

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Kantor Cabang Pembantu Pulo Brayan Medan)

Munawaroh^{1*}

¹Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah

**¹email: munawaroh@umnaw.ac.id*

Keywords:

*Reliability,
Responsiveness,
Assurance,
Empathy,
Physical and
customer
satisfaction.*

ABSTRACT

This study aims to determine how to quality of of Bank Syariah Mandiri KCP Pulo Brayan Medan and is most dominant variabel in influencing towards customer satisfaction Bank Syariah Mandiri KCP Pulo Brayan Medan. The observation is an assosiative one, that is an observation which looks for the relation between one variable with another variable. During sample taking stage, the researcher uses accidental sampling technique. A total of 92 repondents involved in the study. Data are analyzed using double regression with 0,05 signifiacnce level or $\alpha = 5\%$. Based on the result of the study, it is known that service quality variables reliability, responsiveness, assurance, empathy and physical have positive and significant on Bank Syariah Mandiri KCP Pulo Brayan Medan. And the most significant effects of service quality is physical (X5), responsiveness (X2), reliability (X1), assurance(X3) and empathy (X4) towards customer satisfaction. $R^2 = 0,482$ shows that 48,2% customer satisfaction variables can be explained by variables in service quality dimension as follows: reliability (X1), responsiveness (X2), Assurance (X3), Empathy (X4), Physical (X5), whereas another 76,7% can be explained by other variables which do not include in the model.

Keywords:

*Keandalan, Daya
Tanggap,
Jaminan,
Empati, Bukti
Fisik
dan Kepuasan
Nasabah.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Pulo Brayan Medan dan variabel manakah yang paling mempengaruhi nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Pulo Brayan Medan. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang mencari hubungan antara satu variabel dengan variabel lain. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitan ini adalah teknik Accidental Sampling. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 92 responden. Data dianalisis dengan regresi berganda dengan tingkat signifikansi 0,05 atau $\alpha = 5\%$. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan wujud berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Pulo Brayan Medan. Pengaruh yang paling besar dari kualitas pelayanan adalah variabel Bukti Fisik (X5), di Daya Tanggap (X2), Keandalan (X1), Jaminan (X3) dan empati (X4) terhadap kepuasan nasabah. dan $R^2 =$

0,482 menunjukkan bahwa 48,2% variable kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan yaitu keandalan (X1), daya tanggap (X2), jaminan (X3), empati (X4), bukti fisik (X5), sedangkan sisanya 76,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

A. Pendahuluan

Perekonomian dunia sekarang ini mengalami kemajuan yang luar biasa. Kemajuan perekonomian mencakup semua sektor, baik sektor industri (manufaktur), jasa, dan perbankan. Termasuk di Indonesia, perkembangan perekonomian ini menuntut masyarakat untuk memilih perbankan yang cocok untuk melaksanakan sirkulasi dana yang ada, baik pada perorangan atau organisasi. Nasabah mempunyai beberapa pertimbangan dan alasan untuk menentukan keputusan mereka dalam memilih bank sebagai organisasi yang digunakan untuk sirkulasi dana mereka.

Dewasa ini semakin banyak bermunculan bank-bank syariah dan membuka cabang di berbagai daerah. Akibatnya timbul persaingan antar bank dalam memasarkan produk-produk jasa kepada nasabah. Persaingan yang ketat mengharuskan bank-bank mencari cara yang paling efektif dalam menghimpun nasabahnya dengan memberikan kepuasan kepada nasabah berupa pelayanan yang baik.

Pelayanan yang baik merupakan upaya yang harus dilakukan untuk memenuhi kepuasan nasabahnya. Dalam pelayanan yang diberikan kepada nasabah akan menjadi tolak ukur sejauh mana pihak Bank mampu memberikan yang terbaik kepada setiap nasabahnya. Menurut Amir (2005:11), pelayanan adalah aktifitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak, yang tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian nasabah terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat layanan yang diharapkan. Pasuraman (dalam Lupioyadi, 2001: 148) kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai perbandingan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan nasabah atas layanan yang mereka terima. Pasuraman dan Zeithaml (dalam Kotler dan Keller (2009:52) yang dikenal dengan service quality (SERVQUAL), yang berdasarkan pada lima dimensi kualitas yaitu keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy) dan bukti fisik (physical).

