

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BPR SYARIAH RINJANI BATU

Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in BPR Syariah Rinjani Batu

Priskila Agatha Cristie

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya Malang

Jl. MT. Haryono 165 Malang 65145

E-mail: priskilaagatha7@gmail.com

ABSTRAK

Kondisi persaingan antar perusahaan, kemajuan teknologi dan tahapan perekonomian dapat mendorong terjadinya pengembangan kualitas pelayanan khususnya. Pada sisi penawaran, banyak perusahaan yang menawarkan produk sejenis dengan sedikit sekali atau bahkan tidak ada sama sekali perbedaan diantara produk-produk tersebut. Adanya kemajuan teknologi menyebabkan kondisi persaingan semakin ketat, karena setiap perusahaan berlomba melakukan inovasi secara berkelanjutan. Pada waktu yang bersamaan, pemasaran dihadapkan oleh kondisi masyarakat yang semakin makmur secara ekonomi, sehingga masyarakat cenderung menuntut tawaran-tawaran yang berkualitas. Salah satu faktor yang perlu mendapatkan perhatian dari pihak perusahaan agar dapat memenangkan persaingan yang dihadapi adalah mengetahui dan memahami dengan baik kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Memahami perilaku konsumen bukanlah hal yang mudah, karena banyak variabel yang berpengaruh dan variabel tersebut saling berhubungan antara satu dengan yang lainnya. Salah satu variabel psikologis yang mendasari keputusan konsumen dalam membeli adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan pada dasarnya diukur atau dinilai dari bermacam-macam persepsi sehingga setiap calon konsumen dan pelanggan mempunyai persepsi yang bervariasi untuk menilai suatu pelayanan itu baik atau buruk. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan memberikan kuesioner pada nasabah BPR terutama yang berdomisili di wilayah Batu. Secara spesifik, variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang mencakup bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*), sedangkan variabel terikatnya kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*). Penelitian deskriptif dilakukan dengan menggunakan uji regresi linier berganda dan diolah menggunakan perangkat lunak SPSS. Penelitian ini menemukan bahwa variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara parsial berpengaruh signifikan dengan kepuasan nasabah, namun variabel bukti fisik secara parsial tidak berpengaruh signifikan dengan kepuasan nasabah. Secara simultan semua variabel dari kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dengan kepuasan nasabah, dan secara dominan variabel bebas dari kualitas pelayanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah adalah variabel empati.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati

ABSTRAC

Conditions of competition between firms, technological advancement and economic phases can lead to the development of service quality in particular. On the supply side, many companies that offer similar products with little or no difference at all between these products. The advancement of technology led to increasingly fierce competition conditions, because every company racing to sustainable innovation. At the same time, marketing conditions faced by an increasingly affluent society economically, so people tend to demand quality bids. One factor that needs to get the attention of the company in order to win the competition faced is to know and understand well the needs and desires of consumers. Understanding consumer behavior is not easy, because many variables and these variables interact with each other. One of the psychological variables that underlie consumer decision to purchase is the quality of services provided by the company. Quality of service is essentially measured or assessed from a variety of perceptions that each prospective consumers and customers have varying perceptions to judge a good or bad service. The data used in this study is primary data collected by questionnaire at BPR, especially those residing in the territory of Stone. Specifically, the independent variable in this study is the quality of services that include physical evidence (tangible), reliability (reliability), responsiveness (responsiveness), guarantee (assurance), and empathy (empathy), while the dependent variable of customer satisfaction (Customer Satisfaction) . Descriptive study conducted using multiple linear regression and analyzed using SPSS software. This study found that the variable reliability, responsiveness, assurance, and empathy are partially significant with customer satisfaction, but the physical evidence is partially variable had no significant effect to the customer satisfaction. Simultaneously all the variables have a significant effect on the quality of service with customer satisfaction, and the dominant independent variables of the most influential service quality on customer satisfaction is a variable of empathy.

