

PENGARUH DIMENSI-DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH TABUNGAN BANK MUAMALAT INDONESIA CABANG BANJARMASIN

Mahyuni ⁽¹⁾

⁽¹⁾ Staf Pengajar Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Banjarmasin

Ringkasan

Penelitian ini menganalisis pengaruh dimensi-dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Obyek penelitian ini adalah Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin. Permasalahan penelitian merujuk pada fenomena bisnis yang terjadi pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin, dengan memasukkan dimensi-dimensi dari variabel kualitas layanan sebagai variabel-variabel yang diduga berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Oleh karenanya permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: bagaimana pengaruh dimensi-dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Tujuan penelitian dirumuskan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dimensi-dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

Dalam penelitian ini, metode purposif sampling telah dipilih untuk memperoleh data yang dibutuhkan dengan mempergunakan 110 responden dan keseluruhan responden adalah nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin yang beragama Islam dan telah menjadi nasabah minimal 1 (satu) tahun. Analisis data menggunakan Regresi Linear Berganda dengan bantuan program komputer SPSS Ver 20.

Hasil penelitian ini menunjukkan diantaranya dimensi Compliance, Assurance, Reliability, Tangible berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin, namun dimensi Emphaty dan Responsiveness tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kesimpulan akhir penelitian ini dapat direkomendasikan sebagai masukan bagi pihak manajemen untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

Kata Kunci : *KualitasLPelayanan, Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Emphaty, Responsiveness, Kepuasan Nasabah*

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Perkembangan perbankan Syariah di Indonesia dimulai tahun 1992 dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI), serta dengan disahkannya UU No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan yang kemudian mengalami perubahan sehingga dikeluarkanlah UU No. 10 Tahun 1998. Perkembangan dari sisi perundangan tersebut adalah wujud pengakuan Bank Indonesia terhadap keberadaan Bank Syariah. Dengan diberlakukannya Undang-undang No. 10 Tahun 1998 sebagai perubahan atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1992, maka hal ini memberikan peluang kepada Bank Umum yang melakukan kegiatan usaha secara konvensional untuk melakukan kegiatan usaha berdasarkan pada prinsip Syariah.

Sebagai imbas dari peraturan perundang-undangan tersebut, maka persaingan antar Bank Syariah baik Bank Umum Syariah maupun unit layanan Syariah dari Bank konvensional menjadi tidak terhindarkan lagi. Jika pada tahun

1992, hanya ada Bank Muamalat Indonesia sebagai Bank Syariah di Indonesia, maka sekarang tidaklah demikian. Tercatat sampai dengan akhir tahun 2011 ada 11 Bank Syariah dan 23 Unit Layanan Syariah.

Persaingan yang cukup ketat diantara sesama Bank Syariah serta unit layanan syariah dari bank konvensional tersebut mau tidak mau memaksa masing-masing pihak untuk berlomba-lomba memberikan pelayanan yang terbaik dalam rangka untuk memberikan kepuasan terhadap masing-masing nasabahnya.

Liu dan Wu (2007) menyatakan bahwa: "Layanan yang baik merupakan salah satu syarat kesuksesan dalam perusahaan jasa, dimana perusahaan yang mampu memberikan layanan yang baik kepada nasabah atau pelanggannya akan memiliki peluang besar untuk bisa terus dikunjungi oleh pelanggannya".

Mittal dan Kamakura (2001) dalam Abedniya et al. (2011) menyatakan bahwa "Kepuasan adalah indikator utama untuk retensi pelanggan di masa depan, karena dapat memberikan jaminan bahwa pelanggan tidak akan mengubah

pilihan layanan atau penyedia produk sepanjang mereka puas dengan pembelian mereka, sehingga kepuasan pelanggan merupakan prasyarat untuk dapat menciptakan loyalitas nasabah”.

Menarik untuk diteliti, Bank Muamalat Indonesia sebagai Bank Syariah pertama yang beroperasi di Indonesia, masih mampu untuk bertahan di tengah persaingan yang cukup ketat baik dengan sesama bank syariah maupun dengan unit syariah dari bank konvensional. Namun belum pernah ada penelitian terkait penilaian kualitas pelayanan yang telah diberikan serta pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah tabungan pada Bank Muamalat Indonesia khususnya pada Cabang Banjarmasin.

Bersumber pada hasil-hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Krismanto (2009), Dharmalingam et al. (2010), serta Kheng (2010), maka dalam penelitian ini diteliti hubungan atau pengaruh antara dimensi-dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah tabungan pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin.

Perumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan uraian di atas maka rumusan masalah yang akan dijawab dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: “Bagaimana pengaruh dimensi-dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin?”

Tujuan dari penelitian ini adalah ingin mengetahui dan menganalisis pengaruh dimensi-dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin.