Kepuasan nasabah dalam bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuhkembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan. Era sekarang ini yang ditandai oleh revolusi teknologi komunikasi dan informasi mengakibatkan terjadinya perubahan (change) yang luar biasa. Adanya kemudahan yang diperoleh dari komunikasi dan informasi muncul kompetisi yang sangat ketat yang berakibat pelanggan (customer) semakin banyak pilihan dan sangat sulit untuk dipuaskan karena telah terjadi pergeseran yang semula hanya untuk memenuhi kebutuhan, meningkat menjadi harapan (expectation) untuk memenuhi kepuasan. Sehingga bagi perusahaan, kunci kearah profitabilitas bukan lagi volume penjualan melainkan kepuasan jangka panjang bagi pelanggan.

Saat ini setiap perbankan syariah menghadapi lingkungan bisnis yang sangat kompetitif yang dapat tetap bertahan atau eksis. Salah satu upaya menciptakan keunggulan kompetitif yang dapat dilakukan oleh perbankan syariah adalah dengan mengembangkan pelayanan nasabah yang baik. Pelayanan nasabah bukan sekedar keunggulan kompetitif, pada banyak industri, pelayanan nasabah adalah ujung tombak yang membuat suatu industri bisa bertahan dalam dunia persaingan yang semakin ketat.

Selain itu, menarik juga untuk diperhatikan, bahwa nasabah yang telah menggunakan jasa bank syariah, sebagian memiliki kecenderungan untuk berhenti menjadi nasabah, antara lain karena kualitas pelayanan yang kurang baik, atau keraguan akan konsistensi penerapan prinsip syariah.

Peningkatan kualitas pelayanan dan pengembangan ragam produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, serta pemahaman prinsip-prinsip syariah dalam transaksi perbankan harus dilakukan. Begitu juga dengan peningkatan kualitas pelayanan yang merupakan salah satu tahapan yang perlu di imlementasikan oleh perbankan syariah. Sebagaimana berdasarkan pengembangan bank syariah Indonesia yang dicanangkan sejak tahun 2002, yaitu diarahkan untuk meletakkan landasan pengembangan yang kuat bagi pertumbuhan perbankan Syariah.

Bank Syariah Mandiri KCP Pulo Brayan, merupakan salah satu praktisi perbankan syariah di Medan, yang selalu berupaya untuk terus memberikan layanan terbaik kepada nasabahnya. Diantara upaya peningkatan pelayanannya yaitu melalui pengembangan jaringan kantor dan kualitas pelayanan berbasis sumberdaya manusia dan teknologi.

Bank Syariah Mandiri KCP Pulo Brayan Medan memiliki jumlah nasabah yang masih aktif menabung pada tahun 2011-2012 dengan jumlah 1.100 nasabah. Yang penambahan nasabah setiap bulannya mengalami fluktuasi jumlah nasabah yang naik turun. Berdasarkan latar belakang diatas rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Pulo Brayan Medan?.

B. Tinjauan Pustaka

Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2009:143) mendefinisikan kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Menurut American Society For Quality Control, (dalam Lupioyadi, 2001:144) kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk/ jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten.

Konsep kualitas sendiri dasarnya bersifat relative, yaitu tergantung dalam perspektif yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri dan spesifikasi. Setiap perusahaan khususnya perusahaan perbankan pastinya ingin memberikan yang terbaik untuk para nasabahnya, yaitu dengan menjaga kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan untuk nasabah. Dengan memiliki kualitas pelayanan yang baik maka akan memberikan referensi yang baik pula bagi para nasabah sehingga terciptanya pembelian ulang dan menjadikan pelanggan loyal dengan perusahaan.

Menurut Sviokla (dalam Lupioyadi, 2001:147) salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan layanan yang bermutu kepada para nasabahnya, pencapaian pangsa pasar yang tinggi, serta peningkatan profit perusahaan tersebut sangat ditentukan oleh pendekatan yang digunakan.