Keywords: *Quality of Service, Physical Evidence, Reliability, Responsiveness, Assurance and Empathy*

PENDAHULUAN

Persaingan antar bank di Indonesia memunculkan era baru perbankan. Era baru yang dimaksud adalah era yang dinamis di mana tingkat persaingan bisnis antar perusahaan semakin ketat baik di pasar domestik maupun pasar internasional, khususnya persaingan bisnis antar jasa layanan bank. Banyaknya bank menyebabkan persaingan dalam industri perbankan semakin ketat. Dalam mempersiapkan diri menghadapi persaingan tersebut, maka bank-bank harus jeli dalam melihat peluang pasar serta keinginan dan kebutuhan dari nasabah. Bank yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan jasa berkualitas dengan biaya yang lebih murah,

dan pelayanan yang lebih baik dan dapat memuaskan kebutuhan nasabah sehingga timbul loyalitas. Dalam industri jasa, kualitas pelayanan adalah faktor yang sangat penting karena merupakan suatu *Profit Strategy* untuk memikat lebih banyak pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang ada, menghindari berpindahnya pelanggan dan menciptakan keunggulan khusus.

Salah satu faktor yang perlu mendapatkan perhatian dari pihak perbankan agar dapat memenangkan persaingan yang dihadapi adalah mengetahui dan memahami dengan baik kebutuhan dan keinginan nasabah. Memahami perilaku nasabah bukanlah hal yang mudah, karena banyak variabel yang berpengaruh dan variabel tersebut saling berhubungan antara satu

dengan yang lainnya. Salah satu variabel psikologis yang mendasari keputusan konsumen dalam membeli adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan pada dasarnya diukur atau dinilai dari bermacam-macam persepsi sehingga setiap calon konsumen dan pelanggan mempunyai persepsi yang bervariasi untuk menilai suatu pelayanan itu baik atau buruk.

Penelitian ini difokuskan pada kualitas pelayanan pada BPR Syariah Rinjani Batu yang merupakan salah satu bank swasta yang berdiri tahun 2002 dan sampai saat ini telah tumbuh dan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat luas, hal tersebut ditunjukkan dengan setiap tahunnya nasabah yang memakai jasa kredit pada BPR. Syariah Rinjani Batu mengalami peningkatan yang nyata. Peningkatan yang nyata tersebut dipengaruhi oleh kualitas pelayanan untuk memuaskan pelanggan. Kualitas pelayanan bisa dilihat dari segi *Tangibles* (tampilan fisik layanan), *Empathy* (kemampuan Bank memahami keinginan pelanggan), *Responsiveness* (ketanggapan dalam membantu dan memberi pelayanan yang cepat), *Reliability* (kemampuan mewujudkan janji), *Assurance* (jaminan layanan). (Lovelock, 2005:98). Sedangkan kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang layanan yang akan diterimanya (harapan) dengan karakteristik operasi pokok dari layanan kinerja, namun kenyataan yang dihadapi tidak sesuai dengan harapan nasabah BPR. Syariah Rinjani Batu.

Syariah BPR Syariah Rinjani Batu berfokus untuk melayani Usaha Mikro dan Kecil yang menginginkan proses mudah, pelayanan cepat dan persyaratan ringan. BPR Syariah memiliki petugas yang berfungsi sebagai armada antar jemput setoran dan penarikan tabungan/deposito termasuk setoran angsuran pembiayaan. Pelayanan ini sangat relevan dengan kebutuhan masyarakat UMK yang cenderung tidak bisa meninggalkan usaha kesehariannya di pasar/toko/rumah. Keberadaan BPR Syariah

Rinjani Batu yang beroperasi dengan sistem syariah di Indonesia, sesuai dengan aturan hukum yang mengacu pada Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998 dan Peraturan Bank Indonesia (PBI), sangat membantu masyarakat kecil menengah untuk memperoleh pinjaman dana sebagai modal usaha.

