

TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP KUALITAS PELAYANAN BANK SYARIAH MELALUI PENDEKATAN SERVQUAL

Bahtiar Efendi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Sains Al-Qur'an Jawa Tengah di Wonosobo
Email : bahtiarefd@unsiq.ac.id

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel :

Diterima : 18 April 2019

Disetujui : 30 Mei 2019

Kata Kunci :

Tingkat Kepuasan, Kualitas Pelayanan, dan Pendekatan SERVQUAL

ABSTRAK

Tingkat kepuasan nasabah harus diperhatikan melalui kualitas pelayanan. Sehingga tujuan penelitian ini untuk menganalisis tingkat kepuasan nasabah Bank dengan melihat beberapa pengaruh variable pelayanan. Pengambilan sampel adalah 70 responden, teknik purposive sampling yang digunakan. Observasi, angket, wawancara, dan studi pustaka yang dijadikan sebagai sumber dalam cara untuk mengumpulkan informasi dalam bentuk data. Pengolahan data menggunakan test reliabilitas, validitas, dan test hipotesis korelasi serta menentukan koefisien determinasi. Setelah diadakan penelitian memperlihatkan kualitas pelayanan bank syariah yang dipengaruhi adanya kepuasan melalui pendekatan SERVQUAL adalah: tangibel atau bukti fisik adalah 82%, reliability atau keandalan adalah 74%, responsiveness atau daya tanggap adalah 78%, empathy atau empaty adalah 70%, dan assurance atau jaminan adalah 80%. Melihat dari hasil hubungan bahwa tingkat kepuasan nasabah sangat dipengaruhi oleh variable tangible karena lebih menunjukkan kepercayaan nasabah terhadap mitra Bank mengenai peralatan, tampilan muka, dan berbagai keahlian dalam berkomunikasi yang menarik dan baik serta variable paling tidak berpengaruh adalah empati karena pemahaman kebutuhan dan keinginan untuk pelanggan yang ramah sudah menjadi keharusan dalam berhubungan baik dengan para nasabah dan sudah menjadi budaya masyarakat dan bukan tujuan utama bermitra yang berorientasi financial bukan non financial.

ARTICLE INFO

Riwayat Artikel :

Received : April 18, 2019

Accepted : May 30, 2019

Key words:

Satisfaction grade, Service Quality, and SERVQUAL Approach.

ABSTRACT

Customer satisfaction level must be considered through service performance. So analyzing the level of bank customers satisfaction is the goal of this study by looking at some variable service effects. The sampling was 70 respondents using purposive sampling. Observations, questionnaires, interviews, and literature studies are used as sources in data collection methods. Data analysis uses reliability, validity and correlation hypothesis testing and it needs determination coefficient. After conducting research showing the service quality of Islamic banks that are influenced by satisfaction through the SERVQUAL approach are: tangible or physical evidence is 82%, reliability or reliability is 74%, responsiveness or responsiveness is 78%, empathy or empathy is 70%, and assurance or guarantee is 80%. Looking at the results of the relationship that the level of customer satisfaction is strongly influenced by variable tangible because it shows more customer confidence in the Bank's partners regarding equipment, appearance, and various interesting and good communication skills and the least influential variable is empathy because of understanding needs and desires for customers being friendly has become a necessity in having good relations with customers and has become a culture of society and second purposes customers with financial and non financial oriented.

1. PENDAHULUAN

Tingkat kepuasan menjadi tolak ukur keberhasilan bank manapun. Ketatnya persaingan antar bank dalam merebut nasabah pentingnya kinerja pelayanan yang berkualitas untuk mempertahankan eksistensi bank itu sendiri dan tidak berpindah ke bank lain.

Variable dalam penelitian ini melalui tingkat kepuasan nasabah dapat terindikasi melalui banyak unsur. Unsur yang bisa mempengaruhi kepuasan nasabah ditinjau dari kinerja pelayanan adalah pendekatan *SERVQUAL* (*Service Quality*), meliputi; *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*, (Parasuraman dkk., 1998).