Dimensi Pengukuran Kualitas

Menurut Sviokla (dalam Lupioyadi, 2001:146) kualitas memiliki delapan dimensi pengukuran yang terdiri dari aspek-aspek berikut:

1. Kinerja (Performance). Kinerja di sini merujuk pada karakter produk inti yang meliputi merek, atribut-atribut yang dapat diukur, dan aspek-aspek kinerja individu. Kinerja beberapa produk biasanya didasari oleh preferensi subjektif nasabah yang pada dasarnya bersifat umum (universal).
2. Keragaman Produk (features). Dapat berbentuk produk tambahan dari sesuatu produk inti yang dapat menambah nilai suatu produk. Features suatu produk biasanya diukur secara subjektif oleh masing-masing individu (dalam hal ini konsumen) yang menunjukkan adanya perbedaan kualitas suatu produk/jasa. Dengan demikian, perkembangan kualitas suatu produk menuntut karakter fleksibilitas agar dapat menyesuaikan diri dengan permintaan pasar.
3. Keandalan (Reliability). Dimensi ini berkaitan dengan timbulnya kemungkinan suatu produk mengalami keadaan tidak berfungsi (malfunction) pada suatu periode. Keandalan suatu produk yang menandakan tingkat kualitas sangat berarti bagi konsumen dalam memilih produk. Hal ini menjadi semakin penting mengingat besarnya biaya penggantian dan pemeliharaan yang harus dikeluarkan apabila produk yang dianggap tidak realiable mengalami kerusakan.
4. Kesesuaian (Conformance). Dimensi lain yang berhubungan dengan kualitas suatu barang adalah kesesuaian produk dengan standart dalam industrinya. Kesesuaian suatu produk dalam industri jasa diukur dari tingkat akurasi dan waktu penyelesaian termasuk juga perhitungan kesalahan yang terjadi, keterlambatan yang tidak dapat diantisipasi dan beberapa kesalahan lain.
5. Daya Tahan/Ketahanan (Durability). Ukuran ketahanan suatu produk meliputi segi ekonomis. Secara teknis, ketahanan suatu produk didefinisikan sebagai sejumlah kegunaan yang diperoleh oleh seseorang sebelum mengalami penurunan kualitas. Secara ekonomis, ketahanan diartikan sebagai usia ekonomis suatu produk dilihat melalui jumlah kegunaan yang diperoleh sebelum terjadi kerusakan dan keputusan untuk mengganti produk.
6. Kemampuan Pelayanan (Serviceability). Kemampuan pelayanan bisa juga disebut dengan kecepatan, kompetensi, kegunaan, dan kemudahan produk untuk diperbaiki. Dimensi ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya memperhatikan adanya penurunan kualitas produk tetapi juga waktu sebelum produk disimpan, penjadwalan pelayanan, proses komunikasi dengan staf, frekuensi pelayanan perbaikan akan

kerusakan produk dan pelayanan lainnya. Variabel-variabel tersebut dapat merefleksikan adanya perbedaan standart perorangan mengenai pelayanan yang diterima. Di mana kemampuan pelayanan suatu produk tersebut menghasilkan suatu kesimpulan akan kualitas produk yang dinilai secara subjektif oleh kaonsumen.

7. Estetika (Aesthetics). Merupakan dimensi pengukuran yang paling subjektif. Estetika suatu produk dilihat melalui bagaimana suatu produk, rasa, maupun bau. Jadi, estetika jelas merupakan penilaian dan refleksi yang dirasakan oleh nasabah.
8. Kualitas yang dipersiapkan (Perceived quality). Konsumen tidak selalu memiliki informasi yang lengkap mengenai atribut-atribut produk dan jasa. Namun demikian, biasanya konsumen memiliki informasi tentang produk secara tidak langsung, misalnya melalui merek, nama, dan Negara produsen. Ketahanan produk misalnya, dapat menjadi sangat kritis dalam pengukuran kualitas produk.

Pengertian Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler (dalam Lupioyadi, 2001:158) Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk/jasa yang diterima dan yang diharapkan.

Membangun kepuasan nasabah adalah merupakan inti dari pencapaian profabilitas jangka panjang. Kepuasan adalah merupakan perbedaan antara harapan dan unjukkerja (yang senyatanya diterima). Harapan tinggi, sementara unjuk-kerjanya biasa-biasa saja, kepuasan tidak akan tercapai (sangat mungkin nasabah akan merasa kecewa). Sebaliknya, apabila unjukkerja melebihi dari yang diharapkan, kepuasan meningkat. Karena harapan yang dimiliki nasabah cenderung selalu meningkat sejalan dengan meningkatnya pengalaman nasabah. Para manajer harus secara tetap memonitor kemampuannya untuk memenuhi pembatas kepuasan yang semakin tinggi. Yazid (2005:60)

Menurut Engel, et al. (dalam Tjiptono, 2008:24) kepuasan nasabah merupakan evaluasi purna beli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan nasabah, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (outcome) tidak memenuhi harapan. Kotler, et al., dalam Lupioyadi, 2001 menjelaskan bahwa kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Dari berbagai defenisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan nasabah mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan.

