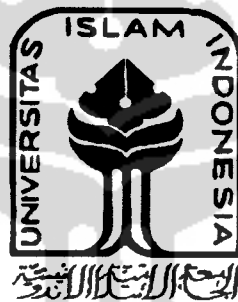


ANALISIS KEPUASAN NASABAH BANK BRI SYARIAH CABANG YOGYAKARTA

SKRIPSI

**ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna
memperoleh gelar Strata-1 di Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia**



oleh:

Nama : Doddi Satriya Ajikusuma
Nomor Mahasiswa : 01 311 247
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2006**

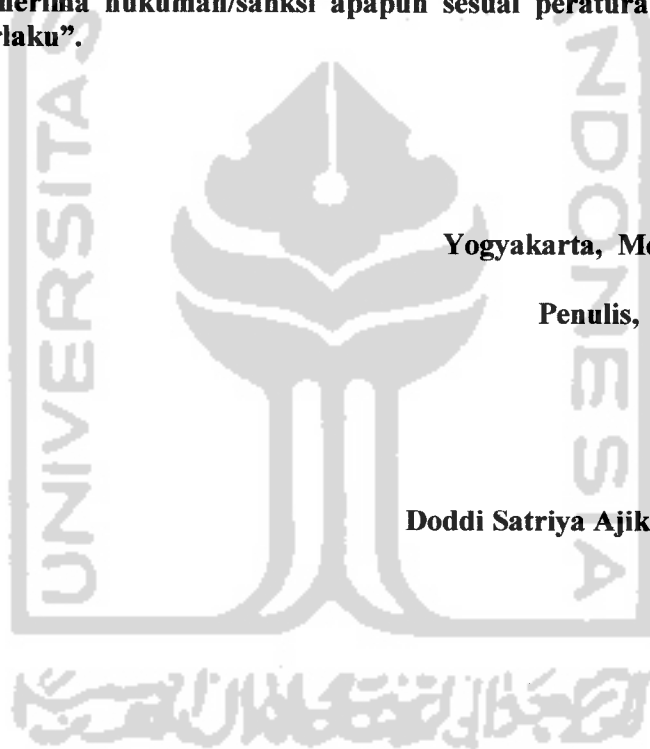
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

”Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku”.

Yogyakarta, Mei 2006

Penulis,

Doddi Satriya Ajikusuma



HALAMAN PENGESAHAN

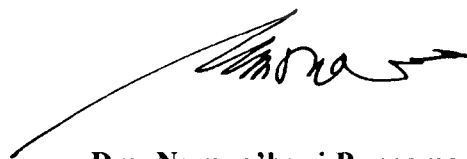
**ANALISIS KEPUASAN NASABAH
BANK BRI SYARIAH CABANG YOGYAKARTA**

Nama : Doddi Satriya Ajikusuma
Nomor Mahasiswa : 01 311 247
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta,

Telah disetujui oleh

Dosen Pembimbing,



Drs. Nursya'bani Purnama, M.Si.

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

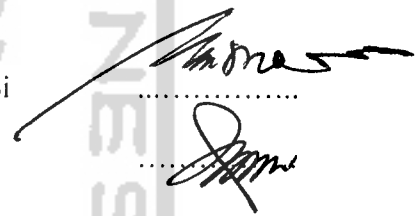
Analisis Kepuasan Nasabah Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta

Disusun Oleh: DODDI SATRIA AJIKUSUMA
Nomor mahasiswa: 01311247

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan LULUS
Pada tanggal : 15 September 2006

Penguji/Pemb. Skripsi: Drs. Nursya'bani Purnama, M.Si

Penguji : Dr. Zainal Mustofa EQ, MM



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Drs. Syaifurrahman, M.Bus, Ph.D

HALAMAN MOTTO

“ Sekiranya Aku uji salah seorang hamba-Ku yang beriman,lalu ia memuji-Ku atas ujian itu, berilah pahala yang bersambungan baginya, sebagaimana pahala yang biasa kalian berikan (atas amal yang mereka lakukan).”

(HR. Ahmad & Thabrani)

“ Maju di garda terdepan sebagai pelopor bukan sibelakang sebagai pengekor.”

(Napoleon Bonaparte)

“ Sebaik-baiknya manusia ialah yang paling berguna bagi orang lain”

(Al-Hadist)



HALAMAN PERSEMBAHAN



*Sebuah mahakarya yang dengan
Bangga kami persembahkan kepada ...*

.....Allah SWT.....

Cukup bagi kami ilmu sebagai milik

Biarkan kami berlimpah ilmu

Biarkan yang awam bergelimang harta

Harta akan luluh dalam sekejap

Sedang ilmu tiada 'kan fana.

Papa & Mamaku yang kuhormati dan kucintai

Serta Adikku yang kusayangi

Yang telah memberikan dukungan


Dan semangat yang sangat besar

Serta berarti buatku,

Memberi petunjuk dan doa

Dengan penuh cinta dan kasih sayang,

Selalu mengiringi setiap saat.



Thanks for all my FRIENDS

◆ Teman-teman sesama penyusun skripsi, Harry dan Windy atas bantuannya dan masukannya selama menyusun skripsi.

◆ Buat temen-temen seperjuangan kompre (arifin, Arie'Klaten', Dina, Erwin dan lain-lain). Perjuangan dan pengorbanan kita tidak sia-sia kawan.. Meskipun ada yang gak puas cuman sekali..!!! (He..he..he..)

➤ Teman-temankelas C manajemen '01 (Agussetyawan, Arie'Klaten', Arifin, Andre, Agus'gimbal', Adrian, Dian, Damas, Erwin, Gilang, Hervan'Dede', Hevi, Hanif, Hari, le gsa, Melani dan Melina('si kembar'), Marshal, Nia, Tyas, Widayanto (Pak RT), Wita, waduh sopo maning ki yho.??? Klo gak disebut jangan marah..???)

Kebersamaan kita adalah sepenggal kisah manis yang tak akan terlupakan.

➤ Teman teman KKN Angkatan 30, Agung, Denny, Galuh, Geulis, Irham, Ila, Fauzan, Kemal, Rilo, Sisca, Tri dan Vina. Meskipun singkat tetapi sangat menyenangkan.

♥ Dan semua orang-orang yang pernah hadir dalam hidupku, mulai dari kecil sampai sekarang ini, baik yang kukenal maupun tidak, baik yang dekat maupun jauh, baik yang kusayang atau pun yang ku benci, baik yang sayang aku dan yang benci aku, baik yang suka atau tidak suka, baik yang kuingat atau pun yang lupa, baik yang hidup ataupun yang telah wafat, baik langsung maupun tidak langsung, makasih atas semuanya, kalian telah memberikan warna-warni dalam kehidupan ini...!!!!

KATA PENGANTAR

Assalammu'alaikum wr.wb

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Kepuasan Nasabah Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta”** yang selama melaksanakan penelitian skripsi dan menyusun laporan tak lepas dari bantuan berbagai pihak, baik secara fisik maupun moril, langsung maupun tidak langsung penulis telah banyak mendapat bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, untuk itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Asmai Ishak, M.Bus., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Drs. Zainal Arifin, M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Drs. Nursya'bani Purnama, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi
4. Bapak Drs. Zainal Mustofa EQ., M.M., selaku Dosen penguji Skripsi
5. Bapak Sukartidjo, selaku Pimpinan Cabang PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Syariah Yogyakarta.
6. Bapak Arif dan juga Bapak Budi, selaku staf PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Syariah Yogyakarta.
7. Seluruh pihak di lingkungan Fakultas Ekonomi UII baik dosen maupun karyawan yang telah membantu proses penyusunan skripsi ini.

8.Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen yang telah membantu dalam menyelesaikan Skripsi ini,serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa tak ada yang dapat disampaikan selain ucapan terima kasih yang sebanyak-banyaknya atas bantuan yang diberikan semoga mendapat balasan kebaikan dari Allah SWT .Amien.

Akhirul kata,semoga laporan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak pada umumnya dan bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Wassalammu'alaikum wr.wb.

Yogyakarta, 30 Agustus 2006

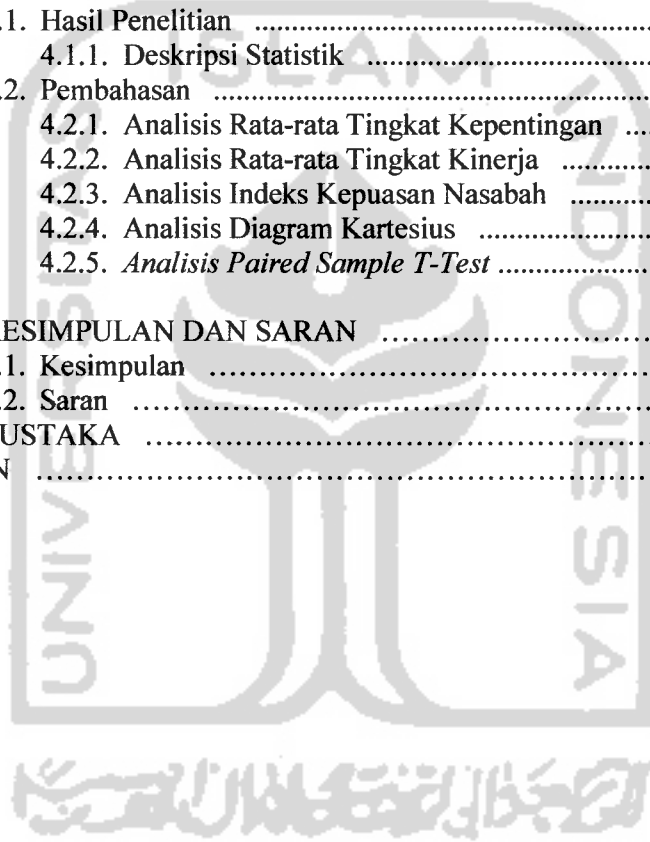
Penulis,

Doddi Satriya Ajikusuma

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL DEPAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah Penelitian	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1. Hasil Penelitian Terdahulu	8
2.2. Kualitas Pelayanan	9
2.2.1. Definisi Kualitas Pelayanan	9
2.2.2. Dimensi Kualitas	10
2.3. Metode Carter	15
2.4. Kepuasan Pelanggan	16
2.5. Faktor-faktor Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan Responden	18
2.6. Kerangka Teoritis	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1. Lokasi Penelitian	28
3.2. Variabel Penelitian	28
3.3. Definisi Operasional Variabel	29
3.4. Teknik Pengumpulan Data	30
3.4.1. Data Primer	30
3.4.2. Data Sekunder	30

3.5. Metode Pengumpulan Data	31
3.4.1. Kuesioner	31
3.4.2. Studi Pustaka	31
3.6. Skala Pengukuran	31
3.7. Populasi dan Sampel	32
3.7.1. Populasi	32
3.7.2. Sampel	32
3.8. Alat Analisis	33
3.8.1. <i>Importance-Performance Analysis</i>	33
3.8.2. <i>Paired Sample T-Test</i>	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1. Hasil Penelitian	38
4.1.1. Deskripsi Statistik	38
4.2. Pembahasan	40
4.2.1. Analisis Rata-rata Tingkat Kepentingan	41
4.2.2. Analisis Rata-rata Tingkat Kinerja	48
4.2.3. Analisis Indeks Kepuasan Nasabah	55
4.2.4. Analisis Diagram Kartesius	60
4.2.5. <i>Analisis Paired Sample T-Test</i>	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	72
5.1. Kesimpulan	72
5.2. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	78



DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 4.1.	Deskripsi Umur Responden	38
Tabel 4.2.	Deskripsi Jenis Kelamin Responden	39
Tabel 4.3.	Deskripsi Tingkat Pendidikan Responden	39
Tabel 4.4.	Deskripsi Pekerjaan Responden	40
Tabel 4.5.	Nilai Rata-rata Tingkat Kepentingan untuk Tiap Item	41
Tabel 4.6.	Penilaian Rata-rata Bobot Tingkat Kepentingan untuk Tiap Item	44
Tabel 4.7.	Rata-rata Tingkat Kepentingan untuk Tiap Dimensi	48
Tabel 4.8.	Nilai Rata-rata Tingkat Kinerja untuk Tiap Item	49
Tabel 4.9.	Penilaian Rata-rata Bobot Tingkat Kinerja untuk Tiap Item ...	52
Tabel 4.10.	Rata-rata Tingkat Kinerja untuk Tiap Dimensi	54
Tabel 4.11.	Analisis Indeks kepuasan Nasabah	55
Tabel 4.12.	Urutan Prioritas Peningkatan Kepuasan Nasabah	58
Tabel 4.13.	Nilai Selisih antara Harapan dan Persepsi	59
Tabel 4.14.	Perhitungan Rata-rata dari Pelaksanaan dan Penilaian Kepentingan Pada Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah	60
Tabel 4.15.	Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja untuk Tiap Dimensi	62
Tabel 4.16.	<i>Paired Samples statistics</i>	69
Tabel 4.17.	<i>Paired Samples Correlations</i>	70
Tabel 4.18.	<i>Paired Samples Test</i>	70

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Skala Kualitas Jasa (SERVQUAL)	13
Gambar 2.2. Kerangka Teoritis Penelitian	27
Gambar 3.1. Diagram Kartesius	35
Gambar 4.1. Diagram Kartesius untuk Tiap Dimensi	63
Gambar 4.2. Diagram Kartesius dari Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta ...	64



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner Tingkat Kepentingan Pelanggan 78
Lampiran 2	Kuesioner Penilaian Kualitas Pelayanan 80
Lampiran 3	Data Tingkat Kepentingan Pelanggan 82
Lampiran 4	Data Tingkat Kinerja 84
Lampiran 5	<i>Paired Sample T-Test</i> 86



ABSTRAK

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta, yang merupakan salah satu bank syariah yang ada di Yogyakarta.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel tingkat kepentingan, tingkat kinerja (*performance*), tingkat kepuasan nasabah, serta dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangibles*, *empathy* dan *responsiveness*. Variabel-variabel tersebut digunakan untuk mengukur Tingkat Kepentingan (*Importance*) dan Tingkat Kinerja (*Performance*) terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank. Penelitian ini menggunakan tambahan dimensi *compliance* untuk menunjukkan kemampuan bank dalam menjalankan prinsip dan hukum Islam, sehingga metode pengukuran kualitas pelayanan yang digunakan adalah Metode CARTER.

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 95 konsumen di Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta, yang terletak di Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 89, Notoprajan, Ngampilan, Yogyakarta. Untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dilakukan dengan analisis indeks kepuasan konsumen dan analisis diagram kartesius.

Hasil penelitian menunjukkan *Importance* lebih besar dari pada dan *Performance* atau dapat dikatakan bahwa harapan nasabah lebih besar dibandingkan pelayanan yang diberikan bank kepada nasabahnya. Hal ini berarti bahwa nasabah belum merasa puas atas pelayanan yang diberikan BRI Syariah Cabang Yogyakarta. Adapun faktor-faktor yang sudah memberikan kepuasan kepada konsumen meliputi pelayanan yang cepat, adanya produk dan layanan yang luas, adanya jaminan keamanan dalam bertransaksi serta waktu pelayanan yang optimal. Sedangkan faktor-faktor yang belum memberikan kepuasan kepada konsumen meliputi pihak bank sudah menjalankan syariat Islam, adanya layanan dan produk Islami, adanya pembagian keuntungan investasi, karyawan yang sopan dan bersahabat, tim manajemen yang berpengalaman dan berpengetahuan luas, pelayanan yang cepat, adanya produk dan layanan yang luas, adanya jaminan keamanan dalam bertransaksi serta waktu pelayanan yang optimal, transaksi yang cepat dan efisien, jam operasi bank yang jelas, lokasi bank yang mudah dijangkau, nama bank yang mudah dikenali, adanya jaminan kerahasiaan data nasabah, manajemen bank yang meyakinkan, kesediaan karyawan dalam membantu nasabah, cara Islami yang sudah diterapkan karyawan dalam melayani nasabah, serta layanan bank yang cepat dan efisien.

Kata kunci: *Compliance*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, *Tangibles*, Metode CARTER, Kepuasan Pelanggan, Analisis Indeks Kepuasan Konsumen, Analisis Diagram Kartesius, Tingkat Kepentingan (*Importance*) dan Tingkat Kinerja (*Performance*)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG MASALAH

Persaingan antar perusahaan saat ini menunjukkan peningkatan, ditandai dengan banyaknya perusahaan yang menyediakan barang atau jasa yang didirikan. Ketatnya persaingan menuntut semua perusahaan untuk dapat menghasilkan barang atau jasa berkualitas atau yang lebih baik daripada pesaingnya.

Memenangkan persaingan dapat ditunjukkan dengan banyaknya pelanggan yang menggunakan barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Untuk dapat menarik pelanggan maka perusahaan harus dapat memuaskan pelanggan. Kepuasan pelanggan sangat penting artinya bagi perusahaan, karena apabila pelanggan tidak puas, maka mereka akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing. Dengan demikian perusahaan harus mengetahui atribut-atribut yang dapat memuaskan pelanggan maupun yang tidak memuaskan pelanggan, sehingga perusahaan dapat menentukan strategi yang tepat dalam memasarkan barang ataupun jasanya.

Perusahaan harus dapat mengetahui keinginan dan kebutuhan pelanggan. Dengan mengetahui hal tersebut, maka perusahaan dapat memproduksi barang atau jasa yang sesuai dengan harapan pelanggan. Keberhasilan perusahaan memenuhi harapan pelanggan atau bahkan dapat memberikan pelayanan yang melebihi harapan pelanggan akan memberikan kepuasan bagi pelanggan, sehingga pelanggan diharapkan dapat menjadi loyal dan perusahaan dapat memenangkan

persaingan. Tercapainya kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama perusahaan disamping mencari keuntungan. Dengan menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas diharapkan akan mengurangi keluhan dari pelanggan serta dapat meningkatkan penghasilan perusahaan.

Ketidakpuasan pelanggan seringkali ditunjukkan dengan rasa kecewa terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan. Kekecewaan tersebut ditunjukkan pelanggan dengan beragam cara. Pelanggan dapat secara langsung menunjukkan kekecewaannya dengan melakukan protes setelah transaksi terjadi atau mengirimkan surat protes kepada perusahaan. Akan tetapi, kekecewaan pelanggan tersebut kadang-kadang diberitahukan kepada orang lain yang juga menjadi pelanggan atau calon pelanggan. Hal ini sangat berbahaya, karena dapat menyebabkan perusahaan kehilangan pelanggannya. Pelanggan yang kecewa seringkali menceritakan pengalamannya secara langsung kepada orang lain atau menceritakannya melalui media koran. Keadaan ini menyebabkan nama perusahaan menjadi buruk dimata masyarakat luas. Melihat dampak yang begitu besar akibat kekecewaan pelanggan tersebut, maka perusahaan harus berusaha memperhatikan kualitas pelayanannya.