Prinsip syariah dalam BPR Syariah diberlakukan untuk transaksi pendanaan (tabungan dan deposito) maupun pembiayaan (pinjaman). BPR Syariah mengelola dana masyarakat dengan sistem bagi hasil. Dengan sistem bagi hasil, masyarakat penyimpan dana akan mendapatkan bagi hasil secara fluktuasi karena sangat bergantung kepada pendapatan yang diperoleh BPR Syariah. Untuk itu, perlu disepakati nisbah (porsi) di awal transaksi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Variabel yang diamati dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel. Terdapat lima variabel bebas (X) yaitu *Tangibles* (tampilan fisik layanan), *Empathy* (kemampuan Bank memahami keinginan pelanggan), *Responsiveness* (ketanggapan dalam membantu dan memberi pelayanan yang cepat), *Reliability* (kemampuan mewujudkan janji), *Assurance* (jaminan layanan). Sedangkan terdapat satu variabel terikat (Y) yaitu kepuasan nasabah.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah nasabah dari BPR Syariah Rinjani Batu, maka populasi dalam penelitian ini dapat digolongkan ke dalam populasi tak terbatas. Menurut Sugiyono (2002) populasi tak terbatas diartikan sebagai sumber data yang tidak dapat ditentukan batas-batasnya, sehingga dapat dinyatakan dalam bentuk jumlah secara kuantitatif. Dalam keadaan seperti ini jumlahnya tidak

dapat dihitung sehingga hanya menggambarkan suatu kelompok obyek secara kualitas dengan karakteristik yang bersifat umum. Dengan kata lain, jenis penelitian ini merupakan penelitian survey evaluasi formatif.

Besarnya populasi tidak diketahui secara pasti dan peluang atau kesempatan bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel tidak sama, sehingga metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *non random sampling*, teknik *Purposive sampling*. *Purposive sampling (judgement sampling)* dimana peneliti secara sadar memilih sampel penelitian yang dianggap paling sesuai untuk dilibatkan dalam penelitian. *Purposive sampling* umumnya tepat digunakan pada penelitian-penelitian yang memiliki ukuran sampel relatif kecil. Pada ukuran sampel yang kecil, penentuan sampel secara teliti dengan *purposive sampling* bisa jadi lebih baik dalam merepresentasikan keseluruhan responden potensial dalam populasi. Sampel yang diperoleh melalui teknik pengambilan sampel ini yaitu nasabah bank BPR Syariah Rinjani Batu.

Penentuan ukuran sampel penelitian ini mengacu pada pedoman yang dikemukakan oleh Roscoe (1975) dalam Sekaran (2006) bahwa dalam penelitian *multivaritate* (termasuk analisis regresi berganda), ukuran sampel sebaiknya minimal 10 kali dari jumlah variabel dalam studi dan maksimal sebesar 500. Berdasarkan pedoman yang dikemukakan tersebut, maka ukuran sampel minimal sebanyak 10×6 variabel = 60 responden. Namun, dengan pertimbangan agar tingkat keterwakilan populasi semakin tinggi, maka peneliti menetapkan jumlah responden sebanyak 140 orang (14 indikator $\times 10 = 140$). Penelitian ini dilakukan pada nasabah BPR Syariah Rinjani Batu dengan jumlah total sebesar 140 responden. Responden sebanyak 140 dianggap telah mampu memenuhi tingkat keterwakilan populasi karena jumlah minimal dari sampel sebesar 30 dan maksimal 500 sampel dalam kebanyakan penelitian.

Pengumpulan data diperoleh melalui angket (*kuesioner*) yang disebarikan kepada nasabah BPR Syariah Rinjani Batu. Angket (*kuesioner*) ini terdiri dari dua bagian. Bagian pertama merupakan pertanyaan untuk mengetahui demografi/profil responden. Bagian kedua merupakan pertanyaan mengenai poin-poin kualitas pelayanan pada BPR Syariah Rinjani Batu. Uji instrumen dilakukan untuk menguji validitas dan reabilitas *kuesioner* yang akan digunakan dalam penelitian sehingga dapat diketahui sampai sejauh mana *kuesioner* dapat menjadi alat pengukur yang valid dan reliabel dalam mengukur suatu gejala yang ada.