Faktor-faktor Kepuasan Nasabah

Dalam menentukan tingkat kepuasan nasabah, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

1. Kualitas Produk Nasabah akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan Nasabah akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosional Nasabah akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi
4. Harga Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada nasabah.
5. Biaya Nasabah yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

C. Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian pendekatan asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih (Ginting dan Situmorang, 2008:57). Dimana hubungan antara variabel dalam penelitian ini akan di analisis dengan menggunakan ukuran-ukuran statistik yang relevan atas data tersebut untuk menguji hipotesis.

Adapun pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Sebagai alat untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam melakukan penelitian terhadap variabel-variabel yang akan di uji, setiap jawaban akan diberi skor.

Tabel. 1
Skala Likert

Pernyataan	Bobot
1. Sangat Setuju	5
2. Setuju	4
3. Kurang Setuju	3
4. Tidak Setuju	2

5. Sangat Tidak Setuju	1
------------------------	---

Sumber: Sugiyono (2006:86)

Responden harus memilih salah satu dari kategori jawaban yang tersedia, kemudian pada masing-masing jawaban akan diberi skor tertentu (5,4,3,2,1). Setiap responden akan dijumlahkan dan jumlah inilah merupakan total skor.

Populasi dan Sampel Menurut Sugiyono (2006:72) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dengan demikian yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah semua nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Pulo Brayan Medan, dengan kriteria tertentu, yaitu sebanyak 1.100 nasabah yang masih aktif menabung.

Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel dengan tujuan tertentu, dengan kriteria bahwa pelanggan yang dijadikan sampel penelitian adalah nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Pulo Brayan Medan dengan kriteria yang masih aktif menabung atau menjadi nasabah, selama lebih dari tiga bulan. Sampel diambil dengan rumus Slovin dalam (Umar, 2004:146) sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Taraf Kesalahan

Populasi (N) berjumlah 1.100 orang dengan taraf kesalahan (e) sebesar 10%, maka besarnya pengambilan sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{1.100}{1 + 1.100(0,1)^2}$$

$$n = 91,6$$

Pada penelitian ini jumlah sampel dibulatkan menjadi 92 orang. Penulis menggunakan metode purposive sampling pada penarikan sampel yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu, yaitu nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Pulo Brayan Medan yang telah menjadi nasabah lebih dari tiga bulan .

Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan jenis data primer dan sekunder.

1. Data Primer Merupakan data yang dikumpulkan sendiri oleh perorangan atau suatu organisasi langsung dari objeknya. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui pembagian angket atau kuesioner pada nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Pulo Brayan Medan.
2. Data Sekunder Data sekunder merupakan data secara tidak langsung berhubungan dengan responden yang diteliti dan merupakan pendukung bagian penelitian yang dilakukan, yaitu data yang diperoleh dari instansi tempat dilakukannya penelitian.

Metode Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran angket dan wawancara.

1. Penyebaran Angket (questionnaire)

Pengumpulan data dengan menyebarkan angket berupa daftar pertanyaan kepada 92 nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Pulo Brayan Medan yang dijadikan sampel. Angket yang diberikan dalam bentuk pilihan berganda, hal ini dilakukan agar responden tidak mengalami kesulitan dalam menjawab pertanyaan yang diberikan pada lembar angket sebanyak 20 pernyataan.

2. Wawancara (interview)

Wawancara merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan berupa beberapa pertanyaan yang diajukan kepada kepala bagian dan beberapa karyawan Bank yang bertanggung jawab untuk memberikan keterangan yang berhubungan dengan penelitian ini.

3. Pengamatan (observasi)

Melakukan pengamatan langsung pada obyek yang diteliti, yaitu nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Pulo Brayan, dengan kriteria yang telah ditentukan .

4. Studi Pustaka

Mengumpulkan data-data dan informasi yang diperoleh dari buku-buku dan situs internet yang berhubungan dengan penelitian ini.