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kegunaan sebagai berikut:

1. Dapat memberikan pertimbangan-pertimbangan bagi pihak Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin dalam rangka menyusun strategi untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan nasabah,
2. Sebagai bahan referensi dan menambah pengetahuan khususnya pengembangan wawasan konseptual yang berkaitan dengan kualitas layanan, kepercayaan, komitmen, citra perusahaan, kepuasan dan loyalitas nasabah perbankan, khususnya pada perbankan Syariah.
3. Sebagai landasan bagi peneliti sejenis di waktu yang akan datang.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Layanan

Parasuraman et al. (1985) dalam Kheng (2010) mendefinisikan kualitas layanan sebagai

tingkat perbedaan antara harapan normatif untuk layanan pelanggan dan persepsi mereka terhadap kinerja pelayanan. Selanjutnya menurut Parasuraman et al. (1988) dalam Kheng menyatakan bahwa definisi kualitas layanan tersebut dikembangkan lebih lanjut sebagai evaluasi keseluruhan dari sebuah perusahaan jasa spesifik yang dihasilkan dengan membandingkan kinerja dari perusahaan dengan harapan umum pelanggan.

Parasuraman et al. (1988) menciptakan instrumen yang dinamakan SERVQUAL untuk mengukur *customer gap*. Metode SERVQUAL ini mengukur perbedaan antara ekspektasi dan hasil pencapaian dari berbagai dimensi kualitas. Lima dimensi kualitas ini disebut juga dengan RATER, yang terdiri atas:

- a. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan untuk melakukan layanan yang tepat waktu dan akurat
- b. Jaminan (*Assurance*), yaitu kemampuan karyawan organisasi untuk membangkitkan kepercayaan
- c. Keberwujudan (*tangible*), yaitu fasilitas fisik, penampilan personil dan peralatan
- d. Empati (*Empathy*), yaitu perhatian pribadi yang diberikan kepada pelanggan.
- e. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu kemampuan untuk membantu pelanggan kemampuan untuk memberikan layanan yang cepat

Othman dan Owen pada tahun 2001 telah mengembangkan sebuah model baru untuk memodifikasi model SERVQUAL untuk sistem perbankan Islam. Mereka menambahkan dimensi baru pada lima dimensi SERVQUAL yang disebut dengan "Kepatuhan dengan prinsip/hukum Islam" (*compliance*). Dimensi ini (*compliance*) mendefinisikan kemampuan perusahaan untuk memenuhi hukum Islam dan beroperasi di bawah prinsip-prinsip perbankan dan ekonomi Islam. Model yang dikembangkan oleh Othman dan Owen ini terdiri atas 34 butir instrumen yang disesuaikan untuk perbankan Islam meliputi beberapa item seperti kesesuaian dengan prinsip-prinsip dan hukum Islam, tidak ada bunga yang dibayarkan atau diambil pada tabungan dan pinjaman, penyediaan produk Islami dan penyediaan layanan bebas bunga pinjaman dan pemberian bagi hasil (Abedniya, et al. 2011).

Dalam penelitian yang dilakukan di Kuwait Finance House (KFH), Othman dan Owen (2001) menerapkan model ini untuk mengukur pentingnya kualitas layanan dalam industri perbankan Islam. Mereka menemukan hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah. Temuan ini membuktikan validitas model ini untuk mengukur kualitas pelayanan dalam Bank Islam. (Shafie et al. 2004).

Dalam penelitian ini, maka peneliti menggabungkan dimensi-dimensi SERVQUAL (RATER)

yang dikembangkan oleh Parasuraman et al. (1988) dengan dengan dimensi-dimensi SERVQUAL (CARTER) yang dikembangkan oleh Othman dan Owen (2001). Hal ini dikarenakan adanya kekurangan dari dimensi-dimensi SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman et al. (1988) yang tidak menyertakan unsur kepatuhan terhadap hukum Islam (*compliance*), sedangkan pada dimensi-dimensi SERVQUAL yang dikembangkan oleh Othman dan Owen (2001) terdapat perbedaan jumlah maupun posisi item-item untuk dimensi-dimensi yang ada dengan item-item dari dimensi-dimensi yang dikembangkan oleh Parasuraman et al. (1988), dimana untuk dimensi-dimensi SERVQUAL selain kepatuhan (*compliance*), dimensi-dimensi SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman et al. (1988) terlihat lebih mudah dan tepat untuk digunakan. Sebagai misal, pada dimensi yang dikembangkan oleh Othman dan Owen, kecepatan dan efisiensi transaksi merupakan item dari keberwujudan (*tangible*), sedangkan pada dimensi yang dikembangkan oleh Parasuraman et al. (1988), item kecepatan transaksi dimasukkan dalam dimensi daya tanggap (*responsiveness*).