Perusahaan yang bertujuan untuk memenuhi harapan pelanggan harus memperhatikan kualitas barang atau jasa yang diproduksinya. Pada dasarnya kualitas adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Yamit, 2001, hal. 8). Berdasarkan hal tersebut maka pelanggan seringkali menilai kualitas yang mereka terima dengan yang mereka harapkan. Ketidakpuasan akan timbul apabila

kenyataan yang diterima pelanggan tidak sesuai atau lebih kecil dari harapan mereka. Sedangkan kepuasan akan dirasakan pelanggan apabila mereka menerima barang, jasa ataupun pelayanan yang melebihi harapan mereka.

Uraian di atas menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan hal penting yang harus diperhatikan perusahaan agar dapat bertahan, bersaing dan menguasai pasar. Perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dan perusahaan juga harus berusaha untuk menghasilkan kinerja (*performance*) sebaik mungkin yang dapat memuaskan pelanggan (Supranto, 2001, hal. 223). Dengan demikian perusahaan perlu mengetahui faktor kualitas pelayanan yang seringkali dipertimbangkan pelanggan untuk mengetahui kinerja pelayanan perusahaan serta untuk mengetahui tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan persepsi kinerja perusahaan (Sunardi, 2003, hal. 60).

Menurut Rangkuti (2002, hal. 5), perusahaan harus dapat memenuhi kepuasan pelanggan karena dapat menciptakan penjualan dan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Mengukur kepuasan pelanggan sangat bermanfaat bagi perusahaan dalam rangka mengevaluasi posisi perusahaan dibandingkan para pesaingnya, serta untuk menentukan faktor-faktor yang membutuhkan peningkatan atau perbaikan. Lebih lanjut Rangkuti (2002, hal. 30) menyatakan bahwa salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan. Pada dasarnya kualitas pelayanan dipengaruhi oleh jasa yang dirasakan dengan jasa yang diharapkan. Berdasarkan hal tersebut, maka untuk mendapatkan kepuasan

pelanggan maka perusahaan harus berusaha agar jasa yang dirasakan pelanggan adalah lebih besar daripada yang diharapkan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa bahwa kepuasan pelanggan terhadap suatu jasa ditentukan oleh tingkat kepentingan pelanggan sebelum menggunakan jasa dibandingkan dengan hasil persepsi pelanggan terhadap jasa tersebut setelah pelanggan merasakan kinerja jasa tersebut (Rangkuti, 2000, hal. 40).

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis akan menerapkan penggunaan *importance-performance analysis* untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen pengguna jasa pada Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta terhadap kinerja perusahaan ditinjau dari kesenjangan antara jasa yang dialami dengan jasa yang diharapkan. Penelitian ini dilakukan dengan melihat bahwa saat ini persaingan antar bank, khususnya persaingan antar bank syariah mulai menunjukkan peningkatan.

Pemerintah telah memberikan perhatian yang besar terhadap perkembangan bank syariah dengan mengeluarkan UU No. 10 Tahun 1998 tentang landasan hukum dan jenis usaha yang dapat dilakukan bank syariah sebagai pengganti UU No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan. Adanya kebijakan pemerintah mendapat sambutan masyarakat dan pada akhirnya mendorong para pebisnis perbankan untuk mengembangkan bank syariah (Muhammad, 2005, hal. 103). Untuk daerah Yogyakarta, pada tahun 1993 dioperasikan dua BPR Syariah, yaitu BPR Syariah Bangun Drajat Warga dan BPR Syariah Margirizqi Bahagia. Dan kemudian sampai tahun 2005 di daerah Yogyakarta telah berkembang lima bank umum syariah yaitu Bank BNI Syariah, Bank BTN Syariah, Bank

Muammalat Indonesia, Bank Syariah Mandiri dan Bank BRI Syariah (Republika, 31 Agustus 2005). Melihat perkembangan dan sambutan masyarakat terhadap bank syariah maka setiap bank syariah, termasuk Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta harus dapat memberikan pelayanan yang terbaik untuk meraih kepuasan dan loyalitas nasabahnya.

Bank BRI Syariah mempunyai visi dan misi yang ditujukan untuk menciptakan kesuksesan berdasarkan visi dan misi perusahaan. Visi Bank BRI adalah menjadi bank yang selalu dapat mengutamakan kepuasan nasabah (Anonim, 2004). Berdasarkan visi tersebut, maka misi yang ditetapkan adalah berusaha melaksanakan kegiatan perbankan terbaik yang mengutamakan pelayanan kepada usaha mikro, kecil dan menengah untuk menunjang ekonomi masyarakat, berusaha memberi pelayanan prima kepada nasabah melalui jaringan kerja yang tersebar luar dan didukung sumber daya manusia yang profesional, serta berusaha memberi keuntungan dan manfaat optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan (Anonim, 2004). Untuk memberikan pelayanan yang luas kepada masyarakat, maka didirikan 17 cabang BRI Syariah yang terletak di Jakarta Mampang, Serang, Bandung, Cirebon, Malang, Semarang, Surabaya, Yogyakarta, Banda Aceh, Padang, Banjarmasin, Makasar, Cianjur, Bogor, Kediri, Solo dan KCP Kanpus (Anonim, 2004).

Usaha Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta untuk memberikan pelayanan yang terbaik dilakukan dengan menyediakan produk tabungan syariah dan produk pembiayaan syariah (Anonim, 2001). Produk tabungan syariah terdiri atas *giro wadi'ah*, *tabungan mudharabah* dan *deposito mudharabah*. Sedangkan

produk pembiayaan syariah terdiri atas *murabahah, salam, istishna, ijarah, mudharabah, musyarakah* dan *rahn*. Berdasarkan visi dan misi perusahaan serta pelayanan yang disediakan, maka Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta berusaha untuk menjadi perusahaan yang dapat memberikan pelayanan terbaik untuk kepuasan pelanggan, dimana dalam penelitian ini pelanggan adalah masyarakat yang menjadi nasabah di Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta.

1.2. RUMUSAN MASALAH PENELITIAN

Berdasarkan uraian di atas maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tingkat kepentingan (*Importance*) nasabah Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta?
2. Bagaimana tingkat kinerja (*Performance*) Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta?
3. Bagaimanakah tingkat kepuasan nasabah Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta?

1.3. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi tingkat kepentingan (*Importance*) nasabah Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta.
2. Mengidentifikasi tingkat kinerja (*Performance*) Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta.

3. Mengidentifikasi tingkat kepuasan nasabah Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta.

1.4. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan referensi dalam meningkatkan kualitas pelayanan dalam rangka memenuhi harapan pelanggan.
2. Bagi kalangan akademisi, penelitian ini diharapkan juga dapat menjadi referensi penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan kualitas jasa pelayanan jasa.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. HASIL PENELITIAN TERDAHULU

Beberapa peneliti telah melakukan riset mengenai kualitas jasa atau pelayanan. Sedangkan peneliti yang melakukan analisis kualitas pelayanan dengan menerapkan konsep *importance-performance analysis* antara lain Rangkuti (2002), Budiprasetyo (2003) dan Sunardi (2003).

Penelitian Rangkuti (2003) terhadap tingkat pelayanan pada PT. PLN Unit Bisnis Jasa dan Produksi di Jawa Timur, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Barat, DKI Jakarta serta Banten menunjukkan hasil bahwa pelanggan di daerah Jakarta mempunyai tingkat kepuasan tertinggi, sedangkan daerah Surabaya dan Semarang memiliki tingkat kepuasan pelanggan yang lebih rendah apabila dibandingkan tingkat kepentingan yang diharapkan konsumen. Hasil penelitian Budiprasetyo (2003) terhadap mahasiswa menunjukkan bahwa harapan konsumen yang terdiri dari *desired service* dan *adequate service* akan membentuk rentang toleransi yang berbeda-beda sesuai dengan karakter individu konsumen. Sedangkan Sunardi (2003) yang menerapkan *importance-performance analysis* untuk menguji faktor-faktor yang dipertimbangkan nasabah dalam mempersepsikan kualitas pelayanan jasa perbankan di Malang, serta menguji kesesuaian antara tingkat harapan nasabah dan kinerja pelayanan bank di Malang. Hasil penelitian terhadap nasabah bank di Malang menunjukkan bahwa faktor daya tanggap, faktor teknologi dan keamanan serta faktor empati merupakan

faktor yang dipertimbangkan nasabah dalam mempersepsikan kualitas pelayanan jasa perbankan di Malang. Variabel keamanan dalam melakukan transaksi, variabel kejujuran karyawan, variabel ketepatan karyawan dalam memenuhi janji kepada nasabah, variabel reputasi/nama baik bank serta variabel keberadaan teknologi canggih (ATM) merupakan lima faktor terpenting yang menjadi pertimbangan nasabah dalam mempersepsikan kualitas pelayanan jasa perbankan di Malang.

Penelitian ini akan menerapkan *importance-performance analysis* untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang pernah dilakukan adalah adanya faktor tambahan dalam dimensi kualitas yaitu faktor *compliance*. Faktor ini digunakan dengan alasan bahwa penelitian ini diterapkan pada bank Islam yaitu Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta, sehingga perlu diketahui tanggapan responden terhadap kemampuan bank dalam menjalankan syariat Islam.

2.2. KUALITAS PELAYANAN

2.2.1. Definisi Kualitas Pelayanan

Beberapa pakar telah mendefinisikan kualitas. Edward Deming mendefinisikan kualitas sebagai segala hal yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, sedangkan Philip B. Crosby mendefinisikan kualitas sebagai nihil cacat, kesempurnaan dan kesesuaian terhadap persyaratan (Yamit, 2001, hal. 7). Definisi yang lebih luas tentang kualitas dikemukakan Goetsch Davis, yang

menyatakan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Yamit, 2001, hal. 8). Dengan demikian kualitas tidak hanya menekankan pada aspek akhir, yaitu produk dan jasa, tetapi juga menyangkut kualitas manusia, kualitas proses dan kualitas lingkungan.

Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan pelanggan (Supranto, 2001, hal. 224). Dengan demikian pengertian kepuasan pelanggan menunjuk kepada kinerja suatu produk atau jasa yang sekurang-kurangnya harus sama dengan harapan pelanggan. Selain itu Rangkuti (2002, hal. 21) juga menyatakan bahwa kualitas jasa dipengaruhi oleh dua variabel yaitu jasa yang dirasakan (*perceive service*) dan jasa yang diharapkan (*expected service*). Bila jasa yang dirasakan lebih kecil daripada yang diharapkan, para pelanggan menjadi tidak tertarik pada penyedia jasa yang bersangkutan. Sedangkan bila yang terjadi adalah sebaliknya (*perceived* lebih besar daripada *expected*) ada kemungkinan para pelanggan akan menggunakan penyedia jasa itu lagi.

2.2.2. Dimensi Kualitas

Berdasarkan perspektif kualitas, David Garvin mengembangkan dimensi kualitas ke dalam delapan dimensi yang dapat digunakan sebagai dasar perencanaan strategis perusahaan terutama bagi perusahaan manufaktur yang menghasilkan barang (Yamit, 2001, hal. 10). Kedelapan dimensi tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Performance* (kinerja), yaitu karakteristik pokok dari produk inti.
2. *Features*, yaitu karakteristik pelengkap atau tambahan.
3. *Reliability* (keandalan), yaitu kemungkinan tingkat kegagalan pemakaian.
4. *Conformance* (kesesuaian), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. *Durability* (daya tahan), yaitu berapa lama produk dapat terus digunakan.
6. *Serviceability*, yaitu meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan dalam pemeliharaan dan penanganan keluhan yang memuaskan.
7. *Estetika*, yaitu menyangkut corak, rasa dan daya tarik produk.
8. *Perceived*, yaitu menyangkut citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

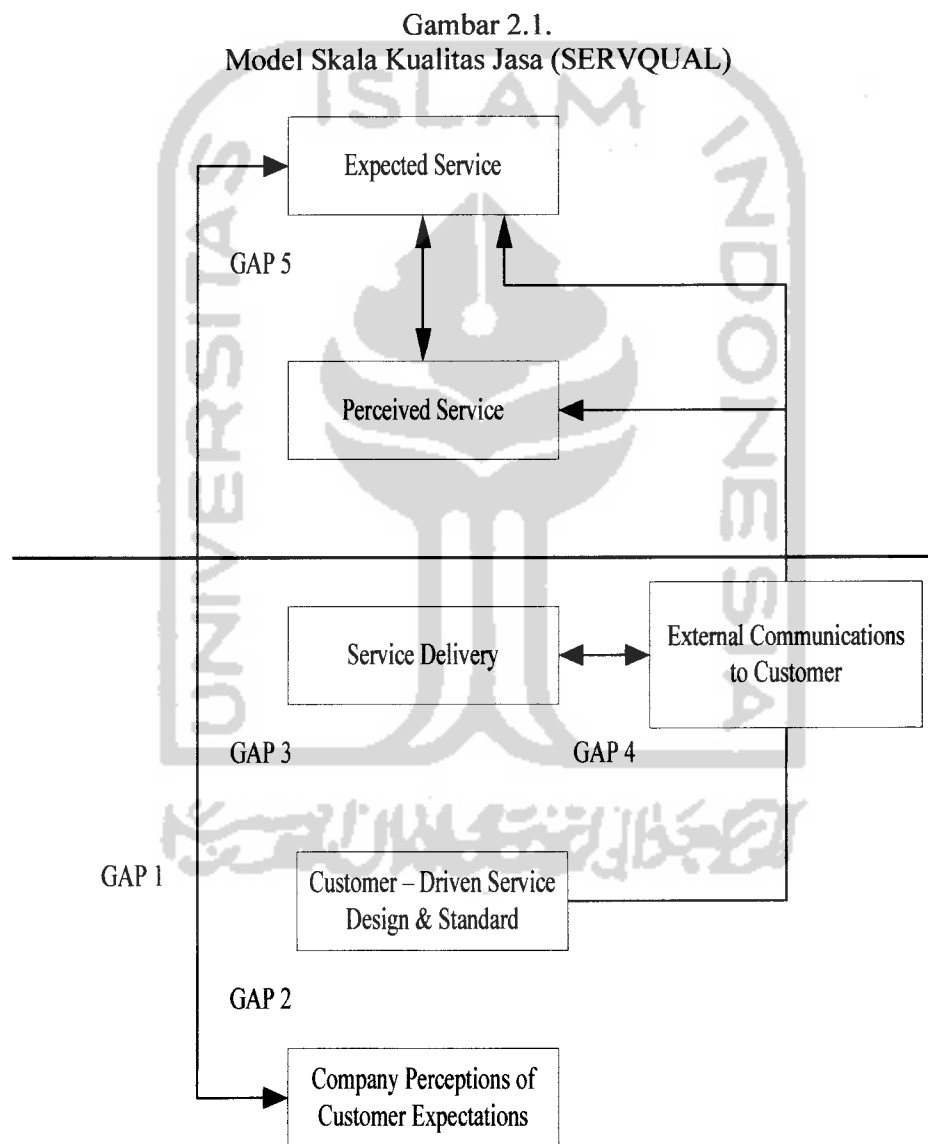
Parasuraman, Zeithaml dan Berry juga telah melakukan berbagai penelitian terhadap beberapa jenis jasa dan berhasil mengidentifikasi lima dimensi karakteristik yang digunakan para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan (Yamit, 2001, hal. 10). Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1985, hal. 42) menyatakan bahwa kualitas jasa mencakup suatu perbandingan antara harapan dan persepsi konsumen terhadap kinerja jasa yang mereka terima. Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1985, hal. 47) mengidentifikasi 10 faktor yang menentukan kualitas jasa yaitu *reliability, responsiveness, competence, access, courtesy, communication, credibility, security, understanding/knowning the customer* dan *tangibles*. Skala tersebut kemudian dikembangkan menjadi Skala SERVQUAL dengan menyusun kembali 10 faktor penentu kualitas kedalam 5 dimensi dimana dalam masing-masing dimensi mencerminkan hal-hal yang perlu diperhatikan

dalam memahami kualitas jasa. Secara ringkas dimensi ukuran kualitas jasa tersebut adalah sebagai berikut (Yamit, 2001, hal. 10):

1. *Tangibles* (bukti langsung), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
2. *Reliability* (keandalan), yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan.
3. *Responsiveness* (daya tangkap), yaitu keinginan para staff untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. *Assurance* (jaminan), yaitu mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, resiko ataupun keraguan.
5. *Empathy* (empati), yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan.

Dimensi kualitas di atas berpengaruh terhadap harapan pelanggan dan kenyataan yang mereka terima. Jika kenyataannya pelanggan menerima produk dan pelayanan yang melebihi harapannya, maka pelanggan akan mengatakan produk dan pelayanan tersebut berkualitas. Akan tetapi apabila pelanggan menerima produk dan pelayanan yang kurang dari harapan mereka maka pelanggan akan mengatakan bahwa produk dan pelayanannya tidak berkualitas atau tidak memuaskan. Jika kesenjangan antara harapan dan kenyataan adalah cukup besar, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak mengetahui keinginan pelanggan.

Menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1985) model perseptual mengenai kualitas pelayanan dapat menjelaskan proses terjadinya kesenjangan atau ketidaksesuaian antara keinginan dan tingkat kepentingan berbagai pihak yang terlibat dalam penyerahan produk atau jasa (Rangkuti, 2002, hal. 42). Gambaran selengkapnya dapat dilihat dalam Gambar 2.1.



Sumber: Rangkuti (2002, hal. 42)

Berdasarkan pada Gambar 2.1., terdapat lima kesenjangan (*gap*) yang dapat menyebabkan kegagalan dalam penyampaian jasa (Rangkuti, 2002, hal. 22), yaitu:

1. Kesenjangan tingkat kepentingan konsumen dan persepsi manajemen
Seringkali pihak manajemen suatu perusahaan tidak selalu dapat merasakan atau memahami secara tepat apa yang diinginkan oleh para pelanggan. Akibatnya manajemen tidak mengetahui bagaimana produk jasa seharusnya didesain dan jasa-jasa pendukung apa saja yang diinginkan konsumen.
2. Kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap tingkat kepentingan konsumen dan spesifikasi kualitas jasa
Kadangkala manajemen mampu memahami secara tepat apa yang diinginkan oleh pelanggan, tetapi mereka tidak menyusun standar strategi kinerja yang jelas. Hal ini dapat terjadi karena tidak adanya komitmen total manajemen terhadap kualitas jasa, kurangnya sumber daya atau karena adanya kelebihan permintaan.
3. Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa
Ada beberapa penyebab terjadinya kesenjangan ini, misalnya karyawan kurang terlatih, beban kerja yang melampaui batas, ketidakmampuan memenuhi standar kerja atau bahkan ketidakmampuan memenuhi standar kinerja yang ditetapkan.
4. Kesenjangan antara penyampaian jasa komunikasi ekseternal
Seringkali tingkat kepentingan pelanggan dipengaruhi oleh iklan dan pernyataan atau janji yang dibuat oleh perusahaan. Resiko yang dihadapi oleh

perusahaan adalah apabila janji yang diberikan ternyata tidak dapat dipenuhi, yang menyebabkan terjadinya persepsi negatif terhadap kualitas jasa perusahaan.