D. Hasil Dan Pembahasan

Metode Analisis Regresi Berganda

Metode analisis regresi berganda adalah metode analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas yang terdiri dari keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik terhadap variabel terikat yaitu variabel kepuasan nasabah. dengan memakai program enter pada SPSS 17.00 dihasilkan output sebagai berikut:

Pada Tabel. 2 Dapat dilihat bahwa seluruh variabel independen dimasukkan dalam analisis ini, atau dengan kata lain tidak ada variabel independent yang tidak dimasukkan. Regresi linear berganda ditujukan untuk menentukan hubungan linier antar variabel bebas yang biasa disebut X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 dan seterusnya dengan variabel terikat yang disebut Y .

Uji F_{hitung} dilakukan untuk melihat secara bersama-sama apakah terdapat pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Model hipotesis yang digunakan dalam uji F_{hitung} ini adalah:

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = 0$ (artinya tidak terdapat pengaruh secara bersama-sama dari variabel bebas terhadap variabel terikat).

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq b_5 \neq 0$ (artinya terdapat pengaruh secara bersama-sama dari variabel bebas terhadap variabel terikat).

Nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} . Nilai F_{tabel} pada tingkat kesalahan (α) = 5%, dengan derajat kebebasan (df) = (n – k); (k – 1). Jumlah sampel (n) sebanyak 92 Orang, dan jumlah variabel penelitian (k) adalah sebanyak 6. Jadi, df = (92 – 6) ; (6 – 1) = 86;5. Dengan demikian F_{tabel} 0,05 (92 ; 5) adalah sebesar 1,661.

Nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} . Kriteria pengambilan keputusan yaitu: H_0 diterima bila $F_{hitung} < F_{tabel}$, pada (α) = 5% H_a diterima bila $F_{hitung} > F_{tabel}$, pada (α) = 5%

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	19.306	5	3.861	5.214	.000 ^a
Residual	63.684	86	.741		
Total	82.989	91			

a. Predictors: (Constant), wujud, keandalan, empati, daya tanggap, jaminan

b. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS

Hasil uji Fhitung pada Tabel. 3 diatas Menunjukkan bahwa nilai Fhitung pada kolom F adalah sebesar 5,214, sedangkan nilai Ftabel yang didasarkan pada keyakinan tertentu adalah sebesar 1.661. Nilai signifikan Fhitung pada kolom (sig.) adalah 0,000, nilai ini lebih kecil dari tingkat kesalahan (α) 0,05. Jadi, nilai Fhitung ini adalah signifikan. Berdasarkan kriteria uji hipotesis apabila nilai Fhitung (5,214) > nilai Ftabel (1,661), dan nilai signifikansi Fhitung (0,000) < tingkat kesalahan (α) 0,05, maka Ha diterima dan H0 ditolak.

Berdasarkan hasil uji Fhitung (uji Serentak) maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa variabel bebas yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik secara bersama-sama (serentak) berpengaruh secara Positif dan Signifikan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Pulo Brayon.

Uji Parsial (Uji T) Uji T bertujuan untuk melihat secara parsial apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Model hipotesis yang digunakan dalam uji thitung ini adalah :

H₀ : b₁ = b₂ = b₃ = b₄ = b₅ = 0 (variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat).

H_a : b₁ ≠ b₂ ≠ b₃ ≠ b₄ ≠ b₅ ≠ 0 (variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat).

Nilai thitung akan dibandingkan dengan nilai ttabel. Nilai ttabel pada tingkat kesalahan $\alpha = 5\%$, dengan derajat kebebasan (df) = (n – k). jumlah sampel (n) adalah sebanyak 92 orang, dan jumlah variabel penelitian (k) adalah sebanyak 6. Jadi, df = (92 – 6) = 86.