Analisis *SERVQUAL* dengan variable variable penentu dapat dikaji dalam penelitian untuk menempatkan faktor pengaruh tertinggi sampai dengan terendah. Hal yang dibutuhkan dalam pelayanan yang berkualitas demi keberlanjutan Bank. salah satu faktor penting adalah Loyalitas nasabah tercermin dari antusias nasabah atas produk atau jasa yang dikuatkan oleh penelitian Kotler dan Keller (2009) loyalitas adalah komitmen yang dipegang untuk mendukung produk atau jasa yang disukai di masa depan. Perusahaan yang berkonsentrasi pada kepercayaan nasabah diantaranya adalah bank. Antara bank dan nasabah harus saling menjaga kepercayaannya, dengan melalui proses yang tidak sebentar. Membina kerjasama demi keberlangsungan usaha yang saling menguntungkan. *Tangible* sangat mendukung kepuasan nasabah dalam menaruh kepercayaan kepada bank, tanpa dukungan sarana dan prasarana yang baik bukti fisik yang meyakinkan nasabah akan menimbulkan keraguan dan ketidaknyamanan nasabah. Selain itu jaminan, daya tanggap serta keandalan bank juga tidak kalah pentingnya dalam rangka meningkatkan kepuasan nasabah.

Fakta dilapangan tidak semua variable dapat maksimal dan sempurna, terdapat kelemahan dan kelebihannya. Penelitian diperkuat oleh (Suryo Maruto, 2011 dan Nurjanah W, 2013). Penelitian lain mempunyai hasil yang berbeda dengan menyatakan, kepuasan sangat dipengaruhi oleh tangibel pasien (Nur R.S, 2014). Sehingga pada penelitian ini penulis berusaha untuk mengungkapkan kebutuhan yang harus

dipenuhi dalam kinerja pelayanan yang berkualitas melalui analisis tingkat kepuasan nasabah menggunakan pendekatan *SERVQUAL*, melalui penelitian unsur yang paling mempengaruhi pada tingkat kepuasan nasabah. Kepuasan bisa dilihat dari seberapa baik tingkat layanan yang diberikan. Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa tingkat kualitas layanan yang disertai indikator-indikator yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan. *SERVQUAL* menjadi salah satu alat pendekatan yang tepat untuk menilai kepuasan pelanggan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

a. Kualitas Pelayanan

Dalam perusahaan jasa pelayanan harus yang baik dan sempurna supaya perusahaan bisa unggul. Dalam riset awal Zeithaml, dan Berry (2000) meneliti sejumlah industri jasa (seperti perbankan, jasa kartu kredit, reparasi, dan pemeliharaan, serta jasa telpon interlokal), dan berhasil mengidentifikasi sepuluh Kualitas pokok kualitas layanan, yaitu : (1) Reliabilitas, (2) Responsivitas atau daya tanggap, (3) Kompetensi, (4) Akses, (5) Kesopanan (*courtesy*), (6) Komunikasi, (7) Kredibilitas, (8) Keamanan, (9) Kemampuan memahami pelanggan, (10) Bukti fisik (*tangibles*). Kemudian dilakukan riset kembali, dan mereka menemukan adanya *overlapping* diantara beberapa Kualitas diatas. Oleh sebab itu, mereka menyederhanakan sepuluh Kualitas diatas menjadi lima Kualitas pokok. Kompetensi, kesopanan kredibilitas dan keamanan dijadikan satu sub menjadi jaminan (*assurance*). Sedangkan akses, komunikasi, dan kemampuan memahami pelanggan diintegrasikan menjadi empati (*emphaty*).

b. Kepuasan

Menurut Kotler (2005) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. diperkuat oleh Richard dalam James dalam (Nurjanah. W, 2013) kepuasan sebagai bentuk tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhannya. Jika kinerja berada dibawah harapan, nasabah tidak puas. Jika kinerja memen-

uhi harapan, nasabah puas. Jika kinerja melebihi harapan, nasabah amat puas atau senang. Diperkuat oleh Tjiptono (2005) merupakan pakar yang pertama kali mendefinisikan kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi nasabah.

Menurut Parasuraman, et. al dalam Tjiptono (2005) dan Hasan Ali (2010) kualitas pelayanan jasa memiliki 5 (lima) Kualitas pengukuran yaitu:

1) Bukti fisik (*Tangibles*)

Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan, kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan lingkungan sekitar adalah bukti fasilitas fisik/gedung, gudang, penampilan karyawan, dan lain sebagainya.

2)Keandalan (*Reliability*)

Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan cepat, tepat, akurat, dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan nasabah yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua nasabah, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

3) Daya tanggap (*Responsiveness*)

Yaitu berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para nasabah dan merespons permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara tepat.