Model penelitian yang digunakan adalah analisis regresi berganda, analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel terikat kepuasan nasabah dihubungkan dengan dua atau lebih variabel bebas (X) kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangibles* (tampilan fisik layanan), *Empathy* (kemampuan Bank memahami keinginan pelanggan), *Responsiveness* (ketanggapan dalam membantu dan memberi pelayanan yang cepat), *Reliability* (kemampuan mewujudkan janji), *Assurance* (jaminan layanan). Persamaan regresi berganda yang akan dianalisis dalam penelitian ini adalah:

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

Dimana:

Y : Kepuasan Nasabah

X₁ : Bukti Fisik

X₂ : Keandalan

X₃ : Daya Tanggap

X₄ : Jaminan

X₅ : Empati

b₁–b₅ : Koefisien regresi parsial

Dalam menggunakan analisis regresi berganda, perlu dilakukan uji asumsi klasik terhadap model regresi (Imam Ghazali, 2005). Tiga uji asumsi klasik dilakukan dalam penelitian ini dengan signifikansi 0,05, yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolonieritas. Uji autokorelasi tidak dilakukan dalam penelitian ini karena

data penelitian ini tidak berupa *time series*. Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji determinasi, uji t (uji parsial) serta uji f (uji simultan).

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Hasil uji kualitas instrumen menunjukkan bahwa seluruh data memiliki koefisien korelasi yang positif, nilai signifikan di bawah 0,05, nilai *r* Hitung atau nilai *Alpha Pearson Correlation* berada di atas 0,3 serta memiliki nilai koefisien *Alpha Cronbach* lebih besar dari 0,6 sehingga dapat dikatakan instrumen pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini sudah valid dan reliabel. Sedangkan pada hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa semua data memiliki asumsi normalitas galat telah terpenuhi, tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, serta asumsi tidak terjadi multikolonieritas telah terpenuhi, sehingga analisis regresi dapat dilakukan atau dilanjutkan.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan nasabah pada BPR Syariah Rinjani Batu.

Dalam *standardized regression*, ukuran variabel atau ukuran jawabannya telah disamakan. Hasil perhitungan analisis regresi di atas dapat diformulasikan dalam bentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,081X_1 + 0,235X_2 + 0,217X_3 + 0,149X_4 + 0,649X_5$$

Dimana:

Y = Kepuasan Nasabah PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Rinjani Batu

X₁ = Variabel Bukti Fisik

X₂ = Variabel Kehandalan

X₃ = Variabel Daya Tanggap

X₄ = Variabel Jaminan

X₅ = Variabel Empati

Interpretasi model:

b₁ = Koefisien regresi variabel bukti fisik (X₁) sebesar 0,081 memiliki tanda positif, hal tersebut menunjukkan bahwa variabel bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) namun mempunyai hubungan yang searah. Jadi, jika variabel bukti fisik (X₁), ini ditingkatkan maka kepuasan nasabah akan meningkat, begitu pula sebaliknya.

b₂ = Koefisien regresi variabel kehandalan (X₂) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) sebesar 0,235 memiliki tanda positif hal ini menunjukkan bahwa variabel kehandalan (X₂) dan kepuasan nasabah (Y) mempunyai sifat hubungan yang searah. Jadi, jika variabel kehandalan (X₂), ini ditingkatkan maka kepuasan nasabah akan meningkat, begitu pula sebaliknya.

b₃ = Koefisien regresi variabel daya tanggap (X₃) yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) sebesar 0,217 memiliki tanda positif, hal ini menunjukkan bahwa variabel daya tanggap (X₃) dan kepuasan nasabah (Y) mempunyai sifat hubungan yang searah. Jadi, jika variabel daya tanggap (X₃) ini ditingkatkan maka kepuasan nasabah akan meningkat, begitu pula sebaliknya.