Kepuasan Nasabah

Menurut Mittal dan Kamakura (2001) dalam Abedniya et al. (2011), kepuasan adalah indikator utama untuk retensi pelanggan di masa depan. Mereka percaya bahwa pelanggan tidak akan mengubah pilihan layanan atau penyedia produk jika mereka puas dengan pembelian mereka. Selain itu, konsep ini adalah prasyarat bagi loyalitas pelanggan.

“Dalam industri perbankan, elemen kunci dari kepuasan pelanggan adalah sifat dari hubungan antara pelanggan dan penyedia produk dan jasa. Dengan demikian, baik kualitas produk dan layanan merupakan prasyarat penting untuk memuaskan dan mempertahankan pelanggan” (Hoq dan Amin; 2010).

Haron et al (1994) dalam Hoq dan Amin (2010) mengatakan bahwa: “Dalam industri perbankan Islam, pelanggan telah menempatkan kriteria kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan yang disediakan oleh Bank. Tidak ada perbedaan besar antara pelanggan muslim dan non muslim. Sebagai contoh, pelayanan yang cepat dan efisien; keramahan dari personil Bank; kerahasiaan Bank; kecepatan transaksi adalah kriteria utama dari kualitas layanan yang telah dipenuhi oleh Bank sehingga dapat memuaskan nasabah mereka”.

Levesque dan McDougall (1996) dalam Krismanto (2009) menyatakan beberapa indikator dari kepuasan pelanggan, diantaranya adalah pilihan yang tepat, kesesuaian harapan, dan kepuasan fasilitas. Indikator-indikator ini un-

tuk selanjutnya dimodifikasi dalam penelitian ini menjadi perasaan nasabah bahwa menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia adalah pilihan yang tepat, kesesuaian harapan nasabah antara kualitas pelayanan yang diharapkan dengan yang telah didapatkan dari Bank Muamalat Indonesia, dan kepuasan nasabah terhadap berbagai fasilitas yang telah disediakan oleh Bank Muamalat Indonesia kepada nasabah.

Penelitian Terdahulu

Haron et al. (1994) dalam Hoq dan Amin (2010) mengatakan bahwa dalam industri perbankan Islam, pelanggan telah menempatkan kriteria kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan yang disediakan oleh Bank. Tidak ada perbedaan besar antara pelanggan muslim dan non muslim. Pelayanan yang cepat dan efisien, keramahan dari karyawan Bank, kerahasiaan Bank, dan kecepatan transaksi adalah kriteria utama dari kualitas layanan yang telah dipenuhi oleh Bank sehingga dapat memuaskan nasabah.

Terkait dengan operasional Bank Islam, Abedniya et al. (2011) telah melakukan pengukuran hubungan antara kualitas pelayanan yang dirasakan oleh nasabah dengan kepuasan nasabah pada Bank Islam di Malaysia dengan menggunakan metode SERVQUAL yang telah dimodifikasi yang dinamakan metode CARTER (*Compliance, Assurance, Reliability, Tangibles, Emphaty dan Responsiveness*) yang dikembangkan oleh Othman dan Owen (2001) dengan item-item atribut yang disesuaikan dengan Bank Islam, dan hasilnya menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan dengan tingkat kepuasan nasabah pada Bank Islam di Malaysia.

3. METODE PENELITIAN

Jenis dan Tempat Penelitian

Ditinjau dari tujuannya, penelitian ini dikategorikan kedalam penelitian pengujian hipotesis. Metode survey digunakan dalam penelitian ini, yaitu suatu metode pengumpulan data primer dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden individu. Dilihat dari hubungan antar variabelnya, penelitian ini merupakan penelitian kausal atau sebab akibat, yaitu penelitian yang diadakan untuk menjelaskan hubungan antar variabel bagaimana variabel yang satu menyebabkan atau menentukan nilai variabel yang lain.

Tempat dilaksanakannya penelitian ini adalah di Kota Banjarmasin dengan meneliti pengaruh dimensi-dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank Muamalat Cabang Banjarmasin.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer yang terbagi dalam 28 indikator yaitu : kualitas pelayanan (25) dan kepuasan nasabah (3).

Unit Analisis

Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah Tabungan Bank Muamalat Cabang Banjarmasin.

Populasi dan Ukuran Sampling

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah tabungan dari Bank Muamalat Cabang Banjarmasin. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah nasabah Tabungan Bank Muamalat Cabang Banjarmasin yang beragama Islam. Jumlah nasabah tabungan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin yang beragama Islam yang dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini berjumlah 110 orang.

Teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan *carapropulsive sampling*. Menurut Sugiyono (2009), *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Menurut Sugiyono (2009), *propulsive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Hal ini sesuai dengan ketentuan sampel yang dibuat oleh peneliti yang membatasi sampel dalam penelitian ini hanya dari nasabah tabungan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin yang beragama Islam saja dan telah menjadi nasabah tabungan Bank Muamalat minimal 1 (satu) tahun.