5. Kesenjangan antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan

Kesenjangan ini terjadi apabila pelanggan mengukur kinerja atau prestasi perusahaan dengan cara yang berbeda, atau apabila pelanggan keliru mempersepsikan kualitas jasa tersebut.

2.3. METODE CARTER

Metode pengukuran kualitas pelayanan pada umumnya menggunakan metode SERVQUAL. Namun metode tersebut memerlukan modifikasi jika digunakan pada perusahaan dengan karakteristik khusus seperti perbankan Islam. Metode yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan adalah metode CARTER (Purnama, 2006, hal. 170). Adapun mekanisme pengukuran dengan metode CARTER sama dengan metode SERVQUAL.

Pada dasarnya metode CARTER dikembangkan oleh Othman dan Owen (2000) yang memberi tambahan dimensi baru pada lima dimensi yang dikembangkan Parasuraman yaitu menjalankan hukum Islam atau *Compliance with Islamic Law* (Tahir dan Ismail, 2005, hal. 13). Dimensi ini memasukkan item-item seperti konsistensi dengan hukum dan praktek Islam, tidak ada bunga tabungan ataupun pinjaman, menyediakan produk-produk dan servis Islami serta menyediakan pinjaman bebas bunga dan bagi hasil dari investasi.

2.4. KEPUASAN PELANGGAN

Kebutuhan dan keinginan pelanggan dewasa ini semakin meningkat dan beraneka ragam sehingga produsen semakin sulit untuk memuaskan kebutuhan pelanggannya. Dengan demikian pelaku bisnis harus berusaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, disamping melakukan perbaikan terus menerus atas produk atau pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan (Yamit, 2001, hal. 74).

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat keadaan perasaan seseorang yang merupakan hasil perbandingan antara penilaian kinerja (atau hasil akhir) produk dalam hubungannya dengan harapan orang-orang (Kotler, 1994, hal. 40). Dengan demikian kepuasan pelanggan merupakan penilaian pelanggan terhadap kinerja dengan harapan mereka.

Kepuasan pelanggan sangat penting artinya karena adanya kepuasan akan mendorong terjadinya pembelian kembali dan terciptanya loyalitas pelanggan. Perusahaan yang dapat mempertahankan pelanggan berpeluang untuk dapat meraih laba yang besar. Adanya loyalitas pelanggan dapat membantu perusahaan dalam promosi barang atau jasa yang dihasilkan, karena pelanggan yang loyal seringkali merekomendasikan pelayanan perusahaan tersebut kepada orang-orang sekitarnya (*word of mouth communication*). Konsumen yang melakukan pembelian ulang atas produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan adalah pelanggan dalam arti yang sebenarnya (Yamit, 2001, hal. 77). Untuk menciptakan pembelian ulang maka perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang.

Memberikan kepuasan kepada pelanggan hanya dapat diperoleh apabila perusahaan memperhatikan keinginan pelanggan. Memperhatikan keinginan pelanggan berarti kualitas produk dan jasa pelayanan yang dihasilkan ditentukan oleh pelanggan. Dengan demikian perusahaan dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan apabila hasil (*outcome*) yang dirasakan atas penggunaan produk dan jasa adalah sama atau melebihi harapan pelanggan (Yamit, 2001, hal. 78).

Pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang diharapkan. Karena pelanggan adalah orang yang menerima hasil pekerjaan seseorang atau perusahaan, maka hanya merekalah yang dapat menentukan kebutuhan yang ingin dipenuhi serta kualitas yang diharapkan. Selain itu Sunardi (2003, hal. 70) menyatakan bahwa umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila mengkonsumsi suatu barang atau jasa. Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang diterima setelah membeli produk atau jasa tersebut. Dengan demikian perusahaan dituntut untuk senantiasa memperbaiki kualitas pelayanan yang dapat memuaskan pelanggannya. Pelanggan memilih penyedia produk atau jasa berdasarkan harapannya dan setelah menikmati produk atau jasa tersebut mereka akan membandingkan dengan apa yang diharapkan. Bila kualitas jasa yang dinikmati ternyata berada jauh dibawah yang diharapkan, maka pelanggan akan kehilangan minat terhadap pemberi jasa tersebut dan sebaliknya.

2.5. FAKTOR-FAKTOR TINGKAT KINERJA DAN TINGKAT KEPENTINGAN RESPONDEN

Analisis faktor/atribut dalam penelitian ini meliputi analisis *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangibles*, *empathy* dan *responsiveness*. Analisis *compliance* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menjalankan syariat Islam. Analisis *assurance* digunakan untuk mengukur kemampuan, kesopnan serta sifat dapat dipercaya yang dimiliki karyawan perusahaan. Analisis *reliability* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memberikan jasa dengan tepat dan dapat diandalkan. Analisis *tangible* digunakan untuk mengukur penampilan fisik, peralatan, karyawan serta sarana komunikasi. Analisis *empathy* digunakan untuk mengukur pemahaman karyawan terhadap kebutuhan konsumen serta perhatian yang diberikan karyawan. Analisis *responsiveness* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan cepat. Berdasarkan faktor atau atribut yang digunakan dalam penelitian ini, maka dapat dilakukan analisis atau pembahasan setiap faktor sebagai berikut:

1. Analisis *Compliance* (Kemampuan Menjalankan Syariat Islam)
 - a. Kemampuan menjalankan prinsip dan hukum Islam

Analisis menekankan bahwa pihak Bank BRI Syariah Yogyakarta harus selalu menerapkan dan menjalankan prinsip dan hukum Islam dalam sistem operasinya, sesuai dengan tujuan utamanya yaitu mendirikan Bank Islam. Dengan selalu kontinyu menjalankan syariat Islam, diharapkan nasabah akan selalu loyal kepada bank.

b. Tidak ada pembayaran bunga tabungan dan pinjaman

Bank harus berusaha untuk selalu beroperasi di jalan Islam, salah satunya dengan tidak memberikan bunga tabungan dan pinjaman. Konsistensi bank tersebut, dapat memberikan rasa tenang kepada para nasabah yang ingin menjalankan syariat Islam disamping mencari kemudahan dalam melakukan pinjaman.

c. Adanya layanan dan produk Islami

Usaha menjalankan syariat Islam dapat dilakukan bank dengan menyediakan layanan dan produk Islami. Dengan menyediakan layanan dan produk Islami yang lengkap akan menarik nasabah untuk menyimpan dananya.

d. Ketentuan bebas bunga pinjaman

Dengan tidak memberikan bunga pinjaman berarti bank telah menjalankan syariat Islam. Disamping itu juga merupakan kemudahan bagi para nasabah yang sedang membutuhkan dana untuk mengembangkan usaha.

e. Ketentuan pembagian keuntungan investasi

Bank harus menentukan pembagian keuntungan investasi yang saling menguntungkan bagi bank dan nasabah. Ketentuan ini dimaksudkan untuk menghindari adanya bunga.

2. Analisis *Assurance* (Tingkat Keyakinan)

a. Kesopanan dan Rasa Bersahabat Karyawan

Faktor ini menuntut karyawan bank untuk selalu bersikap sopan kepada siapa saja serta memiliki sikap bersahabat kepada nasabahnya. Apabila tiap karyawan bank mempunyai kemampuan ini maka nasabah akan merasa nyaman untuk melakukan transaksi.

b. Fasilitas saran-saran keuangan

Bank harus dapat memberikan saran-saran keuangan bagi para nasabahnya. Dengan memberikan saran-saran keuangan diharapkan dapat membantu nasabah sebelum melakukan transaksi.

c. Interior kantor dan ruang tunggu

Faktor yang langsung terlihat oleh nasabah adalah interior kantor dan ruang tunggu. Nasabah akan merasa nyaman apabila semua interior kantor dan ruang tunggu rapi dan terawat terawat, mempunyai udara dalam ruang yang sejuk dan terdapat hiburan selama menunggu antrian untuk bertransaksi (majalah, koran atau televisi).

d. Adanya akses informasi rekening

Nasabah seringkali membutuhkan informasi mengenai transaksinya yang dilakukannya dengan cepat. Adanya akses informasi rekening, misalnya dengan disediakannya *customer service* ataupun *hot line service* dapat membantu nasabah dalam mencari informasi dengan cepat.

- e. Adanya tim manajemen yang berpengalaman dan memiliki pengetahuan luas

Setiap bank memerlukan tim manajemen yang berpengalaman dan memiliki pengetahuan yang luas demi kelancaran operasi perusahaan, sehingga setiap pelayanan kepada nasabah dapat berjalan dengan lancar.

3. Analisis *Reliability* (Tingkat Keandalan Pelayanan)

- a. Waktu pelayanan yang menyenangkan atau cepat

Apabila pelayanan yang diberikan bank kepada nasabahnya dapat dilakukan dengan cepat, maka hal tersebut dapat membuat nasabah merasa senang dan tidak merasa bosan ataupun merasa membuang-buang waktu karena harus menunggu lama.

- b. Produk dan layanan bank yang luas

Dengan adanya produk dan layanan perbankan yang luas, akan memudahkan nasabah dalam memilih transaksi yang sesuai dengan kebutuhannya. Selain itu bank yang mempunyai produk dan layanan yang luas memungkinkan nasabah hanya bertransaksi pada satu bank tanpa harus membuka rekening di bank lain.

- c. Adanya jaminan keamanan dalam bertransaksi

Nasabah akan merasa tenang dan nyaman dalam bertransaksi apabila bank memberikan jaminan keamanan bagi mereka dalam bertransaksi. Jaminan tersebut dapat berupa keamanan lingkungan bank ataupun keamanan akan dana yang nasabah simpan di bank.

d. Waktu atau jam layanan yang optimal

Waktu atau jam layanan yang optimal merupakan salah satu faktor yang dapat membuat nasabah loyal terhadap bank. Dengan waktu layanan yang tepat waktu ataupun adanya sistem layanan yang membuat nasabah tidak harus antri terlalu lama akan menimbulkan rasa nyaman dalam diri nasabah.

4. Analisis *Tangibles* (Berwujud)

a. Tampilan kantor dan fasilitas fisik bank yang menarik

Tampilan kantor ataupun fasilitas fisik bank merupakan salah satu faktor yang dapat dirasakan dan dilihat langsung oleh nasabah dan merupakan salah satu faktor yang sering langsung dinilai nasabah. Dengan demikian untuk menjaga kenyamanan nasabah, maka bank harus memperhatikan faktor-faktor tersebut.

b. Transaksi yang cepat dan efisien

Nasabah seringkali tidak merasa senang dan nyaman apabila harus antri atau menunggu terlalu lama. Hal tersebut harus dapat memicu bank untuk dapat selalu memberikan layanan transaksi yang cepat dan efisien.

c. Jam operasi bank

Penetapan waktu layanan bank harus jelas. Nasabah seringkali merasa dirugikan apabila bank belum beroperasi dalam waktu yang telah ditentukan. Dengan demikian bank harus selalu beroperasi sesuai dengan

jadwal operasi bank, termasuk di dalamnya mentaati jam istirahat apabila bank tersebut memberikan waktu istirahat bagi karyawannya.

d. Adanya sekat-sekat atau pembatas loket yang jelas

Sekat atau pembatas loket diperlukan untuk merapikan antrian nasabah yang sedang menunggu giliran untuk bertransaksi, sehingga tidak ditemukan kasus penyerobotan antrian oleh nasabah lain yang seringkali merugikan nasabah lainnya. Sekat atau pembatas loket juga dapat digunakan untuk memperjelas nomor loket atau batas loket.

e. Layanan penarikan kas dengan hak istimewa

Hak istimewa dapat diberikan bank pada kasus-kasus tertentu yang sangat penting. Dengan adanya layanan ini akan memudahkan nasabah dalam bertransaksi.

5. Analisis *Empathy* (Tingkat Empati)

a. Lokasi bank yang mudah dijangkau

Nasabah seringkali memilih untuk bertransaksi pada suatu bank karena lokasinya yang mudah dijangkau.

b. Nama bank yang mudah dikenali

Nasabah seringkali menentukan pilihan bank dengan cara mengingat-ingat nama bank tertentu. Dengan demikian, pihak bank harus dapat menentukan nama bank yang tepat sehingga mudah untuk dikenali masyarakat.

c. Adanya informasi data kekayaan dan modal yang dimiliki bank

Informasi data kekayaan dan modal yang dimiliki bank merupakan salah satu faktor yang dapat dijadikan nasabah untuk menentukan tingkat kesehatan suatu bank. Dengan mengetahui tingkat kesehatan suatu bank maka nasabah akan merasa tenang dalam bertransaksi di bank tersebut.

d. Adanya area parkir yang memadai

Area parkir yang memadai saat ini telah menjadi faktor penting bagi para nasabah. Nasabah seringkali merasa malas untuk melakukan transaksi apabila pihak bank tidak menyediakan area parkir yang memadai, sehingga mereka seringkali mengalami kesulitan untuk parkir atau harus parkir di tempat yang agak jauh dari bank tempat mereka bertransaksi.

e. Adanya jaminan kerahasiaan data nasabah

Jaminan kerahasiaan data nasabah dapat membuat nasabah merasa tenang dalam bertransaksi.

f. Manajemen bank yang meyakinkan

Nasabah akan menentukan pilihannya pada suatu bank apabila bank tersebut mempunyai manajemen bank yang meyakinkan. Hal ini disebabkan karena nasabah merasa bahwa adanya manajemen yang meyakinkan menunjukkan kinerja bank yang baik.

g. Adanya produk dan layanan bank yang menguntungkan

Setiap nasabah akan melakukan transaksi apabila pihak bank dapat memberikan produk dan layanan yang menguntungkan bagi mereka. Dengan demikian pihak bank harus dapat memberikan produk ataupun

layanan bank yang dapat memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak.

h. Tarif layanan yang rendah

Nasabah seringkali merasa kecewa apabila mereka terbebani tarif layanan yang tinggi.

i. Adanya konsultasi keuangan

Konsultasi keuangan diperlukan nasabah untuk mencari informasi yang dibutuhkan sebelum melakukan transaksi atau membantu mereka menemukan jenis transaksi yang dapat membantu mereka.

6. Analisis *Responsiveness* (Tingkat Keresponsifan)

a. Bantuan dari karyawan bank untuk para nasabah

Faktor ini menekankan kepada kemampuan bank untuk cepat dan tanggap dalam menghadapi transaksi ataupun keluhan yang disampaikan nasabah. Memberikan bantuan dengan baik dan cepat dapat memberikan kesan yang baik kepada nasabah, sehingga mereka diharapkan akan selalu mengingat kejadian tersebut.

b. Pelayanan karyawan bank dilakukan dengan cara Islami

Apabila karyawan bank memberikan pelayanan dengan baik serta dilakukan dengan cara yang Islami akan memberikan kesan yang menyenangkan kepada para nasabahnya, serta dapat menunjukkan jati diri bank sebagai bank Islam.

- c. Menyediakan pinjaman dengan jangka waktu pelunasan yang menguntungkan

Pinjaman dengan jangka waktu pelunasan yang menguntungkan dapat dilakukan dengan menyediakan pilihan jangka waktu atau jatuh tempo pelunasan. Adanya pilihan-pilihan tersebut akan memudahkan nasabah dalam menentukan jenis transaksi yang dianggap tidak membebani mereka.

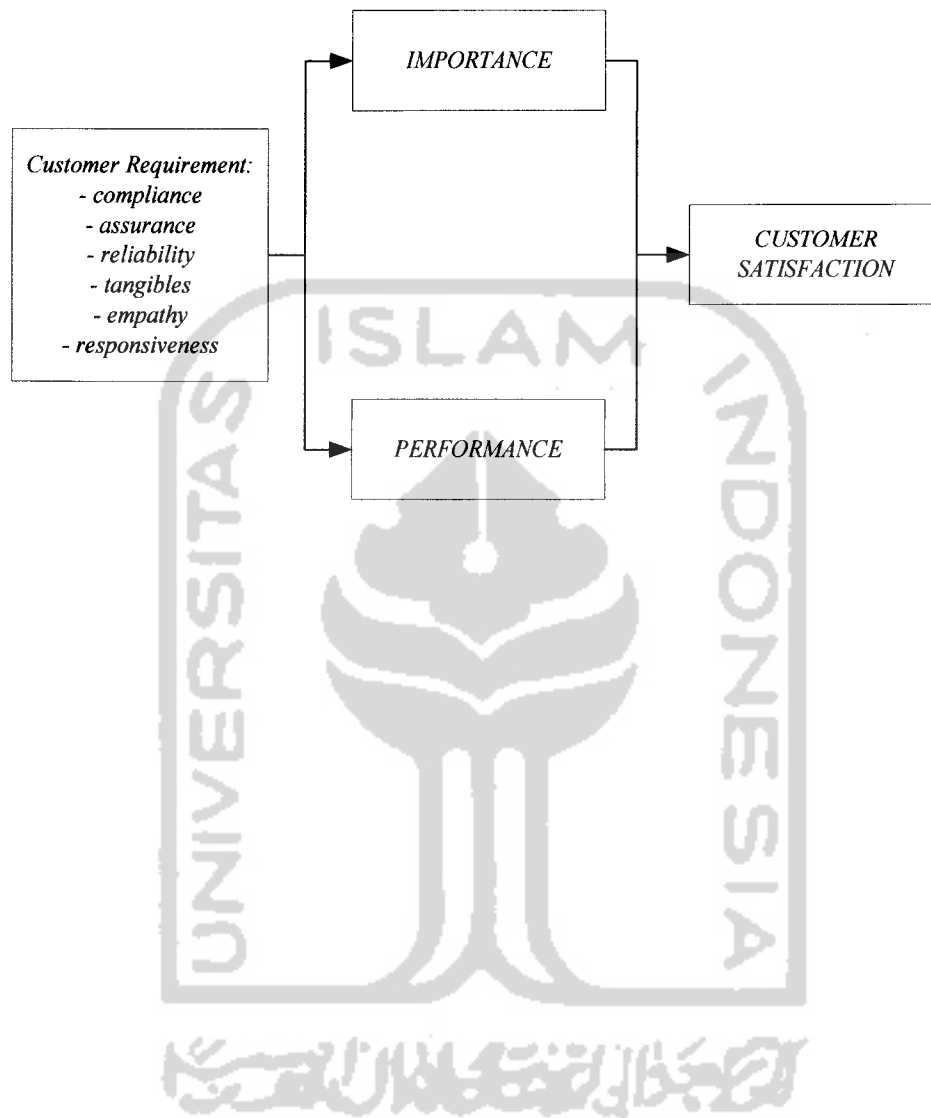
- d. Layanan yang cepat dan efisien

Bank harus dapat bertindak dengan cepat saat nasabah membutuhkan agar nasabah tidak merasa bosan dan membuang-buang waktu karena harus lama menunggu. Hal ini dapat dilakukan sebagai strategi untuk menarik nasabah yang harus selalu tepat waktu di tempat kerjanya.