b₄ = Koefisien regresi variabel jaminan (X₄) yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) sebesar 0,149 memiliki tanda positif, hal ini menunjukkan bahwa variabel jaminan (X₄) dan kepuasan nasabah (Y) mempunyai sifat hubungan yang searah. Jadi, jika variabel jaminan (X₄) ini ditingkatkan maka kepuasan nasabah akan meningkat, begitu pula sebaliknya.

b₅ = Koefisien regresi variabel empati (X₅) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) sebesar 0,649 memiliki tanda positif, hal ini

menunjukkan bahwa variabel empati (X_5) dan kepuasan nasabah (Y) mempunyai sifat hubungan yang searah. Jadi, jika variabel empati (X_5) ini ditingkatkan maka kepuasan nasabah akan meningkat, begitu pula sebaliknya.

Berdasarkan persamaan dapat diketahui bahwa variabel bebas yang paling berpengaruh adalah variabel empati dengan koefisien 0,649 dan yang berpengaruh paling rendah adalah variabel bukti fisik dengan koefisien 0,081.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.315	.583		3.973	.000
Bukti Fisik	.047	.064	.081	.748	.456
Kehandalan	.035	.065	.235	2.211	.029
Daya Tanggap	.114	.046	.217	2.498	.014
Jaminan	.111	.043	.149	2.557	.012
Empati	.495	.060	.649	8.257	.000

Model Summary^b

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.869 ^a	.756	.747	.44970

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	83.873	5	16.775	82.948	.000 ^a
Residual	27.099	134	.202		
Total	110.971	139			

Melalui tabel diatas hasil uji t (uji parsial) dapat disimpulkan bahwa Variabel bukti fisik (X_1), mempunyai nilai t_{hitung} sebesar $0,748 < t_{tabel}$ 1,968 dengan tingkat signifikansi 0,456. Artinya bahwa secara parsial (individual) variabel bukti fisik (X_1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) bila variabel bebas lain tetap nilainya. Sedangkan variabel kehandalan (X_2), mempunyai nilai t_{hitung} sebesar $2,211 > t_{tabel}$ 1,968 dengan tingkat signifikansi 0,029 maka artinya bahwa secara parsial (individual) variabel kehandalan (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) bila variabel bebas lain tetap nilainya. Kemudian variabel daya tanggap (X_3), mempunyai nilai t_{hitung} sebesar $2,498 > t_{tabel}$ 1,968 dengan tingkat signifikansi 0,014 maka artinya bahwa secara

parsial (individual) variabel daya tanggap (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) bila variabel bebas lain tetap nilainya. Variabel jaminan (X_4), mempunyai nilai t_{hitung} sebesar $2,557 > t_{tabel}$ 1,968 dengan tingkat signifikansi 0,012 maka artinya bahwa secara parsial (individual) variabel kehandalan (X_4) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) bila variabel bebas lain tetap nilainya. Dan terakhir variabel empati (X_5), mempunyai nilai t_{hitung} sebesar $8,257 > t_{tabel}$ 1,968 dengan tingkat signifikansi 0,000 maka artinya bahwa secara parsial (individual) variabel jaminan (X_5) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) bila variabel bebas lain tetap nilainya.

Hasil perhitungan pada tabel diatas diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,756. Hal ini menunjukkan variasi kualitas pelayanan yang meliputi *Tangibles* (tampilan fisik layanan), *Empathy* (kemampuan Bank memahami keinginan pelanggan), *Responsiveness* (ketanggapan dalam membantu dan memberi pelayanan yang cepat), *Reliability* (kemampuan mewujudkan janji), *Assurance* (jaminan layanan) mampu menjelaskan variasi loyalitas pelanggan (*Customer Loyalty*) sebesar 75,6%. Sedangkan sisanya sebesar 24,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model lainnya.