4) Jaminan (*Assurance*)

Yaitu perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan nasabah terhadap perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para nasabahnya.

5) Empati (*Emphaty*).

Yaitu perusahaan memahami masalah para nasabahnya dan bertindak demi kepentingan nasabah, serta memberikan perhatian personal kepada para nasabah dan memiliki jam operasi yang nyaman selain itu *emphaty* disebut sebagai bentuk kemampuan dalam memberikan perhatian individual atau pribadikepada para nasabah dengan adil tanpa membedakan status sosial (Nurjanah.W, 2013).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan dilakukan sesuai dengan tempat yang telah ditetapkan sesuai dengan lokasinya. Lokasi penelitian yang dipilih oleh penulis dalam penelitian ini yaitu berada di Bank Syariah di Kabupaten Banjarnegara. Jenis penelitian kuantitatif kausal untuk penelitian yang menghubungkan antara sebab dan akibat atau hubungan antar variabel dalam penelitian. Sehingga peneliti mampu untuk mengidentifikasi semua fakta atau peristiwa tersebut sebagai variabel yang dipengaruhi (*variable dependen*) yaitu tingkat kepuasan (Variabel Y). selanjutnya melakukan penyelidikan terhadap variabel-variabel yang mempengaruhi (*variable independen*) yaitu kualitas pelayanan (Variabel X) meliputi: Bukti fisik, Keandalan, Daya tanggap, Jaminan dan Empati

a. Populasi dan Sampel

Populasi yang akan ditetapkan dalam proses penelitian ini merupakan pengunjung Bank Syariah Kantor Cabang Banjarnegara dengan menggunakan teknik sampling quota sebanyak 70 responden.

b. Tehnik Pengumpulan Data

Observasi yaitu proses mengamati secara langsung di lapangan dengan tujuan untuk memperoleh informasi atau data dari penelitian bisa berupa subyek atau obyek.

Wawancara yaitu proses mengumpulkan data melalui bertatap muka sekaligus mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada pihak-pihak yang berkompeten yang menyangkut hal-hal yang menjadi sasaran penelitian.

Studi Pustaka adalah proses mengumpulkan data melalui literature, bahan kuliah, karya ilmiah, dan referensi lain yang mendukung serta berkaitan langsung dengan masalah yang diteliti.

Kuesioner, adalah lembar yang berisi beberapa pertanyaan yang sesuai dengan hal-hal yang akan diteliti. Metodenya mendatangi responden dengan media pertanyaan-pertanyaan yang bersifat tertulis.

Setelah data terkumpul kemudian dianalisis korelasi dan determinasi diolah menggunakan program *SPSS for Windows*(Singgih.S, 2007).

c. Teknik Analisis Data

Sebelum diuji hipotesis korelasi sebagai

prasyarat analisis, uji validitas dan uji reliabilitas merupakan alat ukur yang diterapkan. Selanjutnya melakukan uji hipotesis dan penentuan koefisien determinasi.

- Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen (Arikunto, 2002).

digunakan rumus korelasi product moment dengan angka kasar

- Uji Reliabilitas

Reliabilitas atau keterandalan suatu instrumen sebagai alat ukur dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana kebenaran alat ukur cocok digunakan sebagai alat ukur untuk mengukur sesuatu (Arikunto, 2002). digunakan rumus Alpha dari Cronbach Instrumen dikatakan reliabel jika koefisien Alpha > 0,6. Sebaliknya jika kurang dari 0,6 maka tidak reliabel atau handal.

- Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui seberapa besar dampak dari masing-masing variabel secara parsial pada variabel dependen.

Langkah-langkah pengujiannya adalah:

- Menentukan formulasi hipotesis nihil dan hipotesis alternatif
- $H_0 : \beta_1 = 0$, (tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen).
- $H_1 : \beta_1 \neq 0$, (ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen).
- Menentukan taraf signifikansi, yaitu ($\alpha = 0,05$).
- Untuk menentukan kuat atau lemahnya koefisien korelasi (r) atau arti harga nilai r akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai r yang dikemukakan oleh Riduwan (2005) sebagai berikut :

Tabel 1. Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r

Koefisien Korelasi	Tafsiran
0,80 - 1,000	Sangat Kuat
0,60 - 0,799	Kuat
0,40 - 0,599	Cukup Kuat
0,20 - 0,399	Rendah
0,00 - 0,199	Sangat Rendah

- Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan proporsi hubungan antara y dengan x. Nilai koefisien determinasi adalah diantara 0 (nol) dan 1 (satu). Nilai R^2 yang kecil berarti ke-

mampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 (satu) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen.