Nilai Thitung akan dibandingkan dengan nilai Ttabel. Kriteria pengambilan keputusan, yaitu; H₀ diterima jika Thitung < Ttabel, pada $\alpha 5\%$, dan Ha diterima jika Thitung > Ttabel, pada $\alpha 5\%$.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.568	1.082		.525	.601
Keandalan	.071	.052	.108	1.670	.029
Daya tanggap	.014	.048	.022	2.238	.028
Jaminan	.102	.074	.232	1.682	.041

Empati	.081	.150	.090	.539	.031
Bukti Fisik	.229	.034	.532	6.633	.000

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Sumber: Hasil Pengolahan (kuesioner, SPSS versi 16.00, 2012)

Berdasarkan hasil pengolahan data analisis regresi linear berganda pada Tabel. 4 maka diperoleh model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

$$Y = 0,568 + 0,071 X_1 + 0,014 X_2 + 0,102 X_3 + 0,081 X_4 + 0,229 X_5 + e$$

Interpretasi model berdasarkan hasil estimasi parameter yang diperoleh dari analisis persamaan regresi berganda pada tabel. 4 adalah sebagai berikut:

1. Variabel keandalan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dilihat dari nilai signifikansi 0,029 lebih kecil dari 0,05. Nilai $t_{hitung} (1,670) > t_{tabel} (1,661)$ artinya jika ditingkatkan variabel keandalan maka kepuasan nasabah akan meningkat.
2. Variabel daya tanggap berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dilihat dari nilai signifikansi 0,028 lebih kecil dari 0,05. Nilai $t_{hitung} (2,238) > t_{tabel} (1,661)$ artinya jika ditingkatkan variabel keandalan maka kepuasan nasabah akan meningkat.
3. Variabel jaminan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dilihat dari nilai signifikansi 0,041 lebih kecil dari 0,05 $t_{hitung} (1,682) > t_{tabel} (1,661)$ artinya jika ditingkatkan variabel jaminan maka kepuasan nasabah akan meningkat.
4. Variabel empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dilihat dari nilai signifikansi 0,031 lebih kecil dari 0,05. Nilai $t_{hitung} (0,539) < t_{tabel} (1,661)$. Artinya jika ditingkatkan variabel empati maka kepuasan nasabah akan meningkat.
5. Variabel bukti fisik berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dilihat dari nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Nilai $t_{hitung} (6,633) > t_{tabel} (1,661)$ artinya jika ditingkatkan variabel jaminan maka kepuasan nasabah akan meningkat.

Uji Determinan (R^2)

Berdasarkan Tabel. 5 Perhitungan koefisien determinasi $R = 0,482$, berarti hubungan antara variabel keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan wujud terhadap variabel kepuasan nasabah sebesar 48,2%. Artinya hubungannya cukup erat. *Adjusted R*

square sebesar 0,233 berarti 23,3% faktor – faktor kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik/wujud, sedangkan sisanya 76,7% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel. 5
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.482 ^a	.188	.233	.86053

a. Predictors: (Constant), Wujud, Keandalan, Empati, Daya Tanggap, Jaminan

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Hasil pengolahan SPSS, diolah (2012)

Pembahasan Hasil Penelitian

Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectations*). Setiap nasabah bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yang umum. Jika kinerja di bawah harapan, pelanggan akan tidak puas. Kalau kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas. Apabila kinerja melampaui harapan, pelanggan akan sangat puas, senang atau bahagia. Perusahaan – perusahaan yang ingin unggul dalam persaingan harus mengamati harapan nasabahnya, kinerja perusahaan yang dipersepsikan nasabahnya dan kepuasan nasabah.

Dari hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa kinerja pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa sangat berpengaruh terhadap keputusan nasabah, maka strategi yang diterapkan pihak Bank Syariah Mandiri KCP Pulo Brayan Medan terutama dalam bidang pelayanan harus dapat dilaksanakan dengan baik.

Pengaruh Variabel Keandalan Terhadap Kepuasan Nasabah

Keandalan merupakan kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Adapun indikator dari keandalan dalam penelitian ini antara lain kecepatan dalam melayani nasabah, prosedur pelayanan yang mudah dan tidak berbelit – belit dan pelayanan yang memuaskan nasabah.

Berdasarkan uji signifikansi parsial, variabel keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan jasa perbankan

Syariah Mandiri KCP Pulo Brayon Medan dilihat dari nilai $t_{hitung} (1,670) > t_{tabel} (1,661)$ Terbukti variabel keandaalan menjadi variabel terbesar ke tiga terhadap kepuasan nasabah. Kemudahan prosedur pelayanan seperti membuka tabungan dan giro, mengirim uang maupun transfer antar bank, serta pengambilan uang dan penyetoran uang, memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan. Selanjutnya nasabah akan merasa aman apabila mengetahui bahwa karyawan Bank yang melayani nasabah adalah orang yang dapat diandalkan (cepat dan tepat) dalam proses transaksi perbankan.

