengan sangat baik. Maka dapat dikatakan nasabah tersebut memperoleh kepuasan. Memberikan kepuasan kepada nasabah merupakan hal yang penting. Pada umumnya dalam memperoleh kepuasan, nasabah bereaksi terhadap atribut produk yang akan dibelinya. Sedangkan atribut yang dimaksud adalah Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangiable. Nasabah yang puas terhadap jasa pelayanan yang diberikan cenderung untuk menggunakan kembali jasa tersebut. Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis mengambil judul "ANALISIS KEPUASAN NASABAH TERHADAP ATRIBUT JASA PELAYANAN PERBANKAN DI BMT FAJAR MULIA CABANG BANDUNGAN" Rumusan masalahnya adalah apakah atribut jasa pelayanan perbankan di BMT Fajar Mulia cabang Bandungan memiliki kepentingan yang tinggi bagi nasabah?. Apakah pelaksanaannya sangat baik bagi nasabah?. Apakah nasabah sudah merasa puas terhadap jasa pelayanan perbankan di BMT Fajar Mulia cabang Bandungan? Metode yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu menggunakan wawancara, angket dan studi kepustakaan. Variabel yang digunakan dalam penelitian yaitu Variabel Independen yang terdiri dari Reliability, Responsiveness, Assurance, Empaty, Tangiable dan variabel Dependen ini adalah kepuasan.Dari hasil analisis data dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: semua atribut memiliki kepentingan yang sangat tinggi bagi nasabah BMT Fajar Mulia cabang Bandungan, semua atribut pelaksanaannya baik belum mencapai sangat baik, nasabah belum merasa puas terhadap atribut jasa pelayanan BMT Fajar Mulia cabang Bandungan.