Rumus Koefisien Determinasi (R^2) adalah (Djarwanto PS, 2000)

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

R^2 = Koefisien R^2 Determinasi
 N = Banyaknya sampel

4. DATA DAN PEMBAHASAN

A. Hasil dan Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini, adalah dengan melakukan pengujian instrumen uji validitas dan reliabilitas.

- Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel Tangibel (X_1) terdiri dari 5 item pertanyaan. Validitas diujinya dengan menggunakan teknik *one shot methods* yang tekniknya dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai $r_{tabel} = 0,229$ dan dari ke 5 item pertanyaan semuanya dengan hasil valid karena r_{item} nilainya lebih besar dari nilai r_{tabel} .

Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas variabel Tangibel

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,884	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1.1	17,84	3,613	,855	,827
x1.2	17,87	4,085	,686	,867
x1.3	17,90	3,888	,744	,854
x1.4	17,97	3,883	,709	,862
x1.5	18,01	3,753	,636	,884

Variabel Reliability (X_2) terdiri dari 5 item pertanyaan. Validitas ujinya dengan menggunakan teknik *one shot methods* yang tekniknya dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai $r_{tabel} = 0,229$ dan dari ke 5 item pertanyaan semuanya dengan hasil valid karena r_{item} nilainya lebih besar dari nilai r_{tabel} .

Tabel 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas variabel Reliability

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,846	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x2.1	17,53	4,108	,731	,793
x2.2	17,51	3,877	,621	,832
x2.3	17,34	4,345	,719	,799
x2.4	17,49	4,601	,557	,838
x2.5	17,44	4,453	,685	,808

Variabel Responsiveness (X_3) terdiri dari 5 item pertanyaan. Validitas ujinya dengan menggunakan teknik *one shot methods* yang tekniknya dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai $r_{tabel} = 0,229$ dan dari ke 5 item pertanyaan semuanya dengan hasil valid karena r_{item} nilainya lebih besar dari nilai r_{tabel} .

Tabel 4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitasvariabel Responsiveness

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,895	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x3.1	17,89	4,016	,654	,893
x3.2	17,79	3,649	,878	,842
x3.3	17,80	3,728	,788	,862
x3.4	17,81	3,864	,809	,859
x3.5	17,86	4,269	,599	,902

Variabel Assurance (X_4) terdiri dari 5 item pertanyaan. Validitas ujinya dengan menggunakan teknik *one shot methods* yang tekniknya dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai $r_{tabel} = 0,229$ dan dari ke 5 item pertanyaan semuanya dengan hasil valid karena r_{item} nilainya lebih besar dari nilai r_{tabel} .

Tabel 5. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitasvariabel Assurance

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,881	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x4.1	17,73	3,650	,758	,846
x4.2	17,87	3,447	,654	,878
x4.3	17,84	3,700	,747	,849
x4.4	17,77	3,860	,688	,862
x4.5	17,76	3,723	,767	,845

Variabel Emphaty (X_5) terdiri dari 5 item pertanyaan. Validitas ujinya dengan menggunakan teknik *one shot methods* yang tekniknya dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai $r_{tabel} = 0,229$ dan dari ke 5 item pertanyaan semuanya dengan hasil valid karena r_{item} nilainya lebih besar dari nilai r_{tabel} .

Tabel 6. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitasvariabel Emphaty

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,872	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x5.1	17,77	3,628	,520	,892
x5.2	17,71	3,366	,774	,825
x5.3	17,76	3,491	,756	,831
x5.4	17,76	3,549	,721	,839
x5.5	17,80	3,351	,752	,831

Variabel Kepuasan (Y_1) terdiri dari 5 item pertanyaan. Validitas ujinya dengan menggunakan teknik *one shot methods* yang tekniknya dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai $r_{tabel} = 0,229$ dan dari ke 5 item pertanyaan semuanya dengan hasil valid karena r_{item} nilainya lebih besar dari nilai r_{tabel} .