2.6. KERANGKA TEORITIS

Penentuan tingkat kebutuhan pelanggan pada perusahaan penyedia jasa dapat dilakukan berdasarkan dimensi kualitas jasa, yaitu *compliance*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangibles*. Berdasarkan dimensi kualitas jasa tersebut, maka dapat dilakukan survey tentang kepuasan nasabah bank dengan terlebih dahulu mencocokkan kebutuhan nasabah tersebut dengan produk, proses dan orang-orang yang ada dalam perusahaan. Dengan demikian kerangka teoritis yang dapat dikembangkan adalah:

Gambar 2.2.
Kerangka Teoritis Penelitian



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. LOKASI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan responden pemakai jasa pelayanan Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta yang terletak di Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 89, Notoprajan, Ngampilan, Yogyakarta. Data dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden yang representatif, yaitu responden yang menjadi nasabah Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta.

3.2. VARIABEL PENELITIAN

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah (Sunardi, 2003, hal. 70):

1. Variabel tingkat kepentingan yaitu perkiraan atau keyakinan nasabah tentang apa yang akan diterimanya bila membeli atau mengkonsumsi suatu produk atau jasa.
2. Variabel tingkat kinerja yaitu persepsi nasabah terhadap apa yang diterimanya setelah membeli produk atau jasa tertentu.
3. Variabel tingkat kepuasan yaitu tingkat perasaan nasabah setelah membandingkan kinerja hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler, 1997).
4. Dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *compliance*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangibles*.

3.3. DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL

Difinisi operasional variabel digunakan untuk memudahkan penelitian dan membuat persamaan persepsi tentang variabel yang digunakan.

- a. *Compliance* : Kemampuan perusahaan untuk selalu menjalankan hukum Islam.
- b. *Reliability* : Kemampuan perusahaan penyedia jasa dalam melaksanakan kualitas pelayanan secara handal, akurat dan konsisten.
- c. *Responsiveness* : Kemampuan para staff untuk membantu para pemakai jasa dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- d. *Assurance* : Kemampuan, kesopanan dan sikap dapat dipercaya yang dimiliki para staff serta dapat menanamkan kepercayaan pada para pemakai jasa dari adanya bahaya atau resiko keragu-raguan.
- e. *Empathy* : Kemampuan perusahaan penyedia jasa dalam memberikan kemudahan untuk komunikasi dan melakukan hubungan serta kemampuan memahami kebutuhan para pemakai jasa.
- f. *Tangibles* : Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk memberikan fasilitas-fasilitas fisik, perlengkapan, penampilan karyawan dan sarana komunikasi.

- g. Kepuasan Pelanggan : Perasaan senang atau kecewa pelanggan sebagai hasil dari perbandingan antara pengalaman yang dirasakan dan diharapkan.

3.4. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Data yang dibutuhkan meliputi data primer dan data sekunder.

3.4.1. Data Primer

Data primer adalah data-data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian dan perlu diolah terlebih dahulu, yaitu responden yang terpilih berdasarkan kriteria dan karakteristik yang telah ditentukan. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari responden melalui pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner, yaitu data dari kuesioner yang diisi oleh para nasabah Bank BRI Syariah cabang Yogyakarta.

Data primer yang dibutuhkan adalah:

1. Data karakteristik responden.
Meliputi data nama, jenis kelamin, umur, kualifikasi pekerjaan dan tingkat pendidikan.
2. Data mengenai tingkat kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan (*compliance, reliability, responsiveness, assurance, empathy* dan *tangibles*).

3.4.2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data pendukung yang diperoleh dari sumber lain di luar objek penelitian yang diperoleh melalui studi kepustakaan. Data sekunder

digunakan untuk memperkuat landasan teori dan sebagai rujukan dalam mempelajari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

3.5. METODE PENGUMPULAN DATA

3.5.1. Kuesioner

Penelitian ini dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada para nasabah pengguna jasa Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta. Peneliti akan menyebarkan kuesioner, menjelaskan tujuan penelitian secara ringkas dan menjelaskan cara pengisian kuesioner. Untuk memperbanyak tingkat pengembalian kuesioner dan menghindari kesalahan persepsi terhadap pertanyaan yang diajukan, maka peneliti akan menunggu responden selama pengisian kuesioner.

3.5.2. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan untuk memperkuat hasil penelitian. Sumber-sumber studi pustaka diperoleh dari buku-buku dan jurnal yang berkaitan dengan topik penelitian.

3.6. SKALA PENGUKURAN

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini diadopsi dari Purnama (2006, hal. 171). Adapun faktor-faktor *compliance*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangibles* diukur dengan menggunakan skala Likert lima point yang terdiri dari lima pilihan jawaban, yaitu:

1. SS : Sangat Setuju bernilai 5
2. S : Setuju bernilai 4
3. N : Netral bernilai 3
4. TS : Tidak Setuju bernilai 2
5. STS : Sangat Tidak Setuju bernilai 1

Kepuasan yang akan diukur dan ditanyakan kepada responden adalah tingkat kepuasan mereka secara keseluruhan terhadap jasa pelayanan yang selama ini mereka rasakan. Jenis pertanyaan yang diajukan juga diukur dengan metode pengukuran skala Likert lima point yang terdiri dari lima pilihan jawaban dari sangat setuju (bernilai 5), setuju (bernilai 4), netral (bernilai 3), tidak setuju (bernilai 2) dan sangat tidak setuju (bernilai 1). Kuesioner diadopsi dari Purnama (2006, hal. 171).

3.7. POPULASI DAN SAMPEL

3.7.1. Populasi

Populasi merupakan jumlah keseluruhan individu atau unit-unit yang menjadi obyek penelitian (Mustafa, 1992, hal. 3). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta.

3.7.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi (Mustafa, 1992, hal. 3). Pemilihan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *convenience*

sampling. Metode ini akan memilih anggota populasi yang paling mudah untuk ditemui dan dimintai informasi. Dengan demikian sampel penelitian ini akan mengambil responden dari para nasabah Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta.

3.8. ALAT ANALISIS

3.8.1. *Importance-Performance Analysis*

Pengujian tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta dilakukan dengan *Importance-Performance Analysis*. Penilaian terhadap hal-hal yang dianggap penting oleh para pelanggan dilakukan dengan skala Likert lima point yang terdiri dari sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Berdasarkan hasil penilaian tingkat kepentingan dan hasil penilaian kinerja perusahaan maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaan oleh Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta.

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja atau pelaksanaan dengan skor kepentingan (Supranto, 2001, hal. 241). Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur tingkat kesesuaian responden adalah:

$$Tki = \frac{\bar{X}_i}{\bar{Y}_i} \times 100\%$$

Dimana:

Tki : Tingkat kesesuaian responden

\bar{X}_i : Skor penilaian kinerja perusahaan

\bar{Y}_i : Skor penilaian kepentingan pelanggan

Analisis selanjutnya dapat dilakukan dengan menggunakan Diagram Kartesius. Untuk analisis dengan Diagram Kartesius dilakukan penghitungan sumbu mendatar (X) yang menunjukkan skor tingkat pelaksanaan dan sumbu tegak (Y) yang menunjukkan skor tingkat kepentingan. Rumus yang digunakan adalah:

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Dimana:

\bar{X}_i : Skor rata-rata tingkat pelaksanaan/kepuasan

\bar{Y}_i : Skor rata-rata tingkat kepentingan

n : Jumlah responden

Diagram Kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (\bar{X} , \bar{Y}), dimana:

\bar{X} : Rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan/kepuasan pelanggan

\bar{Y} : Rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan pelanggan

Berdasarkan jumlah faktor yang dimiliki dalam kuesioner yang dibagikan, maka selanjutnya dilakukan perhitungan sebagai berikut:

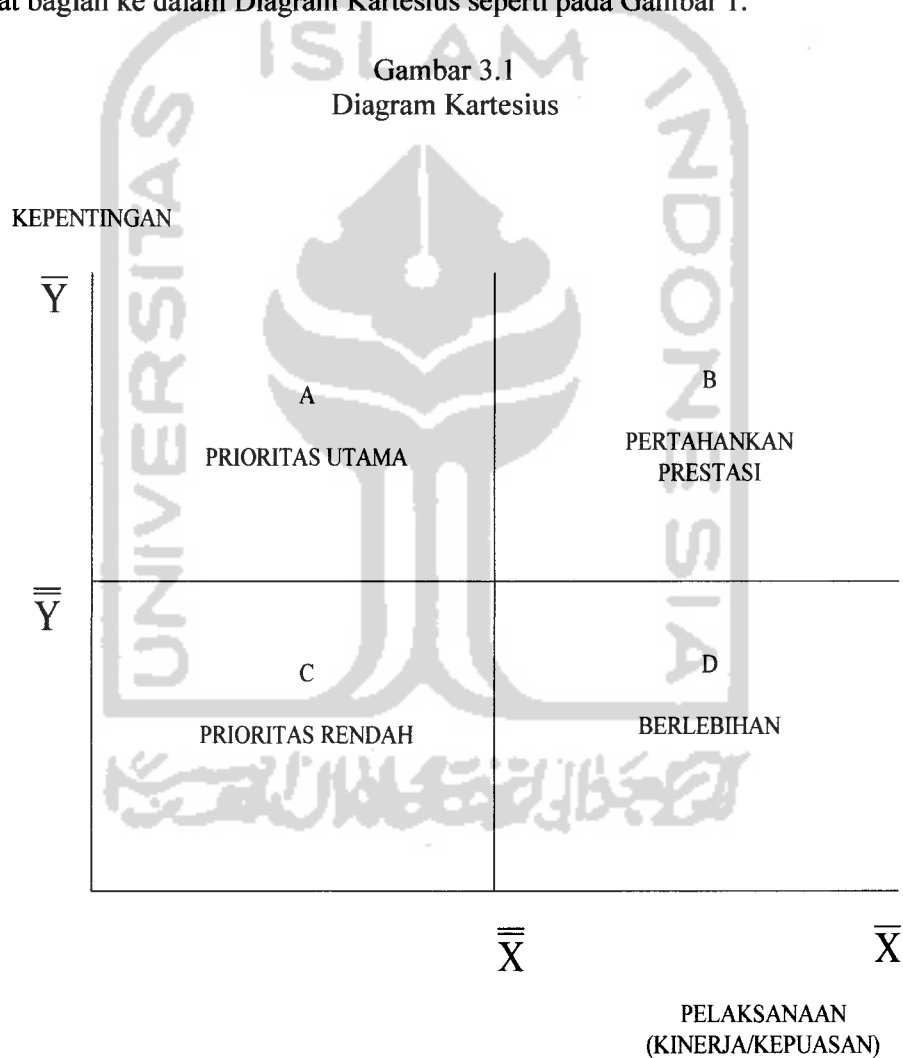
$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N X_i}{K}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{Y}_i}{K}$$

Dimana:

K : Banyaknya atribut/fakta yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan

Selanjutnya tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian ke dalam Diagram Kartesius seperti pada Gambar 1.



Sumber: Supranto (2001, hal. 242).

Keterangan:

- A : Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan pelanggan, sehingga mengecewakan/tidak puas.
- B : Menunjukkan unsur pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankan. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.
- C : Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.
- D : Menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.

3.8.2. *Paired Sample T-Test*

Paired Sample T-Test digunakan untuk menganalisis ada tidaknya perbedaan *mean* untuk dua sampel yang berpasangan (Santoso, 2000, hal. 155). Dua sampel yang berpasangan tersebut menunjukkan sebuah sampel dengan subjek yang sama namun mengalami dua perlakuan atau pengukuran yang berbeda. Dengan demikian dalam penelitian ini membandingkan tingkat kepentingan nasabah terhadap tingkat pelayanan yang diberikan bank. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kepuasan nasabah akan tercipta apabila tingkat

pelayanan yang diberikan bank adalah lebih besar dari harapan nasabah, dan sebaliknya.

Berdasarkan hal ini, maka hipotesis yang dapat dikembangkan dalam penelitian ini adalah:

H_{10} = Tidak ada perbedaan antara tingkat kepentingan nasabah terhadap tingkat pelayanan bank

H_{1A} = Terdapat perbedaan antara tingkat kepentingan nasabah terhadap tingkat pelayanan bank



BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis kepuasan nasabah Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta, yang terletak di Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 89, Notoprajan, Ngampilan, Yogyakarta. Data dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden yang representatif, yaitu responden yang menjadi nasabah di Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta.

4.1.1. Deskripsi Statistik

Kuisisioner yang berhasil kembali kepada peneliti dan yang dapat digunakan adalah 95 kuesioner dari 105 yang disebarkan. Identitas responden dalam kuesioner, yaitu: umur, jenis kelamin, pendidikan, dan pekerjaan. Adapun gambaran tentang identitas responden dapat dilihat mulai dari Tabel 4.1 di bawah ini.

Tabel 4.1.
Deskripsi Umur Responden

Umur	Jumlah Responden	Persentase
< 20 Tahun	29	30,53 %
21 – 30 Tahun	34	35,79 %
31 – 40 Tahun	18	18,95 %
41 – 50 Tahun	6	6,32 %
> 51 Tahun	8	8,42 %
Jumlah	95	100 %

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat dikatakan bahwa sebagian besar nasabah yang menjadi responden di BRI Syariah Cabang Yogyakarta adalah berumur antara 20 sampai 31 tahun yaitu 34 responden (35,79%). Responden yang berumur kurang dari 20 tahun berjumlah 29 responden (30,53%), berumur antara 31-40 tahun berjumlah 18 responden (18,95%), berumur antara 41-50 tahun berjumlah 6 responden (6,32%) dan yang berumur lebih dari 51 tahun adalah 8 responden (8,42%).

Tabel 4.2.
Deskripsi Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Laki-laki	46	48,42 %
Perempuan	49	51,58 %
Jumlah	95	100 %

Tabel 4.2 menjelaskan bahwa tidak terdapat perbedaan yang menyolok antara responden laki-laki dan perempuan. Responden laki-laki berjumlah 46 responden (48,42%) dan responden perempuan sebanyak 49 responden (51,58%).

Tabel 4.3.
Deskripsi Tingkat Pendidikan Responden

Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase
Tidak Lulus SD	0	0 %
SD	4	4,21 %
SMP	11	11,58 %
SMA	44	46,32 %
Akademi	10	10,53 %
Sarjana	26	27,37 %
Jumlah	95	100 %

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah lulusan SMA yaitu sebanyak 44 responden (46,32%), dan tidak ada responden (0%) yang

tidak lulus SD. Sedangkan responden yang lulus SD sebanyak 4 responden (4,21%), lulus SMP sebanyak 11 responden (11,58%), lulusan Akademi sebanyak 10 responden (10,53%) dan lulusan Sarjana sebanyak 26 responden (27,37%).

Tabel 4.4.
Deskripsi Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
Pegawai Negeri Sipil	8	8,42 %
Karyawan	15	15,79 %
Pensiunan	3	3,16 %
Wiraswasta	19	20,00 %
ABRI/TNI	0	0 %
Pelajar/Mahasiswa	45	47,37 %
Lain-lain	5	5,26 %
Jumlah	95	100 %

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa sebagian besar responden masih berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa yaitu sebanyak 45 responden (47,37%) dan tidak ada responden yang bekerja sebagai ABRI/TNI. Adapun responden yang bekerja sebagai karyawan sebanyak 15 responden (15,79%), pensiunan sebanyak 3 responden (3,16%), wiraswasta sebanyak 19 responden (20,00%) dan responden yang memiliki pekerjaan lainnya sebanyak 5 responden (5,26%)

4.2. Pembahasan

Berdasarkan kuesioner yang disebarakan kepada 95 responden yang menjadi nasabah pada Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta, maka dapat dihitung nilai rata-rata dari Tingkat Kinerja bank serta Tingkat Kepentingan responden, yang dapat digunakan untuk analisis Indeks Kepuasan nasabah serta analisis Diagram Kartesius.

4.2.1. Analisis Rata-rata Tingkat Kepentingan

Analisis tingkat kepentingan menunjukkan keyakinan nasabah tentang pelayanan yang akan diterimanya saat melakukan transaksi di bank. Analisis dilakukan untuk rata-rata keseluruhan tiap item dan untuk tiap dimensi.

4.2.1.1. Analisis Rata-rata untuk Tiap Item

Tabel 4.5 menunjukkan nilai rata-rata tingkat kepentingan nasabah Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta.

