

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUASAN NASABAH DALAM PELAYANAN DI BANK
MUAMALAT KCP PONOROGO**

SKRIPSI



Oleh :

ANI PRIYANA YULIAWATI
210815012

Pembimbing :

IKA SUSILAWATI, SE., M.M.
NIP. 197906142009012005

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

2019

ABSTRAK

Yuliawati, Ani Priyana, 2019. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Pelayanan di Bank Muamalat KCP Ponorogo. Skripsi.* Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Program Sarjana S-1. Pembimbing Ika Susilawati, MM.

Kata Kunci: *Tangible, Reliability, Responsiviness, Assurance, Emphaty*

Di era modern seperti saat ini, perkembangan perbankan syariah dapat dikatakan semakin meningkat dengan banyaknya kantor perbankan syariah yang berdiri, menjadikan masyarakat akan dihadapkan pada banyak pilihan terhadap pelayanan yang ditawarkan oleh bank syariah. Pelayanan yang berkualitas tinggi sangatlah dipentingkan bagi nasabah. Karena kualitas pelayanan adalah bagian terpenting bagi produk-produk bank dan pelayanan bank juga sangat mudah diterapkan. Dengan demikian persaingan akan selalu dipengaruhi oleh kemampuan bank dalam memberikan pelayanan terbaik dibandingkan pesaingnya. Kualitas layanan menjadi salah satu kunci dalam keberhasilan bisnis. Apabila nasabah diberikan layanan yang baik maka nasabah akan merasa puas dalam pelayanan yang mereka berikan.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam pelayanan di Bank Muamalat KCP Ponorogo, Faktor yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah dalam pelayanan di Bank Muamalat KCP Ponorogo. Adapun penelitian yang digunakan penulis ialah penelitian kuantitatif. Populasi berjumlah 5.089, yang dijadikan sampel berjumlah 100. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner (angket), sedangkan analisis data untuk rumusan masalah menggunakan analisis faktor.

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan peneliti dapat disimpulkan bahwa: Terdapat dua faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam pelayanan di Bank Muamalat KCP Ponorogo yaitu faktor pertama faktor kepercayaan dan fasilitas, sedangkan faktor kedua faktor daya tanggap dan jaminan. Faktor pertama terdiri dari keteguhan pada janji, kesopanan, fasilitas fisik, kemampuan karyawan dalam memberikan layanan, kemampuan untuk memenuhi janji layanan yang sudah disampaikan kepada nasabah, materi komunikasi, pengetahuan, menunjukkan pada kemauan dari penyedia layanan untuk membantu nasabah dan personil (pegawai) sedangkan faktor kedua terdiri dari ketepatan, bank dan karyawannya memberikan perhatian secara personal kepada nasabah, menjelaskan tentang produk yang membuat nasabah percaya kepada bank, menunjukkan kepedulian secara personal kepada nasabah dan menyediakan layanan secepat mungkin. Adapun faktor yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah dalam pelayanan di Bank Muamalat KCP Ponorogo yaitu faktor kepercayaan dan fasilitas.

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama saudara:

Nama : Ani Priyana Yuliatwati
NIM : 210815012
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan
Nasabah Dalam Pelayanan Di Bank Muamalat KCP
Ponorogo

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian *munaqasah*.

Ponorogo, 8 Agustus 2019

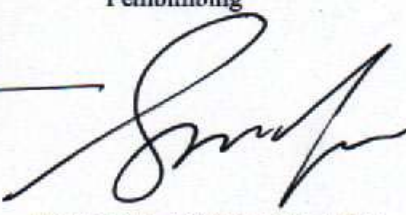
Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah

Menyetujui

Pembimbing


AGUNG ERG PURWANA, SE. MSI
NIP. 197109232000631002


IKA SUSILAWATI, SE., M.M.
NIP. 197906142009012005



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PONOROGO**

PENGESAHAN

Skripsi atas nama saudara:

Nama : Ani Priyana Yuliatwati
NIM : 210815012
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Pelayanan Di Bank Muamalat KCP Ponorogo



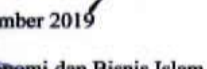
Skripsi ini telah dipertahankan pada sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo pada :

Hari : Selasa
Tanggal : 27 Agustus 2019

Dan telah diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam pada :

Hari : Selasa
Tanggal : 03 September 2019

Tim Penguji:

1. Ketua Sidang : Dr. Hj. Ely Masykuroh, SE, MSI ()
2. Penguji 1 : Agung Eko Purwana, SE, MSI ()
3. Penguji 2 : Ika Susilawati, SE., M.M. ()

Ponorogo, 03 September 2019
Mengesahkan
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Athif Hadi Amaluddin, M.Ag.
NIP. 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ani Priyana Yuliatwati
NIM : 210815012
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Pelayanan Di Bank Muamalat KCP Ponorogo.

Menyatakan bahwa skripsi/thesis yang telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di ethesis.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Ponorogo, 03 September 2019



Ani Priyana Yuliatwati

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ani Priyana Yuliatwati
NIM : 210815012
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan
Nasabah Dalam Pelayanan Di Bank Muamalat KCP
Ponorogo.

Dengan ini, menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil-alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Ponorogo, 8 agustus 2019



ANI PRIYANA YULIAWATI
NIM. 210815107

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.¹ Munculnya perbankan syariah di Indonesia dapat dilihat secara historis yaitu dengan wujudnya pemikiran berbagai kalangan seperti para tokoh masyarakat, ulama, akademisi, praktisi ekonomi, dan dengan dukungan penuh pemerintah pada saat itu dengan lahirnya sebuah bank berbasis syariah pertama di Indonesia. Momentum tersebut adalah sebuah *strating point* dari terintegrasinya sistem ekonomi syariah kedalam sistem perekonomian nasional.²

Dalam Undang-Undang Nomor 21 tentang perbankan syariah hakekatnya di latarbelakangi oleh niatan untuk meningkatkan ketaatan bank syariah terhadap prinsip-prinsip syariah yang dijelaskan dalam Al-Qur'an dan Al hadits. Niatan ini sejalan dengan visi pengembangan perbankan syariah nasional, yaitu terwujudnya sistem perbankan syariah yang sehat, kuat, dan istikomah terhadap prinsip syariah untuk mencapai masyarakat sejahtera secara materi dan spiritual. Dalam rangka kepentingan penyempurnaan tersebut, Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang

¹ Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2009), 61.

² Muammar Arafat Yusmad, *Aspek Hukum Perbankan Syariah Dari Teori Ke Praktik* (Yogyakarta: Budi Utama, 2018), 12

perbankan syariah muncul memberikan pengaturan yang berkaitan dengan kelembagaan dan produk perbankan syariah.³

Perbankan syariah adalah sistem perbankan yang dikembangkan berdasarkan hukum Islam. Usaha pembentukan sistem ini berdasarkan larangan dalam agama Islam untuk menganut maupun meminjam dengan bunga atau yang disebut riba serta larangan investasi untuk usaha yang dikategorikan melanggar hukum Islam (haram).⁴

Banyaknya kantor perbankan syariah yang berdiri, menjadikan masyarakat akan dihadapkan pada banyak pilihan terhadap pelayanan yang ditawarkan oleh bank syariah. Pelayanan yang berkualitas tinggi sangatlah dipentingkan bagi nasabah. Karena kualitas pelayanan adalah bagian terpenting bagi produk-produk bank seperti halnya kredit yang merupakan suatu penawaran yang tidak berbeda dan pelayanan bank juga sangat mudah diterapkan. Dengan demikian persaingan akan selalu dipengaruhi oleh kemampuan bank dalam memberikan pelayanan terbaik dibandingkan pesaingnya.⁵

Berbagai upaya dilakukan perusahaan perbankan untuk tetap bertahan hidup dalam menghadapi persaingan yang sangat ketat dengan perusahaan-perusahaan perbankan lainnya. Salah satu cara yang harus ditempuh

³ Khatibul Umam dan Veri Antoni, *Corporate Action Pembentukan Bank Syariah (Akuisi, Konversi dan Spin Off)* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, tt), 3.

⁴ Ibid., 37.

⁵ Tutik Suryanai, Sri Lestari & Wiwik Lestari, "Analisis Pelayanan Mutu Total Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Usaha Perbankan di Indonesia", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, (Surabaya, 2001), 3.

perusahaan dalam hal ini adalah dengan menentukan strategi yang tepat supaya tetap bertahan hidup di tengah persaingan serta dapat meningkatkan profitabilitasnya. Namun dalam melakukan strateginya, perusahaan akan mengalami suatu kegagalan apabila tanpa didukung baik oleh pihak internal perusahaan itu sendiri maupun pihak luar perusahaan yang dalam hal ini adalah para nasabah yang selalu menuntut kepuasan atas kinerja dari perusahaan perbankan.⁶

Kepuasan nasabah yang diharapkan ditentukan oleh kualitas layanan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi bank. Ada dua hal pokok yang saling berkaitan erat untuk mewujudkan kepuasan nasabah terhadap layanan yaitu keinginan nasabah terhadap kualitas layanan dan persepsi nasabah terhadap kualitas layanan.

Suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan perlu memperhatikan dan tidak boleh mengabaikan kepuasan nasabahnya. Karena kepuasan nasabah adalah hal paling penting untuk mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas. Peningkatan kualitas terhadap pelayanan nasabah merupakan hal yang sangat penting dalam ihtiar meningkatkan kepuasan nasabah. Hal tersebut karena mengetahui peranan nasabah yang sangatlah besar dalam kontribusi pendapatan perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk mendukung eksistensi perusahaan.⁷

⁶ Natalia Ribka L, Silvy Mandey dan Jopie Jorie R, "Analisis Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri Tbk Cabang Bahu Mall Manado", *Jurnal EMBA*, Vol. 3, 3, (2015), 1276.

⁷ Nina Indah Febriana, "Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung" *Jurnal Kualitas Pelayanan*, (Tulungagung, 2016), 146.

Memperbaiki kualitas pelayanan ataupun jasa merupakan tantangan penting bagi perusahaan guna bersaing di pasar global. Perbaikan kualitas pelayanan akan mengurangi biaya dan meningkatkan keunggulan bersaing, bahkan lebih jauh lagi, kualitas pelayanan yang tinggi menciptakan keunggulan bersaing yang tahan lama.

Kualitas layanan menjadi salah satu kunci dalam keberhasilan bisnis. Apabila nasabah diberikan layanan yang baik maka nasabah akan merasa puas dalam pelayanan yang mereka berikan. Kotler dan Keller (2009) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Apabila kenyataan tidak lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan tidak berkualitas. Apabila layanan sesuai dengan apa yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan memuaskan⁸

Perkembangan Perbankan Syariah saat ini dapat dikatakan semakin meningkat, misalnya pada perkembangan total aset, jaringan kantor dan tenaga kerja bank syariah. Hal ini dapat dilihat pada tabel 1.1 bahwa perkembangan total aset, jaringan kantor dan tenaga kerja bank syariah pada tahun 2015-2018 mengalami peningkatan.

⁸ Natalia Ribka L, Silvy Mandey dan Jopie Jorie R, "Analisis Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri Tbk Cabang Bahu Mall Manado", *Jurnal EMBA*, Vol. 3, 3, (2015), 1276.

Tabel 1.1
Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia

PERKEMBANGAN TOTAL ASET, JARINGAN KANTOR DAN TENAGA KERJA BANK SYARIAH - SPS 2018 <i>(Sharia Banking Network)</i>				
INDIKATOR	2015	2016	2017	2018
BANK UMUM SYARIAH				
Total Aset	213.423	254.148	288.027	316.691
Jumlah Bank	12	13	13	14
Jumlah kantor	1.990	1.869	1.825	1.875
- KC	450	473	471	478
- KCP	1.340	1.207	1.176	1.199
- KK	200	189	178	198
ATM	3.571	3.127	2.585	2.791
Jumlah Tenaga Kerja	51.413	51.110	51.068	49.516
UNIT USAHA SYARIAH				
Total Aset	82.839	102.320	136.154	160.636
Jumlah Bank Umum Konvensional Yang Memiliki UUS	22	21	21	20
Jumlah Kantor UUS	311	332	344	354
- KC	138	149	154	153
- KCP	129	135	139	146
- KK	44	48	51	55
ATM	145	132	143	171
Jumlah Tenaga Kerja	4.403	4.487	4.678	4.955
Total Aset BUS dan UUS	296.262	356.504	426.181	477.327
Total Kantor BUS dan UUS	2.301	2.201	2.169	2.229
Total Atm BUS dan UUS	3.716	3.259	2.728	2.962
Total Tenaga Kerja BUS dan UUS	55.816	55.597	55.746	54.471
BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH				
Jumlah Bank	163	166	167	167
Jumlah Kantor	446	453	441	495
Jumlah Tenaga Kerja	5.102	4.372	4.619	4.918

Sumber: Statistik Perbankan Syariah, Desember 2018⁹

⁹ OJK, "Statistik Perbankan Syariah – Desember 2018", "dalam <https://www.ojk.go.id/id/kenal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/pages/statistik-perbankan-syariah---desember-2018.aspx>, (diakses pada tanggal 12 Maret 2018, jam 10.05).

Dari data tersebut telah terbukti bahwa bank syariah secara terus menerus mulai berkembang. Perkembangan bank syariah juga terjadi khususnya pada Bank Muamalat Indonesia dapat dilihat pada tabel 1.2 terkait perkembangan jaringan wilayah operasi.

Tabel 1.2
Perkembangan Jaringan Wilayah Operasi Bank Muamalat Indonesia.

Jenis Kantor/ Offices	2015	2016	2017
Kantor Pusat/ <i>Head Offices</i>	1	1	1
Kantor Cabang / <i>Branch Offices</i>	84	83	83
Kantor Cabang Pembantu / <i>Sub-branch Offices</i>	266	202	152
Kantor Kas / <i>Cash Offices</i>	96	78	43
Kantor Luar Negeri / <i>Overseas Offices</i>	1	1	1
Jumlah Kantor/ <i>Total</i>	446	363	278

Sumber: Laporan Tahunan 2017 *Annual Report*

Berdasarkan data tersebut bahwa Bank Muamalat Indonesia mengotimalisasikan jaringan dengan hadirnya di seluruh Indonesia ditambah dengan jaringan internasional di Malaysia. Sedangkan perkembangan Bank Muamalat Indonesia khususnya pada Kantor Cabang Pembantu di Ponorogo selama tiga tahun terakhir juga mengalami perkembangan pada jumlah nasabah. Dapat dilihat pada tabel 1.3 perkembangan jumlah nasabah tahun 2016-2018 pada bank Muamalat KCP Ponorogo.

Tabel 1.3
Perkembangan Jumlah Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo
Tahun 2016-2018

Jenis Nasabah	Jenis Simpanan	Jumlah Nasabah		
		2016	2017	2018
Nasabah Simpanan	Tabungan	5.542	6.305	4.837
	Giro	88	88	92
	Deposito	140	158	160
Total Jumlah Nasabah		5.770	6.551	5.089

Sumber: Bank Muamalat KCP Ponorogo

Berdasarkan data diatas terlihat bahwa perkembangan jumlah nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo pada tahun 2016-2018 mengalami peningkatan secara keseluruhan, namun di tahun 2018 terdapat penurunan jumlah nasabah pada jenis simpanan tabungan, yang semula di tahun 2017 berjumlah 6.305 nasabah menurun menjadi 4.837 nasabah di tahun 2018. Total jumlah nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo di tahun 2018 mencapai 5.089 nasabah. Jumlah nasabah paling banyak di tahun 2018 yaitu pada jenis nasabah tabungan dengan jumlah 4.837 nasabah sedangkan nasabah giro hanya berjumlah 92 nasabah dan nasabah deposito berjumlah 160 nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat mulai berminat terhadap perbankan syariah khususnya pada Bank Muamalat KCP Ponorogo. Akan tetapi informasi atau bahkan pemahaman masyarakat Ponorogo terkait perbankan syariah masih rendah. Dan sebagian masyarakat telah terbiasa dengan sistem konvensional dan memiliki *image* bahwa

pelayanan bank konvensional lebih baik dari bank syariah. Disisi lain Bank Muamalat KCP Ponorogo selalu berupaya memahami keinginan dan kebutuhan nasabahnya dengan meningkatkan kualitas pelayanan sehingga mampu menciptakan kepuasan kepada nasabahnya. Bank Muamalat KCP Ponorogo selain memberikan pelayanan pada jam kerja juga memberikan Layanan 24 jam diantaranya, ATM Muamalat, Muamalat Mobile, Internet Banking Muamalat, Cash Management System dan SalaMuamalat. Namun nasabah juga masih mengeluhkan atas pelayanan yang diberikan oleh Bank Muamalat KCP Ponorogo.

Menurut Lupiyoadi terdapat 5 faktor utama yang mempengaruhi kepuasan konsumen, antara lain kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya.¹⁰ Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Menurut Parasurahman, Zeithaml dan Berry ada lima dimensi yang harus dipenuhi dalam pelayanan yaitu, *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*. Dari kelima dimensi pelayanan tersebut terdapat 14 indikator antara lain, fasilitas fisik, personil (pegawai), materi komunikasi, kemampuan untuk memenuhi janji layanan yang sudah disampaikan kepada nasabah, keteguhan pada janji, ketepatan menunjukkan pada kemauan dari penyedia layanan untuk membantu nasabah, menyediakan layanan secepat mungkin pengetahuan, kesopanan, kemampuan karyawan dalam

¹⁰ Rambat. Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Pertama: Teori dan Praktik*. (Jakarta: Salemba Empat. 2001), 158.

memberikan layanan, menjelaskan tentang produk yang membuat nasabah percaya kepada bank. menunjukkan kepedulian secara personal kepada nasabah serta bank dan karyawannya memberikan perhatian secara personal kepada nasabah.¹¹

Berdasarkan teori yang terkait dengan kepuasan, apabila kualitas pelayanan tinggi maka kepuasan juga tinggi, begitu pula sebaliknya apabila kualitas pelayanan rendah maka kepuasan juga rendah.¹² Sebagai observasi awal, peneliti melakukan beberapa wawancara terhadap responden secara acak untuk mengetahui bagaimana pelayanan di bank Muamalat KCP Ponorogo hingga saat ini apakah sudah memberikan kepuasan atau belum bagi nasabah.

Wawancara yang pertama dilakukan dengan salah satu nasabah yang bernama Alfiani Rohimah berpendapat bahwa ia merasa puas dengan pelayanan Bank Muamalat KCP Ponorogo meskipun ketersediaan mesin ATMnya masih sangat minim tidak seperti bank lainnya. Dan ketika akan bertransaksi melalui mesin ATM nasabah harus menempuh jarak yang jauh, selain itu ruang ATM yang kurang terawat dan sering terjadinya kegagalan saat bertransaksi di mesin ATM.¹³ Hal ini bertolak belakang dengan teori dalam buku karya M. Nur Rianto bahwa sarana dan prasarana yang dimiliki haruslah dapat memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, sehingga

¹¹ Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global* (Jakarta: Prenadamedia, 2017), 204.

¹² Christiana Okky, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Jateng Cabang Utama Semarang)", *Skripsi* (Semarang: Universitas Diponegoro Semarang, 2012), 23.

¹³ "Alfiani Rohimah, *Wawancara*, 9 Februari 2019"

nasabah merasa puas atas pelayanan yang diberikan. Misalnya fasilitas ATM yang selalu *online* dan jangkauannya tersebar luas sehingga nasabah tidak perlu repot atau terkena biaya tambahan ketika harus bertransaksi di ATM bank lain.¹⁴

Wawancara yang kedua dilakukan dengan nasabah yang bernama Fitriana, menginformasikan bahwa nasabah merasa puas dengan pelayanan bank. Namun, ketika nasabah menginginkan pelayanan dari *customer service* harus menunggu lama karena petugas *customer service* di bank Muamalat KCP Ponorogo hanya 1 orang.¹⁵ Padahal ciri-ciri pelayanan perbankan yang profesional salah satunya adalah cepat dan waktu pelayanan tidak terlalu lama.¹⁶

Wawancara yang ketiga dengan nasabah yang bernama Bapak Purnomo, menyampaikan bahwa nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan bank meskipun karyawan bank Muamalat KCP Ponorogo dalam menjelaskan produk pembiayaan sulit untuk dipahami dan terlihat ragu-ragu dalam menjelaskannya.¹⁷ Dalam standar pelayanan seharusnya karyawan selalu bersikap optimis, tidak ragu-ragu dalam bertindak, sehingga mampu memberikan layanan yang optimal kepada nasabah.¹⁸

Wawancara yang keempat dengan nasabah yang bernama Ibu Rovi Tri Rahayu, menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan bank Muamalat KCP

¹⁴ Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Jakarta: Alfabet, 2012), 142.

¹⁵ “Fitriani, *Wawancara*, 8 Februari 2019”

¹⁶ Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, 227.

¹⁷ “Purnomo, *Wawancara*, 19 Februari 2019”

¹⁸ Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global Menciptakan Nilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah* (Jakarta: Prenadamedia, 2017), 205.

Ponorogo sudah cukup memuaskan meskipun dalam pelayanan tidak konsisten dengan yang dijanjikan khususnya pada ketepatan jam pelayanan. Sebelumnya diinformasikan bahwa jam buka layanan mulai jam 08.00 tetapi pada saat nasabah datang ke bank ternyata bank belum siap untuk melayani dan disarankan untuk datang kembali pada jam 10.00.¹⁹ Dalam standar layanan seharusnya pegawai disiplin dalam menjalankan tugas. Ketika waktunya melayani, membuat janji, dan menjalankan prosedur kerja karena hal itu mencerminkan profesionalisme dalam bekerja.²⁰

Dari beberapa pendapat nasabah dapat ditarik kesimpulan bahwa permasalahan yang dirasa nasabah dalam pelayanan di Bank Muamalat KCP Ponorogo diantaranya adalah fasilitas mesin ATM yang masih minim, ruang ATM kurang terawat, Terjadinya kegagalan saat bertransaksi, antrian ke *customer service* yang lama, karyawan ragu-ragu dan sulit dimengerti saat menjelaskan produk kepada nasabah dan tidak konsisten terhadap jam pelayanan. Hal tersebut merupakan contoh dari kesenjangan antara kinerja bank dengan harapan nasabah. Tentunya di luar itu masih dimungkinkan ada hal-hal lain pada pelayanan bank yang tidak sesuai dengan harapan nasabah, sehingga perlu diketahui bank hal apa saja yang dikeluhkan nasabah dari pelayanan yang diberikan oleh bank. Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam pelayanan di Bank Muamalat KCP Ponorogo.

¹⁹ “Rofi Tri Rahayu, *Wawancara*, 25 Februari 2017”

²⁰ Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Stategik Bank Di Era Global Menciptakan Nilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah*, 205.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut di atas, maka dalam penelitian ini peneliti merumuskan masalah penelitian ini adalah:

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam pelayanan di Bank Muamalat KCP Ponorogo?
2. Faktor yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah dalam pelayanan di Bank Muamalat KCP Ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas dapat dijelaskan tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam pelayanan di Bank Muamalat KCP Ponorogo
2. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah dalam pelayanan di Bank Muamalat KCP Ponorogo.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah teori dalam bidang ilmu perbankan syariah, sekaligus menambah literatur kepustakaan, khususnya untuk jenis penelitian kuantitatif.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pihak Bank Muamalat KCP Ponorogo

Dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan juga sebagai bahan acuan evaluasi dimasa yang akan datang dan akan diketahui faktor mana yang paling dominan dari faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam pelayanan.

b. Bagi nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo

Dapat memberikan wawasan baru bagi nasabah mengenai kualitas pelayanan pada bank serta mampu menggunakan informasi tersebut agar lebih selektif dalam melakukan pemakaian layanan.

E. Sistematika Penulisan

Agar penelitian ini bisa disajikan secara sistematis, maka peneliti menyusunnya ke dalam lima bab yang berkelanjutan dan berhubungan satu sama lain. Karena pada dasarnya ke-lima bab ini adalah satu kesatuan pembahasan yang utuh. Sebelum bab pertama akan dicantumkan dan diuraikan tentang halaman sampul, halaman judul, lembar persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, motto, abstrak, kata pengantar, dan juga daftar isi. Kemudian dilanjutkan:

BAB I : Pada bab ini berisi pendahuluan dan akan mengulas beberapa hal antara lain yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penulisan.

- BAB II :** Berisi mengenai uraian tentang kajian pustaka yang terdiri dari poin-poin penting yaitu deskripsi atau uraian teori dan telaah pustaka, kerangka berfikir dan pengajuan hipotesis. Dalam deskripsi teori, materi-materi yang dipilih, dikumpulkan dan disusun akan digunakan sebagai bahan acuan dalam pembahasan atas topik, yang meliputi pengertian kualitas pelayanan, dan kepuasan nasabah..
- BAB III:** Berisi tentang metode penelitian yang meliputi rancangan penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, populasi, sampel dan teknik sampling, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, metode pengolahan dan analisis data.
- BAB IV:** Berisi mengenai hasil dan pembahasan penelitian yang meliputi hasil pengujian instrumen (validitas dan reliabilitas), hasil pengujian deskripsi, hasil pengujian hipotesis dan pembahasan
- BAB V:** Terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan diberikan sebagai jawaban dari rumusan masalah.

BAB II

TEORI, PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA BERFIKIR DAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori

1. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler kepuasan pelanggan/konsumen yaitu keadaan dimana perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan yang diterima dari kinerja atau hasil suatu produk dengan yang diharapkannya. Apabila kenyataan tidak lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan tidak berkualitas. Apabila layanan sesuai dengan apa yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan memuaskan.¹

Zeithaml dan Bitner menyatakan bahwa secara tradisional pengertian kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan perbedaan antara harapan dan persepsi atau kinerja yang dirasakan. Juran menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan keadaan yang dicapai bila produk sesuai dengan kebutuhan atau harapan konsumen dan bebas dari kekurangan.

Crow et., all menyatakan bahwa kepuasan berasal dari bahasa latin “*satis*”, yang berarti cukup dan sesuatu yang memuaskan secara pasti memenuhi harapan, kebutuhan, atau keinginan, dan tidak menimbulkan keluhan. Menurut Solomon bahwa kepuasan

¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Prenhalindo, 1997), 56.

konsumen adalah suatu perasaan keseluruhan konsumen mengenai produk atau jasa yang telah dibeli oleh konsumen.²

Mowen dan Minor mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Hal ini merupakan penilaian evaluasi pasca pemilihan yang disebabkan oleh seleksi pembelian khusus dan pengalaman menggunakan dan mengkonsumsi barang atau jasa tersebut.³

Engel (1994) mendefinisikan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.⁴

Kepuasan konsumen menjatakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon konsumen terhadap evaluasi kesesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja) dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Variabel utama yang menentukan kepuasan konsumen, yaitu (*expectations*) apa yang diharapkan, (*perceived performance*) pelayanan yang diterima. Apabila

² Donni Jodi Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 197.

³ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 233.

⁴ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 193.

(*perceived performance*) pelayanan yang diterima melebihi (*expectations*) apa yang diharapkan, maka pelanggan akan merasa puas, tetapi apabila sebaliknya maka pelanggan akan merasa tidak puas. Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan *value* (nilai) dari produsen atau penyedia jasa. Nilai ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi.⁵

Begitu juga dengan nasabah pada bank syariah. Nasabah juga akan merasakan puas atas pelayanan yang mereka terima apabila pelayanan tersebut melebihi angan-angan harapan mereka.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan

Lupiyoadi (2001) menyebutkan bahwa terdapat 5 faktor utama yang mempengaruhi kepuasan konsumen, antara lain:

1) Kualitas produk

Konsumen akan puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Montgomery menyatakan bahwa produk dikatakan berkualitas bagi seseorang jika produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya. Kualitas produk ada dua, yaitu eksternal dan internal. Salah satu kualitas produk dari faktor eksternal adalah citra merek.

⁵ Ibid.,194.

2) Kualitas pelayanan

Konsumen akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.

3) Emosional

Konsumen merasa puas ketika seseorang memujinya karena menggunakan merek yang mahal.

4) Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama, tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi

5) Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau yang tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.⁶

Variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Candra adalah:

1) Produk

Layanan produk yang baik dan memenuhi selera serta harapan konsumen. Produk dapat menciptakan kepuasan konsumen.

⁶ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku*, 233.

2) Harga

Harga merupakan bagian yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk tersebut.

3) Promosi

Dasar penelitian promosi yang mengenai informasi produk atau jasa perusahaan dalam usaha mengkomunikasikan manfaat produk dan jasa tersebut pada konsumen sasaran.

4) Lokasi

Tempat merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa lokasi perusahaan dan konsumen.

5) Pelayanan karyawan

Pelayanan yang diberikan karyawan dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam usaha memuaskan konsumen.

6) Fasilitas

Bagian dari atribut yang berupa perantara guna mendukung kelancaran operasional perusahaan yang berhubungan dengan konsumen.

7) Suasana

Suasanan merupakan faktor pendukung, karena apabila perusahaan mengesankan maka konsumen mendapatkan kepuasan tersendiri.⁷

⁷ Donni Jodi Priansa, *Perilaku*, 209-210.

c. Elemen Kepuasan Konsumen

Lima elemen yang menyangkut kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

1) Harapan

Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat proses pembelian dilakukan konsumen berharap bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan dan keyakinan mereka. Barang atau jasa yang sesuai dengan harapan konsumen akan menyebabkan konsumen merasa puas.⁸

2) Kinerja

Pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Ketika kinerja aktual barang atau jasa berhasil maka konsumen akan merasa puas.

3) Perbandingan

Hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut. Konsumen akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual produk.

⁸ Ibid.,

4) Pengalaman

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain.

5) Konfirmasi dan Diskonfirmasi

Konfirmasi atau terkonfirmasi terjadi jika harapan sesuai dengan kinerja aktual produk. Sebaliknya diskonfirmasi atau tidak terkonfirmasi terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktual produk. Konsumen akan merasa puas ketika terjadi konfirmasi atau diskonfirmasi.⁹

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono sebagaimana dikutip oleh Aptaguna dan Pitaloka bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.¹⁰

Kualitas pelayanan adalah semua aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan agar selalu bisa memenuhi harapan konsumen. Kualitas pelayanan bisa diartikan sejauh mana perbedaan antara kenyataan dan harapan yang mereka terima dari sebuah pelayanan.

⁹ Ibid., 211.

¹⁰ Aptaguna dan Pitaloka, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek," *Widyakala*, 3 (Maret 2016), 50-51

Kualitas pelayanan bisa dilihat dengan membandingkan persepsi pelanggan dengan apa yang di dapatkan.¹¹

Kualitas pelayanan dalam redaksi lain mengungkapkan bahwa “untuk memenuhi konsumen tingkat keunggulan yang di harapkan harus ditingkatkan”. Apabila kualitas pelayanan yang dirasa baik dan memuaskan, maka pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan. Jika kualitas pelayanan dirasa ideal, maka pelayanan yang diterima telah melampaui harapan pelanggan. Dan sebaliknya apabila pelayanan yang didapatkan lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dianggap tidak memenuhi apa yang diharapkan.¹²

b. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasurahman, Zeithaml, dan Berry ada lima dimensi layanan yang harus dipenuhi dalam pelayanan, antara lain:

- 1) *Tangible* (Bukti Langsung), yakni fasilitas fisik, personel (pegawai) dan materi komunikasi.
- 2) *Reliability* (Kehandalan), merujuk pada kemampuan untuk memenuhi janji layanan yang sudah disampaikan ke nasabah, keteguhan pada janji, ketepatan.

¹¹Manullang, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan PT. Garuda Indonesia Airlines di Bandara Polonia Medan”, *Thesis-S2, Universitas Sumatra Utara*, 2008, 80

¹²Ibid.,31

- 3) *Responsiveness* (Daya Tanggap), menunjukkan pada kemauan dari penyedia layanan untuk membantu nasabah dan menyediakan layanan secepat mungkin.
- 4) *Assurance* (Jaminan), terkait dengan pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan karyawan dalam memberikan layanan, menjelaskan tentang produk yang membuat nasabah percaya kepada bank.
- 5) *Emphaty* (Empati), meubujukkan kepedulian dan perhatian yang diberikan bank dan karyawannya secara personal kepada nasabah¹³

c. Karakteristik kualitas pelayanan

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini bahwa citra kualitas yang baik bukan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Pelangganlah yang menentukan kualitas atau tidaknya suatu pelayanan jasa. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten. Sejalan dengan pengertian tersebut, dapat dijabarkan karekteristik dari suatu pelayanan sebagai berikut:¹⁴

¹³ Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Stategik Bank di Era Global*, 204.

¹⁴ Ikatan Bankir Indonesia, "*Mengolala Kualitas Layanan perbankan*", (Jakarta : GramediaPustaka Utama, 2014), 75.

- 1) Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- 2) Pelayanan pada kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang bersifat tindakan sosial.
- 3) Kegiatan produksi dan konsumsi dalam pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya terjadi dalam waktu dan tempat bersama.

Karakteristik tersebut dapat diwujudkan sebagai dasar pemberian pelayanan terbaik bagi nasabah. Pengertian lebih luas disampaikan Daviddow dan Uttal bahwa pelayanan merupakan usaha apa saja yang mempertinggi kepuasan pelanggan. Sedangkan pengertian pelayanan prima merupakan terjemahan dari istilah “*serviceexcellent*” yang secara harfiah berarti pelayanan terbaik atau sangat baik. Disebut sangat baik atau terbaik sesuai dengan standart pelayanan yang berlaku atau dimiliki instansi pemberian layanan, dalam konteks ini adalah bank.¹⁵

¹⁵ Ibid.

3. Hubungan Antar Variabel

a. Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah

Menurut Zeithaml dan Bitner (1996:123) berpendapat bahwa kepuasan nasabah lebih dipengaruhi oleh kualitas layanan, kualitas produk, harga, faktor situasi dan faktor manusia.¹⁶

Menurut Wells dan Prensky (1996), bahwa konsumen akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan dari produk dan jasa menyenangkan hati para konsumen. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan sikap konsumen terhadap suatu produk dan jasa sebagai hasil evaluasi konsumen berdasarkan pengalaman konsumen setelah menggunakan sebuah produk dan jasa.¹⁷

Lupiyoadi (2001) menyebutkan bahwa terdapat 5 faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, antara lain: kualitas produk, kualitas pelayanan, emosi, harga, dan biaya.¹⁸

Mittal dan R. Gera (2013) mengungkapkan bahwa nasabah yang tidak puas atas layanan yang diterima akan mudah beralih ke bank yang lain, atau tetap bertahan pada bank namun hanya menjadi nasabah yang tidak aktif. Reaksi lain dari nasabah yang tidak puas atas layanan yang lebih buruk dampaknya bagi bank adalah nasabah menceritakan pengalaman atas kekecewaannya kepada nasabah lain melalui komunikasi dari mulut ke mulut atau menyampaikan

¹⁶ Rachmad Hidayat, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri", 59.

¹⁷ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku*, 233.

¹⁸ *Ibid.*, 229.

ketidak puasannya melalui media sosial. Reaksi ini menjadi promosi negatif yang sangat merugikan bagi bank karena dapat menurunkan citra dan kredibilitas bank.¹⁹

- b. Hubungan *Tangible* (Bukti Langsung) terhadap kepuasan nasabah
- Bukti langsung diartikan sebagai tampilan fisik. Dimensi ini biasanya digunakan perusahaan untuk menaikkan *image* dimata konsumen yang dapat digambarkan dengan kebersihan ruangan, kerapihan berpakaian, dan penataan tempat. Dalam suatu perusahaan jasa, khususnya pada bank, faktor kondisi fisik pada umumnya akan memberikan gambaran bagaimana bank tersebut dapat berpotensi untuk menunjukkan fungsinya sebagai tempat pelayanan perbankan.

Pada umumnya seseorang akan memandang suatu potensi bank tersebut awalnya dari kondisi fisik. Dengan kondisi yang bersih, rapi, dan teratur orang akan menduga bahwa bank tersebut akan melaksanakan fungsinya dengan baik.²⁰

Teori diatas mendukung penelitian yang dilakukan oleh Christiana Okky A bahwa hubungan bukti langsung (*tangible*) dengan kepuasan nasabah adalah semakin baik persepsi pelanggan terhadap bukti langsung (*tangible*) maka kepuasan nasabah akan

¹⁹ Tatik Suryani, *Manajemen*, 193.

²⁰ Christiana Okky, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Jateng Cabang Utama Semarang)", *Skripsi* (Semarang: Universitas Diponegoro Semarang, 2012), 23

semakin tinggi. Dan jika persepsi nasabah terhadap bukti langsung (*tangible*) buruk, maka kepuasan nasabah semakin rendah.²¹

c. Hubungan *Reliability* (Kehandalan) terhadap kepuasan nasabah

Kehandalan adalah kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan dengan akurat dan handal. Dimensi ini berkaitan dengan kemampuan menyediakan pelayanan dengan sikap simpatik, ketepatan waktu pelayanan, profesional dalam melayani nasabah, dan sistem pencatatan yang akurat.²²

Teori diatas mendukung penelitian yang dilakukan oleh Christiana Okky A bahwa hubungan kehandalan (*reliability*) dengan kepuasan nasabah adalah semakin baik persepsi pelanggan terhadap kehandalan (*reliability*) maka kepuasan nasabah akan semakin tinggi. Dan jika persepsi nasabah terhadap kehandalan (*reliability*) buruk, maka kepuasan nasabah akan semakin rendah.²³

d. Hubungan *Responsiveness* (Daya Tanggap) terhadap kepuasan nasabah

Daya tanggap adalah kesedian untuk membantu pelanggandan memberikan dengan segera dan tepat. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan dalam menghadapi permintaan, pernyataan, keluhan serta kesulitan pelanggan. Bank merupakan lokasi yang secara umum merupakan tempat seseorang

²¹ Ibid.

²² Ibid.

²³ Ibid., 24

untuk bertransaksi. Oleh sebab itu penyedia jasa pelayanan perbankan harus mampu menanggapi setiap keluhan nasabah. Dengan demikian daya tanggap yang tinggi dari pihak pengelola bank akan memberikan rasa kepercayaan pada nasabah bahwa mereka akan selalu tertolong.²⁴

Teori diatas mendukung penelitian yang dilakukan oleh Christiana Okky A bahwa hubungan daya tanggap (*responsiveness*) dengan kepuasan nasabah adalah semakin baik persepsi pelanggan terhadap daya tanggap (*responsiveness*) maka kepuasan nasabah akan semakin tinggi. Dan jika persepsi nasabah terhadap daya tanggap (*responsiveness*) buruk, maka kepuasan nasabah akan semakin rendah.²⁵

e. Hubungan *Assurance* (Jaminan) terhadap kepuasan nasabah

Jaminan (*Assurance*) mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, dan bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan. Berkaitan dengan kemampuan karyawan untuk menanamkan kepercayaan kepada pelanggan, sikap sopan dan kemampuan karyawan dalam menjawab pertanyaan pelanggan. Setiap nasabah pada dasarnya ingin diperlakukan secara baik oleh pihak pengelola bank.

Adanya jaminan bahwa nasabah yang datang akan dilayani secara baik oleh pihak pengelola bank, akan memberikan rasa aman

²⁴ Ibid.

²⁵ Ibid., 25

kepada nasabah, sehingga kemantapan pribadi nasabah akan bertambah. Dengan demikian, kepercayaan mereka terhadap bank akan bertambah.²⁶

Teori diatas mendukung penelitian yang dilakukan oleh Christiana Okky A bahwa hubungan jaminan (*assurance*) dengan kepuasan nasabah adalah semakin baik persepsi pelanggan terhadap jaminan (*assurance*) maka kepuasan nasabah akan semakin tinggi. Dan jika persepsi nasabah terhadap jaminan (*assurance*) buruk maka kepuasan nasabahan akan semakin rendah.²⁷

f. Hubungan *Emphaty* (Empati) terhadap kepuasan nasabah

Empati adalah perhatian secara individu yang diberikan oleh penyedia jasa sehingga pelanggan merasa penting, dihargai dan dimengerti oleh perusahaan. Inti dari dimensi ini adalah bagaimana perusahaan meyakinkan pelanggannya bahwa mereka itu adalah unik dan istimewa dan dapat digambarkan dengan perhatian secara personal kebutuhan spesifik dan terhadap keluhan terhadap nasabah dimana pada umumnya nasabah ingin diperlakukan dan diperhatikan secara khusus oleh pihak pengelola bank. Hal ini akan menambah kepercayaan mereka terhadap bank.²⁸

Teori diatas mendukung penelitian yang dilakukan oleh Christiana Okky A bahwa hubungan kepedulian (*empathy*) dengan

²⁶ Ibid.

²⁷ Ibid.

²⁸ Ibid., 26.

kepuasan nasabah adalah semakin baik persepsi pelanggan terhadap kepedulian (*empathy*) maka kepuasan nasabah akan semakin tinggi. Dan jika persepsi nasabah terhadap kepedulian (*empathy*) buruk, maka kepuasan nasabahan semakin rendah.²⁹

B. Penelitian Terdahulu

Skripsi karya M. Taufiq Reza A.F dengan judul “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mega TBK Cabang Makasar”. Hasil penelitian menyimpulkan hasil analisis regresi antara faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah (keunggulan produk, rasa percaya, pelayanan), maka diperoleh hasil koefisien regresi yang positif dan signifikan secara parsial. Hal ini dapat diuji secara parsial antara keunggulan produk dengan kepuasan nasabah dapat dikatakan berpengaruh secara signifikan dan positif, sedangkan rasa percaya dan pelayanan setelah diuji secara parsial dapat dikatakan berpengaruh positif dan signifikan. Variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah adalah pelayanan.³⁰

Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel kepuasan nasabah dan kualitas pelayanan. Sedangkan perbedaannya, penelitian sebelumnya variabel kepuasan nasabah (keunggulan produk, rasa percaya, pelayanan) dan pada penelitian ini peneliti menggunakan variabel kepuasan nasabah fokus pada kualitas

²⁹ Ibid.

³⁰ M. Taufiq Reza A.F, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Mega TBK Cabang Makassar,” *Skripsi* (Makasar: Universitas Hasanuddin, 2012)

pelayanan, pengambilan sampel pada penelitian sebelumnya menggunakan *purposive sampling* sedangkan pada penelitian ini pengambilan sampel menggunakan *probability sampling*. Dan metode analisis yang digunakan pada penelitian sebelumnya adalah analisis regresi linier berganda sedangkan pada penelitian ini menggunakan analisis faktor.

Skripsi karya Feronika Handayani dengan judul “Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Bank (Studi Kasus: Bank BNI Di Kota Bogor)”. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Variabel kualitas pelayanan yang mencakup: keamanan, fasilitas yang diperoleh, lama pelayanan, keramahan, kesigapan dan penampilan petugas, sistem antrian signifikan pada taraf nyata 10% artinya kelima variabel kualitas pelayanan tersebut berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.³¹

Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel kualitas pelayanan dan kepuasan. Sedangkan perbedaannya pada penelitian sebelumnya menggunakan variabel kualitas pelayanan yang mencakup: keamanan, fasilitas yang diperoleh, lama pelayanan, keramahan, kesigapan dan penampilan petugas, sistem antrian sedangkan pada penelitian ini peneliti menggunakan variabel kualitas pelayanan yang mencakup (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*), pengambilan sampel pada penelitian sebelumnya menggunakan *quota*

³¹ Feronika Handayani, “ Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Bank (Studi Kasus: Bank BNI di Kota Bogor),” *Skripsi* (Bogor: IPB, 2006).

sampling sedangkan pada penelitian ini pengambilan sampel menggunakan *probability sampling*. Dan metode analisis yang digunakan pada penelitian sebelumnya adalah analisis regresi logistik sedangkan pada penelitian ini menggunakan analisis faktor.

Skripsi karya Putri Andriani dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi kepuasan Nasabah Pengguna ATM (Studi pada Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta)”. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa variabel *tangibles* (X_1) dan *reliability* (X_2), *responsiveness* (X_3), dan *assurance* (X_4), secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM. Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial dapat diketahui bahwa *tangibles* (X_1), *reliability* (X_2), tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM. Sedangkan variabel *responsiveness* (X_3), dan *assurance* (X_4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM.³²

Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Perbedaannya pada penelitian sebelumnya menggunakan kualitas pelayanan lebih fokus pada ATM sedangkan pada penelitian ini mencakup kualitas pelayanan secara keseluruhan. Pada penelitian sebelumnya pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* sedangkan pada penelitian ini pengambilan sampel menggunakan *probability sampling*. Dan metode

³² Putri Andriani, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Pengguna ATM (Studi pada Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta),” *Skripsi* (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2015).

analisis yang digunakan pada penelitian sebelumnya adalah analisis regresi berganda sedangkan pada penelitian ini menggunakan analisis faktor.

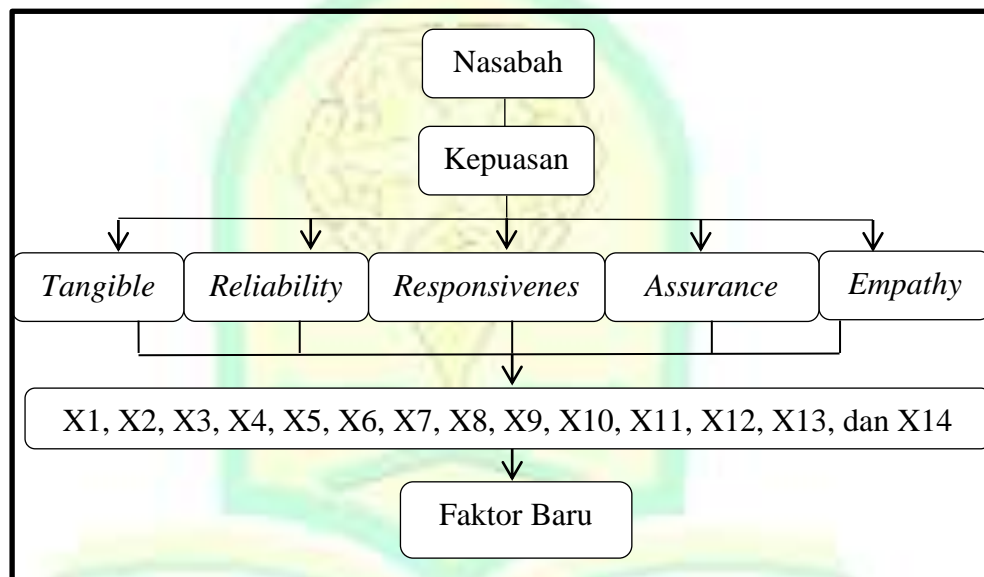
Sikap atau posisi penelitian terhadap penelitian sebelumnya. Penelitian yang dilakukan ini bukanlah penelitian yang pertama, namun sudah ada penelitian terkait dengan judul analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Misalnya yang dilakukan oleh M. Taufiq Reza, Feronika Handayani dan Putri Andriani. Ketiga penelitian tersebut dalam metode analisis data sama-sama menggunakan analisis regresi, sedangkan pada penelitian ini metode analisis data yang digunakan adalah analisis faktor.

C. Kerangka Berfikir

Kerangka pemikiran merupakan alur yang akan peneliti lakukan sebagai dasar penelitian. Pada penelitian ini peneliti menggunakan kerangka berfikir yang berawal dari nasabah. Nasabah dapat didefinisikan sebagai orang atau badan yang mempunyai rekening, baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang bisa berhubungan dengan bank atau menjadi pelanggan bank. Nasabah akan tetap menjadi pelanggan bank apabila harapan mereka terpenuhi atau nasabah merasa puas dengan apa yang ia terima. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah kualitas pelayanan. Bank akan selalu berorientasi terhadap kepuasan nasabah dalam memberikan pelayanan yang terbaik melalui dimensi kualitas pelayanan yang meliputi: *tangible*,

reliability, responsiveness, assurance dan *emphaty*. Dari dimensi tersebut memiliki 14 indikaor yang akan diopersvasi sehingga dapat di ketahui apa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam pelayanan di Bank Muamalat KCP Ponorogo. Adapun alur kerangka berpikir dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2.1

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.



D. Hipotesis Penelitian.

Menurut Sugiyono (2009) hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat

dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.³³

Berdasarkan uraian kerangka pemikiran dan hasil kajian empiris di atas, maka peneliti mengajukan beberapa hipotesis dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Menurut Wells dan Prensky (1996), bahwa konsumen akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan dari produk dan jasa menyenangkan hati para konsumen. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan sikap konsumen terhadap suatu produk dan jasa sebagai hasil evaluasi konsumen berdasarkan pengalaman konsumen setelah menggunakan sebuah produk dan jasa. Dan menurut Parasurahman, Zeithaml, dan Berry ada lima dimensi layanan yang harus dipenuhi dalam pelayanan, antara lain: *tangible* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (Jaminan), *emphaty* (empati). Penelitian Putu Ari Nugraha menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelayanan adalah faktor bukti fisik (*tangible*), faktor keandalan (*reliability*), faktor empati (*emphaty*), faktor ketanggapan (*responsiveness*) dan faktor jaminan (*asurance*). Jadi, hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₁ : Terdapat minimal 1 faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam pelayanan di Bank Muamalat KCP Ponorogo.

³³Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 64.

H_0 : Tidak ada faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam pelayanan di Bank Muamalat KCP Ponorogo.

2. Penelitian Putu Ari Nugraha menyatakan bahwa faktor yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelayanan adalah bukti fisik (*tangible*). Lupiyoadi (2001) menyebutkan bahwa terdapat 5 faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, antara lain: kualitas produk, kualitas pelayanan, emosi, harga, dan biaya. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas pelayanan. Dikutip dari buku Nur Rianto Al Arif menjelaskan bahwa ada lima faktor dominan penentu kualitas jasa, antara lain: *tangible* (bukti langsung), *emphaty* (empati), *responsiveness* (daya tanggap), *reliability* (kehandalan), *assurance* (Jaminan), Jadi, hipotesis pada penelitian ini adalah:

H_2 : Terdapat minimal 1 faktor yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah dalam pelayanan di Bank Muamalat KCP Ponorogo.

H_0 : Tidak ada faktor yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah dalam pelayanan di Bank Muamalat KCP Ponorogo.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Metode penelitian adalah suatu cara dari sekian cara yang pernah ditempuh dalam mencari kebenaran. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan desain analisis faktor dengan pendekatan kuantitatif. Dimana penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan struktur hubungan diantara banyak variabel dalam bentuk faktor atau variabel laten atau bentukan.¹

Dalam rancangan penelitian ini penulis menggunakan lima variabel. Adapun variabel pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.² Dalam penelitian ini, terdapat variabel asal yang diantaranya kualitas pelayanan: *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*..

Untuk mempermudah dalam mengolah dan menganalisis data, maka dalam variabel asal menggunakan simbol X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , dan X_5 , yang mewakili *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*. Dari kelima variabel asal tersebut memiliki 14 indikator yang akan lakukan proses analisis faktor.

¹ Imam Gunawan, *Pengantar Statistika Inferensial* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 286

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabet, 2012), 38.

B. Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional

Tabel 3.1
Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional

Variabel Penelitian	Indikator	Item	Sumber
Kualitas pelayanan (X)			
<i>Tangible</i> (X ₁)	1. Fasilitas fisik 2. Personil (pegawai) 3. Materi komunikasi	1,2,3,4, 5,6	Tatik Suryani, Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global, 204.
<i>Reliability</i> (X ₂)	4. Kemampuan untuk memenuhi janji layanan yang sudah disampaikan kepada nasabah 5. Keteguhan pada janji 6. Ketepatan	7,8,9,10, 11,12	
<i>Responsiveness</i> (X ₃)	7. Menunjukkan pada kemauan dari penyedia layanan untuk membantu nasabah 8. Menyediakan layanan secepat mungkin	13,14, 15,16	
<i>Assurance</i> (X ₄)	9. Pengetahuan 10. Kesopanan 11. Kemampuan karyawan dalam memberikan layanan 12. Menjelaskan tentang produk yang membuat nasabah percaya kepada bank.	17,18,19, 20,21,22, 23,24,25, 26, 27,28	

<i>Emphaty</i> (X ₅)	13. Menunjukkan kepedulian secara personal kepada nasabah. 14. bank dan karyawannya memberikan perhatian secara personal kepada nasabah.		
----------------------------------	---	--	--

Sumber: Tatik Suryani, manajemen pemasaran.

Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam pelayanan serta untuk mempermudah pengambilan kesimpulan dari tanggapan nasabah yang diperoleh dalam pembagian kuesioner, maka digunakan skala *likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Terdapat lima pilihan dalam skala Likert sebagai berikut :³

Tabel 3.2
Alternatif Jawaban dengan Skala *Likert*

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju	
Setuju	5
Ragu-Ragu	4
Tidak Setuju	3
Sangat Tidak Setuju	2
	1

Sumber: Sugiyono, Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, dan R&D

³ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, dan R&D , 93.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah kumpulan (keseluruhan) unsur atau individu tertentu yang memiliki karakteristik di dalam suatu penelitian. Karakteristik disini ditafsirkan sebagai sifat-sifat yang ingin diketahui atau diamati pada suatu penelitian dan keadaannya senantiasa berubah-ubah. Dalam penelitian, istilah karakteristik biasa juga disebut sebagai variabel atau peubah.⁴ Populasi dirumuskan sebagai semua anggota sekelompok orang kejadian atau objek yang telah dirumuskan secara jelas. Atau kelompok lebih besar yang menjadi sasaran generalisasi.⁵ Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah seluruh nasabah yang menggunakan produk bank Muamalat KCP Ponorogo dengan jumlah populasi 5.089 nasabah.

2. Sample dan Teknik Sampling

Sampel adalah kumpulan dari unsur atau individu yang merupakan bagian dari populasi. Pengambilan sampel dilakukan karena adanya keterbatasan dana, waktu dan tenaga yang dimiliki oleh peneliti, biasanya pada penelitian dengan jumlah populasi besar.⁶ Karena jumlah responden dalam populasi ini tergolong besar, maka perlu adanya penarikan sampel. Sampel dipilih dari sebagian populasi yang

⁴ Andhita Dessy Wulandari, *Statistika Parametric* (Ponorogo: STAIN Po PRESS,T.Th.), 8.

⁵ Tukiran Taniredja dan Hidayati Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif: Sebuah Pengantar* (Bandung: Alfabeta, 2014), 33

⁶ Andhita Dessy Wulansari, *Aplikasi Statistika*, 9.

krakteristiknya hendak diteliti yang jumlahnya lebih sedikit dari populasi serta dianggap mampu mewakili keseluruhan dari populasi.⁷ Adapun teknik pengambilan sampel menurut Slovin sebagaimana dikutip dari Danang Sunyoto dapat dilihat sebagai berikut:⁸

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

keterangan:

- n : banyak sampel
 N : banyak populasi
 e : persentase kesalahan yang diinginkan atau ditolerir.

Menurut Suharsimi Arikunto, apabila objek dari penelitian kurang dari 100, maka lebih baik objek dari penelitian tersebut diambil semua sehingga penelitian yang dilakukan merupakan penelitian populasi. Dan jika objek dari penelitian lebih dari 100, maka dapat diambil antara 10% - 15% atau 20% - 25%.⁹ Berdasarkan teori tersebut, peneliti mempertimbang eror sejumlah 10%, maka diperoleh jumlah sampel penelitian sebagai berikut:

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

$$n = \frac{5.089}{1 + 5.089 (0,1)^2} = \frac{5.089}{1 + 50,89} = \frac{5.089}{51.89} = 98$$

Hasil tersebut dibulatkan keatas menjadi 100 responden.

⁷ Djarwanto dan Pangestu Subagyo, *Statistik Induktif* (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 1998), 108.

⁸ Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Ekonomi: Alat Statistik dan Analisis Output Komputer*, (Yogyakarta: CAPS, 2011), 21.

⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, 134.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik *probability sampling* yaitu teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi seluruh anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.¹⁰ Dengan metode penarikan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota yang ada dalam suatu populasi untuk dijadikan sampel.¹¹

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Data yang digunakan yaitu menggunakan data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data yang berupa angka. Sesuai dengan bentuknya, data kuantitatif dapat diolah atau dianalisis dengan menggunakan teknik perhitungan statistik¹². Data kuantitatif dalam penelitian ini berupa jumlah nasabah serta jumlah responden yang dihitung dengan perhitungan statistik dari kuesioner.

2. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Dalam penelitian ini yang dijadikan sumber data primer yaitu nasabah. Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat penelitian

¹⁰ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: KENCANA, 2017), 31.

¹¹ Ibid.

¹² Ibid, 17.

dilakukan.¹³ Dalam penelitian ini dibutuhkan tanggapan responden terkait kepuasan nasabah dalam pelayanan di Bank Muamalat KCP Ponorogo, sehingga peneliti harus melakukan pengumpulan sendiri berdasarkan kebutuhan peneliti.¹⁴ Dalam penelitian ini data primer diperoleh melalui pertanyaan tertulis dengan membagikan kuesioner pada nasabah yang menjadi sampel penelitian yaitu nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo untuk memperoleh data yang berkaitan dengan gambaran deskriptif populasi atau subyek penelitian.

b. Data Sekunder

Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai sumber data sekunder yaitu Bank Muamalat KCP Ponorogo. Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Untuk memperoleh data ini, peneliti menggali dari sejumlah buku, brosur, dokumen-dokumen sejarah bank, visi misi, struktur organisasi Bank Muamalat KCP Ponorogo dan contoh penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini.

E. Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan metode angket atau kuesioner. Metode kuesioner yaitu metode pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden sesuai dengan permintaan

¹³ Ibid, 16.

¹⁴ Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, 22.

peneliti.¹⁵ Isi materi kuesioner meliputi identitas responden dan butir-butir pertanyaan variabel penelitian beserta alternatif jawaban.¹⁶ Kuesioner ini diberikan kepada nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

F. Metode Pengolahan dan Analisis Data

1. Metode Pengolahan Data

Setelah data diperoleh melalui pengumpulan data, maka perlu segera dilakukan pengolahan data. Pada penelitian kuantitatif kegiatan analisis datanya meliputi pengolahan data dan penyajian data, melakukan perhitungan untuk mendiskripsikan data dan melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik.¹⁷ Statistik merupakan kumpulan data, bilangan, maupun non bilangan yang disusun dalam tabel dan atau diagram, yang melukiskan atau menggambarkan suatu persoalan¹⁸.

Dalam perhitungan statistik alat yang sering digunakan adalah SPSS. SPSS kepanjangan dari (*Statistic Package for Social Sciences*) yaitu software yang berfungsi untuk menganalisis data, melakukan

¹⁵ Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2011), 25-26.

¹⁶ Sunyoto, *Metodologi Penelitian*, 24.

¹⁷ Siregar, *Metode Penelitian*, 86.

¹⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19* (Semarang: UNDIP, 2011), 3.

perhitungan statistik baik untuk statistik parametrik maupun non-parametrik dengan berbasis windows.¹⁹

Dengan SPSS akan membantu menyingkat waktu dalam menganalisis data. Hal ini dikarenakan dengan SPSS kita tidak membutuhkan perhitungan secara manual yang menghabiskan banyak waktu untuk menganalisis data. SPSS secara otomatis melakukan perhitungan tersebut dengan memberikan hasil keluaran (*output*) yang dapat dengan mudah dianalisis termasuk juga dalam pengambilan keputusan yang tepat.²⁰ Dalam penelitian ini SPSS yang digunakan adalah *IBM SPSS Statistic Ver. 21*. Analisis ini memberikan gambaran deskripsi tentang suatu data yang selanjutnya akan diinterpretasikan dalam pembahasan. Metode analisis kuantitatif dapat dijabarkan sebagai berikut:

a) Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.²¹

Uji Validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r-hitung dengan r-tabel, Dengan membandingkan nilai r-hitung dari hasil output (*Corrected Item- Total Correlation*) dengan r-tabel,

¹⁹ Ibid.

²⁰ Dwi Prayitno, *SPSS HANDBOOK* (Yogyakarta: Mediakom, 2016), 9.

²¹ Danang Sunyoto, *Paktek SPSS Untuk Kasus* (Yogyakarta: Nuha Medika, 2011), 114.

jika r-hitung lebih besar dari r-tabel maka butir pertanyaan tersebut adalah valid, tetapi jika r-hitung lebih kecil dari pada r-tabel maka butir pertanyaan tersebut tidak valid.

Rumus yang akan digunakan oleh peneliti adalah:²²

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{N\sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan:

r_{xy} : koefisien korelasi

N : jumlah observasi/responden

X : jumlah skor pertanyaan

Y : jumlah skor total

XY : jumlah perkalian antara skor pertanyaan dengan skor total

X^2 : jumlah kuadrat skor pertanyaan

Y^2 : jumlah kuadrat skor total

Nilai korelasi yang didapat dari rumus tersebut kemudian dibandingkan dengan nilai di tabel koefisien korelasi r. Butir disebut valid jika nilai korelasi lebih besar dari nilai di tabel atau ($r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$) pada taraf signifiikansi 5%.

²²Sambas Ali Muhidin dan Manan Abdurrahman, *Analisis Korelasi, Regresi dan Jalur dalam Penelitian* (Bandung: Pustaka Setia, 2009), 31.

b) Uji Reliabilitas

Pengertian reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Butir pertanyaan dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten²³

Reliabilitas menunjukkan pada satu pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Instrument yang baik tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Instrument yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.²⁴

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi jawaban responden dari waktu ke waktu yang diperoleh dengan cara menghitung koefisien alpha dengan menggunakan metode alpha cronbach's. Jika hasilnya $\alpha > 0,06$ maka dinyatakan bahwa instrument tersebut reliabilitasnya tinggi.²⁵ Artinya butir pertanyaan/variabel tersebut adalah reliabel/dapat dipercaya.

Hal ini artinya data yang dipergunakan telah layak digunakan pada analisis berikutnya. Rumus *croanbach alpha* adalah sebagai berikut:

²³ Ibid., 110.

²⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, 221.

²⁵ Danang Sunyoto, *Praktik SPSS*, 110.

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum ab^2}{\alpha t^2} \right)$$

Keterangan:

- r_{11} : reliabilitas
 k : banyaknya butir pertanyaan
 ab_2 : jumlah varian butir
 αt_2 : varian total

2. Analisis Data

a. Analisis faktor (*Factor Analysis*)

1) Pengertian analisis Faktor

Analisis faktor (*Factor Analysis*) merupakan suatu teknik yang digunakan untuk mencari faktor-faktor yang mampu menjelaskan hubungan atau korelasi antara berbagai indikator asal yang diobservasi. Johnson dan Wichern (2002) menyatakan analisis faktor adalah untuk menggambarkan hubungan-hubungan kovarian antara beberapa variabel yang mendasari tetapi tidak teramati, kuantitas random yang disebut faktor.²⁶

2) Tujuan dan Kegunaan Analisis Faktor

Tujuan utama dari analisis faktor adalah mengidentifikasi struktur suatu data matrik dan menganalisis struktur saling hubungan (korelasi) antar sejumlah besar

²⁶Imam Gunawan, *Pengantar Statistika*, 285.

variabel (*test score, test items*, jawaban kuesioner) dengan cara mengidentifikasi satu set kesamaan variabel atau dimensi dan sering disebut dengan faktor. Jadi analisis faktor ingin menemukan suatu cara meringkas (*summarize*) informasi yang ada dalam variabel asli (awal) menjadi satu set dimensi baru atau variet (*factor*). Hal ini dilakukan dengan cara menentukan struktur lewat data *summarization* atau lewat data *reduction* (pengukuran data).²⁷

Sedangkan untuk kegunaan *factor analysis*, menurut Maholtra (1996:645) dijelaskan sebagai berikut :

- (a) Mengidentifikasi dimensi-dimensi atau faktor-faktor yang mendasari yang menerangkan korelasi diantara satu set variabel.
- (b) Mengidentifikasi suatu variabel/faktor baru yang lebih kecil, menetapkan variabel-variabel yang semula berkorelasi dengan analisis multivariat/analisis regresi.
- (c) Mengidentifikasi tidak tepat kecil variabel penting dari tidak tepat besar variabel untuk digunakan dalam analisis multivarian selanjutnya.²⁸

²⁷Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19* (Semarang: UNDIP, 2011), 393.

²⁸ Imam Gunawan, *Pengantar Statistika Inferensial*, 286.

Analisis faktor merupakan *interdependence technique* (teknik interdependen) untuk menguji hubungan sekumpulan variabel.

3) Model Analisis Faktor

Analisis faktor dapat dipandang sebagai perluasan analisis komponen utama yang pada dasarnya bertujuan untuk mendapatkan sejumlah kecil faktor yang memiliki sifat-sifat yang diantaranya mampu menerangkan semaksimal mungkin keragaman data, faktor-faktor tersebut saling bebas (tidak terikat) dan tiap-tiap faktor dapat diinterpretasikan.

Model analisis faktor adalah:²⁹

$$X_1 = c_{11} F_1 + c_{12} F_2 + c_{13} F_3 + \dots + c_{1m} F_m + \varepsilon_1$$

$$X_2 = c_{21} F_1 + c_{22} F_2 + c_{23} F_3 + \dots + c_{2m} F_m + \varepsilon_2$$

$$X_3 = c_{31} F_1 + c_{32} F_2 + c_{33} F_3 + \dots + c_{3m} F_m + \varepsilon_3$$

$$X_p = c_{p1} F_1 + c_{p2} F_2 + c_{p3} F_3 + \dots + c_{pm} F_m + \varepsilon_p$$

atau

$$\begin{bmatrix} X_1 \\ X_2 \\ X_3 \\ \dots \\ X_p \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} c_{11} + c_{12} + c_{13} + \dots + c_{1m} \\ c_{11} + c_{12} + c_{13} + \dots + c_{1m} \\ c_{11} + c_{12} + c_{13} + \dots + c_{1m} \\ \dots \\ c_{p1} + c_{p2} + c_{p3} + \dots + c_{pm} \end{bmatrix} \begin{bmatrix} F_1 \\ F_2 \\ F_3 \\ \dots \\ F_m \end{bmatrix} + \begin{bmatrix} \varepsilon_1 \\ \varepsilon_2 \\ \varepsilon_3 \\ \dots \\ \varepsilon_p \end{bmatrix}$$

²⁹ Ibid, 294.

$(p \times 1) (p \times m) (m \times 1)$

Keterangan:

X_1, X_2, \dots, X_p = variabel asal

F_1, F_2, \dots, F_m = faktor bersama (*common factor*)

c_{ij} = bobot (*loading*) dari variabel asal ke- i pada faktor ke- j

$\varepsilon_1, \varepsilon_2, \dots, \varepsilon_p$ = *error*

Hubungan antara varians variabel asal dengan faktor dan varians *error* adalah:³⁰

$\text{var}(X_i)$ = varians yang dijelaskan oleh faktor untuk variabel asal ke- i + $\text{var}(\text{error})$

= *communality* + *specific variance*

= $h_i^2 + \psi_i$

= $(c_{i1}^2 + c_{i2}^2 + c_{i3}^2 + \dots + c_{im}^2) + \psi_i$

Berdasarkan bobot c_{ij} dapat diduga dengan menggunakan metode komponen utama ataupun kemungkinan

³⁰ Ibid, 295.

maksimum (*maximum likelihood*). Metode komponen utama terbagi menjadi dua metode, yaitu noniteratif (tidak dilakukan proses perulangan terhadap sekelompok instruksi dimana perulangan tersebut akan berhenti jika batasan syarat sudah tidak terpenuhi) dan iteratif (proses perulangan terhadap sekelompok instruksi dimana perulangan tersebut akan berhenti jika batasan syarat sudah tidak terpenuhi). Nilai dugaan c_{ij} yang diperoleh dengan metode noniteratif adalah:

$$c_{ij} = \frac{a_{ji} \sqrt{\lambda_j}}{s_{xi}} \text{ atau } c_{ij} = a_{ji} \sqrt{\lambda_j} \text{ untuk variabel asal yang}$$

dibakukan.

Keterangan:

c_{ij} = bobot (*loading*) dari variabel asal ke-i pada faktor ke-j

a_{ji} = koefisien variabel asal ke-i untuk komponen utama ke-j

λ_j = *eigen value* untuk komponen utama ke-j

s_{xi} = simpangan baku (*standard of deviation*) variabel asal ke-j.³¹

³¹ Ibid, 295

4) Model Analisis Data

Nurosis (1993) mengemukakan bahwa ada dua model analisis faktor, yaitu :

(a) *Exploratory Factor Analysis* (EFA), adalah suatu teknik analisis faktor dimana beberapa faktor yang akan dibentuk berupa variabel laten yang belum dapat ditemukan sebelum analisis ditemukan.

(b) *Confirmatory Factor Analysis* (CFA), adalah suatu teknik analisis faktor dimana secara apriori berdasarkan teori dan konsep yang sudah diketahui dipahami atau ditentukan sebelumnya, maka dibuat sejumlah faktor yang akan dibentuk, serta variabel apa saja yang termasuk kedalam masing-masing faktor yang dibentuk dan sudah pasti tujuannya.

Dalam hal ini variabel-variabel yang diteliti harus saling berhubungan, karena *factor analysis* mencari *common dimension* (kesamaan dimensi) yang mendasari diantara variabel-variabel. Jika variabel-variabel tersebut adalah merupakan faktor.³² Dalam penelitian ini model analisis faktor yang digunakan adalah *Exploratory Factor Analysis* (EFA), karena beberapa faktor yang akan

³² Ibid, 289.

dibentuk berupa variabel laten yang belum dapat ditemukan sebelum analisis ditemukan.

5) Proses Analisis Faktor

Proses pada analisis faktor adalah sebagai berikut :³³

a) Merumuskan Masalah

Merumuskan masalah meliputi beberapa hal yaitu tujuan analisis faktor harus diidentifikasi, variabel yang akan dipergunakan di dalam analisis faktor harus dispesifikasi berdasarkan penelitian sebelumnya, teori dan pertimbangan dari peneliti, pengukuran variabel berdasarkan skala interval atau rasio dan banyaknya elemen sampel (n) harus cukup atau memadai.

b) Menyusun Matriks Korelasi

Didalam melakukan analisis faktor, keputusan pertama yang harus diambil oleh peneliti adalah menganalisis apakah data yang ada cukup memenuhi syarat di dalam analisis faktor. Langkah pertama ini dilakukan dengan mencari korelasi matriks antara indikator-indikator yang diobservasi. Ada beberapa ukuran yang bisa digunakan untuk syarat kecukupan data sebagai *rule of thumb* yaitu:

³³ Ibid, 290.

(1) Korelasi matriks antar indikator:

Metode yang pertama adalah memeriksa korelasi matriks. Tingginya korelasi antara indikator mengindikasikan bahwa indikator-indikator tersebut dapat dikelompokkan ke dalam sebuah indikator yang bersifat homogen sehingga setiap indikator mampu membentuk faktor umum atau faktor konstruk. Sebaliknya korelasi yang rendah antara indikator mengindikasikan bahwa indikator-indikator tersebut tidak homogen sehingga tidak mampu membentuk faktor konstruk.

(2) Korelasi parsial:

Metode kedua adalah memeriksa korelasi parsial yaitu mencari korelasi satu indikator dengan indikator lain dengan mengontrol indikator lain. Korelasi parsial ini disebut dengan *negative anti-image correlations*.

(3) Kaiser-Meyer Olkin (KMO):

Metode ini paling banyak digunakan untuk melihat syarat kecukupan data untuk analisis faktor. Metode KMO ini mengukur kecukupan sampling secara menyeluruh dan mengukur kecukupan sampling untuk setiap indikator. Jika ukuran Measure

of Sampling Adequacy (MSA) untuk variabel adalah kecil, maka variabel tersebut perlu dipertimbangkan untuk dieliminasi.

Uji KMO dan Bartlett Test, memiliki beberapa hal yaitu angka KMO haruslah berada diatas 0,5 dan signifikan harus berada di bawah 0,05. Sedangkan pada uji Measure of Sampling Adequacy (MSA) angkanya haruslah berada pada 0 sampai 1, dengan kriteria:

- (a) $MSA = 1$, Variabel dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel yang lain.
- (b) $MSA > 0,5$, variabel masih bisa diprediksi dan bisa dianalisis lebih lanjut.
- (c) $MSA < 0,5$, variabel tidak bisa diprediksi dan tidak bisa dianalisis lebih lanjut, atau dikeluarkan dari variabel lainnya.

Setelah satu atau lebih faktor terbentuk, dengan sebuah faktor berisi sejumlah variabel, mungkin saja sebuah faktor berisi sejumlah variabel split ditentukan akan masuk kedalam faktor mana, maka proses selanjutnya adalah dengan melakukan proses rotasi yang akan memperjelas kedudukan sebuah variabel dalam sebuah faktor.

Dalam penelitian ini yang digunakan untuk menyusun matriks korelasi adalah Kaiser-Meyer Olkin (KMO) dengan alasan KMO and Bartlett's di atas berguna untuk mengetahui kelayakan suatu variabel. Apakah dapat diproses lebih lanjut menggunakan teknik analisis faktor ini atau tidak.

c) Ekstraksi Faktor

Ekstraksi Faktor adalah suatu metode yang digunakan untuk mereduksi data dari beberapa indikator untuk menghasilkan faktor yang lebih sedikit yang mampu menjelaskan korelasi antara indikator yang diobservasi. Ada beberapa metode yang bisa digunakan untuk melakukan ekstraksi faktor yaitu:³⁴

(1) *Principal Components Analysis*: Analisis komponen utama (principal components analysis) merupakan metode yang paling sederhana di dalam melakukan ekstraksi faktor. Metode ini membentuk kombinasi linear dari indikator yang diobservasi.

(2) *Principal Axis Factoring*: Metode ini hampir sama dengan metode principal components analysis sebelumnya kecuali matriks korelasi diagonal diganti dengan sebuah estimasi indikator kebersamaan,

³⁴ Ibid, 291.

namun tidak sama dengan principal components analysis di mana indikator kebersamaan yang awal selalu diberi angka 1.

(3) *Unweighted Least Square*: Metode ini adalah prosedur untuk meminimumkan jumlah perbedaan yang dikuadratkan antara matriks korelasi yang diobservasi dan yang diproduksi dengan mengabaikan matriks diagonal dari sejumlah faktor tertentu.

(4) *Generalized Least Square*: Metode ini adalah metode meminimumkan error sebagaimana metode *unweighted least squares*. Namun, korelasi diberi timbangan sebesar keunikan dari indikator (error). Korelasi dari indikator yang mempunyai error yang besar diberi timbangan yang lebih kecil dari indikator yang mempunyai error yang kecil.

(5) *Maximum Likelihood*: Adalah suatu prosedur ekstraksi faktor yang menghasilkan estimasi parameter yang paling mungkin untuk mendapatkan matriks korelasi observasi jika sampel mempunyai distribusi normal multivariat

Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk melakukan ekstraksi faktor adalah *Principal Components Analysis* dengan alasan analisis komponen utama

(principal components analysis) merupakan metode yang paling sederhana di dalam melakukan ekstraksi faktor.

d) Merotasi Faktor

Setelah kita melakukan ekstraksi faktor, langkah selanjutnya adalah rotasi faktor (rotation). Rotasi faktor ini diperlukan jika metode ekstraksi faktor belum menghasilkan komponen faktor utama yang jelas. Tujuan dari rotasi faktor ini agar dapat memperoleh struktur faktor yang lebih sederhana agar mudah diinterpretasikan. Ada beberapa metode rotasi faktor yang bisa digunakan yaitu:³⁵

- (1) *Varimax Method*: adalah metode rotasi orthogonal untuk meminimalisasi jumlah indikator yang mempunyai factor loading tinggi pada tiap faktor.
- (2) *Quartimax Method*: Merupakan metode rotasi untuk meminimalisasi jumlah faktor yang digunakan untuk menjelaskan indikator.
- (3) *Equamax Method*: Merupakan metode gabungan antara varimax method yang meminimalkan indikator dan quartimax method yang meminimalkan faktor.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk merotasi faktor adalah *Varimax Method* dengan alasan bahwa metode rotasi orthogonal berguna untuk

³⁵ Ibid, 292.

meminimalisasi jumlah indikator yang mempunyai factor loading tinggi pada tiap faktor.

e) Interpretasi Faktor

Setelah diperoleh sejumlah factor yang valid, selanjutnya kita perlu menginterpretasikan nama-nama factor, mengingat factor merupakan sebuah konstruk dan sebuah konstruk menjadi berarti kalau dapat diartikan. Interpretasi factor dapat dilakukan dengan mengetahui variable-variabel yang membentuknya. Interpretasi dilakukan dengan *judgment* (pertimbangan). Karena sifatnya subjektif, hasil bisa berbeda jika dilakukan oleh orang lain. Hasil rotasi ini akan mengakibatkan setiap variabel asal mempunyai korelasi tinggi dengan faktor tertentu saja dan dengan faktor yang lain korelasi relatif rendah sehingga setiap faktor akan lebih mudah untuk diinterpretasikan. Untuk mengetahui rotasi mana yang sesuai digunakan M_{\min}^2 yang dihasilkan dari analisis *procrustes*.³⁶

Analisis *procrustes* adalah suatu teknik analisis yang digunakan untuk membandingkan dua konfigurasi (bentuk). Dalam hal ini konfigurasi data hasil analisis faktor yang sudah dirotasi dibandingkan dengan data asal.

³⁶ Ibid.

Sebelum kedua data dibandingkan terlebih dahulu kedua data diproses berdasarkan penempatan dan penyesuaian posisi. Penetapan dan penyesuaian dengan posisi dilakukan dengan transformasi yaitu transformasi translasi (pergeseran), rotasi (perputaran) atau dilasi (merubah ukuran) yang dibuat sedemikian, sehingga diperoleh jarak yang sedekat mungkin. Setelah proses tersebut dilakukan dapat diketahui sejauh mana konfigurasi data analisis faktor dapat menggambarkan data asal.³⁷

f) Pembuatan *Factor Scores*

Faktor *score* yang dibuat, berguna jika akan dilakukan analisis lanjutan, seperti analisis regresi, analisis diskriminan atau analisis lainnya. Pilih variabel surrogate atau tentukan *scale summated*

- (1) *Surrogate Variabel* adalah satu variable yang paling dapat mewakili satu factor. Misal factor 1 terdiri dari variable X1, X2 dan X3. Maka yang paling mewakili factor 1 adalah variable yang memiliki factor loading terbesar. Apabila factor loading tertinggi dalam satu factor ada yang hampir sama, misal $X1 = 0,905$ dan $X2 = 0,904$ maka sebaiknya pemilihan *surrogate* variable ditentukan berdasarkan

³⁷ Ibid, 293.

teori, yaitu variable mana secara teori yang paling dapat mewakili factor. Atau cara lain adalah dengan menggunakan *Summated Scale*.

- (2) *Summated Scale* adalah gabungan dari beberapa variable dalam satu factor, bisa berupa nilai rata-rata dari semua factor tersebut atau nilai penjumlahan dari semua variable dalam satu factor.³⁸

Dalam penelitian ini tidak dilakukan pembuatan *factor scores* karena penelitian cukup sampai pada analisis faktor saja dan tidak dilakukan uji analisis lebih lanjut.

³⁸ Ibid.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Bank Muamalat Indonesia

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk “(Bank Muamalat Indonesia)” memulai perjalanan bisnisnya sebagai Bank Syariah pertama di Indonesia pada 1 November 1991 atau 24 Rabi’us Tsani 1412 H. Pendirian Bank Muamalat Indonesia digagas oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia. Sejak resmi beroperasi pada 1 Mei 1992 atau 27 Syawal 1412 H, Bank Muamalat Indonesia terus berinovasi dan mengeluarkan produk-produk keuangan syariah seperti Asuransi Syariah (Asuransi Takaful), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan multifinance syariah (Al-Ijarah Indonesia Finance) yang seluruhnya menjadi terobosan di Indonesia. Selain itu produk Bank yaitu Shar-e yang diluncurkan pada tahun 2004 juga merupakan tabungan instan pertama di Indonesia. Produk Shar-e Gold Debit Visa yang diluncurkan pada tahun 2011 tersebut mendapatkan penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai Kartu Debit Syariah dengan teknologi chip pertama di Indonesia serta layanan e-channel seperti internet banking, mobile banking, ATM, dan cash management. Seluruh produk-produk tersebut menjadi pionir produk syariah di Indonesia dan menjadi tonggak sejarah penting di industri perbankan syariah.¹

¹ Bank Muamalat Indonesia, Annual Report, www.bankmuamalat.co.id (diakses pada 7 Juli 2019, 19.20).

Pada 27 Oktober 1994, Bank Muamalat Indonesia mendapatkan izin sebagai Bank Devisa dan terdaftar sebagai perusahaan publik yang tidak listing di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pada tahun 2003, Bank dengan percaya diri melakukan Penawaran Umum Terbatas (PUT) dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) sebanyak 5 (lima) kali dan merupakan lembaga perbankan pertama di Indonesia yang mengeluarkan Sukuk Subordinasi Mudharabah. Aksi korporasi tersebut semakin menegaskan posisi Bank Muamalat Indonesia di peta industri perbankan Indonesia.

Seiring kapasitas Bank yang semakin diakui, Bank semakin melebarkan sayap dengan terus menambah jaringan kantor cabangnya di seluruh Indonesia. Pada tahun 2009, Bank mendapatkan izin untuk membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia dan menjadi bank pertama di Indonesia serta satu-satunya yang mewujudkan ekspansi bisnis di Malaysia. Hingga saat ini, Bank telah memiliki 325 kantor layanan termasuk 1 (satu) kantor cabang di Malaysia. Operasional Bank juga didukung oleh jaringan layanan yang luas berupa 710 unit ATM Muamalat, 120.000 jaringan ATM Bersama dan ATM Prima, serta lebih dari 11.000 jaringan ATM di Malaysia melalui Malaysia Electronic Payment (MEPS).²

Menginjak usianya yang ke-20 pada tahun 2012, Bank Muamalat Indonesia melakukan rebranding pada logo Bank untuk semakin meningkatkan awareness terhadap *image* sebagai Bank syariah Islami, Modern dan Profesional. Bank pun terus mewujudkan berbagai pencapaian serta prestasi yang diakui baik secara nasional maupun internasional. Hingga saat ini, Bank beroperasi bersama beberapa entitas anaknya dalam memberikan layanan

² Ibid, 53.

terbaik yaitu Al-Ijarah Indonesia Finance (ALIF) yang memberikan layanan pembiayaan syariah, (DPLK Muamalat) yang memberikan layanan dana pensiun melalui Dana Pensiun Lembaga Keuangan, dan Baitulmaal Muamalat yang memberikan layanan untuk menyalurkan dana Zakat, Infakdan Sedekah (ZIS).

Sejak tahun 2015, Bank Muamalat Indonesia bermetamorfosa untuk menjadi entitas yang semakin baik dan meraih pertumbuhan jangka panjang. Dengan strategi bisnis yang terarah Bank Muamalat Indonesia akan terus melaju mewujudkan visi menjadi *“The Best Islamic Bank and Top 10 Bank in Indonesia with Strong Regional Presence”*.³

2. Visi dan Misi

Berikut adalah visi dan misi dari Bank Muamalat:

a. Visi

“Menjadi bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui di tingkat regional”

b. Misi

Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang Islami dan professional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.⁴

³ Ibid.

⁴ Ibid.

3. Struktur Organisasi Bank Muamalat KCP Ponorogo

Tabel 4.1
Struktur Organisasi Bank Muamalat KCP Ponorogo⁵

Jabatan	Nama
<i>Sub Branch Manager</i>	Sugiono
<i>Sub Branch Operation Supervisor</i>	Anang Priambowo
<i>Branch Collection</i>	Fadhil Wafa
<i>RM SME Remidal</i>	Nindya Ratnasari
<i>Reliationship Manager Funding</i>	Desi Ika Liyanawati Chrisna Faradila
<i>Teller</i>	Apriliya
<i>Security</i>	Erli Nuryana
<i>Cleaning Service</i>	Widi Panut Pranoto

Sumber: Bank Muamalat KCP Ponorogo

4. Penghimpunan dana dan Penyaluran Dana

a. Penghimpunan Dana

Penghimpunan dana adalah suatu kegiatan usaha yang dilakukan bank untuk mencari dana kepada pihak deposan yang nantinya akan disalurkan kepada pihak kreditur dalam rangka menjalankan fungsinya sebagai intermediasi antara pihak deposan dengan pihak kreditur.

Tujuan dari kegiatan penghimpunan dana adalah untuk memperbesar modal, memperbesar asset dan memperbesar kegiatan pembiayaan sehingga nantinya dapat mendukung fungsi bank sebagai lembaga intermediasi.

⁵ Bank Muamalat KCP Ponorogo

Sumber-sumber dana bank antara lain:

- 1) Modal adalah suatu dana yang diserahkan oleh pemilik modal pada akhir periode tahun buku, setelah dihitung keuntungan yang didapat pada tahun tersebut, pemilik modal akan memperoleh bagian dari hasil usaha yang biasa dikenal dengan deviden.
- 2) Titipan, dana yang dititipkan nasabah kepada pihak bank yang akan diambil sewaktu-waktu.
- 3) Investasi, dana yang ditanamkan nasabah pada bank untuk diolah oleh bank guna mendapat keuntungan.

Pada bank Muamalat Ponorogo pengimpunan dana berasal dari dua diantara tiga sumber dana tersebut, yaitu:

- 1) Investasi. Dalam praktiknya di bank Muamalat Ponorogo dana yang bersumber dari modal berbentuk deposito *mudharabah* dan deposito.
 - a) *Mudharabah* : investasi berjangka waktu tertentu dalam bentuk mata uang rupiah. *Mudharabah* pada bank Muamalat Ponorogo merupakan *Mudharabah Yadh Dhomanah*, dimana dana yang diserahkan pada bank diperbolehkan oleh nasabah untuk dikelola bank.
 - b) Deposito : produk deposito atau tabungan berjangka yang dijanjikan berdasarkan hukum Islam, dimana transaksinya

menggunakan prinsip syariah. Pada bank Muamalat Ponorogo deposito terdapat beberapa jangka waktu yaitu:

- (1) Satu bulan dengan nisbah bagi hasil 50 dengan minimal pembukaan rekening Rp. 5.000.000,
- (2) Tiga bulan dengan nisbah bagi hasil 51 dengan minimal pembukaan rekening Rp. 5.000.000,-
- (3) Enam bulan dengan nisbah bagi hasil 53
- (4) Dua belas bulan dengan nisbah bagi hasil 54
- (5) Untuk deposito diatas Rp. 100.000.000,- ada nisbah bagi hasil tambahan dari marketing.

2) Titipan.

Titipan nasabah yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat nasabah yang bersangkutan menghendaki. Bank bertanggung jawab atas pengembalian titipan tersebut. Namun, dalam Praktiknya bank Muamalat Ponorogo dana yang bersumber dari titipan adalah tabungan Umroh dan Haji, tabungan *mudharabah* dan tabungan *Wadiah*.

a) Tabungan Umroh dan haji

Merupakan salah satu produk andalan yang dikeluarkan oleh bank Muamalat, yang membantu nasabah untuk menabung biaya haji. Dengan beberapa pilihan setoran tabungan yang pada dasarnya dibuat untuk mempermudah nasabah dalam mewujudkan keinginan untuk beribadah di tanah suci. Selain

itu, nasabah juga akan memperoleh kartu Shar-E yang mana dapat digunakan nasabah di tanah suci layaknya ATM pada umumnya, tanpa membawa uang berlebih. Kelebihan lain dari produk ini adalah dapat menerima tabungan dengan mata uang dolar dan juga diperuntukkan bagi anak dibawah usia 17 tahun.

b) Tabungan *Wadi'ah*

Terdapat dua jenis tabungan wadi'ah pada bank Muamalat ponorogo, yaitu dengan bagi hasil dan tanpa bagi hasil.

c) Tabungan *Mudharabah*

Dalam praktiknya bank Muamalat Ponorogo menerapkan tabungan mudharabah bagi hasil, Karena pada prinsipnya setiap dana yang dititipkan akan dikelola oleh bank, maka dana titipan pun yang ada di bank Muamalat tetap dikelola oleh bank. Dengan minimal pembukaan rekening Rp. 100.000,- dan setiap bulan dikenakan biaya admin tetap sebesar Rp. 11.000,-.

b. Penyaluran Dana

Penyaluran dana adalah suatu kegiatan menjual kembali dana yang diperoleh dari penghimpunan dana dalam bentuk simpanan. Dalam penyaluran dana ini pihak bank harus memiliki strategi yang mumpuni untuk menyalurkan dananya ke masyarakat melalui alokasi yang strategis sehingga keuntungan yang didapat bisa

dimaksimalkan. Tujuan bank dari penyaluran dana ini adalah untuk memperoleh keuntungan semaksimal mungkin.

5. Produk dan Layanan Bank Muamalat

a. Produk Bank Muamalat

Produk penghimpunan dana Bank adalah sebagai berikut:

1) Tabungan iB Muamalat

Tabungan dalam mata uang rupiah yang dapat digunakan untuk beragam jenis transaksi, memberikan akses yang mudah, serta manfaat yang luas. Tabungan Muamalat antara lain:

- a) Tabungan iB Muamalat Dollar
- b) Tabungan iB Haji dan Umroh
- c) Tabungan iB Muamalat Rencana
- d) TabunganKu iB
- e) Tabungan iB Muamalat Prima
- f) Deposito Mudhorobah
- g) Giro iB Muamalat Attijary
- h) Giro iB Muamalat Ultima

2) Dana Pensiun Muamalat

DPLK Muamalat dapat diikuti oleh nasabah yang berusia minimal 18 tahun, atau sudah menikah, dengan pilihan usia pensiun daniuran pensiun yang terjangkau, yaitu minimal Rp 20.000 (dua puluh ribu rupiah) per bulan dan pembayarannya

dapat didebet secara otomatis dari rekening Bank Muamalat Indonesia atau dapat ditransfer dari bank lain.⁶

3) Produk Pembiayaan

Produk pembiayaan yang disalurkan oleh Bank adalah sebagai berikut:

a) KPR iB Muamalat

KPR iB Muamalat adalah produk pembiayaan yang akan membantu nasabah untuk memiliki rumah tinggal/apartemen baru (indent/readystock) maupun secondary.

b) iB Muamalat Umroh

Fasilitas bagi para nasabah dengan tujuan membiayai perjalanan ibadah umroh

c) iB Muamalat Koperasi Karyawan

Pembiayaan yang diberikan kepada koperasi karyawan untuk disalurkan kepadapara (pegawai BUMN/PNS/swasta) dengan tujuan pembelian barang halal.

d) iB Muamalat Multiguna

Pembiayaan untuk memenuhi kebutuhannasabah dalam pembelian barang halal (selain tanah, bangunan, mobil dan emas) serta sewajasa yang dibolehkan secara Syariah (selain pembiayaan haji dan umrah).

⁶ Ibid.

e) iB Muamalat Pensiun

iB Muamalat Pensiun adalah fasilitas pembiayaan yang diberikan kepada para pensiunan PNS/TNI/Polri/BUMN/BUMD/Swasta untuk pembelian barang konsumtif yang halal (termasuk rumah tinggal dan kendaraan bermotor) atau sewajasa halal (seperti keperluan pendidikan anak, umroh, wisata, dan lainnya) dengan ketentuan pembayaran manfaat pensiun wajib dialihkan melalui Bank Muamalat Indonesia.

f) Pembiayaan Autoloan (Via Multifinance)

Pembiayaan yang diberikan kepada *end user* dengan tujuan pembelian kendaraan bermotor (mobil dan motor) melalui perusahaan multifinance yang bekerja sama dengan Bank Muamalat Indonesia.

g) iB Modal Kerja SME

Pembiayaan jangka pendek dengan prinsip Syariah yang diberikan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhan modal kerja usaha/bisnis dengan tujuan produktif.

h) iB Rekening Koran Muamalat

Pembiayaan jangka pendek untuk modal kerja yang bersifat fluktuatif dengan perputaran transaksi yang cepat dengan

penarikan dana yang dapat dilakukan sesuai kebutuhan melalui cek atau bilyet giro.⁷

b. Layanan Bank Muamalat

1) Perbankan Internasional (Remittance)

- a) Kas Kilat adalah layanan yang diberikan Bank kepada nasabah/masyarakat lainnya, untuk menerima kiriman uang, baik tunai maupun non-tunai khususnya dari WNI yang bermukim di luar negeri (Tenaga Kerja Indonesia atau Ekspatriat).
- b) Incoming Muamalat Remittance iB adalah kiriman uang masuk dalam denominasi valuta asing yang ditujukan kepada penerima, baik untuk diterima tunai ataupun dikreditkan ke rekening penerima yang merupakan nasabah Bank.
- c) Outgoing Muamalat Remittance iB adalah kiriman uang keluar dalam denominasi valuta asing yang ditujukan kepada penerima, baik untuk diterima tunai ataupun dikreditkan ke rekening penerima pada bank lain, baik di dalam maupun diluar negeri, sesuai dengan instruksi pengirim melalui Bank.
- d) Tabungan Nusantara adalah tabungan syariah yang dikelola dengan akad bagi hasil dengan tambahan keuntungan kemudahan layanan *remittance*, sehingga selain menabung anda juga mudah melakukan transaksi *remittance*. Tabungan

⁷ Ibid.

Nusantara merupakan tabungan yang bebas biaya administrasi (untuk saldorata-rata tertentu).

2) Layanan 24 Jam

a) ATM Muamalat

ATM Muamalat dilengkapi dengan berbagai fitur untuk memudahkan anda melakukan info saldo, cetak 5 transaksi terakhir, pembayaran tagihan, pembelian pulsa isi ulang, pembelian tiket, pembayaran premi asuransi, transfer antar bank, pembayaran uang sekolah dan pembayaran ZIS.

b) Muamalat Mobile

Muamalat Mobile adalah aplikasi yang meliputi lokasi ATM/Cabang, info produk, Call Center 1 500 016, bahasa, kiblat, jadwal sholat dan aplikasi Haji dan Umroh. Mobile Banking Bank Muamalat Indonesia menawarkan kemudahan dalam bertransaksi secara *real time*, aman dan praktis menggunakan perangkat *smartphone* nasabah melalui koneksi Internet (Android, IOS, Blackberry, dan Windows Phone) dengan fitur yang bisa diakses adalah pemindah bukuan, transfer antar Bank, cek saldo, pembayaran tagihan, pembelian serta 10 transaksi terakhir dan mutasi rekening. Untuk dapat menggunakan layanan Mobile Banking, nasabah hanya perlu mengunduh aplikasi Mobile Banking Muamalat dari *application store* dengankata kunci “Muamalat Mobile”

dan melakukan registrasi dan aktivasi di ATM/Cabang terdekat.

c) Internet Banking Muamalat

Layanan ini bertujuan untuk memudahkan nasabah Ritel (Individu) dalam melakukan transaksi finansial seperti pemindah bukuan, transfer antar bank, pembayaran tagihandan pembelian pulsa serta transaksi nonfinansial seperti cek saldo, 5 (lima) transaksi terakhir dan cek mutasi. Melalui fitur transaksi Debit Online di Internet Banking Muamalat, nasabah dapat berbelanja dimitra *merchant-merchant* Bank Muamalat Indonesia secara lebih mudah, praktis, dan aman.

d) Cash Management System

Layanan ini lebih berkonsentrasi pada nasabah korporat. Dalam layanan ini, Bank Muamalat Indonesia menyelenggarakan penerimaan/koleksi pemasukan dana (collection), pembayaran/pengeluaran dana (disbursement) serta mengelola likuiditas Bank.

e) SalaMuamalat

Merupakan layanan Phone Banking 24 jam melalui telepon 1500016/ (021) 1500016 (jika dihubungi melalui telepon seluler) yang memberikan kemudahan kepada nasabah setiap saat dan di manapun nasabah berada untuk memperoleh

informasi mengenai produk, saldo dan informasi transaksi, transfer antar rekening Bank Muamalat Indonesia hingga maksimal Rp 50.000.000 (lima puluh juta Rupiah) serta pembayaran ZIS.⁸

B. Hasil Pengujian Instrumen (Validitas dan Reliabilitas)

1. Hasil Uji Validitas

Dalam melakukan pengujian validitas instrumen, peneliti mengambil sampel sebanyak 30 responden dengan menggunakan 28 item pertanyaan. Suatu butir pertanyaan dinyatakan valid bila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan melihat r_{tabel} (nilai r product moment) untuk $N = 30$, dengan sig. 5% diperoleh nilai sebesar 0,361.

Dengan aplikasi *IBM SPSS Statistic Ver. 21*, diperoleh rangkuman hasil pengujian validitas sebagaimana Tabel 4.1

Tabel 4.1
Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	(r_{tabel})	<i>Corrected Item Total Correlation</i> (r_{hitung})	Kriteria
<i>Tangible</i> (X_1)	1	0,361	0,628	VALID
	2	0,361	0,415	VALID
	3	0,361	0,756	VALID
	4	0,361	0,782	VALID
	5	0,361	0,648	VALID
	6	0,361	0,603	VALID
<i>Reliability</i> (X_2)	1	0,361	0,762	VALID
	2	0,361	0,856	VALID

⁸ Ibid.

	3	0,361	0,759	VALID
	4	0,361	0,678	VALID
	5	0,361	0,748	VALID
	6	0,361	0,828	VALID
<i>Responsiveness (X₃)</i>	1	0,361	0,785	VALID
	2	0,361	0,834	VALID
	3	0,361	0,902	VALID
	4	0,361	0,855	VALID
<i>Assurance (X₄)</i>	1	0,361	0,628	VALID
	2	0,361	0,537	VALID
	3	0,361	0,778	VALID
	4	0,361	0,797	VALID
	5	0,361	0,736	VALID
	6	0,361	0,716	VALID
	7	0,361	0,658	VALID
	8	0,361	0,811	VALID
<i>Empathy (X₅)</i>	1	0,361	0,740	VALID
	2	0,361	0,781	VALID
	3	0,361	0,891	VALID
	4	0,361	0,830	VALID

Sumber: Olah data SPSS

Berdasarkan Tabel 4.1 diketahui bahwa nilai r_{hitung} pada variabel *Tangible* untuk item 1 sebesar 0,628, item 2 sebesar 0,415, item 3 sebesar 0,756, item 4 sebesar 0,782, item 5 sebesar 0,648 dan item 6 sebesar 0,603. Pada variabel *Reliability* untuk item 1 sebesar 0,762, item 2 sebesar 0,856, item 3 sebesar 0,759, item 4 sebesar 0,678, item 5 sebesar 0,748 dan item 6 sebesar 0,828. Pada variabel *Responsiveness* untuk item 1 sebesar 0,785, item 2 sebesar 0,834, item 3 sebesar 0,902 dan item 4 sebesar 0,855. Pada variabel *Assurance* untuk item 1 sebesar 0,628, item 2 sebesar 0,537, item 3 sebesar 0,778, item 4 sebesar 0,797, item 5 sebesar 0,736, item 6 sebesar 0,716, item 7 sebesar 0,658 dan item 8 sebesar 0,811. Pada variabel *Emphaty* untuk item 1 sebesar 0,740, item 2 sebesar 0,781, item 3 sebesar 0,891 dan item 4 sebesar 0,830. Dari hasil tersebut dapat kesimpulan bahwa semua item pernyataan pada kuesioner variabel *Tangibel*, *Reliability*, *Responsiviness*, *Assurance* dan *Emphaty*

dinyatakan valid, karena semua item pernyataannya memiliki nilai koefisien korelasi (r_{hitung}) lebih besar dari nilai r_{tabel} (0,361). Sehingga dengan demikian tidak ada samasekali item pernyataan dalam kuesioner variabel *Tangibel*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy* yang diubah atau dihilangkan.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Dengan menggunakan aplikasi *IBM SPSS Statistic Ver. 16*, diperoleh hasil uji reliabilitas untuk masing-masing variabel sebagaimana Tabel 4.2.

Tabel 4.2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronboch's Alpha	Batas Reliabel	Kriteria
<i>Tangible</i> (X_1)	0,937	0,06	Reliabel
<i>Reliability</i> (X_2)	0,915	0,06	Reliabel
<i>Responsiveness</i> (X_3)	0,943	0,06	Reliabel
<i>Assurance</i> (X_4)	0,929	0,06	Reliabel
<i>Empathy</i> (X_5)	0,922	0,06	Reliabel

Sumber: Olah data SPSS

Dari tabel 4.2 dapat kita ketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* untuk variabel *Tangibel* sebesar 0,937, variabel *Reliability* sebesar 0,915, variabel *Responsiveness* sebesar 0,943, variabel *Assurance* sebesar 0,929 dan variabel *Empathy* sebesar 0,922. Dapat dilihat bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *cronbach's alpha* $> 0,60$ sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh variabel instrumen penelitian ini reliabel.

C. Hasil Pengujian Deskripsi

Dalam penelitian ini deskripsi data disajikan berdasarkan karakteristik responden. Adapun deskripsi dari data umum responden disajikan sebagai berikut:

1. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

Deskripsi karakteristik berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Identitas Nasabah Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	48	48,0	48,0	48,0
	Perempuan	52	52,0	52,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.3 nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo mayoritas adalah perempuan yaitu sebesar 52 orang dengan presentase sebesar 52% sedangkan laki-laki yaitu sebesar 48 orang dengan presentase 48%

2. Karakteristik responden berdasarkan lama menjadi nasabah

Tabel 4.4
Identitas Nasabah Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Lama Menjadi Nasabah				
	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kurang dari 6 bulan	8	8,0	8,0
	6 bulan - 1 tahun	21	21,0	29,0
	1 tahun - 1,5 tahun	31	31,0	60,0
	Lebih dari 1,5 tahun	40	40,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0

Sumber: Pengolahan data primer, 2019.

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dijelaskan bahwa nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo yang telah bergabung kurang dari 6 bulan sebanyak 8 orang dengan presentase 8%, 6 bulan-1 tahun sebanyak 21 orang dengan presentase 21%, 1 tahun-1,5 tahun sebanyak 31 orang dengan presentase 31% dan yang lebih dari 1,5 tahun sebanyak 40 orang dengan presentase 40%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang merupakan nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo telah bergabung selama 1,5 tahun sebanyak 40 orang dengan presentase 40%.

D. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Analisis Faktor

a. Merumuskan Masalah.

Permasalahan yang diperoleh peneliti dari hasil wawancara dengan beberapa nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo dapat disimpulkan bahwa nasabah mengeluhkan terhadap pelayanan yang diberikan bank, antara lain:

- 1) Fasilitas mesin ATM yang masih minim
- 2) Ruang ATM kurang terawat
- 3) Terjadinya kegagalan saat bertransaksi di mesin ATM
- 4) Antrian ke *customer service* yang lama
- 5) Karyawan ragu-ragu dan sulit dimengerti saat menjelaskan produk kepada nasabah
- 6) Tidak konsisten terhadap jam pelayanan

Dalam penelitian ini setelah adanya masalah langkah selanjutnya yaitu merumuskan masalah, terdapat dua rumusan masalah yaitu:

- 1) Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam pelayanan di Bank Muamalat KCP Ponorogo?
- 2) Faktor yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah dalam pelayanan di Bank Muamalat KCP Ponorogo?

- b. Menyusun Matrik Korelasi (Uji Korelasi Dan Kelayakan Suatu Variabel).

Tahap ini menguji korelasi variabel-variabel yang telah didefinisikan menggunakan Uji *Barlett (Bartlett's Test of Sphericity)* dan *Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy (MSA)*. Uji Barlett dan uji MSA dilakukan untuk menilai kelayakan suatu variabel yang akan dianalisis menggunakan analisis faktor. Dengan kriteria sebagai berikut :

1) Uji Statistik KMO Dan *Bartlett Test*

Nilai KMO dan *Bartlett's* digunakan untuk mengetahui kelayakan suatu variabel yang dimiliki untuk dapat diproses lebih lanjut menggunakan teknik analisis faktor. Jika nilai KMO yang diperoleh lebih dari 0,5 dan nilai *Sig Bartlett's Test* kurang dari 0,05 maka analisis faktor layak digunakan. Hasil perhitungan KMO dan *Bartlett's Test* dapat ditunjukkan pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5

KMO and Bartlett's Test

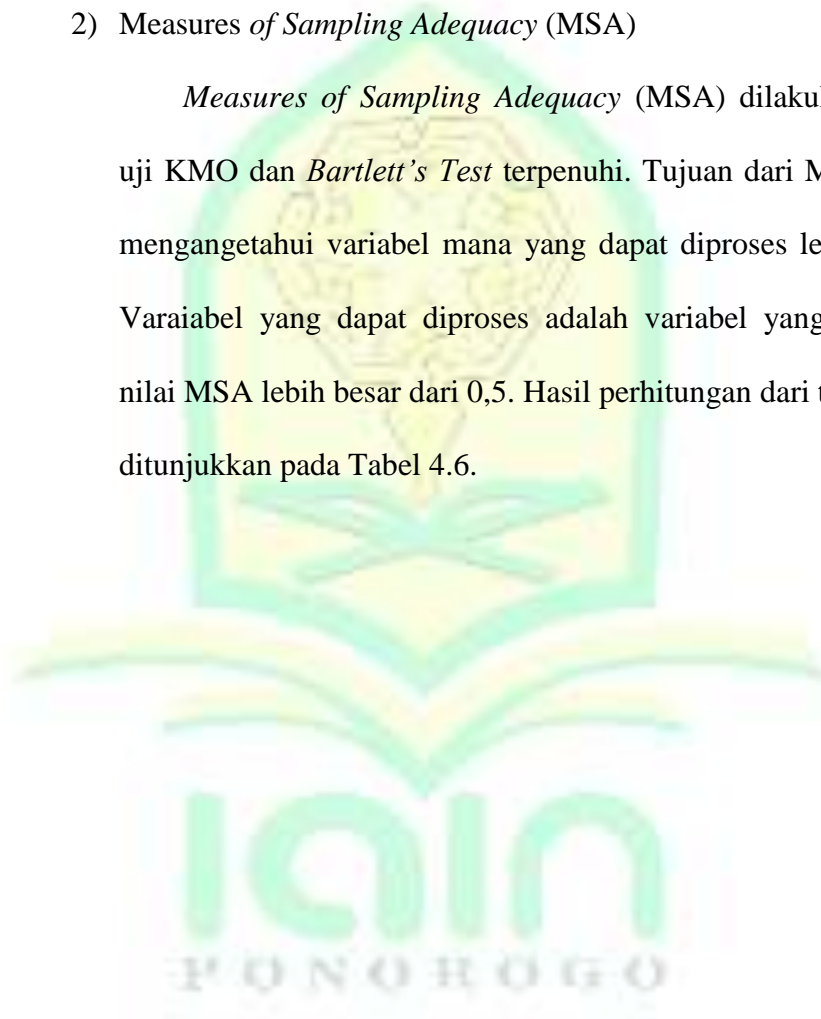
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,851
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	843,276
	Df	91
	Sig.	,000

Sumber: Olah data SPSS

Berdasarkan Tabel 4.5 diketahui bahwa nilai KMO sebesar $0,851 > 0,05$ dan nilai *Sig Bartlett's Test* sebesar $0,000 < 0,5$ sehingga analisis faktor dalam penelitian ini dapat di proses lebih lanjut karena kelayakan suatu variabel yang dimiliki sudah memenuhi persyaratan.

2) Measures of Sampling Adequacy (MSA)

Measures of Sampling Adequacy (MSA) dilakukan ketika uji KMO dan *Bartlett's Test* terpenuhi. Tujuan dari MSA untuk mengetahui variabel mana yang dapat diproses lebih lanjut. Variabel yang dapat diproses adalah variabel yang memiliki nilai MSA lebih besar dari 0,5. Hasil perhitungan dari tabel MSA ditunjukkan pada Tabel 4.6.



Tabel 4.6
Measures of Sampling Adequacy
(MSA)

	Variabel	MSA
X1	Fasilitas fisik	,831 ^a
X2	Personil (pegawai)	,778 ^a
X3	Materi komunikasi	,901 ^a
X4	Kemampuan untuk memenuhi janji layanan yang sudah disampaikan kepada nasabah	,845 ^a
X5	Keteguhan pada janji	,865 ^a
X6	Ketepatan	,746 ^a
X7	Menunjukkan pada kemauan dari penyedia layanan untuk membantu nasabah	,838 ^a
X8	Menyediakan layanan secepat mungkin	,890 ^a
X9	Pengetahuan	,878 ^a
X10	Kesopanan	,914 ^a
X11	Kemampuan karyawan dalam memberikan layanan	,901 ^a
X12	Menjelaskan tentang produk yang membuat nasabah percaya kepada bank	,890 ^a
X13	Menunjukkan kepedulian secara personal kepada nasabah.	,807 ^a
X14	Bank dan karyawannya memberikan perhatian secara personal kepada nasabah.	,677 ^a

Sumber: Olah data SPSS

Berdasarkan Tabel 4.6 diperoleh nilai MSA untuk X1 (Fasilitas fisik) sebesar 0,831, X2 (Personal (pegawai)) sebesar 0,778, X3 (Materi komunikasi) sebesar 0,901, X4 (Kemampuan untuk memenuhi janji layanan yang sudah disampaikan kepada nasabah) sebesar 0,845, X5 (Keteguhan pada janji) sebesar 0,865, X6 (Ketepatan) sebesar 0,746, X7 (Menunjukkan pada kemauan dari penyedia layanan untuk membantu nasabah) sebesar 0,838, X8 (Menyediakan layanan secepat mungkin) sebesar 0,890, X9 (Pengetahuan) sebesar 0,878, X10 (Kesopanan) sebesar 0,914, X11 (Kemampuan karyawan dalam memberikan layanan) sebesar 0,901, X12 (Menjelaskan tentang produk yang membuat nasabah percaya kepada bank) sebesar 0,890, X13 (Menunjukkan kepedulian secara personal kepada nasabah) sebesar 0,807 dan X14 (Bank dan karyawannya memberikan perhatian secara personal kepada nasabah) sebesar 0,677. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai MSA dari masing-masing variabel memiliki nilai lebih dari 0,5 maka tidak ada variabel yang harus dikeluarkan dan seluruh variabel layak untuk melanjutkan proses analisis faktor.

c. Proses Faktoring Atau Ekstraksi

Langkah selanjutnya dalam analisis faktor adalah melakukan faktoring atau ekstraksi terhadap variabel-variabel yang ada sehingga terbentuk satu atau lebih faktor yang lebih sedikit dari

variabel tersebut. Metode yang digunakan dalam proses ekstraksi adalah *Principal Component Analysis* (PCA) dimana proses ini akan menghasilkan nilai *communalities*. Pada tabel *communalities*, nilai *extaction* yang terbentuk menunjukkan besarnya presentase varian suatu variabel yang dapat dijelaskan dari faktor yang terbentuk dan menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel tersebut terhadap kepuasan nasabah atas pelayanan. Nilai *communalities* ditunjukkan pada Tabel 4.7.

Tabel 4.7
Communalities

	Variabel	Extraction
X10	Kesopanan	,801
X5	Keteguhan pada janji	,754
X7	Menunjukkan pada kemauan dari penyedia layanan untuk membantu nasabah	,719
X1	Fasilitas fisik	,656
X11	Kemampuan karyawan dalam memberikan layanan	,636
X6	Ketepatan	,611
X3	Materi komunikasi	,599
X14	bank dan karyawannya memberikan perhatian secara personal kepada nasabah.	,576
X4	Kemampuan untuk memenuhi janji layanan yang sudah disampaikan kepada nasabah	,574
X13	Menunjukkan kepedulian secara personal kepada nasabah.	,555
X12	Menjelaskan tentang produk yang membuat nasabah percaya kepada bank.	,553
X2	Personil (pegawai)	,502
X9	Pengetahuan	,453
X8	Menyediakan layanan secepat mungkin	,406

Sumber: Olah data SPSS

Berdasarkan Tabel 4.7 diperoleh nilai *communalities* dari yang tertinggi hingga yang terendah. Untuk X10 (Kesopanan) sebesar 0,801, X5 (Keteguhan pada janji) sebesar 0,754, X7 (Menunjukkan pada kemauan dari penyedia layanan untuk membantu nasabah) sebesar 0,719, X1 (Fasilitas fisik) sebesar 0,656, X11 (Kemampuan karyawan dalam memberikan layanan) sebesar 0,636, X6 (Ketepatan) sebesar 0,611, X3 (Materi komunikasi) sebesar 0,599, X14 (bank dan karyawannya memberikan perhatian secara personal kepada nasabah.) sebesar 0,576, X4 (Kemampuan untuk memenuhi janji layanan yang sudah disampaikan kepada nasabah) sebesar 0,574, X13 (Menunjukkan kepedulian secara personal kepada nasabah) sebesar 0,555, X12 (Menjelaskan tentang produk yang membuat nasabah percaya kepada bank) sebesar 0,553, X2 sebesar 0,502, X9 (Pengetahuan) sebesar 0,453 dan X8 (Menyediakan layanan secepat mungkin) sebesar 0,406.

Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa nilai *communalities* dari ke 14 variabel terdapat 12 variabel yaitu X10 (Kesopanan) sebesar 0,801, X5 (Keteguhan pada janji) sebesar 0,754, X7 (Menunjukkan pada kemauan dari penyedia layanan untuk membantu nasabah) sebesar 0,719, X1 (Fasilitas fisik) sebesar 0,656, X11 (Kemampuan karyawan dalam memberikan layanan) sebesar 0,636, X6 (Ketepatan) sebesar 0,611, X3 (Materi komunikasi) sebesar 0,599, X14 (bank dan karyawannya memberikan perhatian secara personal

kepada nasabah.) sebesar 0,576, X4 (Kemampuan untuk memenuhi janji layanan yang sudah disampaikan kepada nasabah) sebesar 0,574, X13 (Menunjukkan kepedulian secara personal kepada nasabah) sebesar 0,555, X12 (Menjelaskan tentang produk yang membuat nasabah percaya kepada bank) sebesar 0,553 dan X2 sebesar 0,502 lebih besar dari 0,5 sedangkan dua variabel kurang dari 0,5 yaitu variabel X9 (Pengetahuan) sebesar 0,453 dan X8 (Menyediakan layanan secepat mungkin) sebesar 0,406. Sehingga terdapat 12 variabel yang memiliki hubungan yang kuat dengan faktor yang terbentuk. Variabel tertinggi pada penelitian ini adalah kesopanan dengan nilai *ekstraktion* sebesar 0,801. Hal ini berarti 80,1% varian dari kesopanan dapat dijelaskan oleh faktor yang terbentuk.

d. Faktor yang terbentuk

Banyaknya faktor yang terbentuk didasarkan pada hasil *Total Variance Explained*. Untuk melihat banyaknya faktor tersebut digunakan nilai *eigenvalue* lebih dari 1. Faktor yang memiliki pengaruh paling besar adalah faktor yang memiliki nilai *eigenvalue* paling besar. Hasil perhitungan *eigenvalue* pada *Total Variance Explained* ditunjukkan pada Tabel 4.8

Tabel 4.8
Total Variance Explained

Componen	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	6,844	48,889	48,889	6,844	48,889	48,889
2	1,551	11,080	59,969	1,551	11,080	59,969
3	,907	6,479	66,448			
4	,815	5,819	72,267			
5	,743	5,305	77,573			
6	,692	4,941	82,513			
7	,533	3,811	86,324			
8	,455	3,247	89,571			
9	,417	2,977	92,548			
10	,318	2,273	94,822			
11	,241	1,723	96,545			
12	,199	1,420	97,965			
13	,171	1,223	99,188			
14	,114	,812	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Olah data SPSS

Berdasarkan Tabel 4.8 diketahui bahwa nilai *eigenvalue* yang lebih dari 1 adalah 2 sehingga terbentuk dua faktor dengan nilai *eigenvalue* masing-masing faktor adalah 6,844 dan 1,551. Faktor yang terbentuk ini memiliki nilai total *percentage of varians* sebesar 59,959% yang berarti 59,959% dari 14 variabel dapat dijelaskan oleh faktor yang terbentuk.

e. Rotasi Faktor

Variabel-variabel yang telah diekstraksi akan dilakukan proses rotasi dengan tujuan agar dapat memperoleh struktur faktor yang lebih sederhana agar mudah diinterpretasikan. Selanjutnya untuk mengetahui distribusi dari masing-masing variabel yang ada pada 2 faktor yang terbentuk dilakukan dengan menghitung nilai *componen matrix* merupakan nilai *factor loading* yang menunjukkan besar korelasi antara suatu variabel dengan faktor-faktor yang ada. Semakin besar nilai *factor loading* maka semakin besar kesempatan variabel tersebut masuk kedalam salah satu faktornya. Hasil perhitungan *componen matrix* ditunjukkan pada Tabel 4.9



Tabel 4.9
Rotated Component Matrix^a

	Varibel	Component	
		1	2
X1	Fasilitas fisik	,810	-,003
X2	Personil (pegawai)	,554	,442
X3	Materi komunikasi	,695	,341
X4	Kemampuan untuk memenuhi janji layanan yang sudah disampaikan kepada nasabah	,720	,235
X5	Keteguhan pada janji	,849	,183
X6	Ketepatan	-,034	,781
X7	Menunjukkan pada kemauan dari penyedia layanan untuk membantu nasabah	,610	,590
X8	Menyediakan layanan secepat mungkin	,416	,482
X9	Pengetahuan	,672	,024
X10	Kesopanan	,811	,378
X11	Kemampuan karyawan dalam memberikan layanan	,770	,209
X12	Menjelaskan tentang produk yang membuat nasabah percaya kepada bank	,454	,589
X13	Menunjukkan kepedulian secara personal kepada nasabah.	,466	,581
X14	Bank dan karyawannya memberikan perhatian secara personal kepada nasabah.	,026	,759
Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization. ^a a. Rotation converged in 3 iterations.			

Sumber: Olah data SPSS

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada Tabel 4.9 diketahui bahwa nilai *factor loading* untuk faktor 1 yang terdiri dari variabel X1 Fasilitas fisik sebesar 0,810, X2 Personil (pegawai) sebesar 0,554, X3 Materi komunikasi sebesar 0,695, X4 Kemampuan untuk

memenuhi janji layanan yang sudah disampaikan kepada nasabah sebesar 0,720, X5 Keteguhan pada janji sebesar 0,849, X7 sebesar 0,610, X9 Pengetahuan sebesar 0,672, X10 sebesar 0,811 dan X11 Kemampuan karyawan dalam memberikan layanan sebesar 0,770 sedangkan nilai *factor loading* untuk faktor 2 terdiri dari variabel X6 Ketepatan sebesar 0,781, X8 Menyediakan layanan secepat mungkin sebesar 0,482, X12 Menjelaskan tentang produk yang membuat nasabah percaya kepada bank sebesar 0,589, X13 Menunjukkan kepedulian secara personal kepada nasabah sebesar 0,581 dan X14 Bank dan karyawannya memberikan perhatian secara personal kepada nasabah sebesar 0,759. Dari Tabel 4.9 maka faktor dapat dikelompokkan sesuai dengan variabel pembentuknya dapat dilihat pada Tabel 4.10 sebagai berikut:

Tabel 4.10
Kelompok Faktor Hasil

Variabel	Kelompok Faktor	
	1	2
X1	1	
X2	1	
X3	1	
X4	1	
X5	1	
X6		2
X7	1	
X8		2
X9	1	
X10	1	
X11	1	
X12		2
X13		2
X14		2

Dari Tabel 4.10 terlihat bahwa semua faktor memiliki variabel pembentuk dimana :

- 1) Faktor 1 memiliki 9 variabel pembentuk yaitu diantaranya X1 (Fasilitas fisik), X2 (Personil (pegawai)), X3 (Materi komunikasi), X4 (Kemampuan untuk memenuhi janji layanan yang sudah disampaikan kepada nasabah), X5 (Keteguhan pada janji), X7 (Menunjukkan pada kemauan dari penyedia layanan untuk membantu nasabah), X9 (Pengetahuan), X10 (Kesopanan) dan X11 (Kemampuan karyawan dalam memberikan layanan).
- 2) Faktor 2 memiliki 5 variabel pembentuk yaitu X6 (Ketepatan), X8 (Menyediakan layanan secepat mungkin), X12 (Menjelaskan tentang produk yang membuat nasabah percaya kepada bank), X13 (Menunjukkan kepedulian secara personal kepada nasabah) dan X14 (Bank dan karyawannya memberikan perhatian secara personal kepada nasabah).

Nilai loading mengidentifikasi korelasi antar variabel dengan faktor yang terbentuk. Semakin tinggi nilai loading berarti semakin erat hubungan variabel terhadap faktor. Dari Tabel 4.10 kelompok faktor hasil rotasi menunjukkan semua variabel membentuk suatu faktor berdasarkan nilai loading terbesarnya, sehingga faktor diinterpretasikan pada Tabel 4.11 hasil interpretasi faktor sebagai berikut :

Tabel 4.11
Hasil Interpretasi Faktor

Faktor	Variabel		Nilai Loading	Nilai Eigenvalue
Faktor kepercayaan dan fasilitas	X5	Keteguhan pada janji	,849	6,844
	X10	Kesopanan	,811	
	X1	Fasilitas fisik	,810	
	X11	Kemampuan karyawan dalam memberikan layanan	,770	
	X4	Kemampuan untuk memenuhi janji layanan yang sudah disampaikan kepada nasabah	,720	
	X3	Materi komunikasi	,695	
	X9	Pengetahuan	,672	
	X7	Menunjukkan pada kemauan dari penyedia layanan untuk membantu nasabah	,610	
	X2	Personil (pegawai)	,554	
Daya tanggap dan jaminan	X6	Ketepatan	,781	1,551
	X14	bank dan karyawannya memberikan perhatian secara personal kepada nasabah.	,759	
	X12	Menjelaskan tentang produk yang membuat nasabah percaya kepada bank.	,589	
	X13	Menunjukkan kepedulian secara personal kepada nasabah.	,581	
	X8	Menyediakan layanan secepat mungkin	,482	

Sumber: Olah data SPSS

Berdasarkan Tabel 4.11 maka faktor yang terbentuk adalah :

- 1) Faktor 1 yaitu faktor kepercayaan dan fasilitas dimana faktor ini terdiri dari 9 variabel yang diantaranya X5(Keteguhan pada janji), X10 (Kesopanan), X1(Fasilitas fisik), X11 (Kemampuan karyawan dalam memberikan layanan), X4 (Kemampuan untuk memenuhi janji layanan yang sudah disampaikan kepada nasabah), X3 (Materi komunikasi), X9 (Pengetahuan), X7 (Menunjukkan pada kemauan dari penyedia layanan untuk membantu nasabah), X2 (Personil (pegawai)) dengan Nilai Eigenvalue sebesar 6,844.
- 2) Faktor 2 yaitu faktor daya tanggap dan jaminan dimana faktor ini terdiri dari 5 variabel yang diantaranya X6 (Ketepatan), X14 (Bank dan karyawannya memberikan perhatian secara personal kepada nasabah), X12 (Menjelaskan tentang produk yang membuat nasabah percaya kepada bank), X13 (Menunjukkan kepedulian secara personal kepada nasabah), X8 (Menyediakan layanan secepat mungkin) dengan Nilai Eigenvalue sebesar 1,551.