Tabel 7. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitasvariabel Kepuasan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,863	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x6.1	17,81	3,313	,763	,814
x6.2	17,83	3,304	,722	,824
x6.3	17,83	3,361	,648	,844
x6.4	17,91	3,500	,669	,838
x6.5	17,87	3,650	,617	,850

Hasil dari tabel 2-7 di atas memperlihatkan bahwa pengujian reliabilitas koefisien (r) alpha hitung ke semua variabel-

nya lebih besar dibandingkan dengan kriteria yang dipersyaratkan sebesar 0,6, hal ini memperlihatkan bahwa semua pertanyaan dari seluruh variabelnya reliabel.

Tabel 8. Hasil uji reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Kriteria	Ket
Tangibel	0,884	Alpha	Reliabel
Reliability	0,846	Cronbach	Reliabel
Resposiveness	0,895	> 0,60	Reliabel
Assurance	0,881	maka	Reliabel
Emphaty	0,872	reliabel	Reliabel
Kepuasan	0,863		Reliabel

Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa, koefisien (r) alpha hitung ke semua variabelnya lebih besar dibandingkan dengan kriteria yang dipersyaratkan sebesar 0,6 sehingga dikatakan dapat dipergunakan untuk mengumpulkan data dan dapat juga mengukur secara terus menerus.

Selanjutnya untuk membuktikan ada hubungan hubungan antar variabel (*correlations*) atau tidak dilakukan uji hipotesis korelasi. Adapun hasil uji dapat disajikan dalam tabel 9 berikut:

Tabel 9. Hasil Uji Korelasi

	Tangibles	Reliability	Responsiveness	Assurance	Emphaty	Kepuasan
Tangibles	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 .000 70	.824** .000 70	.816** .000 70	.809** .000 70	.905** .000 70
Reliability	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.872** .000 70	1 .000 70	.770** .000 70	.741** .000 70	.863** .000 70
Responsiveness	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.824** .000 70	.770** .000 70	1 .000 70	.765** .000 70	.885** .000 70
Assurance	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.816** .000 70	.813** .000 70	.750** .000 70	1 .000 70	.776** .000 70
Emphaty	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.809** .000 70	.741** .000 70	.775** .000 70	.776** .000 70	1 .000 70
Kepuasan	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.905** .000 70	.863** .000 70	.885** .000 70	.897** .000 70	.835** .000 70

Berdasarkan tabel 9 dapat diketahui hubungan antar variabel sebagai berikut:

Korelasi antara variabel tangibel dengan kepuasan menunjukkan angka korelasi sebesar 0,905 dengan nilai pengaruh sebesar 0,000 > 0,05 yang berarti bahwa variabel tangibel mempunyai hubungan yang signifikan dengan kepuasan.

Korelasi antara variabel reliability dengan kepuasan menunjukkan angka korelasi sebesar 0,863 dengan nilai pengaruh sebesar 0,000 < 0,05 yang berarti bahwa kepuasan berpengaruh terhadap kepuasan.

Korelasi antara variabel responsiveness dengan kepuasan menunjukkan angka korelasi sebesar 0,885 dengan nilai pengaruh sebesar 0,000 < 0,05 yang berarti bahwa reliability berpengaruh terhadap kepuasan.

Korelasi antara variabel assurance dengan kepuasan menunjukkan angka korelasi sebesar 0,897 dengan nilai pengaruh sebesar 0,000 < 0,05 yang berarti bahwa assurance berpengaruh terhadap loyalitas.

Korelasi antara variabel emphaty dengan kepuasan menunjukkan angka korelasi sebesar 0,835 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 yang berarti bahwa emphaty berpengaruh terhadap kepuasan.

Hasil korelasi yang dimaksud meliputi: kesesuaian biaya dengan manfaat yang berarti harga yang dikeluarkan membawa hasil atau sesuatu yang akan diterima. Kesesuaian antara pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Kantor Cabang Banjarnegara dengan yang dijanjikan, kepuasan terhadap produk Bank Syariah yang ditawarkan kepada nasabah (anggota) seperti: tabungan (simpanan), deposito serta kredit, dan Kepuasan tingkat tinggi bisa diartikan bahwa penilaian mengenai kepuasan secara umum berhubungan dengan adanya kesesuaian antara harapan dan kinerja dari Bank Syariah Kantor Cabang Banjarnegara dengan para nasabahnya. Berdasarkan hasil korelasi dan determinasi variable dapat disajikan dalam tabel 10 berikut:

Tabel 10. Hasil Kesimpulan Analisis Jalur

No	Arah Hubungan	Determinasi (R ²)	Korelasi	
			r	Sig
1.	X ₁ ke Y ₁	82%	0.905	0,05
2.	X ₂ ke Y ₁	74%	0.863	0,05
3.	X ₃ ke Y ₁	78%	0,885	0,05
4.	X ₄ ke Y ₁	80%	0.897	0,05
5.	X ₅ ke Y ₁	70%	0.835	0,05

Berdasarkan tabel 10 menunjukkan tingkat kepuasan berbeda dari masing-masing faktor, ternyata faktor pengaruh terbesar dipengaruhi oleh tangible atau bukti fisik. Beberapa alasan yang menjadikan tangible mempunyai rating teratas diantara yang lain yaitu dengan bukti fisik yang memadai baik sarana prasarana, peralatan, fasilitas yang memadai, sikap pelayanan yang baik dan fisik lain dapat memberikan efek kepuasan bagi nasabah. Semakin bagus bukti fisik yang ditampilkan kepada nasabah semakin besar tingkat kepuasannya, hal ini diperkuat oleh Suryo Maruto (2011) tangible dengan jumlah determinasi sebagai faktor penentu hubungan sebesar 82% bukti fisik menyumbangkan pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

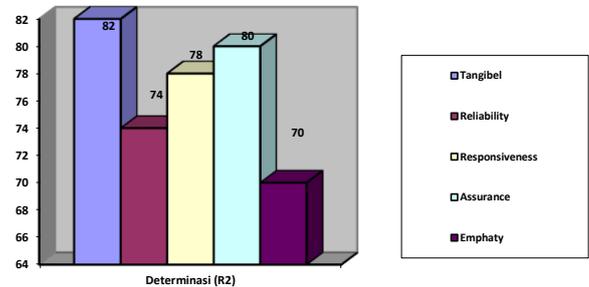
Assurance (jaminan) memberikan harapan besar bagi nasabah untuk masa yang akan datang, jaminan yang menguntungkan nasabah selalu jadi rujukan kemana nasabah harus bermitra dengan bank. Jaminan memberikan kepercayaan dan ketidakraguan nasabah. Jaminan yang menjanjikan dan menguntungkan kedua belah pihak sangat menentukan tingkat kepuasan. Koefisien determinasi sebesar 80% jaminan bank mempengaruhi kepuasan nasabahnya.

Daya tanggap sebesar 78% lebih rendah dibandingkan variable jaminan. Daya tanggap mentikberatkan pada seberapa cepatnya nasabah merespon program yang ditawarkan oleh bank. Selanjutnya koefisien determinasi variabel Keandalan 74% mempunyai tingkat dibawahnya sebagai suplemen tambahan nasabah terhadap tingkat kepuasannya, kepercayaan nasabah telah cukup dengan bukti fisik dan jaminan sebagai modal nasabah dalam bermitra, tetapi bukan berarti daya tanggap dan keandalan tidak penting. Faktanya tidak akan mungkin respon cepat nasabah dan daya tanggap bagus jika pelayanan tidak maksimal.

Variable terendah dalam kualitas pelayanan pada empathy sebesar 70% saja yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Empathy lebih bersifatterhadap bentuk perhatian kepada kebutuhan nasabah tanpa membedakan status sosial. Sebagian besar nasabah tidak mepedulikan hal ini. Karena bermitra ke bank manapun lebih berorientasi material dan keuntungan bukan hanya sekedar perhatian. Sehingga dirasa kurang penting jika dibandingkan dengan variable penentu yang lain. Bukan berarti tidak boleh dikesampingkan, eksistensi bank sangat perlu diperhatikan segala sesuatunya demi keberlangsungan pengelolaan bank untuk kepuasan nasabah. Bank syariah harus mampu memberikan pelayanan yang ideal dan berkualitas. Tidak terkecuali empathy yang bagus. Budaya masyarakat dengan memiliki empathy sudah tertanam alami bukan tujuan utama dalam dunia perbankan karena lebih berorientasi finansial.

Melalui pendekatan SERVQUAL ini sangat penting untuk menindaklanjuti ke ranah yang lebih luas artinya segala bentuk variable yang mempengaruhi tingkat kepuasa-

san nasabah harus diperhatikan untuk menjaga eksistensi dan perkembangan bank itu sendiri. Berdasarkan hasil uji determinasi sebagai bentuk penentu perbedaan kontribusi hubungan antar variable dapat disajikan dalam gambar 1 berikut:



Gambar 1. Determinasi Tingkat Kepuasan

Berdasarkan gambar 1 menunjukkan hasil perbedaan determinasi. Kesamaan antara harapan konsumen dengan apa yang diterimanya layanan. Tjiptono (2005) Kualitas akan mendorong khususnya dari bank kepada para nasabahnya sebagai dasar dari jalinan ikata yang saling menguntungkan. Dengan maksud bahwa bank harus mampu memahami akan harapan dan kebutuhan setiap nasabahnya. Bank Syariah harus mampu untuk meningkatkan kepuasan nasabah melalui tangible atau bukti fisik terlebih dahulu untuk memberikan kepercayaan terhadap peralatan, fasilitas, sikap pelayanan yang dimunculkan seperti tersenyum, sopan santun, ramah dan terbuka. Dilanjutkan dengan variable Assurance, Responsiveness, Reliability dan yang paling tidak dominan pada Bank Syariah adalah empathy. Terdapat beberapa alasan empathy tidak dominan dalam hubungannya dengan tingkat kepuasan. berdasarkan hasil wawancara kepada nasabah bahwa empathy dalam dunia perbankan bukan tujuan utama para nasabah bermitra namun lebih bersifat financial baik jaminan ataupun keuntungan melalui kepercayaan tangible bukan mementingkan masalah sosial atau ego perasaan nasabah melalui empathy pelayanan yang tinggi. Namun bukan berarti tidak dibutuhkan empathy pelayanan dalam Bank namun kecukupan dan standarisasi pelayanan bank syariah sudah terpenuhi.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Terdapat pengaruh positif antara tingkat kepuasan dengan kualitas pelayanan melalui pendekatan SEVQUAL. Terdapat perbedaan pada masing-masing faktor yang mempengaruhinya. Jumlah determinasi sebagai faktor penentu paling dominan oleh variable Tangible (bukti fisik) mempunyai faktor hubungan terbesar dalam tingkat kepuasan nasabah melalui pendekatan SEVQUAL yaitu sebesar 82% kategori baik, selanjutnya assurance (jaminan) sebesar 80% kategori baik berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah. selanjutnya Responsive sebesar 78% kategori cukup, reliability 74% kategori cukup dan faktor pengaruh terendah adalah empathy sebesar 70% kategori cukup.

Berdasarkan hasil determinasi (R^2) menunjukkan bahwa untuk mendapatkan kepuasan nasabah berawal dari tangible yang tidak meragukan, harus meyakinkan agar menumbuhkan kepercayaan nasabah. Tingkat kepuasan nasabah tidak selalu membutuhkan empathy tinggi, karena dalam dunia keuangan tidak mementingkan nonfinancial yang tinggi namun lebih ke financial dan keuntungan nasabah, selanjutnya empathy sebagai bentuk dari hubungan yang baik yang sudah seharusnya dilakukan kepada para nasabahnya, hal ini sudah menjadi budaya masyarakat.

Saran

Sebaiknya untuk meningkatkan Empati dapat melalui langkah-langkah sebagai berikut: pihak bank agar memahami masalah para nasabah (anggota), melakukan tindakan-tindakan untuk memenuhi kepentingan nasabah (anggota), yang berkonsentrasi pada perhatian khusus ke personal masing-masing nasabah (anggota), memberikan kesempatan yang lebih dalam waktu pelayanan operasional yang menyenangkan dan menentramkan bagi nasabah (anggota).

6. DAFTAR PUSTAKA

- Hasan. Ali. 2010. *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Kotler, Philip and Garry Armstrong. 2008. *Principle of Marketing, Prentice Hall Internasional. Inc* : New Jersey
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management, Millenium Edition*, Prentice Hall Internasional. Inc : New Jersey

Suliyanto. 2011."Ekonometrika Terapan (Teori dan Aplikasi) dengan SPSS".

Suryo Maruto. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Nasabah pada KSP Prima Dinar Ngadiluwih. Skripsi. Program Studi Manajemen. Universitas Sebelas Maret Surakarta. Tidak dipublikasikan.

Nurjanah, W. 2013. Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kinerja Pelayanan Bmt Amanah Ummah Kartasura (tinjauan etika bisnis islam). Skripsi. Program Studi Muamalah. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Tidak dipublikasikan.

Zethaml, A, Valeri and Marry Jo Bitner. 2000. *Service Marketing*, Mc. Grow Hill: New Jersey