Tabel 4.5.
Nilai Rata-rata Tingkat Kepentingan untuk Tiap Item

Dimensi	No. Item	FAKTOR	TINGKAT KEPENTINGAN						
			SS	S	N	TS	STS	BB	RT
COMPLIANCE	1	Bank Islam seharusnya menjalankan prinsip dan hukum Islam	69	23	3	0	0	446	4.69
	2	Dalam Bank Islam seharusnya tidak ada pembayaran bunga tabungan dan pinjaman	36	43	9	6	1	392	4.13
	3	Bank Islam seharusnya menerapkan ketentuan layanan dan produk Islami	51	41	2	0	1	426	4.48
	4	Bank Islam seharusnya menerapkan ketentuan bebas bunga pinjaman	31	46	7	9	2	380	4.00
	5	Bank Islam seharusnya menerapkan ketentuan pembagian keuntungan investasi	52	22	20	1	0	410	4.32
ASSURANCE	6	Bank Islam seharusnya memiliki karyawan yang sopan dan bersahabat	66	29	0	0	0	446	4.69
	7	Bank Islam seharusnya menyediakan saran-saran keuangan	33	47	14	1	0	397	4.18
	8	Interior kantor dan ruang tunggu Bank Islam seharusnya menarik	37	47	11	0	0	406	4.27
	9	Bank Islam seharusnya menyediakan akses informasi rekening	30	57	7	0	1	400	4.21
	10	Tim manajemen Bank Islam seharusnya berpengalaman dan memiliki penerahuan luas	61	32	2	0	0	439	4.62
RELIABILITY	11	Bank Islam seharusnya memberikan layanan yang menyenangkan (waktu layanan yang cepat)	55	40	0	0	0	435	4.58
	12	Bank Islam seharusnya menyediakan produk dan layanan yang luas	45	45	5	0	0	420	4.42
	13	Bank Islam seharusnya menjamin keamanan dalam bertransaksi	62	31	2	0	0	440	4.63
	14	Waktu (jam) layanan Bank Islam seharusnya optimal	44	40	10	1	0	412	4.34
TANGIBLES	15	Tampilan kantor dan fasilitas fisik Bank Islam seharusnya menarik	43	42	10	0	0	413	4.35
	16	Bertransaksi di Bank Islam seharusnya cepat dan efisien	46	45	4	0	0	422	4.44
	17	Jam operasi Bank Islam seharusnya jelas	38	53	4	0	0	414	4.36
	18	Bank Islam seharusnya menyediakan sekat-sekat atau pembatas loket yang jelas	18	42	27	8	0	355	3.74
	19	Bank Islam seharusnya menyediakan layanan penarikan kas dengan hak istimewa	14	30	38	12	1	329	3.46

Tabel 4.5.
 Nilai Rata-rata Tingkat Kepentingan untuk Tiap Item
 (lanjutan)

Dimensi	No. Item	FAKTOR	TINGKAT KEPENTINGAN						
			SS	S	N	TS	STS	BB	RT
EMPHATY	20	Lokasi Bank Islam seharusnya mudah dijangkau	41	49	4	1	0	415	4.37
	21	Nama Bank Islam seharusnya mudah dikenali	53	27	13	2	0	416	4.38
	22	Bank Islam seharusnya menyediakan data kekayaan dan modal yang dimiliki	23	34	31	7	0	358	3.77
	23	Bank Islam seharusnya menyediakan area parkir yang memadai	31	51	12	1	0	397	4.18
	24	Bank Islam seharusnya menjamin kerahasiaan data nasabah	54	39	2	0	0	432	4.55
	25	Manajemen Bank Islam seharusnya meyakinkan	49	44	1	1	0	426	4.48
	26	Bank Islam seharusnya menyediakan produk dan layanan yang menguntungkan	35	40	19	1	0	394	4.15
	27	Bank Islam seharusnya menetapkan tarif layanan yang rendah	24	35	30	6	0	362	3.81
	28	Bank Islam seharusnya menyediakan ketentuan konsultasi keuangan	20	50	23	2	0	373	3.93
RESPONSIVE NESS	29	Karyawan Bank Islam seharusnya bersedia membantu konsumen	40	50	5	0	0	415	4.37
	30	Cara karyawan Bank Islam dalam melayani konsumen seharusnya Islami	39	48	8	0	0	411	4.33
	31	Bank Islam seharusnya menyediakan pinjaman dengan jangka waktu pelunasan yang menguntungkan	26	44	21	4	0	377	3.97
	32	Layanan pada Bank Islam seharusnya cepat dan efisien	44	46	4	1	0	418	4.40
Rata-rata								4.29	

Catatan:

- SS : Sangat Setuju
 S : Setuju
 N : Netral
 TS : Tidak Setuju
 STS : Sangat Tidak Setuju
 BB : Bobot
 RT : Rata-rata

Sumber: Hasil Kuesioner

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa nilai rata-rata tingkat kepentingan tertinggi untuk dimensi *compliance* adalah faktor bank Islam yang seharusnya menjalankan prinsip dan hukum Islam (4,69), sedangkan nilai rata-rata tingkat kepentingan terendah untuk dimensi *compliance* adalah faktor ketentuan bebas bunga pinjaman (4,00). Nilai rata-rata tingkat kepentingan tertinggi untuk dimensi *assurance* adalah faktor karyawan yang sopan dan bersahabat (4,69),

sedangkan nilai rata-rata tingkat kepentingan terendah untuk dimensi *assurance* adalah faktor saran-saran keuangan (4,18). Nilai rata-rata tingkat kepentingan tertinggi untuk dimensi *reliability* adalah faktor keamanan dalam bertransaksi (4,63), sedangkan nilai rata-rata tingkat kepentingan terendah untuk dimensi *reliability* adalah faktor waktu pelayanan yang optimal (4,34). Nilai rata-rata tingkat kepentingan tertinggi untuk dimensi *tangibles* adalah faktor transaksi yang cepat dan efisien (4,44), sedangkan nilai rata-rata tingkat kepentingan terendah untuk dimensi *tangibles* adalah faktor layanan penarikan kas dengan hak istimewa (3,46). Nilai rata-rata tingkat kepentingan tertinggi untuk dimensi *emphaty* adalah faktor kerahasiaan data nasabah (4,55), sedangkan nilai rata-rata tingkat kepentingan terendah untuk dimensi *reliability* adalah faktor informasi data kekayaan dan modal bank (3,77). Nilai rata-rata tingkat kepentingan tertinggi untuk dimensi *responsiveness* adalah faktor pelayanan yang cepat dan efisien (4,40), sedangkan nilai rata-rata tingkat kepentingan terendah untuk dimensi *responsiveness* adalah faktor pinjaman dengan jangka waktu pelunasan yang menguntungkan (3,97).

Adapun secara keseluruhan, nilai rata-rata tingkat kepentingan tertinggi adalah faktor penerapan prinsip dan hukum Islam dalam bank Islam (4,69) serta karyawan yang sopan dan bersahabat (4,69) sedangkan nilai rata-rata tingkat kepentingan terendah adalah layanan penarikan kas dengan hak istimewa (3,46).

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat diketahui tinggi rendahnya tingkat kepentingan nasabah, yaitu dengan menentukan interval dari masing-masing skor penilaian nasabah yang tertinggi dengan yang terendah. Skor tertinggi dalam

penelitian ini adalah 5 (lima) dan yang terendah adalah 1 (satu). Dengan demikian, interval untuk tingkat kepentingan nasabah adalah:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}}{\text{Rating}}$$

$$\text{Interval} = \frac{5 - 1}{5}$$

$$\text{Interval} = 0,8$$

Diketahui interval dalam penelitian ini adalah 0,8. Dengan demikian range untuk masing-masing rating adalah sebagai berikut:

1 - 1,79	Sangat Rendah
1,8 - 2,53	Rendah
2,6 - 3,39	Cukup
3,4 - 4,19	Tinggi
4,2 - 5,00	Sangat Tinggi

Berdasarkan range di atas, maka penilaian untuk masing-masing faktor adalah:

Tabel 4.6.
Penilaian Rata-rata Bobot Tingkat Kepentingan untuk Tiap Item

No	Faktor	Rata-rata Bobot	Keterangan
COMPLIANCE			
1	Bank Islam seharusnya menjalankan prinsip dan hukum Islam	4.69	Sangat Tinggi
2	Dalam Bank Islam seharusnya tidak ada pembayaran bunga tabungan dan pinjaman	4.13	Tinggi
3	Bank Islam seharusnya menerapkan ketentuan layanan dan produk Islami	4.48	Sangat Tinggi
4	Bank Islam seharusnya menerapkan ketentuan bebas bunga pinjaman	4.00	Tinggi
5	Bank Islam seharusnya menerapkan ketentuan pembagian keuntungan investasi	4.32	Sangat Tinggi

Tabel 4.6.
Penilaian Rata-rata Bobot Tingkat Kepentingan untuk Tiap Item
(lanjutan)

No	Faktor	Rata-rata Bobot	Keterangan
ASSURANCE			
6	Bank Islam seharusnya memiliki karyawan yang sopan dan bersahabat	4.69	Sangat Tinggi
7	Bank Islam seharusnya menyediakan saran-saran keuangan	4.18	Tinggi
8	Interior kantor dan ruang tunggu Bank Islam seharusnya menarik	4.27	Sangat Tinggi
9	Bank Islam seharusnya menyediakan akses informasi rekening	4.21	Sangat Tinggi
10	Tim manajemen Bank Islam seharusnya berpengalaman dan memiliki penerahuan luas	4.62	Sangat Tinggi
RELIABILITY			
11	Bank Islam seharusnya memberikan layanan yang menyenangkan (waktu layanan yang cepat)	4.58	Sangat Tinggi
12	Bank Islam seharusnya menyediakan produk dan layanan yang luas	4.42	Sangat Tinggi
13	Bank Islam seharusnya menjamin keamanan dalam bertransaksi	4.63	Sangat Tinggi
14	Waktu (jam) layanan Bank Islam seharusnya optimal	4.34	Sangat Tinggi
TANGIBLES			
15	Tampilan kantor dan fasilitas fisik Bank Islam seharusnya menarik	4.35	Sangat Tinggi
16	Bertransaksi di Bank Islam seharusnya cepat dan efisien	4.44	Sangat Tinggi
17	Jam operasi Bank Islam seharusnya jelas	4.36	Sangat Tinggi
18	Bank Islam seharusnya menyediakan sekat-sekat atau pembatas loket yang jelas	3.74	Tinggi
19	Bank Islam seharusnya menyediakan layanan penarikan kas dengan hak istimewa	3.46	Tinggi
EMPHATY			
20	Lokasi Bank Islam seharusnya mudah dijangkau	4.37	Sangat Tinggi
21	Nama Bank Islam seharusnya mudah dikenali	4.38	Sangat Tinggi
22	Bank Islam seharusnya menyediakan data kekayaan dan modal yang dimiliki	3.77	Tinggi
23	Bank Islam seharusnya menyediakan area parkir yang memadai	4.18	Tinggi
24	Bank Islam seharusnya menjamin kerahasiaan data nasabah	4.55	Sangat Tinggi
25	Manajemen Bank Islam seharusnya meyakinkan	4.48	Sangat Tinggi
26	Bank Islam seharusnya menyediakan produk dan layanan yang menguntungkan	4.15	Tinggi
27	Bank Islam seharusnya menetapkan tarif layanan yang rendah	3.81	Tinggi
28	Bank Islam seharusnya menyediakan ketentuan konsultasi keuangan	3.93	Tinggi
RESPONSIVENESS			
29	Karyawan Bank Islam seharusnya bersedia membantu konsumen	4.37	Sangat Tinggi
30	Cara karyawan Bank Islam dalam melayani konsumen seharusnya Islami	4.33	Sangat Tinggi
31	Bank Islam seharusnya menyediakan pinjaman dengan jangka waktu pelunasan yang menguntungkan	3.97	Tinggi
32	Layanan pada Bank Islam seharusnya cepat dan efisien	4.40	Sangat Tinggi

Tabel 4.6 menunjukkan penilaian nasabah terhadap tingkat kepentingan mereka saat melakukan transaksi di Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta. Dapat disimpulkan bahwa tingkat kepentingan nasabah terbagi dalam kategori tinggi dan sangat tinggi. Faktor yang termasuk dalam kategori sangat tinggi berarti faktor tersebut dinilai sangat penting bagi nasabah untuk dilakukan atau dilaksanakan oleh Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta.

Faktor bank yang harus menjalankan prinsip dan hukum Islam (4,69), adanya layanan dan produk Islami (4,48), adanya ketentuan pembagian keuntungan investasi (4,32) termasuk dalam faktor yang mempunyai tingkat kepentingan bagi nasabah yang sangat tinggi dalam dimensi *compliance*. Sedangkan faktor tidak adanya pembayaran bunga tabungan dan pinjaman (4,13) dan ketentuan pembagian keuntungan investasi (4,00) termasuk dalam faktor yang mempunyai tingkat kepentingan tinggi bagi nasabah.

Faktor karyawan yang sopan dan bersahabat (4,69), interior dan ruang tunggu yang menarik (4,27), akses informasi rekening (4,21) dan tim manajemen yang berpengalaman (4,62) merupakan faktor-faktor dalam dimensi *assurance* yang mempunyai tingkat kepentingan bagi nasabah yang sangat tinggi. Sedangkan faktor adanya saran-saran keuangan (4,18) termasuk dalam faktor yang mempunyai tingkat kepentingan tinggi bagi nasabah.

Seluruh faktor dalam dimensi *reliability* yaitu faktor waktu layanan yang cepat (4,58), produk dan layanan yang luas (4,42), keamanan dalam bertransaksi (4,63) serta waktu layanan yang optimal (4,34) mempunyai tingkat kepentingan bagi nasabah yang sangat tinggi.

Faktor dalam dimensi *tangibles* yang mempunyai tingkat kepentingan bagi nasabah yang sangat tinggi adalah tampilan kantor dan fasilitas fisik (4,35), transaksi yang cepat dan efisien (4,44), serta jam operasi yang jelas (4,36). Adapun faktor yang mempunyai tingkat kepentingan bagi nasabah yang tinggi adalah adanya sekat atau pembatas loket yang jelas (3,74) serta adanya layanan penarikan kas dengan hak istimewa (3,46).

Faktor lokasi bank yang mudah dijangkau (4,37), nama bank yang mudah dikenali (4,38) kerahasiaan data nasabah (4,55) serta manajemen bank yang meyakinkan (4,48) merupakan faktor-faktor dalam dimensi *emphaty* yang mempunyai tingkat kepentingan bagi nasabah yang sangat tinggi. Sedangkan faktor informasi data kekayaan dan modal yang dimiliki (3,77), area parkir yang memadai (4,18), produk dan layanan yang menguntungkan (4,15), tarif layanan yang rendah (3,81) serta adanya konsultasi keuangan mempunyai tingkat kepentingan bagi nasabah yang tinggi.

Faktor dalam dimensi *responsiveness* yang mempunyai tingkat kepentingan bagi nasabah yang sangat tinggi adalah kesediaan karyawan untuk membantu nasabah (4,37), pelayanan secara Islami (4,33), serta layanan yang cepat dan efisien (4,40). Adapun faktor yang mempunyai tingkat kepentingan bagi nasabah yang tinggi adalah adanya pinjaman dengan jangka waktu pelunasan yang menguntungkan (3,46).

4.2.1.2. Analisis Rata-rata Tiap Dimensi

Berikut ini analisis rata-rata tingkat kepentingan yang dilakukan untuk tiap dimensi.

Tabel 4.7
Rata-rata Tingkat Kepentingan untuk Tiap Dimensi

No.	Dimensi	Tingkat Kepentingan
1.	<i>Compliance</i>	4.33
2.	<i>Assurance</i>	4.40
3.	<i>Reliability</i>	4.49
4.	<i>Tangibles</i>	4.07
5.	<i>Emphaty</i>	4.18
6.	<i>Responsiveness</i>	4.27
Rata-rata		4.29

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa nilai rata-rata tingkat kepentingan tertinggi adalah pada dimensi *Reliability* (4,49), diikuti berturut-turut oleh dimensi *Assurance* (4,40), dimensi *Compliance* (4,33), dimensi *Responsiveness* (4,27), dimensi *Emphaty* (4,18) dan terakhir dimensi *Tangibles* (4,07). Dengan demikian tingkat kepentingan tertinggi nasabah Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta adalah pada dimensi *Reliability* dan yang terendah adalah pada dimensi *Tangibles*.

4.2.2. Analisis Rata-rata Tingkat Kinerja

Analisis tingkat kinerja menunjukkan persepsi nasabah terhadap pelayanan bank yang diterimanya. Analisis ini dilakukan dengan analisis rata-rata untuk tiap item dan analisis rata-rata untuk tiap dimensi.

4.2.2.1. Analisis Rata-rata Tiap Item

Tabel 4.8 menunjukkan nilai rata-rata tingkat kinerja Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta.

Tabel 4.8.
Nilai Rata-rata Tingkat Kinerja untuk Tiap Item

Dimensi	No. Item	FAKTOR	TINGKAT KINERJA						
			SS	S	N	TS	STS	BB	RT
COMPLIANCE	1	Bank Islam seharusnya menjalankan prinsip dan hukum Islam	37	46	11	1	0	404	4.25
	2	Dalam Bank Islam seharusnya tidak ada pembayaran bunga tabungan dan pinjaman	20	45	21	9	0	361	3.80
	3	Bank Islam seharusnya menerapkan ketentuan layanan dan produk Islami	29	57	7	2	0	398	4.19
	4	Bank Islam seharusnya menerapkan ketentuan bebas bunga pinjaman	18	42	27	8	0	355	3.74
	5	Bank Islam seharusnya menerapkan ketentuan pembagian keuntungan investasi	26	43	26	0	0	380	4.00
ASSURANCE	6	Bank Islam seharusnya memiliki karyawan yang sopan dan bersahabat	38	42	15	0	0	403	4.24
	7	Bank Islam seharusnya menyediakan saran-saran keuangan	15	53	25	2	0	366	3.85
	8	Interior kantor dan ruang tunggu Bank Islam seharusnya menarik	17	47	22	9	0	357	3.76
	9	Bank Islam seharusnya menyediakan akses informasi rekening	18	51	20	6	0	366	3.85
	10	Tim manajemen Bank Islam seharusnya berpengalaman dan memiliki penerahuan luas	29	48	15	3	0	388	4.08
RELIABILITY	11	Bank Islam seharusnya memberikan layanan yang menyenangkan (waktu layanan yang cepat)	27	49	16	3	0	385	4.05
	12	Bank Islam seharusnya menyediakan produk dan layanan yang luas	21	54	16	4	0	377	3.97
	13	Bank Islam seharusnya menjamin keamanan dalam bertransaksi	29	56	9	1	0	398	4.19
	14	Waktu (jam) layanan Bank Islam seharusnya optimal	23	56	13	3	0	384	4.04
TANGIBLES	15	Tampilan kantor dan fasilitas fisik Bank Islam seharusnya menarik	14	49	21	11	0	351	3.69
	16	Bertransaksi di Bank Islam seharusnya cepat dan efisien	25	51	13	6	0	380	4.00
	17	Jam operasi Bank Islam seharusnya jelas	15	67	13	0	0	382	4.02
	18	Bank Islam seharusnya menyediakan sekat-sekat atau pembatas loket yang jelas	10	31	32	22	0	314	3.31
	19	Bank Islam seharusnya menyediakan layanan penarikan kas dengan hak istimewa	5	27	44	17	2	301	3.17

Tabel 4.8.
 Nilai Rata-rata Tingkat Kinerja untuk Tiap Item
 (lanjutan)