Tabel 4.12 Hubungan Permasalahan Dengan Hasil Interpretasi Faktor		
Permasalahan	Faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah	
1. Fasilitas mesin ATM yang masih minim	X1 fasilitas fisik	Faktor 1 Kepercayaan Dan Fasilitas (Dominan)
2. Ruang ATM kurang terawat		
3. Terjadinya kegagalan saat bertransaksi di mesin ATM		
4. Antrian ke <i>customer service</i> yang lama	X8 Menyediakan layanan secepat mungkin.	Faktor 2 Daya Tanggap Dan Jaminan (Tidak Dominan)
5. Karyawan ragu-ragu dan sulit dimengerti saat menjelaskan produk kepada nasabah	X12 Menjelaskan tentang produk yang membuat nasabah percaya kepada bank	
6. Tidak konsisten terhadap jam pelayanan	X4 Kemampuan untuk memenuhi janji layanan yang sudah disampaikan kepada nasabah	Faktor 1 Kepercayaan Dan Fasilitas (Dominan)

Berdasarkan Tabel 4.12 maka hubungan permasalahan dengan hasil interpretasi faktor adalah :

Dari ke 6 permasalahan diatas terdapat 4 permasalahan termasuk dalam faktor dominan yang mempengaruhi kepuasan nasabah, antara lain:

Fasilitas mesin ATM yang masih minim, ruang ATM kurang terawat, dan terjadinya kegagalan saat bertransaksi di mesin ATM ketiga permasalahan tersebut masuk dalam indikator fasilitas fisik sedangkan permasalahan terkait tidak konsisten terhadap jam pelayanan termasuk dalam indikator kemampuan untuk memenuhi janji layanan yang sudah disampaikan. Sehingga keempat permasalahan merupakan bagian dari faktor pertama yaitu faktor kepercayaan dan fasilitas (faktor dominan). Sedangkan 2 permasalahan lainnya masuk dalam faktor yang tidak dominan mempengaruhi kepuasan nasabah, yang diantaranya:

Antrian ke *customer service* yang lama permasalahan tersebut masuk pada indikator menyediakan layanan secepat mungkin dan permasalahan selanjutnya karyawan ragu-ragu dan sulit dimengerti saat menjelaskan produk kepada nasabah hal ini termasuk pada indikator Menjelaskan tentang produk yang membuat nasabah percaya kepada bank. Kedua permasalahan tersebut merupakan bagian dari faktor kedua yaitu faktor daya tanggap dan jaminan (faktor tidak dominan).

E. Pembahasan.

Setelah dilakukan analisis data yang telah dipaparkan di atas, maka berikut ini adalah pembahasan atau interpretasi atas data yang telah dianalisis tersebut:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah

Berdasarkan hasil analisis faktor yang telah dilakukan terbentuk 2 Faktor yaitu faktor pertama faktor kepercayaan dan fasilitas, sedangkan faktor kedua faktor daya tanggap dan jaminan.

a) Faktor pertama faktor kepercayaan dan fasilitas.

Faktor pertama faktor kepercayaan dan fasilitas dengan Nilai Eigenvalue sebesar 6,844. Faktor ini terdiri dari X5 Keteguhan pada janji dengan nilai loading 0,849, X10 Kesopanan dengan nilai loading 0,811, X1 Fasilitas fisik dengan nilai loading 0,810, X11 Kemampuan karyawan dalam memberikan layanan dengan nilai loading 0,770, X4 Kemampuan untuk memenuhi janji layanan yang sudah disampaikan kepada nasabah dengan nilai loading 0,720, X3 Materi komunikasi dengan nilai loading 0,695, X9 Pengetahuan dengan nilai loading 0,672, X7 Menunjukkan pada kemauan dari penyedia layanan untuk membantu nasabah dengan nilai loading 0,610, X2 Personil (pegawai) dengan nilai loading 0,554.

Keteguhan pada janji memiliki faktor loading tertinggi pada faktor pertama yaitu 0,849. Keteguhan pada janji dinilai cukup baik bagi nasabah sehingga mempengaruhi kepuasan nasabah dalam

pelayanan di Bank Muamalat KCP Ponorogo. Namun pada variabel personil (pegawai) memiliki nilai loading paling kecil diantara variabel lainnya pada faktor pertama yang dianalisis yaitu sebesar 0.554, hal ini mengindikasikan bahwa Bank Muamalat KCP Ponorogo perlu lebih memperhatikan personil (pegawai) karena sangat mempengaruhi kepuasan nasabah dalam pelayanan.

b) Faktor kedua faktor daya tanggap dan jaminan.

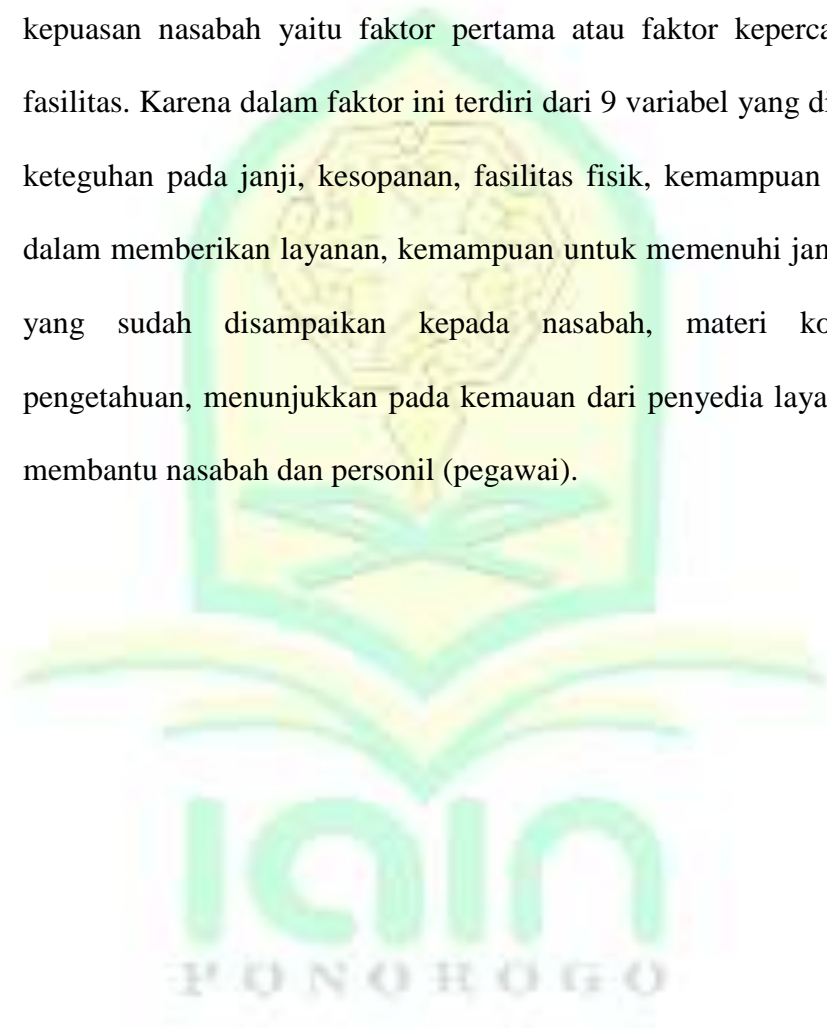
Faktor kedua faktor daya tanggap dan jaminan dengan nilai eigenvalue sebesar 1,551. Faktor ini terdiri dari X6 Ketepatan dengan nilai loading 0,781, X14 Bank dan karyawannya memberikan perhatian secara personal kepada nasabah dengan nilai loading 0,759, X12 Menjelaskan tentang produk yang membuat nasabah percaya kepada bank dengan nilai loading 0,589, X13 Menunjukkan kepedulian secara personal kepada nasabah dengan nilai loading 0,581, X8 Menyediakan layanan secepat mungkin dengan nilai loading 0,482.

Ketepatan memiliki faktor loading tertinggi pada faktor kedua yaitu 0,781. Ketepatan dinilai cukup baik bagi nasabah sehingga mempengaruhi kepuasan nasabah dalam pelayanan di Bank Muamalat KCP Ponorogo. Namun pada variabel menyediakan layanan secepat mungkin memiliki nilai loading paling kecil diantara variabel lainnya pada faktor perkedua yang dianalisis yaitu sebesar 0.482, hal ini mengindikasikan bahwa Bank Muamalat KCP

Ponorogo perlu lebih memperhatikan dalam menyediakan layanan secepat mungkin karena sangat mempengaruhi kepuasan nasabah dalam pelayanan.

2. Faktor yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah

Dalam penelitian ini faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu faktor pertama atau faktor kepercayaan dan fasilitas. Karena dalam faktor ini terdiri dari 9 variabel yang diantaranya keteguhan pada janji, kesopanan, fasilitas fisik, kemampuan karyawan dalam memberikan layanan, kemampuan untuk memenuhi janji layanan yang sudah disampaikan kepada nasabah, materi komunikasi, pengetahuan, menunjukkan pada kemauan dari penyedia layanan untuk membantu nasabah dan personil (pegawai).



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Terdapat dua faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam pelayanan di Bank Muamalat KCP Ponorogo yaitu faktor pertama faktor kepercayaan dan fasilitas, sedangkan faktor kedua faktor daya tanggap dan jaminan. Faktor kepercayaan dan fasilitas terdiri dari keteguhan pada janji, kesopanan, fasilitas fisik, kemampuan karyawan dalam memberikan layanan, kemampuan untuk memenuhi janji layanan yang sudah disampaikan kepada nasabah, materi komunikasi, pengetahuan, menunjukkan pada kemauan dari penyedia layanan untuk membantu nasabah dan personil (pegawai). Sedangkan faktor daya tanggap dan jaminan terdiri dari ketepatan, bank dan karyawannya memberikan perhatian secara personal kepada nasabah, menjelaskan tentang produk yang membuat nasabah percaya kepada bank, menunjukkan kepedulian secara personal kepada nasabah dan menyediakan layanan secepat mungkin.
2. Terdapat faktor yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah dalam pelayanan di Bank Muamalat KCP Ponorogo yaitu faktor pertama atau faktor kepercayaan dan fasilitas. Karena dalam faktor ini terdiri dari 9 variabel yang diantaranya keteguhan pada janji, kesopanan, fasilitas fisik, kemampuan karyawan dalam memberikan layanan, kemampuan untuk memenuhi janji layanan yang sudah disampaikan kepada nasabah,

materi komunikasi, pengetahuan, menunjukkan pada kemauan dari penyedia layanan untuk membantu nasabah dan personil (pegawai).

B. Saran

Adapun saran-saran yang dapat penulis berikan sehubungan dengan hasil penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Bagi pihak Bank

- a. Yang pertama, disarankan kepada pihak bank agar dapat lebih memperhatikan mengenai kualitas pelayanan, misalnya dengan menekankan pada aspek dimensi kualitas pelayanan, yakni: *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphati*. Hal ini bermaksud agar dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Mengingat bahwa beberapa nasabah mengeluhkan atas pelayanan yang di berikan oleh bank yang paling dominan diantaranya fasilitas mesin ATM yang masih minim, ruang ATM kurang terawat, terjadinya kegagalan saat bertransaksi di mesin ATM, dan tidak konsisten terhadap jam pelayanan. Dengan adanya permasalahan tersebut semestinya bank harus menambah jumlah mesin ATM, selalu menjaga kebersihan ruang ATM, mesin ATM yang selalu *online* setiap saat, dan juga disiplin waktu dalam bekerja. Permasalahan tersebut dalam penelitian ini termasuk dalam variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu faktor kepercayaan dan fasilitas yang memiliki 9

variabel yang diantaranya keteguhan pada janji, kesopanan, fasilitas fisik, kemampuan karyawan dalam memberikan layanan, kemampuan untuk memenuhi janji layanan yang sudah disampaikan kepada nasabah, materi komunikasi, pengetahuan, menunjukkan pada kemauan dari penyedia layanan untuk membantu nasabah dan personil (pegawai).

- b. Yang kedua, disarankan kepada pihak bank tentunya tidak hanya memperhatikan variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah akan tetapi juga perlu memperhatikan faktor yang tidak dominan terhadap kepuasan nasabah. Mengingat bahwa permasalahan yang dirasakan nasabah terkait pelayanan yang diberikan bank antara lain antrian ke *customer service* yang lama, karyawan ragu-ragu dan sulit dimengerti saat menjelaskan produk kepada nasabah, sehingga seharusnya bank perlu menambah karyawan profesional dan memberikan pelatihan-pelatihan kepada karyawan. Permasalahan tersebut termasuk dalam faktor yang tidak dominan mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu faktor daya tanggap dan jaminan yang diantaranya adalah bank dan karyawannya memberikan perhatian secara personal kepada nasabah, menjelaskan tentang produk yang membuat nasabah percaya kepada bank, menunjukkan kepedulian secara personal kepada nasabah dan menyediakan layanan secepat mungkin. Karena apabila bank tidak memperhatikan faktor yang tidak

dominan terhadap kepuasan nasabah, semakin lama faktor yang tidak dominan akan menjadi dominan terhadap kepuasan nasabah.

2. Bagi peneliti selanjutnya.

Disarankan kepada peneliti selanjutnya agar dalam penelitian menggunakan analisis faktor ini dapat dikembangkan menggunakan analisis lainnya seperti analisis diskriminan, klaster, analisis lajur, dll.



DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Al Arif, Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta. 2012.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. 2013.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan terjemahan*. Bandung: Diponegoro. 2000.
- Djarwanto dan Pangestu Subagyo. *Statistik Induktif*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta. 1998.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*. Semarang: UNDIP. 2011.
- Gunawan, Imam. *Pengantar Statistika Inferensial*. Jakarta: Rajawali Pers. 2016.
- Ikatan Bankir Indonesia. *"Mengelola Kualitas Layanan perbankan"*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2014.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo. 1997.
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Pertama: Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat. 2001.
- Muhidin, Sambas Ali dan Manan Abdurrahman. *Analisis Korelasi, Regresi dan Jalur dalam Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia. 2009.
- Prayitno, Dwi. *Spss Handbook*. Yogyakarta: Mediakom. 2016.
- Priansa, Donni Jodi. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta. 2017.
- Riduwan. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta. 2011.
- Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana. 2017.
- Soemitra, Andri. *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group. 2009.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2015.

Sunyoto, Danang. *Metodologi Penelitian Ekonomi: Alat Statistik dan Analisis Output Komputer*. Yogyakarta: CAPS. 2011.

Suryani, Tatik. *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global*. Jakarta: Prenadamedia. 2017

Taniredja, Tukiran dan Hidayati Mustafidah. *Penelitian Kuantitatif: Sebuah Pengantar*. Bandung: Alfabeta. 2014.

Umam, Khatibul dan Veri Antoni. *Corporate Action Pembentukan Bank Syariah (Akuisi, Konversi dan Spin Off)*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. Tt.

Wulandari, Andhita Dessy. *Statistika Parametrik*. Ponorogo: STAIN Po PRESS. Tt.

Yuniarti, Vinna Sri. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Pustaka Setia. 2015.

Yusmad, Muammar Arafat. *Aspek Hukum Perbankan Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Yogyakarta: Budi Utama. 2018.

Jurnal Dan Skripsi

Andriani, Putri. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Pengguna ATM (Studi pada Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta),” *Skripsi* (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2015).

Aptaguna dan Pitaloka, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek,” *Widyakala*, 3 (Maret 2016)

Febriana, Nina Indah. “Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung” *Jurnal Kualitas Pelayanan*, (Tulungagung, 2016).

Handayani, Feronika. “ Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Bank (Studi Kasus: Bank BNI di Kota Bogor),” *Skripsi* (Bogor: IPB, 2006).

Hidayat, Rachmad. “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri”.

Manullang, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan PT. Garuda Indonesia Airlines di Bandara Polonia Medan”, *Thesis-S2, Universitas Sumatra Utara*, 2008.

Okky, Christiana. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Jateng Cabang Utama Semarang)", *Skripsi*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang. 2012.

Reza, M. Taufiq. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Mega TBK Cabang Makassar," *Skripsi* (Makassar: Universitas Hasanuddin, 2012)

Ribka, Natalia, Silvy Mandey dan Jopie Jorie R, "Analisis Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri Tbk Cabang Bahu Mall Manado", *Jurnal EMBA*, Vol. 3, 3, (2015).

Suryanai, Tutik, Sri Lestari & Wiwik Lestari, "Analisis Pelayanan Mutu Total Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Usaha Perbankan di Indonesia", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, (Surabaya, 2001).

INTERNET

Bank Muamalat Indonesia, Annual Report, www.bankmuamalat.co.id (diakses pada 7 Juli 2019, 19.20).

OJK, "Statistik Perbankan Syariah – Desember 2018", "dalam <https://www.ojk.go.id/id/kenal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/pages/statistik-perbankan-syariah---desember-2018.aspx>, (diakses pada tanggal 12 Maret 2018, jam 10.05).