Pengaruh Variabel Variabel Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Nasabah

Daya tanggap merupakan keinginan para staf untuk membantu para nasabah dan memberikan layanan dengan tanggap. Indikator daya tanggap dalam penelitian ini antara lain tanggap terhadap keluhan nasabah, kecepatan dalam menyelesaikan masalah dan dapat memberikan solusi yang tepat untuk menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi nasabah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel daya tanggap dengan kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa perbankan Bank Syariah Mandiri KCP Pulo Brayon Medan, dilihat dari nilai $t_{hitung} (2,238) > t_{tabel} (1,661)$. Terbukti variabel daya tanggap menjadi variabel terbesar kedua yang berpengaruh positif dan signifikan. Untuk mengantisipasi kinerja pegawai bank agar tidak mengecewakan nasabah, pegawai bank perlu terus meningkatkan respon yang tanggap terhadap kebutuhan nasabah, membantu nasabah yang mengalami kesulitan pengisian slip, mengarahkan nasabah ke unit yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, peningkatan kecepatan penanganan keluhan nasabah dan senantiasa konsisten dalam pelaksanaan pelayanan untuk kenyamanan nasabah.

Daya tanggap merupakan variabel yang menunjukkan keinginan dan kemauan pegawai bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Pihak manajemen bank perlu memberikan motivasi yang besar agar seluruh pegawai bank mendukung kegiatan pelayanan kepada nasabah.

Pengaruh Variabel Jaminan Terhadap Kepuasan Nasabah

Jaminan didefinisikan sebagai pengetahuan, kompetensi, kesopanan, sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, dan bebas dari bahaya atau resiko. Indikator dari jaminan antara lain karyawan bank syariah mandiri memiliki pengetahuan yang cukup memadai tentang sistem perbankan, karyawan bank yang sopan dan ramah dan selalu

bersikap baik, dapat memberikan rasa aman dan dapat dipercaya dalam mengelola uang nasabah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel jaminan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dilihat dari nilai $t_{hitung} (1,682) > t_{tabel} (1,661)$. Terbukti variabel jaminan menjadi variabel terbesar keempat dalam penelitian yang berpengaruh positif dan signifikan.

Setiap nasabah menginginkan adanya jaminan keamanan pada transaksi yang dilakukan (baik transaksi yang dilakukan di kantor maupun transaksi yang dilakukan melalui mesin ATM). Selain itu nasabah juga pasti menginginkan keamanan akan dana simpanan yang dipercayakan di Bank Syariah Mandiri KCP Pulo Brayon harus mampu membangun posisi yang aman disbanding dengan bank – bank lain melalui stabilitas bank terhadap kegiatan perekonomian di Indonesia.

Jaminan Karyawan Bank Syariah Mandiri KCP Pulo Brayon Medan pada pengetahuan, kompetensi dan sifat atau perilaku kepada nasabah penting ditingkatkan agar nasabah yakin akan keputusan melakukan transaksi di Bank Syariah Mandiri KCP Pulo Brayon Medan.

Pengaruh Variabel Empati Terhadap Kepuasan Nasabah

Empati didefinisikan sebagai kemampuan karyawan Bank Syariah Mandiri dalam melakukan komunikasi yang baik secara terus menerus kepada nasabah dan selalu memberikan kepedulian atau perhatian terhadap keinginan dan kebutuhan nasabah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dilihat dari nilai $t_{hitung} (0,539) < t_{tabel} (1,661)$. Terbukti variabel ini merupakan variabel terkecil yang berpengaruh positif dan signifikan.

Variabel ini merupakan bentuk penelitian individual karyawan Bank kepada nasabah. Nasabah menginginkan sikap cepat dan tanggap, karyawan Bank diusahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah. Sikap karyawan yang memberikan perhatian dengan menjalin hubungan secara terus menerus kepada nasabah membuat nasabah merasa lebih dihargai dan merasakan adanya kedekatan antara nasabah dan karyawan bank.