Pengumpulan Data

Penelitian ini dikategorikan kedalam penelitian pengujian hipotesis, maka dalam penelitian ini menggunakan metode survei untuk mendapatkan data primer yang diperlukan. Adapun data tersebut dikumpulkan melalui teknik Kuesioner untuk mengumpulkan data dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah disediakan kepada nasabah tabungan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin.

Dari hubungan antar variabelnya, penelitian ini merupakan penelitian kausal atau sebab akibat, yaitu penelitian yang diadakan untuk menjelaskan antar variabel, bagaimana variabel yang satu menyebabkan atau menentukan nilai variabel yang lain.,

Metode Analisis Data

Untuk mengetahui pengaruh dimensi - dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan maka dibuatlah persamaan regresi linear ber-

ganda dengan bentuk persamaan sebagai berikut: $Y_1 = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + e_1$

Dimana :

- X_1 = Compliance
- X_2 = Assurance
- X_3 = Reliability
- X_4 = Tangible
- X_5 = Emphaty
- X_6 = Recessiveness
- Y_1 = Kepuasan Nasabah
- β_0, β_2 = Kostanta
- β_1, β_2 = Koefisien variabel X_1, X_2
- e_1 = Standart error (tingkat kesalahan)

Adapun untuk dapat melakukan pengujian terhadap regresi linier berganda maka data terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolinieritas, dan uji heterokedastisitas.

Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat 7 variabel yang akan diteliti, yang terdiri dari 6 (enam) variabel bebas yang merupakan dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang terdiri atas Kepatuhan/Compliance (X_1), Assurance (X_2), Reliability (X_3), Tangible (X_4), Emphaty (X_5), Recessiveness (X_6) dan kepuasan nasabah (Y).

Definisi Operasional Variabel

Dari hipotesis yang telah dibahas, berikut ini akan disampaikan definisi operasional variabel secara lengkap serta uraiannya pada tabel berikut:

Tabel 1. Definisi Operasional Penelitian

Dimensi	Nama Indikator	Definisi
Compliance (X_1)	Penerapan hukum dan prinsip Islam X_{11}	Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin telah menerapkan hukum Islam Othman dan Owen (2001)
	Kepatuhan terhadap ketentuan pelayanan yang islami X_{12}	Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin telah mematuhi ketentuan terkait dengan jasa yang Islami Othman dan Owen (2001)
	Kepatuhan terhadap ketentuan bagi hasil sesuai dengan Syariat Islam	Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin telah mematuhi ketentuan bagi hasil yang sesuai dengan syariat Islam Othman dan Owen (2001)
Assurance (X_2)	Perilaku karyawan X_{21}	Perilaku karyawan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin dalam memberikan pelayanan yang dapat menumbuhkan keyakinan nasabah Parasuraman et al.(1988)
	Jaminan keamanan X_{22}	Kemampuan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin untuk menjamin keamanan dana yang tersimpan di rekening tabungan nasabah Parasuraman et al.(1988)

	Kesopanan Karyawan X2 ₃	Kesopanan karyawan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin dalam memberikan pelayanan terhadap nasabah tabungan Parasuraman et al.(1988)
	Kemampuan menjawab pertanyaan nasabah X2 ₄	Kemampuan Karyawan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin menjawab pertanyaan nasabah Parasuraman et al.(1988)
Reliability (X3)	Kemampuan menepati janji X3 ₁	Kemampuan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin dalam menepati janji kepada nasabah tabungan Parasuraman et al. (1988)
	Perhatian terhadap permasalahan nasabah X3 ₂	Tingkat perhatian yang diberikan karyawan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin terhadap permasalahan nasabah tabungan Parasuraman et al. (1988)
Tangible (X4)	Kebaikan pelayanan pertama kali X3 ₃	Tingkat kebaikan pelayanan yang diberikan kepada nasabah pada waktu interaksi pertama kali terjadi antara Bank dengan nasabah Parasuraman et al.(1988)
	Ketepatan waktu pelayanan X3 ₄	Kemampuan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin dalam memberikan pelayanan tepat pada waktunya Parasuraman et al.(1988)
	Kecermatan administrasi X3 ₅	Kecermatan penanganan administrasi di Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin Parasuraman et al.(1988)
Empaty (X5)	Peralatan-peralatan yang modern X4 ₁	Peralatan-peralatan modern yang dimiliki Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin Parasuraman et al.(1988)
	Daya tarik fasilitas fisik X4 ₂	Daya tarik fasilitas fisik yang dimiliki Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin Parasuraman et al.(1988)
	Kerapian penampilan karyawan X4 ₃	Tingkat kerapian penampilan karyawan yang melayani nasabah Parasuraman et al.(1988)
	Daya tarik bahan-bahan promosi terkait pelayanan X4 ₄	Daya tarik bahan-bahan promosi pelayanan berupa brosur ataupun pamflet terkait jasa tabungan yang diberikan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin Parasuraman et al.(1988)
Empaty (X5)	Perhatian pribadi X5 ₁	Perhatian pribadi yang diberikan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin kepada nasabah tabungan Parasuraman et al.(1988)
	Kesesuaian jam operasi X5 ₂	Kesesuaian jam operasi Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin dengan kebutuhan nasabah tabungan Parasuraman et al.(1988)
	Karyawan yang memberikan perhatian pribadi X5 ₃	Adanya karyawan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin yang bersedia untuk memberikan perhatian pribadi kepada nasabah tabungan Parasuraman et al.(1988)
	Peduli dengan kesejahteraan nasabah X5 ₄	Kepedulian Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin terhadap kesejahteraan nasabah Parasuraman et al.(1988)
	Memahami kebutuhan khusus nasabah X5 ₅	Kemauan karyawan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin untuk memahami kebutuhan khusus nasabah tabungan Parasuraman et al.(1988)

Responsiveness (X6)	Pemberitahuan kepastian waktu pelayanan X6 ₁	Pemberitahuan yang disampaikan oleh karyawan Bank Muamalat Indonesia kepada nasabah mengenai kapan pelayanan akan diberikan kepada nasabah Parasuraman et al.(1988)
	Kecepatan pelayanan X6 ₂	Karyawan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin mampu memberikan pelayanan yang cepat kepada nasabah Parasuraman et al.(1988)
	Kesediaan membantu nasabah X6 ₃	Kesediaan karyawan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin dalam membantu nasabah tabungan Parasuraman et al.(1988)
Kepuasan Nasabah	Kesediaan menanggapi permintaan nasabah X6 ₄	Kesediaan karyawan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin dalam menanggapi permintaan nasabah tabungan Parasuraman et al.(1988)
	Pilihan yang tepat Y1 ₁	Perasaan yang dimiliki nasabah bahwa menjadi nasabah tabungan Bank Muamalat Indonesia adalah merupakan sebuah pilihan yang tepat Levesque dan McDougall (1996) dalam Krismanto (2009)
	Kesesuaian Harapan Y1 ₂	Kesesuaian yang dialami nasabah antara kualitas pelayanan yang diharapkan dengan yang telah didapatkan selama ini Levesque dan McDougall (1996) dalam Krismanto (2009)
	Kepuasan Fasilitas Y1 ₃	Kepuasan nasabah tabungan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin terhadap fasilitas yang telah disediakan selama ini Levesque dan McDougall (1996) dalam Krismanto (2009)

Sumber: Data Penelitian, diolah oleh penulis; 2014

Uji Validitas dan Reliabilitas

Kesimpulan penelitian yang berupa jawaban atau pemecahan masalah penelitian sangat tergantung pada kualitas data yang dianalisis dan instrument yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Ada dua konsep untuk mengukur kualitas data, yaitu validitas dan reliabilitas .

Uji Validitas

Suatu instrument dikatakan valid, seperti yang diterangkan oleh Johnson dan Wichern (2002), apabila instrument yang digunakan dapat mengukur apa yang seharusnya diukur (Sukardi, 2003). Menurut Arikunto (2010) Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur cocok untuk mengukur apa yang ingin diukur. Jadi dapat dikatakan bahwa, semakin tinggi tingkat validitas suatu alat ukur, akan semakin mampu mencapai sasarannya. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat validitas akan semakin menunjukkan apa yang seharusnya diukur.

Untuk menguji tingkat validitas instrumen sebagai pengukuran maka dilakukan pengujian korelasi antara item-item kuesioner terhadap total skor kuesioner group. Langkah untuk menguji dapat .dengan mudah menggunakan soft-

ware SPSS Release20.0, dimana teknik korelasi yang digunakan adalah teknik korelasi Product moment (Santoso, 2000)

Butir item atau factor dari skor kuesioner dikatakan valid jika nilai r hitung $>$ r tabel maka item kuesioner dikatakan valid atau jika t hitung $<$ t tabel

Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2005) Reliabilitas adalah serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur yang memiliki konsistensi bila pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur itu dilakukan secara berulang. Reabilitas tes adalah tingkat keajegan (konsistensi) suatu tes, yakni sejauh mana suatu tes dapat dipercaya untuk menghasilkan skor yang ajeg, relatif tidak berubah walaupun diteskan pada situasi yang berbeda-beda.

Pengujian reliabilitas penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Software SPSS Release 20.0 dimana metode yang digunakan adalah metode "Alpha Cronbach" (Santoso, 2000). Menurut Ghozali (2007) bahwa Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0.60.

Uji Asumsi Klasik

Selain uji validitas dan reliabilitas, maka sebelum dilakukan pengolahan data regresi linear berganda, juga perlu dilakukan uji asumsi klasik, yang terdiri atas uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteriskedastisitas.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau penyebaran data statistik pada sumbu diagonal dari grafik yaitu dalam grafik distribusi normal (Ghozali,2007).

Uji normalitas dapat dilakukan dengan melihat nilai rasio skewness dan rasio kurtosis dimana data penelitian dapat dikatakan bersifat normal apabila nilai rasio skewness dan rasio kurtosis berada pada rentang diantara -2 sampai dengan 2. (Santoso, 2000:53)

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel-variabel bebas (Ghozali, 2007). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol.

Dalam penelitian ini teknik untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas didalam model regresi adalah melihat dari nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*, dan nilai *tolerance*. Apabila nilai *tolerance* mendekati 1, serta nilai VIF di sekitar angka 1 serta tidak lebih dari 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas dalam model regresi (Santoso,2000).

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali,2007). Cara mendeteksinya adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *Scatterplot* antara SRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu x adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-*standardized* (Ghozali,2007).

Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas adalah (Ghozali,2007):

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. KERANGKA PENELITIAN

Model Penelitian

Model penelitian ini dapat digambarkan dalam bagan berikut:



Bagan 1. Model Penelitian

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan pada model penelitian, maka hipotesis-hipotesis yang dibangun dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : Dimensi *Compliance* berpengaruh signifi-

- kan terhadap Kepuasan Nasabah
- H2 : Dimensi *Assurance* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah
- H3 : Dimensi *Reliability* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah
- H4 : Dimensi *Tangible* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah
- H5 : Dimensi *Emphaty* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah
- H6 : Dimensi *Responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah

5. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Hasil Uji Validitas

Berikut ini adalah hasil uji validitas yang dilakukan dengan software SPSS ver. 20 yang ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Item Indikator	Product Moment Correlations
X11	0,90
X12	0,91
X13	0,91
X21	0,81
X22	0,78
X23	0,82
X24	0,83
X31	0,77
X32	0,89
X33	0,74
X34	0,77
X35	0,78
X41	0,80
X42	0,81
X43	0,82
X44	0,81
X51	0,84
X52	0,74
X53	0,80
X54	0,81
X55	0,79
X61	0,79
X62	0,82
X63	0,87
X64	0,87
Y11	0,87
Y12	0,87
Y13	0,86

Hasil Uji Reliabilitas

Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha
Compliance	,892
Assurance	,822
Reliability	,846
Tangible	,825
Emphaty	,855
Responsiveness	,856
Kepuasan	,837

Pada tabel tersebut terlihat bahwa nilai cronbach alpha untuk semua variabel telah bernilai > 0,60 sehingga bisa dikatakan bahwa data penelitian ini telah memenuhi syarat reliabilitas.

Hasil Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

Skewness		Kurtosis	
Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
,582	,300	-,504	,457

Berdasarkan data yang ada pada tabel di atas didapatkan hasil Rasio Skewness sebesar 1,94 (0,582/0,300) dan Rasio Kurtosis sebesar -1,02. Berdasarkan hasil perhitungan ini bisa disimpulkan bahwa data penelitian telah memenuhi syarat normalitas data karena nilai Rasio Skewness dan Rasio Kurtosis berada pada rentang -2 sampai dengan 2.

Hasil Uji Multikolinearitas

Hasil uji Multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF
X1	1,903
X2	1,505
X3	1,273
X4	1,543
X5	2,145
X6	1,872

Pada tabel diatas terlihat bahwa semua variabel mempunyai nilai VIF < 10, sehingga bisa dikatakan bahwa data penelitian telah bebas dari masalah multikolinearitas.

Hasil Uji Autokorelasi

Hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
	,336	,113	,061	2,05283	1,928

Nilai DU dan DL untuk n = 110 dan signifikansi 0,05 adalah masing-masing sebesar 1,5761 dan 1,8054, sedangkan nilai 4 DU = 2,1946. Karena nilai DW (1,928) berada diantara DU (1,5761) dan 4 DU (2,1946), maka bisa dikatakan bahwa data penelitian ini telah bebas dari masalah autokorelasi.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikansi
Constant	,113
X1	,472
X2	,153
X3	,354
X4	,609
X5	,150
X6	,165

Pada tabel tersebut diatas terlihat bahwa diantara semua variabel termasuk konstanta tidak ada satupun yang signifikan secara statistic (nilai signifikansi semuanya > 0,05) sehingga bisa disimpulkan bahwa model penelitian tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.

Hasil Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan uji F untuk menilai kekuatan model penelitian serta Uji t untuk melihat kekuatan pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut ini adalah output SPSS untuk melakukan uji F dan uji t.

Tabel 8. Output Uji F

Model		Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6	9,187	2,280	,042 ^a
	Residual	103	4,214		
	Total	109			

Tabel 9. Output Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	8,860	3,401	2,605	0,011
	X1	0,041	0,118	2,712	0,005
	X2	0,035	0,101	2,625	0,001
	X3	0,137	0,078	2,572	0,031
	X4	0,052	0,106	2,491	0,042
	X5	0,052	0,102	0,510	0,611
	X6	0,050	0,108	0,458	0,648

Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 2,280 sedangkan nilai F hitung untuk df1/df2 sebesar 103/6 dan signifikansi sebesar 0,05 adalah sebesar 2,19. Karena nilai F hitung (2,280) > F Tabel (2,19) maka dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini dapat digunakan karena dapat menggambarkan dengan kuat hubungan antara variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat.

Nilai t-Hitung untuk df sebesar 103 dan signifikansi sebesar 0,05 adalah sebesar 1,983.

Berdasarkan nilai t Tabel tersebut serta nilai t Hitung maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa dimensi *Compliance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin DITERIMA, karena nilai t Hitung (2,605) > t Tabel (1,983).dan signifikansi (0,011) < 0,05
- Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa dimensi *Assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin DITERIMA karena karena nilai t Hitung (2,712) > t Tabel (1,983).dan signifikansi (0,005) < 0,05
- Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa dimensi *Reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin DITERIMA, karena nilai t Hitung (2,572) > t Tabel (1,983).dan signifikansi (0,031) < 0,05
- Hipotesis 4 yang menyatakan bahwa dimensi *Tangible* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin DITERIMA, karena nilai t Hitung (2,491) > t Tabel (1,983).dan signifikansi (0,042) < 0,05
- Hipotesis 5 yang menyatakan bahwa dimensi *Emphaty* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin DITOLAK, karena nilai t Hitung (0,510) < t Tabel (1,983).dan signifikansi (0,611) > 0,05
- Hipotesis 6 yang menyatakan bahwa dimensi *Responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin DITOLAK, karena nilai t Hitung (0,458) < t Tabel (1,983).dan signifikansi (0,648) > 0,05

Berdasarkan output uji t diatas, maka persamaan regresi linear berganda yang terbentuk adalah sebagai berikut:

$$Y_1 = 8,860 + 0,041 X_1 + 0,035 X_2 + 0,137 X_3 + 0,052 X_4$$

Implikasi Manajerial

Terkait dengan hasil uji hipotesis, maka beberapa tindakan manajerial yang direkomendasikan kepada pihak Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin diantaranya adalah sebagai berikut:

- Terkait dengan dimensi *Compliance*, maka tindakan-tindakan yang sebaiknya dilakukan antara lain adalah:
 - Senantiasa berhati-hati dalam memberikan layanan khususnya terkait produk-produk tabungan yang ada agar senantiasa sesuai dengan ketentuan syariat

- Islam.
- b. Memberikan transparansi yang jelas kepada nasabah terkait perhitungan bagi hasil/nisbah sehingga memberikan keyakinan kepada nasabah bahwa bagi hasil yang diterima memang berbeda dengan riba dan telah sesuai dengan ketentuan syariat Islam
2. Terkait dimensi *Assurance*, maka tindakan-tindakan yang semestinya dilakukan antara lain adalah:
 - a. Selektif dalam perekrutan karyawan, khususnya untuk penempatan di bagian yang sering berinteraksi dengan nasabah tabungan seperti bagian *costumer service* ataupun bagian teller, diusahakan adalah karyawan yang mampu untuk menumbuhkan keyakinan dan kepercayaan nasabah, bersikap sopan dan mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh nasabah tabungan.
 - b. Menginformasikan kepada nasabah mengenai keamanan dana yang disimpan di Bank Muamalat Indonesia karena Bank Muamalat Indonesia adalah salah satu peserta Lembaga Penjamin Simpanan (LPS).
 3. Terkait dimensi *Reliability*, maka tindakan-tindakan yang semestinya dilakukan adalah sebagai berikut:
 - a. Senantiasa berhati-hati dalam memberikan janji-janji kepada nasabah, dimana janji-janji yang diberikan hendaknya adalah janji-janji yang memang realistis bisa ditepati oleh pihak perusahaan.
 - b. Senantiasa peduli terhadap permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh nasabah dengan menyediakan kotak saran ataupun *costumer service* yang selalu tanggap menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh nasabah tabungan.
 - c. Berusaha memberikan kesan yang mendalam di hati nasabah mengenai kebaikan pelayanan yang diberikan, khususnya pada saat pertama kali terjadi interaksi dengan nasabah (pada saat pertama kali menjadi nasabah), misalnya dengan memberikan pelayanan yang ramah dan sopan, memberikan penjelasan mengenai kelebihan-kelebihan pelayanan yang diberikan oleh Bank Muamalat Indonesia dibandingkan dengan bank lain.
 - d. Senantiasa berusaha memberikan pelayanan tepat pada waktunya.
 - e. Sedapat mungkin menghindari terjadinya kesalahan-kesalahan teknis khususnya yang terkait dengan pekerjaan administrasi yang bisa berakibat pada turunnya tingkat kepuasan nasabah.
 4. Terkait dengan dimensi *Tangible*, maka tindakan-tindakan yang semestinya dilakukan antara lain adalah:
 - a. Senantiasa menggunakan peralatan-peralatan modern baik sarana maupun prasarana yang digunakan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.
 - b. Memperhatikan keberadaan dan kebersihan fasilitas-fasilitas fisik yang dimiliki agar sedapat mungkin menarik bagi nasabah, seperti tata letak kantor yang baik, interior ruangan yang baik, parkir yang luas, ruang tunggu yang nyaman, dan lain-lain.
 - c. Senantiasa menjaga kerapian penampilan karyawan pada saat jam kerja dengan memberikan aturan yang jelas dan tegas kepada seluruh karyawan terkait pakaian dinas/kerja baik untuk karyawan laki-laki maupun perempuan, berikut sanksi-sanksi yang diberikan kepada karyawan yang melanggar
 - d. Menyediakan bahan-bahan promosi dengan desain yang menarik baik berupa pamflet, selebaran, brosur ataupun spanduk.

Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan yang ada pada penelitian ini diantaranya adalah masih belum dimasukkannya variabel-variabel lain yang kemungkinan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, seperti misalnya nilai yang dirasakan oleh pelanggan ataupun faktor emosional yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini karena keterbatasan waktu penelitian.

6. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan serangkaian pengujian yang telah dilakukan terhadap data penelitian, didapatkan hasil bahwa:

1. Dimensi *Compliance* terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin
2. Dimensi *Assurance* terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin
3. Dimensi *Reliability* terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin
4. Dimensi *Tangible* terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank Muamalat Indonesia Cabang

- Banjarmasin
5. Dimensi *Empathy* tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin
 6. Dimensi *Responsiveness* tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin

Saran

Berdasarkan hasil uji hipotesis-hipotesis dari penelitian ini maka pihak Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin harus melakukan serangkaian tindakan untuk dapat mempertahankan sekaligus meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah tabungan. Tindakan-tindakan tersebut telah diungkapkan pada bagian implikasi manajerial dari penelitian ini.

7. DAFTAR PUSTAKA

1. Abedniya, Abed., Zaeim, M. N. & Hakimi, Bardia Yousef (2011), "Investigating the Relationship between Customers' Perceived Service Quality and Satisfaction: Islamic Bank in Malaysia", *European Journal of Social Sciences* – Volume 21, Number 4
2. Akbar, Mohammad Muzahid, dan Noorjanah Parvez (2009), "Impact of Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction on Customers Loyalty", *ABAC Journal* Vol. 29, No. 1 (January-April 2009, pp.24-38)
3. Bank Indonesia (2011), *Statistik Perbankan Syariah 2011*
4. Dharmalingam, S, R. Ramesh, and K. V. Kannan (2010), "Investigating the service quality dimensions to customer satisfaction and loyalty of new private sector bank in Tamilnadhu - An Empirical Study", *The International Journal's Research Journal of Social Science & Management*, Vol. 01 No. 04 p. 36 – 46
5. Hoq, M. Z. dan Amin, Muslim (2010), "The Role of Customer Satisfaction to Enhance Customer Loyalty", *Eurasian Journal of Business and Economics* 2009, 2 (4), 139-154
6. Kotler, Philip, (1997), *Marketing Management : Analisis, Planning, Implementation and Control 9th edition*, Prentice Hall International, New Jersey.
7. Krismanto, Adi, (2009), *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah* (Studi Kasus Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Semarang Pattimura), Universitas Diponegoro, Semarang.
8. Osman, Ismah, Husniyati Au, Anizah Zainuddin, and Wan Edura Wan Rashid (2009), "Customer Satisfaction in Malaysia Islamic Banking", *International Journal of Economics and Finance*, Vol. 1, No. 1 p. 197 - 202
9. Othman, Abdul Qawi dan Lyn Owen, (2001), "Adopting and measuring customer service quality (SQ) in Islamic Banks : A case study in Kuwait Finance House", Vol. 3, No. 1
10. Parasuraman, A. V. A Zeithaml dan LL Berry (1985), "A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research", *Journal of Marketing* Vol. 49 (Fall 1985), 41 – 50.
11. Parasuraman, A. V. A Zeithaml dan LL Berry (1988), "SERVQUAL : A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality", *Journal of Retailing* Vol.64 No.1
12. Sugiyono (2009), "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D", Bandung : Alfabeta
13. Zeithaml, V.A and Bitner M.J, (1996), "Service Marketing", International Edition, McGraw Hill, New York, NY and London.
14. Zuamah, (2007), "Analisis pengaruh kompetensi teknis, kompetensi sosial, dan kualitas interaksi terhadap kualitas layanan dalam meningkatkan citra perusahaan dan kepuasan konsumen (studi pada: PT. Askes (persero) Kantor Cabang Utama Semarang), Universitas Diponegoro, Semarang.