Melalui uji ANOVA atau *F-test* pada tabel diatas, dapat dilihat nilai F_{hitung} menunjukkan nilai sebesar 82,948 dengan signifikansi $F = 0,000$. Karena tingkat kesalahan prediksi yang dihasilkan lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ atau 5% ($0,000 < 0,05$). Hal ini berarti H_a diterima dan H_o ditolak, yaitu bahwa secara simultan atau bersama-sama bukti fisik (X_1), kehandalan (X_2), daya tanggap (X_3) jaminan (X_4), empati (X_5) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Artinya jika keseluruhan variabel bukti fisik (X_1), kehandalan (X_2), daya tanggap (X_3) jaminan (X_4), empati (X_5) bertambah maka kepuasan nasabah juga naik.

Berdasarkan pada hasil uji dominan, dapat diketahui bahwa dari penelitian ini diketahui bahwa hipotesis awal yang menyatakan bahwa variabel *bukti fisik* (X_1), memiliki pengaruh yang dominan terhadap kepuasan nasabah tidak terbukti. Karena variabel empati (X_5) memiliki koefisien regresi paling besar yaitu 0,649. Artinya, variabel empati (X_5) merupakan variabel dari kualitas pelayanan yang paling mempengaruhi kepuasan konsumen. Sedangkan variabel bukti fisik (X_1) memiliki koefisien regresi paling rendah yaitu 0,081. Artinya, variabel bukti fisik (X_1) merupakan variabel dari kualitas pelayanan yang paling rendah pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen.

Hasil pengujian hipotesis yang pertama menunjukkan bahwa variabel X_1 bukti fisik (*tangible*), X_2 kehandalan (*reliability*), X_3 daya tanggap (*responsiveness*), X_4 jaminan (*assurance*), dan X_5 empati (*emphaty*) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BPR Syariah Rinjani Batu. Kelima variabel independen yang terdapat dalam kualitas pelayanan secara bersama-sama terbukti efektif mempengaruhi kepuasan nasabah BPR. Hal tersebut dikarenakan kualitas pelayanan yang diberikan oleh BPR didukung dengan keberadaan ruangan bank yang bersih dan nyaman, tempat parkir yang luas dan nyaman serta penampilan karyawan yang rapi. Selain itu kemampuan pegawai BPR dalam membantu nasabah dan memberikan pelayanan yang cepat tanggap turut mempengaruhi kepuasan nasabah saat bertransaksi. Kemampuan BPR untuk menjamin keamanan dana nasabah serta sikap BPR yang profesional dalam memberikan pelayanan juga ikut mempengaruhi kepuasan nasabah.

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif signifikan secara parsial dari variabel X_2 kehandalan (*reliability*), X_3 daya tanggap (*responsiveness*), X_4 jaminan (*assurance*), dan X_5 empati (*emphaty*) terhadap variabel Y pada kepuasan nasabah pada BPR Syariah Rinjani Batu. Namun variabel X_1 bukti fisik (*tangible*) tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel Y kepuasan nasabah pada Bank BPR Syariah Rinjani Batu. Untuk memenuhi kebutuhan dalam mengajukan pinjaman pada BPR, nasabah seringkali tidak menganggap penting adanya bukti fisik dari BPR Syariah Rinjani Batu. Sehingga bukti fisik bagi responden BPR Syariah Rinjani Batu tidak efektif dalam mempengaruhi kepuasan nasabah. Hal tersebut berbanding terbalik dengan anggapan nasabah BPR Rinjani Batu bahwa kehandalan BPR dalam memberikan pelayanan, ketepatan dan kecepatan dalam menanggapi setiap masalah yang diajukan

oleh nasabah, jaminan keamanan dana nasabah, serta sikap profesional yang ditunjukkan karyawan BPR Syariah Rinjani Batu sangat mempengaruhi kepuasan nasabah dalam bertransaksi. Keadaan ini menunjukkan bahwa BPR Syariah Rinjani Batu dapat meningkatkan kepuasan nasabah dengan lebih menekankan pada variabel X_2 kehandalan (*reliability*), X_3 daya tanggap (*responsiveness*), X_4 jaminan (*assurance*), dan X_5 empati (*emphaty*), sedangkan variabel X_1 bukti fisik (*tangible*) belum mampu mempengaruhi kepuasan nasabah pada BPR Syariah Rinjani Batu secara efektif.

Hasil pengujian hipotesis ketiga tentang uji dominan bertujuan untuk mengetahui variabel kualitas pelayanan (X) manakah yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah BPR Syariah Rinjani Batu. Variabel bebas yang dominan atau variabel apa yang paling menentukan dalam mempengaruhi variabel terikat apabila memiliki koefisien beta terbesar. Berdasarkan tabel dapat dilihat dari nilai koefisien pada besarnya nilai Beta (*Standartdized Coefficients*), yaitu variabel empati (*Emphaty*) (X_5) mempunyai pengaruh dominan sebesar 0,649. Maka dari itu, variabel empati adalah variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah pada BPR Syariah Rinjani Batu (Y). Sehingga sebaiknya BPR Syariah Rinjani Batu meningkatkan kinerja karyawan yang handal serta berwawasan luas agar dapat memperkuat image kualitas pelayanan BPR Syariah Rinjani Batu. Sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan kredibilitas dan menciptakan kepercayaan nasabah pada BPR Syariah Rinjani Batu.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh dari variabel yang terdapat pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*),

dan empati (*emphaty*) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BPR Syariah Rinjani Batu.

2. Adanya pengaruh positif signifikan secara parsial dari variabel kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) terhadap kepuasan nasabah pada BPR Syariah Rinjani Batu. Namun variabel bukti fisik (*tangible*) belum terdapat pengaruh positif signifikan secara parsial terhadap variabel Y kepuasan nasabah pada BPR Syariah Rinjani Batu.
3. Variabel bebas yang dominan atau variabel yang paling menentukan dalam mempengaruhi variabel terikat terdapat pada variabel empati (*Emphaty*). Variabel empati adalah variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah pada BPR Syariah Rinjani Batu (Y).

Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan diatas maka peneliti dapat memberikan beberapa saran untuk BPR Syariah Rinjani Batu, antara lain:

1. Peningkatan kualitas pelayanan meliputi: ketepatan dalam menghitung uang, keamanan jaminan uang nasabah dan keamanan lahan parkir bagi nasabah, tanggung jawab bank terhadap setiap keluhan nasabah, kelengkapan sarana dan prasarana, kemudahan dalam memberikan pinjaman kepada nasabah, kedisiplinan, kesopanan serta keramahan, pegawai bank demi terciptanya kenyamanan bagi nasabah.
2. Perlunya BPR Syariah Rinjani Batu memberikan kemudahan dalam pelayanan kepada nasabah dan ditingkatkan dengan cara memberikan pelatihan secara umum (*training*) kepada karyawan mengenai cara-cara dalam menangani masalah yang dihadapi oleh nasabah.
3. Meningkatkan daya tanggap BPR Syariah Rinjani Batu dalam memberikan

- pelayanan dengan cepat dan tepat, kesediaan dan ketanggapan karyawan dalam menyelesaikan masalah, kemudahan BPR Syariah Rinjani Batu dihubungi lewat telepon, perlu dipertahankan dan ditingkatkan.
4. Pihak BPR Syariah Rinjani Batu harus mampu memperlihatkan kinerja karyawan yang handal serta berwawasan luas, dimana hal ini dapat memperkuat kualitas pelayanan BPR Syariah Rinjani Batu.
 5. Memberikan perhatian secara pribadi kepada nasabah ketika melakukan transaksi, meningkatkan kinerja karyawan yang handal serta berwawasan luas agar dapat memperkuat image kualitas pelayanan BPR Syariah Rinjani Batu. Sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan kredibilitas dan menciptakan kepercayaan nasabah pada BPR Syariah Rinjani Batu.

Saran untuk penelitian mendatang yang dapat diberikan oleh peneliti antara lain :

1. Perlunya dilakukan penelitian lanjutan dengan menggunakan sampel yang lebih besar dan menambah beberapa variabel atau obyek penelitian yang memiliki perbedaan dalam hal karakteristik organisasi, karakteristik pekerjaan maupun karakteristik individu.
2. Penelitian mendatang hendaknya mampu mengembangkan model penelitian yang dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan sumber daya manusia, budaya organisasi yang solid, dan kepemimpinan yang efektif sehingga dapat menambah khasanah keilmuan manajemen.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari, 2004, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan Keenam, Alfabeta, Bandung.

Arikunto S, 2006, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Ed Revisi VI, Penerbit PT Rineka Cipta, Jakarta.

Azwar, S., 1998, *Reliabilitas dan Validitas*, Penerbit: Sigma Alpha, Yogyakarta.

Basu Swastha, 2000, *Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*, Jakarta : Liberty.

Chang, S.T, dan Chen.S.M, 2009, *Automatic Clustering and Multiple Regression Techniques. Expert System with Applications*.

Furchan. A.2004, *Pengantar Penelitian dalam Pendidikan*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Ghozali, Imam, 2007, *Model Persamaan Struktural*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Gujarati, Damodar, 1995, *Ekonometrika Dasar*, Penerbit Erlangga, Jakarta.

Irawan, et. Al., 2006, *10 Prinsip Kepuasan Nasabah*, cetakan kelima, Penerbit : Elex Media Komputindo, Jakarta.

Kasmir, 2000, *Manajemen Perbankan*, Edisi Enam, Jakarta : Raja Grafindo Persada.

Kasmir, 2004, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: Edisi Revisi, Rajawali Pers.

Kotler, Phili, 2000, *Marketing Management, New Jersey: The Millennium*.

Kotler, Philip, 2001, *Marketing Management*, Prentice Hall, Inc.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2001, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi Ke Sembilan, INDEKS.

Lovelock Christopher H & Wright Lauren K, 2005, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Penerbit PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.

Lupiyoadi, Rambat, 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa dan Praktik*, Jakarta : Salemba Empat.

Lupiyoadi Rambat, et al, 2008, *Manajemen Pemasaran Jasa*, PT. Salemba Empat, Jakarta.

Mowen, John C. dan Minor Michael, 2002, *Perilaku Konsumen. Jilid 2. (alih bahasa Dwi Kartini Yahya)*, Edisi Kelima, Penerbit Erlangga, Jakarta.

Parasuraman, A., Zeithamal, V.A., and Berry, L.L., 1990, *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service*

- quality*. Journal of retailing, volume 64, number 1, Spring.
- Santoso, Amir, 1993, *Analisis Kebijakan Publik: Suatu Pengantar*, Jakarta: Gramedia.
- Santoso, Singgih, 2001, *Mengolah Data Statistik Secara Profesional*, PT. Alex Media Komputindo. Jakarta.
- Sekaran, U, 2006, *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*, ed 4, Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono, 2002, *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Ketujuh, Penerbit: CV. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2005, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: ALFABET.
- Sukmadinata, 2006, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Rosdakarya.
- Susilo, Y Sri, 1999, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Suyatno, Thomas, dkk., 1996, *Dasar-dasar Perkreditan (Edisi Ketiga)*, STIE Peerbanas dan PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Stanton, William J, 2006, *Dasar – dasar Manajemen*, Jakarta: Mandar Maju.
- Roscoe, J.T. 1975. *Fundamental Research Statistic for The Behavior Sciencess*. (2nd, ed), Holt, Rinehart and Winston. New York.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa. Banyumedia*. Malang.

www.ekonomi.tvone.co.id/berita, diakses pada 7 Februari 2013