Pengaruh Variabel Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Nasabah

Bukti Fisik didefinisikan sebagai penampilan fisik, perlengkapan, karyawan dan sarana transaksi yang modern. Indikator dalam variabel ini antara lain, ATM yang mudah diakses, bentuk bangunan yang rapi dan indah dipandang, karyawan yang berpenampilan rapi dan menarik, fasilitas ruang tunggu tempat duduk, ac, televisi yang membuat nasabah merasa aman saat bertransaksi dan areal parkir yang bersih dan aman.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel Wujud berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dilihat dari nilai $t_{hitung} (6,633) > t_{tabel} (1,661)$. Terbukti variabel bukti fisik menjadi variabel yang paling dominan terhadap kepuasan nasabah. Kondisi tampilan Bank Syariah Mandiri KCP Pulo Brayon Medan saat ini sangat baik secara interior dan eksterior dan telah didukung dengan suasana yang nyaman dan fasilitas perbankan yang baik. Nasabah dapat merasa lebih nyaman dan tidak bosan ketika berkunjung ke Bank Syariah Mandiri KCP Pulo Brayon Medan. Hal ini sangat penting untuk memberikan kesan pertama yang baik terhadap nasabah.

Kerapian penampilan karyawan Bank Syariah Mandiri secara fisik memberikan kesan yang baik bagi nasabah, hal ini dikarenakan selama melayani nasabah, karyawan bank telah berpenampilan rapi dan menarik. Penampilan bagi Karyawan Bank sangatlah penting untuk ditingkatkan dan dipertahankan karena hal ini merupakan hal pertama yang dilihat oleh nasabah. dengan penampilan awal yang baik akan memberikan kesan yang baik pula terhadap nasabah. Sarana pendukung Bank Syariah Mandiri KCP Pulo Brayon seperti tersedianya area parkir yang luas dan memadai agar tidak menyulitkan nasabah memarkirkan kendaraannya.

Variabel bukti fisik harus dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri KCP Pulo Brayon Medan dan karyawan Bank secara keseluruhan, karena bukti fisik ini akan terlihat langsung oleh nasabah, maka dari itu bukti fisik harus diperhatikan dan ditingkatkan untuk tetap menarik dan modern.

E. References

- Amir, Taufiq, 2005. *Dinamika pemasaran*. PT RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Boyd, at. All, 2000. *Manajemen Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Ginting, Paham dan Syafrizal Helmi Situmorang, 2008. *Filsafat Ilmu dan Metode Riset*, Usu Press, Medan

- Hasan, Ali. 2008. Marketing, MeddPress, Yokyakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi ke 13, Erlangga, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa, Salemba Empat, Jakarta.
- Nazir, Moh, 2009. Metode Penelitian, Ghalia Indonesia, Darussalam.
- Sugiyono. 2003. Metode Penelitian Bisnis. Edisi ke 6, CV Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2006. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Alfabeta, Bandung.
- Situmorang, Syafrizal Helmi dan Muslich Lutfi, 2011. Analisis Data untuk Riset Manajemen dan Bisnis, Edisi 2, Usu Press, Medan.
- Tjiptono, Fandy, 2005. Pemasaran Jasa, Penerbit Bayu Media, Malang. Tjiptono, Fandy, 2008. Strategi pemasaran, Andi, Yokyakarta.
- Umar, Husein, 2000. Riset Pemasaran dan Prilaku Konsumen, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Pradesyah, Riyan. Analisis Perkembang Akad-Akad Di Bank Syariah. *Aghniya : Jurnal Ekonomi Islam*. Vol.2. No.1. 2018
- Pradesyah, Riyan. Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Transaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Di Desa Rahuning). *AL-Sharf : Jurnal Ekonomi Islam*. Vol.1. No.2. 2020
- Yazid, 2005. Pemasaran Jasa, Ekonisia, Yokyakarta.
- <http://lib.uin-malang.ac.id/thesis/fulchapter/03220148-ahmad-khoiron.ps>. Diakses 7 Oktober 2012 pukul 15.30 wib
- <http://id.shvoong.com/social-sciences/economics/2239549-sejarah-bank-syariah-mandiri/>. Diakses 15 Desember 2012 pukul 22.30 wib.
- <http://www.syariahmandiri.co.id/wp-content/uploads/2010/03/Anrep-2008-Indo.pdf>. Diakses 15 Desember 2012 pukul 24.00 wib.
- Khoiron, Ahmad, 2010. Pengaruh Service Quality terhadap Customer Satisfaction pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Malang. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang.
- Mauliza, Putri, 2011. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap loyalitas Pengguna Transportasi CV. Kurnia Group Jurusan Medan-Banda Aceh. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara.