

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH MENGGUNAKAN MODEL CARTER DI BPRS AMANAH UMMAH LEUWILIANG BOGOR

Siti Amelia Aldila

Universitas Ibn Khaldun Bogor
Aldaaldila19@gmail.com

***Abstract:** The purpose of this study is to determine the effect of frontliner service quality on satisfaction in BPRS Amanah Ummah Leuwiliang Bogor. Measurement of service quality is done by adaptation of CARTER model. CARTER is a model based on the SERVQUAL dimension, with a new dimension called Compliance (Compliance) that is suitable for sharia banking industry. CARTER consists of Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Empathy, and Responsiveness. This study uses a quantitative approach by distributing questionnaires to 100 customers. To analyze and test the hypothesis using multiple linear regression test with the help of SPSS 23.0 for window software. Based on the result of T test (partial), the dimension of Compliance, Reliability and Tangible influential significantly to customer satisfaction. Dimensions of Assurance, Empathy and Responsiveness have no significant effect on customer satisfaction in BPRS Amanah Ummah Leuwiliang Bogor.*

***Keywords:** CARTER Model, Compliance, Service Quality, Customer Satisfaction*

***Abstrak:** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan frontliner terhadap kepuasan di BPRS Amanah Ummah Leuwiliang Bogor. Pengukuran kualitas pelayanan dilakukan*

dengan adaptasi model CARTER. CARTER adalah model yang didasarkan pada dimensi SERVQUAL. dengan dimensi baru yang disebut Compliance (Kepatuhan terhadap syariat Islam) yang sesuai untuk industri perbankan syariah. CARTER terdiri dari Compliance. Assurance. Reliability. Tangible. Empathy. dan Responsiveness. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 nasabah. Untuk analisis dan uji hipotesis menggunakan uji regresi linear berganda dengan bantuan software SPSS 23.0 for window. Berdasarkan hasil uji T (parsial). dimensi Compliance. Reliability dan Tangible yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dimensi Assurance. Empathy dan Responsiveness tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di BPRS Amanah Ummah Leuwiliang Bogor.

Kata Kunci: Model CARTER, Compliance, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah

PENDAHULUAN

Dengan adanya era globalisasi dan perdagangan bebas. sektor perekonomian sangat memegang peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi. Di mana sektor perekonomian menjadi tolak ukur kemakmuran suatu Negara. Dalam rangka mendorong pertumbuhan ekonomi. industri perbankan memiliki peran penting yaitu menyediakan dan menyalurkan dana untuk pembangunan ekonomi masyarakat. Menurut UU Perbankan No. 10 Tahun 1998. bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak. Oleh karena itu. peranan perbankan sangat mempengaruhi kegiatan ekonomi suatu Negara.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia diawali dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) dan Bank-bank

Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) sejak tahun 1992.¹ Eksistensi bank syariah semakin meningkat setelah muncul Undang-Undang No 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah. Undang-undang tersebut menjadikan pendirian bank syariah semakin mantap dikarenakan bank konvensional diperbolehkan membuka unit usaha syariah. Dengan diberlakukannya Undang-undang tersebut, diapresiasi oleh perbankan konvensional yang mulai membidik Usaha Syariah dengan membuka Bank Umum Syariah.

Bank Syariah merupakan sebuah perusahaan jasa keuangan yang sedang berkembang dan masih memerlukan perbaikan guna meningkatkan kualitas pelayanan bagi nasabahnya. Untuk meningkatkan kemampuan bersaing terhadap Bank Konvensional, maka bank syariah harus mengutamakan kualitas pelayanan yang sesuai dengan selera nasabah dan pelayanan yang professional, sehingga kepuasan nasabah terpenuhi. Tingkat persaingan yang semakin tinggi mengakibatkan bank syariah harus tetap eksis dan mampu berkompetensi terhadap bank konvensional. Jika kualitas pelayanan bagus dan dapat memberi kepuasan para nasabah, maka nasabah akan setia dan tidak akan berpindah ke bank lainnya.

Sebagai bangsa yang mayoritas penduduknya beragama Islam, maka kehadiran Bank Syariah di Indonesia yang diyakini prinsip-prinsip dan operasionalnya sesuai dengan syariah Islamiyah adalah suatu kebutuhan sekaligus suatu keharusan. Salah satunya adalah Bank

¹ Adiwarmanto A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014). halaman. 25

Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Amanah Ummah.² Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Amanah Ummah atau disingkat dengan BPRS Amanah Ummah adalah salah satu Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang tumbuh di Indonesia khususnya wilayah Bogor Barat yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam yang bertujuan diantaranya menumbuhkan ekonomi masyarakat atas dasar syariah Islam sebagaimana telah diatur dalam Undang-undang nomor 10 tahun 1998³

Agar dapat bersaing dan terus berkembang, tentunya para pihak BPRS Amanah Ummah harus memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah. Oleh karena itu, dibutuhkan karyawan yang memiliki komitmen untuk bekerja sesuai dengan standarisasi bank, khususnya pada bagian frontliner (Teller, Costumer Service dan Security). karena mereka merupakan barisan terdepan dari sebuah perusahaan layanan jasa yang berhadapan secara langsung dengan nasabah maka dari itu para frontliner wajib memberikan pelayanan terbaik agar dapat menciptakan kesan dimata nasabah, yang implikasinya menjadi daya tarik sendiri pada bank yang bersangkutan. Hal yang tidak kalah pentingnya selain komitmen dan upaya dari para frontliner dalam memberikan pelayanan terbaik terhadap nasabah yaitu adanya standar pelayanan bank yang jelas dalam memberikan pelayanan terhadap nasabah.

² “*Sejarah Bank Amanah Ummah*” di akses dari <http://www.amanahummah.co.id/> pada 14 November Pukul 14:24

³ *Ibid*

Standar pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik.⁴ Oleh karena itu, standar pelayanan menjadi pedoman baku yang digunakan oleh para frontliner dalam bekerja, sehingga apabila para frontliner memiliki komitmen dalam menerapkan standar pelayanan yang ada, maka dapat menciptakan kepuasan dari nasabah ketika bertransaksi di sebuah bank. Karena tolak ukur keberhasilan sebuah bank salah satunya adalah bergantung kepada kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan. Dalam hal ini kepuasan nasabah merupakan hal penting yang harus diperhatikan dan diwujudkan karena nasabah merupakan penilai terakhir dari mutu pelayanan yang telah diberikan oleh pihak bank.

Salah satu kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model SERQUAL (Service Quality). Service quality adalah perbandingan antara kenyataan dan harapan pelanggan/nasabah. Jika kenyataan yang diterima lebih dari yang diharapkan, maka pelayanan dapat dikatakan bermutu dan nasabah akan puas. Sebaliknya, jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka pelayanan dikatakan kurang bermutu dan nasabah tidak puas.⁵ Parasuraman mengemukakan bahwa konsep penilaian atau pengukuran kualitas pelayanan bisa diukur dari lima dimensi kualitas pelayanan yaitu: Assurance (Jaminan), Reliability (Kehandalan), Tangibles (bukti fisik), Emphaty (perhatian) dan Responsiveness (daya tanggap). Perbedaan kualitas pelayanan bisa dievaluasi dari perbedaan lima

⁴ M.Nur Rianto Al Arif, Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah, (Bandung:Alfabeta Cv, 2012), halaman.212

⁵ Ibid. halaman 213

dimensi kualitas pelayanan yang didefinisikan sebagai tingkat perbedaan antara persepsi dan harapan konsumen.⁶

Othman dan Owen telah memperkenalkan enam dimensi untuk mengukur kualitas pelayanan pada lembaga keuangan syariah. metode ini menggunakan lima dimensi yang terdapat dalam SERVQUAL (Service Quality) yang dikembangkan oleh Parasuraman dan menambahkan dimensi Compliance (kepatuhan terhadap syariat Islam) di dalamnya. keenam dimensi tersebut dikenal dengan model CARTER yakni Compliance. Assurance. Reliability. Tangible. Empathy dan Responsiveness (CARTER). Compliance merupakan dimensi terpenting dalam pengukuran kualitas jasa keuangan syariah karena kepatuhan terhadap syariat merupakan wujud eksistensi seorang muslim.⁷

LANDASAN TEORI

Pengertian Kualitas Pelayanan

Kotler merumuskan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.⁸ Pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari suatu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah

⁶ Kasmir, Pemasaran Bank, (Jakarta: Kencana), Cet ke-4, 2004. hlm. 57

⁷ Maysam Molaei, dkk "Analyzing The Impact Of Service Quality Dimensions On Customer Satisfaction and Loyalty In The Banking Industry Of Iran" *International Journal Of Academic Research In Accounting, Finance and Management Sciences* Vol. 3 No. 3 July 2013.