Dimensi	No. Item	FAKTOR	TINGKAT KINERJA						
			SS	S	N	TS	STS	BB	RT
EMPHATY	20	Lokasi Bank Islam seharusnya mudah dijangkau	24	56	5	10	0	379	3.99
	21	Nama Bank Islam seharusnya mudah dikenali	22	58	11	4	0	383	4.03
	22	Bank Islam seharusnya menyediakan data kekayaan dan modal yang dimiliki	15	32	37	11	0	336	3.54
	23	Bank Islam seharusnya menyediakan area parkir yang memadai	14	46	24	11	0	348	3.66
	24	Bank Islam seharusnya menjamin kerahasiaan data nasabah	35	55	4	1	0	409	4.31
	25	Manajemen Bank Islam seharusnya meyakinkan	22	57	15	1	0	385	4.05
	26	Bank Islam seharusnya menyediakan produk dan layanan yang menguntungkan	17	54	22	2	0	371	3.91
	27	Bank Islam seharusnya menetapkan tarif layanan yang rendah	14	32	40	9	0	336	3.54
	28	Bank Islam seharusnya menyediakan ketentuan konsultasi keuangan	14	47	31	3	0	357	3.76
RESPONSIVE NESS	29	Karyawan Bank Islam seharusnya bersedia membantu konsumen	28	58	9	0	0	399	4.20
	30	Cara karyawan Bank Islam dalam melayani konsumen seharusnya Islami	31	57	6	1	0	403	4.24
	31	Bank Islam seharusnya menyediakan pinjaman dengan jangka waktu pelunasan yang menguntungkan	19	50	22	4	0	369	3.88
	32	Layanan pada Bank Islam seharusnya cepat dan efisien	24	56	12	3	0	386	4.06
Rata-rata								3.94	

Catatan:

- SS : Sangat Setuju
 S : Setuju
 N : Netral
 TS : Tidak Setuju
 STS : Sangat Tidak Setuju
 BB : Bobot
 RT : Rata-rata

Sumber: Hasil Kuesioner

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat dikatakan bahwa nilai rata-rata tingkat kinerja tertinggi untuk dimensi *compliance* adalah faktor bank Islam yang seharusnya menjalankan prinsip dan hukum Islam (4,25), sedangkan nilai rata-rata tingkat kinerja terendah untuk dimensi *compliance* adalah faktor ketentuan bebas bunga pinjaman (3,74). Nilai rata-rata tingkat kinerja tertinggi untuk dimensi *assurance* adalah faktor karyawan yang sopan dan bersahabat (4,24), sedangkan

nilai rata-rata tingkat kinerja terendah untuk dimensi *assurance* adalah faktor interior kantor dan ruang tunggu bank (3,76). Nilai rata-rata tingkat kinerja tertinggi untuk dimensi *reliability* adalah faktor keamanan dalam bertransaksi (4,19), sedangkan nilai rata-rata tingkat kinerja terendah untuk dimensi *reliability* adalah faktor produk dan layanan yang luas (3,97). Nilai rata-rata tingkat kinerja tertinggi untuk dimensi *tangibles* adalah faktor jam operasi bank yang jelas (4,02), sedangkan nilai rata-rata tingkat kinerja terendah untuk dimensi *tangibles* adalah faktor layanan penarikan kas dengan hak istimewa (3,17). Nilai rata-rata tingkat kinerja tertinggi untuk dimensi *emphaty* adalah faktor kerahasiaan data nasabah (4,31), sedangkan nilai rata-rata tingkat kinerja terendah untuk dimensi *reliability* adalah faktor informasi data kekayaan dan modal bank (3,54) serta tarif layanan yang rendah (3,54). Nilai rata-rata tingkat kinerja tertinggi untuk dimensi *responsiveness* adalah faktor pelayanan yang Islami (4,24), sedangkan nilai rata-rata tingkat kinerja terendah untuk dimensi *responsiveness* adalah faktor pinjaman dengan jangka waktu pelunasan yang menguntungkan (3,88).

Adapun secara keseluruhan, nilai rata-rata tingkat kinerja tertinggi adalah faktor penerapan prinsip dan hukum Islam dalam bank Islam (4,25) sedangkan nilai rata-rata tingkat kinerja terendah adalah faktor layanan penarikan kas dengan hak istimewa (3,17).

Penilaian nasabah terhadap tingkat kinerja untuk masing-masing faktor mempunyai interval sebesar 0,8. Dengan demikian range untuk masing-masing rating adalah sebagai berikut:

- 1 - 1,79 Sangat Tidak Baik
- 1,8 - 2,53 Tidak Baik
- 2,6 - 3,39 Cukup
- 3,4 - 4,19 Baik
- 4,2 - 5,00 Sangat Baik

Adapun penilaian tingkat kinerja untuk masing-masing faktor adalah:

Tabel 4.9.
Penilaian Rata-rata Bobot Tingkat Kinerja untuk Tiap Item

No	Faktor	Rata-rata Bobot	Keterangan
COMPLIANCE			
1	Bank Islam seharusnya menjalankan prinsip dan hukum Islam	4.25	Sangat Baik
2	Dalam Bank Islam seharusnya tidak ada pembayaran bunga tabungan dan pinjaman	3.80	Baik
3	Bank Islam seharusnya menerapkan ketentuan layanan dan produk Islami	4.19	Baik
4	Bank Islam seharusnya menerapkan ketentuan bebas bunga pinjaman	3.74	Baik
5	Bank Islam seharusnya menerapkan ketentuan pembagian keuntungan investasi	4.00	Baik
ASSURANCE			
6	Bank Islam seharusnya memiliki karyawan yang sopan dan bersahabat	4.24	Sangat Baik
7	Bank Islam seharusnya menyediakan saran-saran keuangan	3.85	Baik
8	Interior kantor dan ruang tunggu Bank Islam seharusnya menarik	3.76	Baik
9	Bank Islam seharusnya menyediakan akses informasi rekening	3.85	Baik
10	Tim manajemen Bank Islam seharusnya berpengalaman dan memiliki penerahuan luas	4.08	Baik
RELIABILITY			
11	Bank Islam seharusnya memberikan layanan yang menyenangkan (waktu layanan yang cepat)	4.05	Baik
12	Bank Islam seharusnya menyediakan produk dan layanan yang luas	3.97	Baik
13	Bank Islam seharusnya menjamin keamanan dalam bertransaksi	4.19	Baik
14	Waktu (jam) layanan Bank Islam seharusnya optimal	4.04	Baik
TANGIBLES			
15	Tampilan kantor dan fasilitas fisik Bank Islam seharusnya menarik	3.69	Baik
16	Bertransaksi di Bank Islam seharusnya cepat dan efisien	4.00	Baik
17	Jam operasi Bank Islam seharusnya jelas	4.02	Baik
18	Bank Islam seharusnya menyediakan sekat-sekat atau pembatas loket yang jelas	3.31	Baik
19	Bank Islam seharusnya menyediakan layanan penarikan kas dengan hak istimewa	3.17	Baik

Tabel 4.9.
Penilaian Rata-rata Bobot Tingkat Kinerja untuk Tiap Item
(lanjutan)

No	Faktor	Rata-rata Bobot	Keterangan
EMPHATY			
20	Lokasi Bank Islam seharusnya mudah dijangkau	3.99	Baik
21	Nama Bank Islam seharusnya mudah dikenali	4.03	Baik
22	Bank Islam seharusnya menyediakan data kekayaan dan modal yang dimiliki	3.54	Baik
23	Bank Islam seharusnya menyediakan area parkir yang memadai	3.66	Baik
24	Bank Islam seharusnya menjamin kerahasiaan data nasabah	4.31	Sangat Baik
25	Manajemen Bank Islam seharusnya meyakinkan	4.05	Baik
26	Bank Islam seharusnya menyediakan produk dan layanan yang menguntungkan	3.91	Baik
27	Bank Islam seharusnya menetapkan tarif layanan yang rendah	3.54	Baik
28	Bank Islam seharusnya menyediakan ketentuan konsultasi keuangan	3.76	Baik
RESPONSIVENESS			
29	Karyawan Bank Islam seharusnya bersedia membantu konsumen	4.20	Sangat Baik
30	Cara karyawan Bank Islam dalam melayani konsumen seharusnya Islami	4.24	Sangat Baik
31	Bank Islam seharusnya menyediakan pinjaman dengan jangka waktu pelunasan yang menguntungkan	3.88	Baik
32	Layanan pada Bank Islam seharusnya cepat dan efisien	4.06	Baik

Tabel 4.9 menunjukkan penilaian nasabah terhadap tingkat kinerja Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta. Dapat disimpulkan bahwa tingkat kinerja Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta terbagi dalam kategori baik dan sangat baik. Faktor yang termasuk dalam kategori sangat baik berarti faktor tersebut telah dilakukan atau dilaksanakan oleh Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta sesuai dengan harapan nasabah.

Berdasarkan Tabel 4.8, maka dapat disimpulkan bahwa hanya 5 (lima) faktor saja yang mempunyai kinerja sangat baik, yaitu bank menjalankan prinsip dan hukum Islam (4,25) dari dimensi *compliance*, karyawan yang sopan dan bersahabat (4,24) dari dimensi *assurance*, kerahasiaan data nasabah (4,31) dari

dimensi *emphaty*, serta dari dimensi *responsiveness* adalah faktor kesediaan karyawan untuk membantu nasabah (4,20) serta pelayanan secara Islami (4,24). Adapun faktor lain, tingkat kerjanya termasuk dalam kategori baik.

4.2.1.2. Analisis Rata-rata Tiap Dimensi

Berikut ini analisis rata-rata tingkat kinerja yang dilakukan untuk tiap dimensi.

Tabel 4.10
Rata-rata Tingkat Kinerja untuk Tiap Dimensi

No.	Dimensi	Tingkat Kinerja
1.	<i>Compliance</i>	4.00
2.	<i>Assurance</i>	3.96
3.	<i>Reliability</i>	4.06
4.	<i>Tangibles</i>	3.64
5.	<i>Emphaty</i>	3.86
6.	<i>Responsiveness</i>	4.10
Rata-rata		3.94

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa nilai rata-rata tingkat kinerja BRI Syariah Cabang Yogyakarta tertinggi menurut para nasabah adalah pada dimensi *Responsiveness* (4,10), diikuti berturut-turut oleh dimensi *Reliability* (4,06), dimensi *Compliance* (4,00), dimensi *Assurance* (3,96), dimensi *Emphaty* (3,86) dan terakhir dimensi *Tangibles* (3,64). Dengan demikian tingkat kinerja tertinggi Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta adalah pada dimensi *Responsiveness* dan yang terendah adalah pada dimensi *Tangibles*.

4.2.3. Analisis Indeks Kepuasan Nasabah

Analisis indeks kepuasan nasabah masing-masing faktor digunakan untuk menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah.

Tabel 4.11.
Indeks Kepuasan Nasabah

No	FAKTOR	TINGKAT KEPENTINGAN	TINGKAT KINERJA	INDEKS KEPUASAN (%)
COMPLIANCE				
1	Bank Islam seharusnya menjalankan prinsip dan hukum Islam	4.69	4.25	90.58
2	Dalam Bank Islam seharusnya tidak ada pembayaran bunga tabungan dan pinjaman	4.13	3.80	92.09
3	Bank Islam seharusnya menerapkan ketentuan layanan dan produk Islami	4.48	4.19	93.43
4	Bank Islam seharusnya menerapkan ketentuan bebas bunga pinjaman	4.00	3.74	93.42
5	Bank Islam seharusnya menerapkan ketentuan pembagian keuntungan investasi	4.32	4.00	92.68
ASSURANCE				
6	Bank Islam seharusnya memiliki karyawan yang sopan dan bersahabat	4.69	4.24	90.36
7	Bank Islam seharusnya menyediakan saran-saran keuangan	4.18	3.85	92.19
8	Interior kantor dan ruang tunggu Bank Islam seharusnya menarik	4.27	3.76	87.93
9	Bank Islam seharusnya menyediakan akses informasi rekening	4.21	3.85	91.50
10	Tim manajemen Bank Islam seharusnya berpengalaman dan memiliki penerahuan luas	4.62	4.08	88.38
RELIABILITY				
11	Bank Islam seharusnya memberikan layanan yang menyenangkan (waktu layanan yang cepat)	4.58	4.05	88.51
12	Bank Islam seharusnya menyediakan produk dan layanan yang luas	4.42	3.97	89.76
13	Bank Islam seharusnya menjamin keamanan dalam bertransaksi	4.63	4.19	90.45
14	Waktu (jam) layanan Bank Islam seharusnya optimal	4.34	4.04	93.20

Tabel 4.11.
Indeks Kepuasan Konsumen
(lanjutan)

No	FAKTOR	TINGKAT KEPENTINGAN	TINGKAT KINERJA	INDEKS KEPUASAN (%)
TANGIBLES				
15	Tampilan kantor dan fasilitas fisik Bank Islam seharusnya menarik	4.35	3.69	84.99
16	Bertransaksi di Bank Islam seharusnya cepat dan efisien	4.44	4.00	90.05
17	Jam operasi Bank Islam seharusnya jelas	4.36	4.02	92.27
18	Bank Islam seharusnya menyediakan sekat-sekat atau pembatas loket yang jelas	3.74	3.31	88.45
19	Bank Islam seharusnya menyediakan layanan penarikan kas dengan hak istimewa	3.46	3.17	91.49
EMPHATY				
20	Lokasi Bank Islam seharusnya mudah dijangkau	4.37	3.99	91.33
21	Nama Bank Islam seharusnya mudah dikenali	4.38	4.03	92.07
22	Bank Islam seharusnya menyediakan data kekayaan dan modal yang dimiliki	3.77	3.54	93.85
23	Bank Islam seharusnya menyediakan area parkir yang memadai	4.18	3.66	87.66
24	Bank Islam seharusnya menjamin kerahasiaan data nasabah	4.55	4.31	94.68
25	Manajemen Bank Islam seharusnya meyakinkan	4.48	4.05	90.38
26	Bank Islam seharusnya menyediakan produk dan layanan yang menguntungkan	4.15	3.91	94.16
27	Bank Islam seharusnya menetapkan tarif layanan yang rendah	3.81	3.54	92.82
28	Bank Islam seharusnya menyediakan ketentuan konsultasi keuangan	3.93	3.76	95.71
RESPONSIVENESS				
29	Karyawan Bank Islam seharusnya bersedia membantu konsumen	4.37	4.20	96.14
30	Cara karyawan Bank Islam dalam melayani konsumen seharusnya Islami	4.33	4.24	98.05
31	Bank Islam seharusnya menyediakan pinjaman dengan jangka waktu pelunasan yang menguntungkan	3.97	3.88	97.88
32	Layanan pada Bank Islam seharusnya cepat dan efisien	4.40	4.06	92.34

Sumber: Hasil Kuesioner

Tabel 4.11 menunjukkan bahwa faktor cara karyawan melayani nasabah secara Islami sudah sangat baik atau sudah memuaskan nasabah yang ditunjukkan dengan nilai Indeks Kepuasan Konsumen sebesar 98,05%. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah sudah memberi nilai sempurna atau sangat puas

terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan. Sedangkan tampilan kantor dan fasilitas fisik bank (84,99%), area parkir (87,66%) dan interior kantor serta ruang tunggu nasabah (87,93%) merupakan tiga faktor utama yang dianggap nasabah belum dapat memuaskan mereka. Nasabah belum memberikan nilai sempurna atas pelayanan yang diberikan perusahaan terhadap mereka.

Berdasarkan Tabel 4.9, dapat disimpulkan bahwa Indeks Kepuasan Nasabah berada antara indeks 84,99% sampai 98,05%. Dengan toleransi kategori 5%, maka jika indeks kepuasan adalah 100% menunjukkan sangat memuaskan, jika 95% adalah memuaskan dan jika kurang dari 95% adalah tidak memuaskan. Dengan demikian hanya adanya konsultasi keuangan (95,71%), kesediaan karyawan bank untuk selalu membantu para nasabah (96,14%), adanya jangka waktu pelunasan pinjaman yang menguntungkan (97,88%) serta karyawan bank yang sudah melayani nasabahnya secara Islami (98,05) yang sudah memuaskan nasabah Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta, sedangkan faktor lainnya belum memuaskan nasabah karena mempunyai indeks kepuasan yang kurang dari 95%.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disusun urutan prioritas yang harus dilakukan bank agar dapat memperbaiki faktor-faktor yang belum memuaskan nasabah dan menekankan pelaksanaan perbaikan pada faktor tersebut serta menjaga atau meningkatkan faktor-faktor yang sudah memuaskan menjadi sangat memuaskan nasabah. Adapun urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta, dapat dilihat dalam Tabel 4.12.

Tabel 4.12.
Urutan Prioritas Peningkatan Kepuasan Nasabah

No.	Faktor-faktor yang Menentukan Kepuasan Nasabah	Indeks Kepuasan (%)
1.	Tampilan kantor dan fasilitas fisik Bank Islam seharusnya menarik	84.99
2.	Bank Islam seharusnya menyediakan area parkir yang memadai	87.66
3.	Interior kantor dan ruang tunggu Bank Islam seharusnya menarik	87.93
4.	Tim manajemen Bank Islam seharusnya berpengalaman dan memiliki penerahuan luas	88.38
5.	Bank Islam seharusnya menyediakan sekat-sekat atau pembatas loket yang jelas	88.45
6.	Bank Islam seharusnya memberikan layanan yang menyenangkan (waktu layanan yang cepat)	88.51
7.	Bank Islam seharusnya menyediakan produk dan layanan yang luas	89.76
8.	Bertransaksi di Bank Islam seharusnya cepat dan efisien	90.05
9.	Bank Islam seharusnya memiliki karyawan yang sopan dan bersahabat	90.36
10.	Manajemen Bank Islam seharusnya meyakinkan	90.38
11.	Bank Islam seharusnya menjamin keamanan dalam bertransaksi	90.45
12.	Bank Islam seharusnya menjalankan prinsip dan hukum Islam	90.58
13.	Lokasi Bank Islam seharusnya mudah dijangkau	91.33
14.	Bank Islam seharusnya menyediakan layanan penarikan kas dengan hak istimewa	91.49
15.	Bank Islam seharusnya menyediakan akses informasi rekening	91.50
16.	Nama Bank Islam seharusnya mudah dikenali	92.07
17.	Dalam Bank Islam seharusnya tidak ada pembayaran bunga tabungan dan pinjaman	92.09
18.	Bank Islam seharusnya menyediakan saran-saran keuangan	92.19
19.	Jam operasi Bank Islam seharusnya jelas	92.27
20.	Layanan pada Bank Islam seharusnya cepat dan efisien	92.34
21.	Bank Islam seharusnya menerapkan ketentuan pembagian keuntungan investasi	92.68
22.	Bank Islam seharusnya menetapkan tarif layanan yang rendah	92.82
23.	Waktu (jam) layanan Bank Islam seharusnya optimal	93.20
24.	Bank Islam seharusnya menerapkan ketentuan bebas bunga pinjaman	93.42
25.	Bank Islam seharusnya menerapkan ketentuan layanan dan produk Islami	93.43
26.	Bank Islam seharusnya menyediakan data kekayaan dan modal yang dimiliki	93.85
27.	Bank Islam seharusnya menyediakan produk dan layanan yang menguntungkan	94.16
28.	Bank Islam seharusnya menjamin kerahasiaan data nasabah	94.68
29.	Bank Islam seharusnya menyediakan ketentuan konsultasi keuangan	95.71
30.	Karyawan Bank Islam seharusnya bersedia membantu konsumen	96.14
31.	Bank Islam seharusnya menyediakan pinjaman dengan jangka waktu pelunasan yang menguntungkan	97.88
32.	Cara karyawan Bank Islam dalam melayani konsumen seharusnya Islami	98.05

Sumber: Hasil Kuesioner

Tabel 4.12 menunjukkan prioritas utama yang harus dilakukan Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta untuk meningkatkan kinerjanya adalah dengan melakukan perbaikan tampilan kantor dan fasilitas fisik bank. Prioritas lainnya adalah menyediakan area parkir kendaraan yang memadai disamping memperbaiki interior kantor dan ruang tunggu menjadi lebih menarik dan nyaman. Dengan melakukan analisis indeks kepuasan konsumen, maka setiap bank dapat mengetahui urutan prioritas yang diharapkan nasabah. Akan tetapi perusahaan harus tetap memperhatikan dan mempertahankan serta berusaha meningkatkan faktor-faktor lain yang bukan menjadi prioritas utama yang menentukan kepuasan nasabah.