⁸ Etta Mamang Sangadji dan Sopiha Perilaku Konsumen, (Yogyakarta:C.V Andi Offset, 2013), halaman 99

tamah. adil. cepat. tepat dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.⁹ Jadi. Kualitas pelayanan adalah kemampuan merencanakan. menciptakan. dan menyerahkan produk yang bermanfaat luar biasa bagi pelanggan. Kualitas pelayanan karyawan sebagai jaminan atas ketersediaan produk. rasa responsivitas. biaya administrasi yang hemat ketepatan waktu memberikan pelayanan. dan waktu tunggu yang lebih pendek. kesempurnaan pelayanan serta kemampuan menimbulkan kesenangan dan perasaan nyaman pada konsumen atau pelanggan (Malayu Hasibuan).¹⁰

Dimensi Kualitas Pelayanan

Parasuraman mengemukakan lima dimensi kualitas pelayanan. yaitu:¹¹

1. Assurance (Jaminan). yaitu mencakup pengetahuan. kemampuan. kesopanan. dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf/karyawan. bebas dari bahaya. risiko atau keragu- raguan.
2. Reliability (Kehandalan). yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera. akurat dan memuaskan.
3. Tangibles (Bukti langsung). meliputi fasilitas fisik. perlengkapan staf / karyawan dan sarana komunikasi.

⁹ Ibid

¹⁰ Ali Hasan, Marketing Bank Syariah, Cet. 1, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), halaman 91.

¹¹ Fandy Tjiptono, Manajemen Jasa, (Yogyakarta: Andi, 2004), halaman. 70.

4. Empathy (Perhatian). meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan. komunikasi yang baik. perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.
5. Daya Tanggap (Responsiveness). yaitu keinginan para staf / karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

Dimensi Kualitas Pelayanan Dalam Persepsi Islam

Othman dan Owen (2001). memperkenalkan enam dimensi untuk mengukur kualitas pelayanan pada lembaga keuangan syariah pada penelitiannya di Bank Islam Kuwait Finance House. Metode ini menggunakan lima dimensi yang terdapat dalam SERVQUAL (Service Quality) yang dikembangkan oleh Parasuraman dan menambahkan dimensi Compliance (kepatuhan terhadap syariat Islam). Alasan berikut akan menjawab pertanyaan mengapa bank syariah perlu menyadari Service Quality:¹²

1. Produk dan pelayanan bank syariah yang dianggap sebagai berkualitas tinggi oleh pelanggan karena konsep melakukan pekerjaan dalam Islam yaitu sebagai jenis ibadah. Nabi berkata: “Barangsiapa menemukan dirinya pada malam hari lelah dari pekerjaannya. Allah akan mengampuni dosa-dosanya” (HR. Ahmad) Allah Ta’alā berfirman dalam Qs. Adz- Dzariyāt [51]: 56

¹²A.Othman dan L. Owen. 2001, “Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) In Islamic Bank: A Case Study In Kuwait Finance House”. *Internasional Journal Of Islamic Financial Service* Vol.3 No.1

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ (الذاريات : ٥٦)

“Dan Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku”.

2. Bank syariah telah beroperasi berdasarkan hukum Islam (syariah). berbeda dengan bank konvensional atau komersial lainnya. Oleh karena itu, perbankan syariah berbeda dari perbankan konvensional dalam beberapa cara. seperti larangan transaksi berdasarkan tingkat suku bunga dan persyaratan bahwa operasi bank dilakukan sesuai dengan prosedur tertentu melalui penggunaan instrumen keuangan tertentu.
3. Mengadaptasi Service Quality di bank syariah telah menjadi penting karena hubungan yang tampak jelas untuk biaya, profitabilitas, kepuasan pelanggan, retensi pelanggan dan positif dari mulut ke mulut. Service Quality secara luas dianggap sebagai pendorong pemasaran perusahaan dan kinerja keuangan di perbankan (Kwon dan Lee, 1994 dan Wong dan Perry, 1991).
4. Selain itu, pengukuran dan evaluasi SQ di bidang perbankan, termasuk industri perbankan syariah telah menjadi sangat penting karena perubahan dalam lingkungan perbankan. Perbankan telah menjadi lebih terintegrasi secara global, dan berkompetisi tinggi.

Jadi, fungsi compliance (kepatuhan) dalam melakukan tugas pengawasan yang bersifat preventif dan menjadi elemen penting dalam pengelolaan dan operasional bank syariah. Menurut MIFC (Malaysia International Islamic Financial Center) (2014) menyebutkan bahwa bank syariah perlu menerapkan sharia compliance agar masyarakat

dapat membedakan antara bank syariah dan bank konvensional. Selain itu, penerapan sharia compliance menjadi penting dikarenakan meningkatnya kesadaran masyarakat bahwa produk berbasis syariah tidak hanya menawarkan alternatif yang lebih aman, tetapi juga memiliki etika bisnis yang adil, bersih dan transparan sehingga Non-Muslim pun ikut tertarik dan sadar pentingnya entitas atau bank yang berbasis syariah.¹³

Adapun dimensi Compliance yang dikembangkan oleh Othman dan Owen terdiri dari beberapa karakteristik, yaitu:¹⁴

1. Menjalankan prinsip dan hukum Islam
2. Tidak ada pembayaran bunga baik untuk tabungan maupun pinjaman
3. Menerapkan ketentuan layanan produk secara Islami
4. Kesempatan mendapatkan pinjaman bebas bunga
5. Menerapkan ketentuan pembagian keuntungan investasi

Pengertian Kepuasan Nasabah

Philip Kotler mengatakan bahwa kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk atau jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan. Kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja

¹³ Laila Martasari, Sepky Mardian. "Persepsi Masyarakat terhadap penerapan Sharia Compliance Pada Bank Syariah di Kecamatan Barabai" *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, Vol 2, No. 1, Maret 2015.

¹⁴ Putri Dwi Cahyani, "Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah Di Yogyakarta", *Jurnal Bisnis dan Manajemen* Vol 6 (2), Oktober 2016. Hlm. 155

memenuhi harapan. pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan. pelanggan amat puas.¹⁵

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang dilakukan penulis dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif mementingkan adanya variabel-variabel sebagai objek penelitian. Variabel yang diukur dalam penelitian ini yaitu variabel independen (variabel bebas) yaitu kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi CARTER (Compliance. Assurance. Reliability. Tangible. Empathy dan Responsiviness). serta variabel dependen (variabel terikat) yaitu kepuasan nasabah. Populasi BPRS Amanah Ummah sebanyak 15.000 nasabah. namun dengan rumus Slovin sample yang digunakan dalam penelitian ini menjadi 100 nasabah. Dan teknik pengumpulan yaitu menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah cara pengumpulan data dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan tertulis untuk memperoleh informasi dari responden.¹⁶ Kuesioner terdiri dari 23 pertanyaan dengan menggunakan skala likert. skala likert adalah skala untuk mengukur sikap. pendapat dan persepsi seseorang tentang suatu objek dan fenomena tertentu.¹⁷ Kriteria skala ricket yang digunakan yaitu sangat setuju. setuju. netral. tidak setuju dan sangat tidak setuju.

¹⁵ Philip Kotler, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: PT Prenhalindo), halaman. 36

¹⁶ Hendri Tanjung dan Abrista Devi, Metodologi Penelitian Ekonomi Islam, (Bekasi: Gramata Publishing, 2013). halaman. 79

¹⁷ Syofian Siregar, Statistika.....,halaman. 138

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan dengan bantuan *program SPSS Versi 23.0 for windows*. yaitu dengan menggunakan Corrected Item Total Correlation. Jika nilai r hitung \bar{r} tabel. maka item / pertanyaan dapat dinyatakan valid (demikian pula sebaliknya). Berdasarkan uji validitas dengan tingkat signifikansi 0.05. $df = n-2$ atau $100-2 = 98$ diperoleh nilai r tabel yaitu 0.197. Maka dapat dikatakan semua item pertanyaan dalam penelitian ini adalah valid. karena nilai r hitung masing-masing pertanyaan lebih besar dari nilai r tabel.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsisten tidaknya jawaban seseorang terhadap item-item pertanyaan didalam sebuah kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan reliable jika Croanbach's Alpha $\bar{0.60}$.¹⁸ Berdasarkan uji reliabilitas data ditemukan nilai Croanbach's Alpha sebesar 0.949 maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner dalam penelitian ini dinyatakan reliabel. karena nilai Croanbach's Alpha sebesar 0.949 lebih besar dari 0.60.

¹⁸ Ibid, hlm. 251

Uji Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil analisis regresi linier yang dilakukan melalui analisis statistik dengan menggunakan *Software SPSS Versi 23.0 for windows*. maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:¹⁹

$$Y = 0.770 + 0.229 X_1 + 0.231 X_2 + 0.305 X_3 + 0.260 X_4 + 0.221 X_5 + 0.235 X_6$$

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) adalah 0.770. Hal ini dapat diartikan jika Compliance. Assurance. Reliability. Tangible. Empathy dan Responsiveness bernilai 0. maka nasabah yang puas bernilai positif yaitu 0.770.
2. Nilai koefisien regresi variabel compliance bernilai positif 0.229. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan dimensi compliance sebesar 1%. maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0.229. (dengan asumsi variabel lain nilainya tetap).
3. Nilai koefisien regresi variabel assurance bernilai positif 0.231. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan dimensi assurance sebesar 1%. maka kepuasan nasabah juga akan meningkat sebesar 0.231. (dengan asumsi variabel lain nilainya tetap).
4. Nilai koefisien regresi variabel reliability bernilai positif 0.305. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan dimensi reliability sebesar 1%. maka kepuasan nasabah juga akan meningkat sebesar 0.305. (dengan asumsi variabel lain nilainya tetap).

¹⁹ Duwi Priyatno, Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS, (Yogyakarta: Andi Offset, 2012), halaman.88

5. Nilai koefisien regresi variabel tangible bernilai positif 0.260. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan dimensi tangible sebesar 1%. maka kepuasan nasabah juga akan meningkat sebesar 0.260. (dengan asumsi variabel lain nilainya tetap).
6. Nilai koefisien regresi variabel empathy bernilai positif 0.221. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan dimensi empathy sebesar 1%. maka kepuasan nasabah juga akan meningkat sebesar 0.221. (dengan asumsi variabel lain nilainya tetap).
7. Nilai koefisien regresi variabel responsiveness bernilai positif 0.235. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan dimensi responsiveness sebesar 1%. maka kepuasan nasabah juga akan meningkat sebesar 0.235. (dengan asumsi variabel lain nilainya tetap).

Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 1
Hasil Uji F

| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Regression | 237.743 | 6 | 39.624 | 27.863 | .000 ^b |
| Residual | 132.257 | 93 | 1.422 | | |
| Total | 370.000 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: KepuasanNasabah

b. Predictors: (Constant). Responsiveness. Compliance. Tangible. Assurance. Empathy. Reliability

Sumber: *Output* data kuesioner yang diolah pada *IBM SPSS Statistics*

ilai signifikansi yaitu $\bar{0.05}$ ($0.000\bar{0.05}$). maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (Compliance. Assurance. Reliability. Tangible. Empathy dan Responsiviness) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial kualitas pelayanan (Compliance. Assurance. Reliability. Tangible. Empathy dan Responsiviness) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Untuk mengetahui hasilnya dapat dilihat dari kolom (sig) didalam tabel dibawah ini.

Tabel 2
Hasil Uji T

| Model | Sig. |
|----------------|------|
| (Constant) | .574 |
| Compliance | .039 |
| Assurance | .086 |
| Reliability | .029 |
| Tangible | .016 |
| Empathy | .110 |
| Responsiveness | .087 |

Sumber: *Output* diolah pada *IBM SPSS Statistics*

Dari tabel coefficient dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0.039. Artinya $0.039\bar{0.05}$. maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa Compliance (kepatuhan terhadap syariat islam) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasil nilai signifikansi diatas

menunjukkan bahwa dimensi Compliance telah memenuhi harapan nasabah. artinya nasabah sudah merasa puas karena BPRS Amanah Ummah memang betul-betul menjalankan operasional sesuai dengan prinsip dan hukum Islam dimana Bank telah menerapkan ketentuan layanan secara islami. misalnya produk investasi bagi hasil. tabungan haji. gadaai syariah dll. dan juga Bank tidak menerapkan ketentuan pembayaran bunga baik tabungan maupun pinjaman.

Dari tabel coefficient dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0.086. Artinya $0.086 > 0.05$. maka H_0 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa Assurance (jaminan) secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasil nilai signifikansi diatas menunjukkan bahwa dimensi Assurance belum sepenuhnya memenuhi harapan nasabah artinya frontliner belum sepenuhnya melayani dengan sopan. ramah dan bersahabat. belum sepenuhnya bisa menjawab pertanyaan-pertanyaan nasabah dan juga belum bisa menjamin keamanan data nasabah. Dari tabel coefficient dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0.029. Artinya $0.029 < 0.05$. maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa Reliability (kehandalan) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasil nilai signifikansi diatas menunjukkan bahwa nasabah sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh frontliner hal ini membuktikan bahwa frontliner sudah memahami kebutuhan nasabah. memberikan informasi dengan jelas kepada nasabah dan menyelesaikan transaksi dengan cepat.

Dari tabel coefficient dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0.016. Artinya $0.016 < 0.05$. maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa Tangible (kehandalan) secara parsial berpengaruh terhadap

kepuasan nasabah. Hasil nilai signifikansi diatas menunjukkan bahwa dimensi tangible telah memenuhi keinginan nasabah. Hal tersebut telah dibuktikan oleh frontliner dimana frontliner telah mengenakan pakaian yang rapih dan menarik. frontliner dalam posisi siap melayani serta ruangan frontliner bersih dan nyaman.

Dari tabel coefficient dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0.110. Artinya $0.110 > 0.05$. maka H_0 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa Empathy (perhatian) secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasil nilai signifikansi menunjukkan bahwa nasabah belum merasa puas dikarenakan frontliner belum memberikan perhatian secara individual terhadap permasalahan nasabah dan juga belum memberikan saran atau nasehat-nasehat keuangan. Dari tabel coefficient dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0.087. Artinya $0.087 > 0.05$. maka H_0 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa Responsiveness (daya tanggap) secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasil nilai signifikansi menunjukkan bahwa dimensi responsiveness belum memenuhi harapan nasabah. Hal tersebut membuktikan bahwa frontliner belum dapat menyelesaikan masalah nasabah dengan baik dan tepat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan. maka dapat ditarik kesimpulannya sebagai berikut :

1. Dimensi *compliance* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

2. Dimensi *Assurance* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.
3. Dimensi *Reliability* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.
4. Dimensi *Tangible* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.
5. Dimensi *Empathy* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah
6. Dimensi *Responsiveness* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Karim. Adiwarmam A.. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2014.
- Al Arif. M.Nur Rianto. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta Cv. 2012.
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana Cet ke-4. 2004.
- Molae. Maysam. dkk Analyzing The Impact Of Service Quality Dimensions On Costumer Satisfaction and Loyalty In The Banking Industry Of Iran. *International Journal Of Academic Research In Accounting, Finance and Management Sciences* Vol. 3 No. 3 July 2013.
- Mamang. Etta Sangadji dan Sopiah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: C.V Andi Offset. 2013
- Hasan. Ali. *Marketing Bank Syaria*. Bogor: Ghalia Indonesia. cet ke-1. 2010.
- Tjiptono. Fandy. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset. 2004.
- Othman. A. dan L. Owen. Adopting and Measuring Costumer Service Quality (SQ) In Islamic Bank: A Case Study In Kuwait Finance House. *Internasional Journal Of Islamic Financial Service*. Vol.3 No.1. 2001.
- Martasari. Laila. dan Sepky Mardian. Persepsi Masyarakat terhadap penerapan Sharia Compliance Pada Bank Syariah di Kecamatan Barabai. *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*. Vol 2. No. 1. Maret 2015.

- Cahyani. Putri Dwi. Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah Di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol.6 No.2. Oktober 2016. Hlm. 155
- Kotler. Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Prenhalindo
- Siregar. Syofian. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. cet ke-2. 2011
- Tanjung. Hendri dan Abrista Devi. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Bekasi: Gramata Publishing. 2013.
- Duwi Priyatno. *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset. 2012.