Berdasarkan Indeks Kepuasan Konsumen, dapat dihitung nilai rata-rata untuk mengetahui selisih perbedaan antara tingkat kinerja dan tingkat kepentingan nasabah dari tiap-tiap dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangibility* (Hakim, 2003, hal. 186) disamping juga dimensi *compliance*, yaitu:

Tabel 4.13.
Nilai Selisih antara Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja

DIMENSI	TINGKAT KEPENTINGAN	TINGKAT KINERJA	SELISIH
<i>Compliance</i>	4.33	4.00	0.33
<i>Assurance</i>	4.40	3.96	0.44
<i>Reliability</i>	4.49	4.06	0.43
<i>Tangibles</i>	4.07	3.64	0.43
<i>Emphaty</i>	4.18	3.86	0.31
<i>Responsiveness</i>	4.27	4.10	0.17
Rata-rata	4.29	3.94	0.35

Sumber: Hasil Kuesioner

Tabel 4.13 menunjukkan bahwa selisih perbedaan terbesar ada pada dimensi *assurance* (0,44), diikuti dimensi *reliability* dan *tangibles* (0,43), *compliance* (0,33), *empathy* (0,31), dan terakhir *responsiveness* (0,17). Adapun

secara keseluruhan, nilai rata-rata tingkat kepentingan nasabah Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta (4,29) lebih besar dibandingkan dengan nilai rata-rata tingkat kinerja (3,94) dengan selisih sebesar 0,35. Hal ini menunjukkan Tingkat Kepentingan (*Importance*) > Tingkat Kinerja (*Performance*) atau dapat dikatakan bahwa *Expected Service* > *Perceive Service*. Keadaan ini berarti bahwa nasabah belum merasa puas atas pelayanan yang diberikan Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta. Berdasarkan hal tersebut, pihak manajemen Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta perlu meningkatkan pelayanannya kepada para nasabah.

4.2.4. Analisis Diagram Kartesius

Diagram Kartesius menggambarkan posisi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Perhitungan awal yang dilakukan untuk penempatan faktor-faktor yang dianggap penting oleh nasabah serta tingkat kepuasan nasabah adalah pengukuran nilai rata-rata dari rata-rata seperti terlihat dalam Tabel 4.14.

Tabel 4.14.
Perhitungan Rata-rata dari Penilaian Pelaksanaan dan Penilaian Kepentingan pada Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

No	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah	Penilaian Kinerja	Penilaian Kepentingan	\bar{X}	\bar{Y}
1.	Bank Islam seharusnya menjalankan prinsip dan hukum Islam	404	446	4.25	4.69
2.	Dalam Bank Islam seharusnya tidak ada pembayaran bunga tabungan dan pinjaman	361	392	3.80	4.13
3.	Bank Islam seharusnya menerapkan ketentuan layanan dan produk Islami	398	426	4.19	4.48
4.	Bank Islam seharusnya menerapkan ketentuan bebas bunga pinjaman	355	380	3.74	4.00
5.	Bank Islam seharusnya menerapkan ketentuan pembagian keuntungan investasi	380	410	4.00	4.32
6.	Bank Islam seharusnya memiliki karyawan yang sopan dan bersahabat	403	446	4.24	4.69
7.	Bank Islam seharusnya menyediakan saran-saran keuangan	366	397	3.85	4.18

Tabel 4.14.
Perhitungan Rata-rata dari Penilaian Pelaksanaan dan Penilaian Kepentingan
pada Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah
(lanjutan)

No	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah	Penilaian Kinerja	Penilaian Kepentingan	\bar{X}	\bar{Y}
8.	Interior kantor dan ruang tunggu Bank Islam seharusnya menarik	357	406	3.76	4.27
9.	Bank Islam seharusnya menyediakan akses informasi rekening	366	400	3.85	4.21
10.	Tim manajemen Bank Islam seharusnya berpengalaman dan memiliki penerahuan luas	388	439	4.08	4.62
11.	Bank Islam seharusnya memberikan layanan yang menyenangkan (waktu layanan yang cepat)	385	435	4.05	4.58
12.	Bank Islam seharusnya menyediakan produk dan layanan yang luas	377	420	3.97	4.42
13.	Bank Islam seharusnya menjamin keamanan dalam bertransaksi	398	440	4.19	4.63
14.	Waktu (jam) layanan Bank Islam seharusnya optimal	384	412	4.04	4.34
15.	Tampilan kantor dan fasilitas fisik Bank Islam seharusnya menarik	351	413	3.69	4.35
16.	Bertransaksi di Bank Islam seharusnya cepat dan efisien	380	422	4.00	4.44
17.	Jam operasi Bank Islam seharusnya jelas	382	414	4.02	4.36
18.	Bank Islam seharusnya menyediakan sekat-sekat atau pembatas loket yang jelas	314	355	3.31	3.74
19.	Bank Islam seharusnya menyediakan layanan penarikan kas dengan hak istimewa	301	329	3.17	3.46
20.	Lokasi Bank Islam seharusnya mudah dijangkau	379	415	3.99	4.37
21.	Nama Bank Islam seharusnya mudah dikenali	383	416	4.03	4.38
22.	Bank Islam seharusnya menyediakan data kekayaan dan modal yang dimiliki	336	358	3.54	3.77
23.	Bank Islam seharusnya menyediakan area parkir yang memadai	348	397	3.66	4.18
24.	Bank Islam seharusnya menjamin kerahasiaan data nasabah	409	432	4.31	4.55
25.	Manajemen Bank Islam seharusnya meyakinkan	385	426	4.05	4.48
26.	Bank Islam seharusnya menyediakan produk dan layanan yang menguntungkan	371	394	3.91	4.15
27.	Bank Islam seharusnya menetapkan tarif layanan yang rendah	336	362	3.54	3.81
28.	Bank Islam seharusnya menyediakan ketentuan konsultasi keuangan	357	373	3.76	3.93
29.	Karyawan Bank Islam seharusnya bersedia membantu konsumen	399	415	4.20	4.37
30.	Cara karyawan Bank Islam dalam melayani konsumen seharusnya Islami	403	411	4.24	4.33
31.	Bank Islam seharusnya menyediakan pinjaman dengan jangka waktu pelunasan yang menguntungkan	369	377	3.88	3.97
32.	Layanan pada Bank Islam seharusnya cepat dan efisien	386	418	4.06	4.40
Jumlah				125.38	136.59
Rata-rata (\bar{X} dan \bar{Y})				3.92	4.27

Berdasarkan Tabel 4.14 maka data dapat dianalisis dengan analisis diagram kartesius untuk tiap dimensi dan untuk tiap item.

4.2.4.1. Analisis Diagram Kartesius untuk Tiap Dimensi

Berikut ini analisis rata-rata tingkat kepentingan dan tingkat kinerja Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta yang dilakukan untuk tiap dimensi.

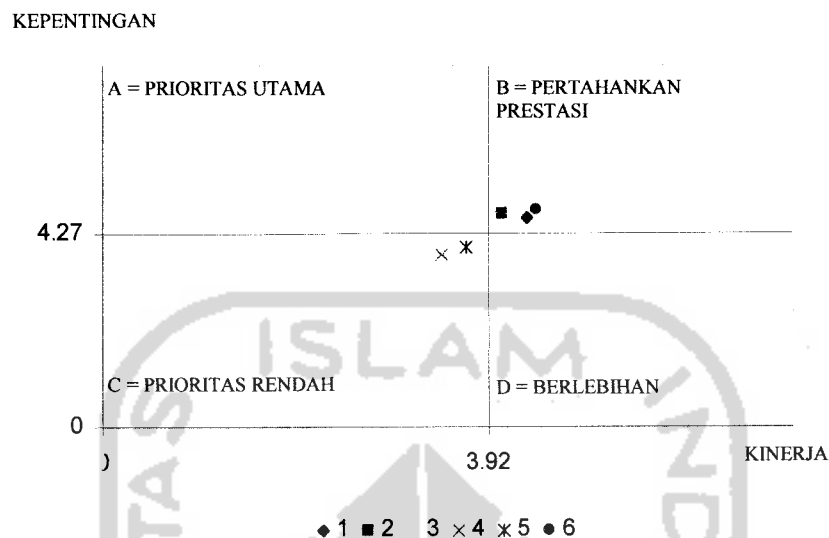
Tabel 4.15
Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja untuk Tiap Dimensi

No.	Dimensi	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
1.	<i>Compliance</i>	4.33	4.00
2.	<i>Assurance</i>	4.40	3.96
3.	<i>Reliability</i>	4.49	4.06
4.	<i>Tangibles</i>	4.07	3.64
5.	<i>Emphaty</i>	4.18	3.86
6.	<i>Responsiveness</i>	4.27	4.10
Rata-rata		4.29	3.94

Berdasarkan data di atas maka dapat disusun diagram kartesius seperti dalam Gambar 4.1. Berdasarkan Gambar 4.1, maka posisi untuk setiap dimensi dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Compliance* (1) Berada pada Kuadran B (Pertahankan Prestasi)
- Assurance* (2) Berada pada Kuadran B (Pertahankan Prestasi)
- Reliability* (3) Berada pada Kuadran B (Pertahankan Prestasi)
- Tangibles* (4) Berada pada Kuadran C (Prioritas Rendah)
- Emphaty* (5) Berada pada Kuadran C (Priotitas Rendah)
- Responsiveness* (6) Berada pada Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Gambar 4.6.
Diagram Kartesius untuk Tiap Dimensi

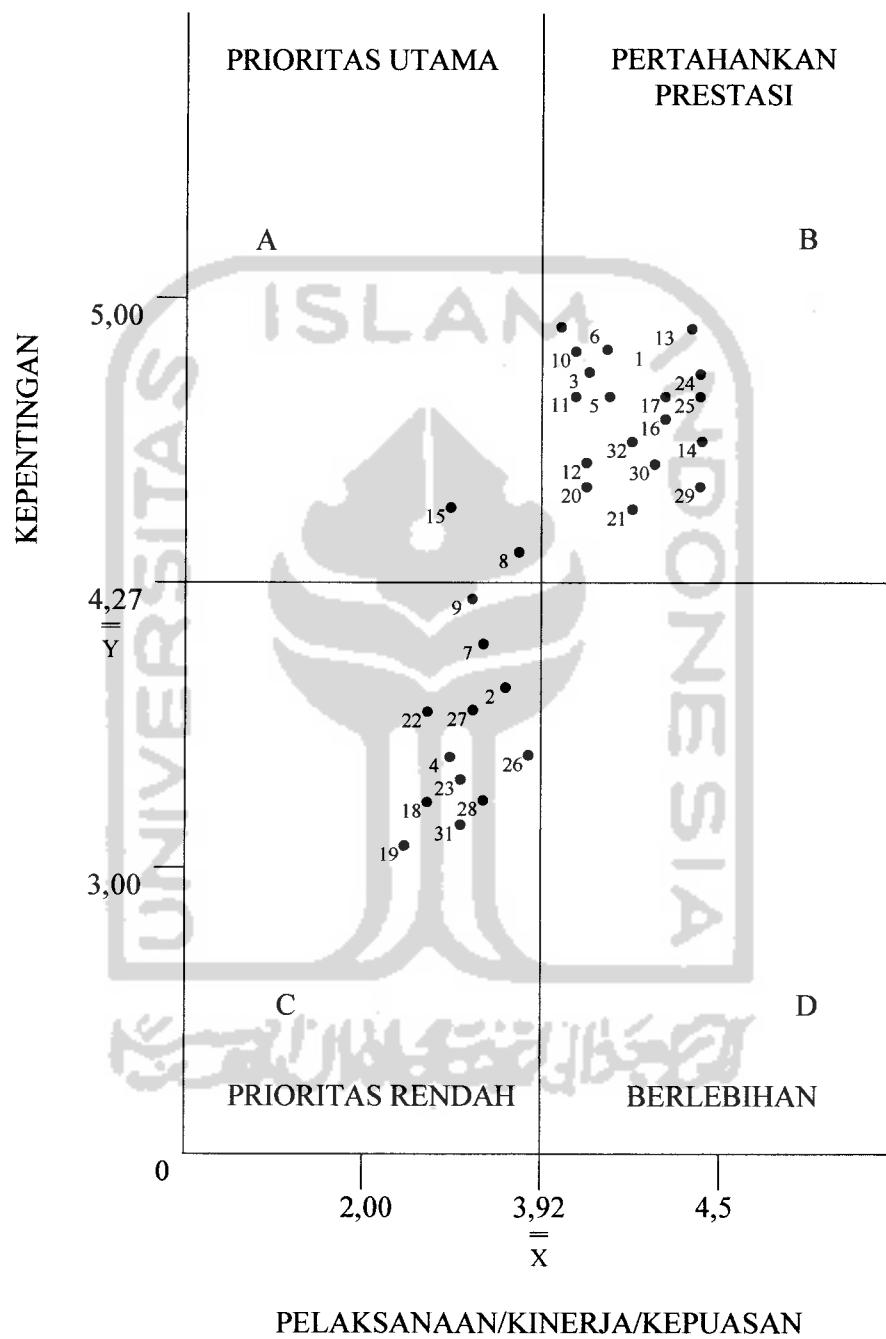


Dimensi *Compliance*, *Assurance*, *Reliability* dan *Responsiveness* menempati posisi terbaik yaitu pada Kuadran B, sehingga harus dipertahankan. Sedangkan untuk dimensi *tangibles* dan *emphaty*, menempati posisi yang memerlukan prioritas rendah.

4.2.4.2. Analisis Diagram Kartesius untuk Tiap Item

Analisis diagram kartesius untuk tiap dimensi belum dapat menjelaskan secara detail item-item untuk setiap dimensi yang memerlukan perhatian lebih menyeluruh. Dengan demikian dibutuhkan diagram kartesius yang menggambarkan penyebaran setiap item dalam diagram kartesius yang terbagi dalam empat kuadran, yaitu kuadran A, B, C dan D seperti dalam Gambar 4.2.

Gambar 4.2.
Diagram Kartesius dari Faktor-faktor Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Bank
BRI Syariah Cabang Yogyakarta



Berdasarkan Gambar Diagram Kartesius di atas maka interpretasi yang dapat dikemukakan adalah:

1. Kuadran A

Menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta dalam kuadran ini perlu DIPRIORITASKAN oleh perusahaan, karena faktor-faktor inilah yang dinilai sangat penting oleh nasabah, sedangkan tingkat pelaksanaannya masih BELUM MEMUASKAN.

Faktor yang termasuk dalam Kuadran A adalah:

- a. Faktor mengenai interior kantor dan ruang tunggu Bank Syariah Cabang Yogyakarta (No. 8).
- b. Faktor tampilan kantor dan fasilitas fisik Bank Syariah Cabang Yogyakarta (No. 15).

Dengan demikian Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta harus lebih memperhatikan interior kantor, ruang tunggu nasabah, tampilan kantor serta fasilitas fisik kantor agar menjadi lebih menarik. Hal ini perlu dilakukan karena hal tersebut merupakan unsur utama yang diinginkan oleh nasabah dan dapat membawa *image* yang baik bagi perusahaan.

2. Kuadran B

Menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta dalam kuadran ini perlu DIPERTAHANKAN, karena pada umumnya tingkat pelaksanaannya TELAH SESUAI dengan kepentingan dan harapan nasabah, sehingga dapat memuaskan nasabah.

Faktor yang termasuk dalam Kuadran B adalah:

- a. Faktor kemampuan Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta untuk selalu menjalankan prinsip dan hukum Islam (No. 1).
- b. Faktor kemampuan Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta untuk menerapkan ketentuan layanan dan produk Islami (No. 3).
- c. Faktor sikap sopan dan rasa bersahabat yang ditunjukkan karyawan Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta (No. 6).
- d. Faktor pengalaman dan pengetahuan yang luas yang dimiliki tim manajemen Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta (No. 10).
- e. Faktor pelayanan atau waktu pelayanan Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta yang cepat dan menyenangkan (No. 11).
- f. Faktor produk dan layanan Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta yang luas (No. 12).
- g. Faktor jaminan keamanan dalam bertransaksi yang disediakan Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta (No. 13).
- h. Faktor waktu atau jam layanan Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta yang optimal (No. 14).
- i. Faktor transaksi di Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta yang cepat dan efisien (No. 16).
- j. Faktor jam operasi Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta yang jelas (No. 17).
- k. Faktor lokasi Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta yang mudah dijangkau (No. 20).

- l. Faktor jaminan dari Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta mengenai kerahasiaan data nasabah (No. 24).
- m. Faktor manajemen Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta yang meyakinkan (No. 25).
- n. Faktor kesiapan karyawan Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta untuk membantu nasabah (No. 29).
- o. Faktor cara karyawan Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta yang selalu Islami dalam melayani nasabahnya (No. 30).
- p. Faktor layanan Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta yang cepat dan efisien (No. 32).

Dengan demikian Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta harus terus mempertahankan faktor-faktor tersebut di atas atau lebih ditingkatkan lagi. Semakin banyak harapan nasabah yang dapat dipenuhi perusahaan, akan semakin puas nasabah dan dapat menimbulkan loyalitas nasabah terhadap Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta.

3. Kuadran C

Menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta yang berada dalam kuadran ini dianggap KURANG PENTING bagi nasabah, sedangkan kualitas pelaksanaannya biasa atau cukup saja.

Faktor yang termasuk dalam Kuadran C adalah:

- a. Faktor pembayaran bunga tabungan dan pinjaman (No. 2).

- b. Faktor ketentuan bebas bunga pinjaman (No. 4).
- c. Faktor ketentuan pembagian keuntungan investasi yang diterapkan Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta (No. 5).
- d. Faktor saran-saran keuangan dari bank (No. 7).
- e. Faktor akses informasi rekening (No. 9).
- f. Faktor sekat-sekat atau pembatas loket (No. 18).
- g. Faktor layanan penarikan kas dengan hak istimewa (No. 19).
- h. Faktor nama dari Bank BRI Syariah yang mudah dikenali (No. 21).
- i. Faktor informasi data kekayaan dan modal yang dimiliki bank (No. 22).
- j. Faktor area parkir (No. 23).
- k. Faktor produk dan layanan yang menguntungkan (No. 26).
- l. Faktor tarif layanan yang rendah (No. 27).
- m. Faktor fasilitas konsultasi keuangan yang disediakan bank (No. 28).
- n. Faktor pinjaman dengan jangka waktu pelunasan yang menguntungkan (No. 31).

Dengan demikian Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta sebaiknya lebih memperhatikan faktor lain yang menjadi keinginan nasabah. Akan tetapi faktor-faktor tersebut di atas juga harus tetap dilaksanakan dengan baik, agar tidak mengurangi kepuasan nasabah.

4. Kuadran D

Menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta dalam kuadran ini dinilai

BERLEBIHAN pelaksanaannya, terutama disebabkan karena nasabah menganggap TIDAK TERLALU PENTING terhadap faktor tersebut, tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik sekali oleh perusahaan, sehingga sangat memuaskan, tetapi menjadi lebih mahal.

Faktor yang termasuk dalam Kuadran D tidak ada.

Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta harus dapat menjaga pelayanannya kepada para nasabah. Pelayanan berlebihan seringkali menimbulkan ketidaknyamanan bagi nasabah terutama sekali bila pelayanan tersebut memerlukan tambahan biaya yang harus dikeluarkan nasabah.

4.2.5. Analisis *Paired Sample T-Test*

Hasil pengujian *Paired Sample T-Test* dapat dilihat dalam Tabel 4.10 sampai Tabel 4.12. Tabel 4.10 menunjukkan nilai statistik pengujian, yaitu nilai rata-rata tingkat kepentingan nasabah adalah 4,2770 dan nilai rata-rata tingkat pelayanan bank adalah 3,9181.

Tabel 4.16.
Paired Sample Statistics

	Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1 KEPTN	4.2770	95	0.37265	0.03823
PELYN	3.9181	95	0.44971	0.04614

Tabel 4.11 menunjukkan nilai korelasi, yaitu korelasi antara tingkat kepentingan dan tingkat pelayanan adalah 0,315 dengan nilai signifikansi 0,002. Hal ini berarti bahwa korelasi antara tingkat kepentingan dan tingkat pelayanan adalah sangat kuat dan berhubungan secara nyata atau signifikan.

Tabel 4.17.
Paired Sample Correlations

	N	Correlation	Sig.
Pair 1 KEPTN & PELYN	95	0.315	0.002

Tabel 4.12 menunjukkan nilai perbedaan *Paired Sample Test*. Pada kolom mean menunjukkan perbedaan rata-rata antara tingkat kepentingan nasabah dan tingkat pelayanan bank adalah 0,35888 dimana nilai rata-rata tingkat kepentingan nasabah (4,2770) adalah lebih besar dari nilai rata-rata tingkat pelayanan bank (3,9181).

Tabel 4.18.
Paired Samples Test

	Paired Differences					t	df	Sig.
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1 KEPT-PELYN	0.35888	0.48521	0.04978	0.26004	0.45772	7.209	94	0.000

Pengujian signifikansi dapat dilakukan dengan melihat perbandingan antara nilai *t-value* dengan nilai *t-tabel* atau dengan nilai signifikansinya. Diketahui bahwa nilai *t-value* adalah 7,209 dan nilai *t-tabel* (0,05; 94) adalah 1,99. Karena nilai *t-value* (7,209) > nilai *t-tabel* (1,99) maka H_0 ditolak atau terdapat perbedaan antara tingkat kepentingan nasabah dan tingkat pelayanan yang diberikan bank. Selain itu, karena nilai signifikansi (0,000) < 0,05, maka H_0 juga ditolak. Dengan demikian terdapat perbedaan yang signifikan antara tingkat kepentingan nasabah dan tingkat pelayanan bank.

Berdasarkan pengujian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kepentingan nasabah berhubungan secara nyata dengan tingkat pelayanan yang

diberikan Bank Syariah Cabang Yogyakarta. Lebih lanjut hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang secara nyata antara tingkat kepentingan nasabah dan tingkat pelayanan bank dimana tingkat kepentingan nasabah adalah lebih besar dari nilai rata-rata tingkat pelayanan bank, atau dapat dikatakan bahwa nasabah belum puas dengan pelayanan yang diberikan bank.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian tentang kesesuaian antara tingkat kepentingan nasabah (*importance*) dan kinerja (*performance*) Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta menunjukkan bahwa menunjukkan Tingkat Kepentingan (*Importance*) > Tingkat Kinerja (*Performance*) atau dapat dikatakan bahwa *Expected Service* > *Perceive Service*. Hal ini berarti bahwa nasabah belum merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang belum memberikan kepuasan kepada nasabah Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta meliputi dua faktor, yaitu interior kantor dan ruang tunggu Bank Syariah Cabang Yogyakarta (dimensi *assurance*) serta faktor tampilan kantor dan fasilitas fisik kantor (dimensi *tangibles*).
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua faktor-faktor dari dimensi *reliability* sudah dapat memberikan kepuasan kepada nasabah Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta yaitu pelayanan yang cepat, adanya produk dan layanan yang luas, adanya jaminan keamanan dalam bertransaksi serta waktu pelayanan yang optimal. Sedangkan faktor dari dimensi *compliance*,

assurance, *tangibles* serta *empathy* sebagian besar sudah memuaskan nasabah sedangkan sisanya dianggap para nasabah bank tidak terlalu penting.

4. Faktor yang sudah memuaskan nasabah karena pelayanan dari pihak Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta sudah sesuai dengan harapan nasabah adalah: pihak bank sudah menjalankan syariat Islam, adanya layanan dan produk Islami, adanya pembagian keuntungan investasi (dimensi *compliance*); karyawan yang sopan dan bersahabat, tim manajemen yang berpengalaman dan berpengetahuan luas (dimensi *assurance*); pelayanan yang cepat, adanya produk dan layanan yang luas, adanya jaminan keamanan dalam bertransaksi serta waktu pelayanan yang optimal (dimensi *reliability*); transaksi yang cepat dan efisien, jam operasi bank yang jelas (dimensi *tangibles*); lokasi bank yang mudah dijangkau, nama bank yang mudah dikenali, adanya jaminan kerahasiaan data nasabah, manajemen bank yang meyakinkan (dimensi *empathy*); kesediaan karyawan dalam membantu nasabah, cara Islami yang sudah diterapkan karyawan dalam melayani nasabah, serta layanan bank yang cepat dan efisien (dimensi *responsiveness*).
5. Faktor yang dianggap tidak penting tapi sudah dilaksanakan dengan baik oleh Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta adalah: tidak adanya pembayaran bunga tabungan dan pinjaman, adanya ketentuan bebas bunga pinjaman (dimensi *compliance*); adanya saran-saran keuangan, akses informasi rekening (dimensi *assurance*); adanya sekat-sekat atau pembatas loket, layanan penarikan kas dengan hak istimewa (dimensi *tangibles*); informasi data kekayaan dan modal bank, area parkir yang memadai, adanya produk dan

layanan yang menguntungkan, tarif layanan yang rendah (dimensi *empathy*); serta adanya pinjaman dengan jangka waktu pelunasan yang menguntungkan (dimensi *responsiveness*).

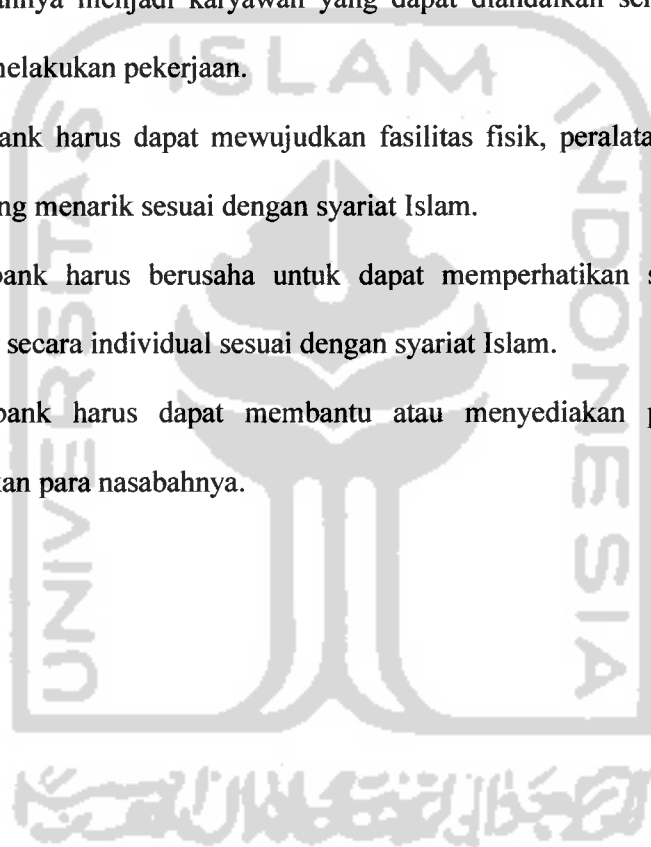
6. Hasil pengujian dengan *Paired Sample T-Test* juga menunjukkan bahwa nasabah belum merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta. Terdapat perbedaan antara tingkat kepentingan nasabah dan tingkat pelayanan bank yang signifikan, yaitu sebesar 0,35888 dimana nilai rata-rata tingkat kepentingan nasabah (4,2770) adalah lebih besar dari nilai rata-rata tingkat pelayanan bank (3,9181). Karena tingkat kepentingan nasabah adalah lebih besar dari nilai rata-rata tingkat pelayanan bank, atau dapat dikatakan bahwa nasabah belum puas dengan pelayanan yang diberikan bank. Selain itu hasil pengujian juga menunjukkan bahwa nilai *t-value* (7,209) > nilai *t-tabel* (1,99) dan nilai signifikansi (0,000) < 0,05; maka H_0 ditolak atau dapat dikatakan terdapat perbedaan yang signifikan antara tingkat kepentingan nasabah dan tingkat pelayanan yang diberikan bank.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat dikemukakan beberapa saran yang kiranya dapat bermanfaat bagi perusahaan, yaitu:

1. Pihak bank harus selalu tegas untuk menerapkan dan menjalankan syariat Islam sesuai dengan prinsip dan hukum Islam, sebagai perwujudan dari Bank Islam.

2. Pihak bank harus dapat meningkatkan rasa percaya nasabah dengan meningkatkan pengetahuan karyawannya, menanamkan sopan santun dan rasa hormat kepada nasabah.
3. Pihak bank harus dapat mengatur setiap karyawannya untuk melaksanakan pekerjaan sesuai dengan tugasnya masing-masing serta dapat membina karyawannya menjadi karyawan yang dapat diandalkan serta selalu akurat dalam melakukan pekerjaan.
4. Pihak bank harus dapat mewujudkan fasilitas fisik, peralatan serta personil bank yang menarik sesuai dengan syariat Islam.
5. Pihak bank harus berusaha untuk dapat memperhatikan serta membantu nasabah secara individual sesuai dengan syariat Islam.
6. Pihak bank harus dapat membantu atau menyediakan pelayanan yang diinginkan para nasabahnya.



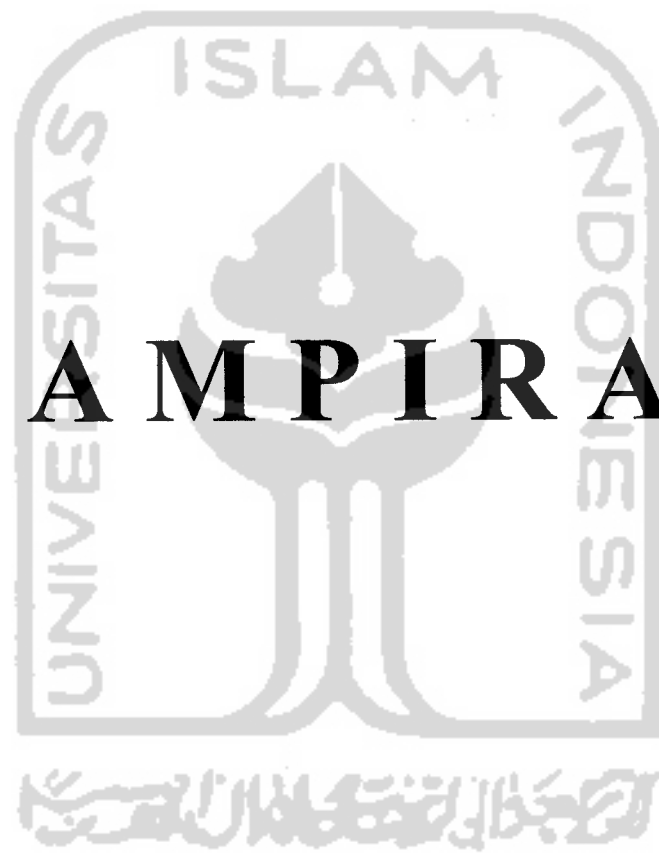
DAFTAR PUSTAKA

- Anonim (2004). *Bank BRI Yogyakarta*. <http://www.bri.co.id>.
- Kenaikan BBM Dorong Pembiayaan Bank Syariah*. Republika, Sabtu, 31 Desember 2005.
- Halim, Abdul (2003). "Analisis Tingkat Kepuasan Pasien Rawat Inap Kelas Utama dan Kelas 1 pada Rumah Sakit Umum Daerah DR. H. Abdoel Moeloek Propinsi Lampung". *Jurnal Ekonomi*, Vol. 1, No. 2 (Mei), 175-189.
- Kotler, Philip (1994). *Manajemen pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat.
- Muhammad (2005). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*. Edisi 1. Yogyakarta: UPFE-UMY.
- Mustafa, Zainal (1992). *Pengantar Sttistik Deskriptif*. Edisi 2. Yogyakarta: Badan Penerbit FE UII Press.
- Nasution, S. (2004). *Metode Riset Penelitian Ilmiah*. Cetakan Ketujuh. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Parasuraman, A., Zeithaml, Valerie A., dan Berry, Leonard L. (1985). "A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research". *Journal of Marketing*, Vol. 49 (Fall): 41-50.
- Purnama, Nursya'bani (2006). *Manajemen Kualitas: Perspektif Global*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Penerbit Ekonisia FE UII.
- Santoso, Singgih (2000). *SPSS: Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Cetakan Kedua. Jakarta: Penerbit Elex Media Computindo.
- Santoso, Singgih (2001). *Buku Latihan SPSS: Statistik Parametrik*. Cetakan Kedua. Jakarta: Penerbit Elex Media Computindo.
- Supranto, J. (2001). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan: Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Cetakan Kedua. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.
- Rangkuti, Freddy (2002). *Measuring Costomer Satisfaction: Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan plus Analisis Kasus PLN-JP*. Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Sunardi (2003). "Analisis Faktor yang Dipertimbangkan Nasabah dalam Mempersepsikan Kualitas Layanan Bank di Malang". *Jurnal Ekonomi Bisnis; Dian Ekonomi*, Vol. IX, No. 1 (Maret), 69-80.
- Tahir, Izah Mohd dan Ismail, Wan Zulquarnain (2005). Service Quality in the Financial Services Industry in Malaysia: The Case of Islamic Banks and Insurance. *International Review of Business Research Papers*, Vol 2, No. 2 (November), 10-21.
- Tjiptono, Fandy dan Diana, Anastasia (2000). *TQM: Total Quality Management*. Edisi Revisi. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Yamit, Zulian (2001). "Manajemen Kualitas: Produk dan Jasa". Yogyakarta: Penerbit Ekonisia.



LAMPPIRAN



LAMPIRAN 1: KUESIONER TINGKAT KEPENTINGAN PELANGGAN

Jawablah pertanyaan di bawah ini yang menyangkut HARAPAN Anda terhadap KUALITAS PELAYANAN Bank memberi tanda silang (X).

No.	Uraian	SS	S	N	TS	STS
A. COMPLIANCE						
H1.	Bank Islam seharusnya menjalankan prinsip dan hukum Islam	SS	S	N	TS	STS
H2.	Dalam Bank Islam seharusnya tidak ada pembayaran bunga tabungan dan pinjaman	SS	S	N	TS	STS
H3.	Bank Islam seharusnya menerapkan ketentuan layanan dan produk Islami	SS	S	N	TS	STS
H4.	Bank Islam seharusnya menerapkan ketentuan bebas bunga pinjaman	SS	S	N	TS	STS
H5.	Bank Islam seharusnya menerapkan ketentuan pembagian keuntungan investasi	SS	S	N	TS	STS
B. ASSURANCE						
H6.	Bank Islam seharusnya memiliki karyawan yang sopan dan bersahabat	SS	S	N	TS	STS
H7.	Bank Islam seharusnya menyediakan saran-saran keuangan	SS	S	N	TS	STS
H8.	Interior kantor dan ruang tunggu Bank Islam seharusnya menarik	SS	S	N	TS	STS
H9.	Bank Islam seharusnya menyediakan akses informasi rekening	SS	S	N	TS	STS
H10.	Tim manajemen Bank Islam seharusnya berpengalaman dan memiliki pengetahuan luas	SS	S	N	TS	STS
C. RELIABILITY						
H11.	Bank Islam seharusnya memberikan layanan yang menyenangkan (waktu layanan yang cepat)	SS	S	N	TS	STS
H12.	Bank Islam seharusnya menyediakan produk dan layanan yang luas	SS	S	N	TS	STS
H13.	Bank Islam seharusnya menjamin keamanan dalam bertransaksi	SS	S	N	TS	STS
H14.	Waktu (jam) layanan Bank Islam seharusnya optimal	SS	S	N	TS	STS

No.	Uraian	SS	S	N	TS	STS
D. TANGIBLES						
H15.	Tampilan kantor dan fasilitas fisik Bank Islam seharusnya menarik	SS	S	N	TS	STS
H16.	Bertransaksi di Bank Islam seharusnya cepat dan efisien	SS	S	N	TS	STS
H17.	Jam operasi Bank Islam seharusnya jelas	SS	S	N	TS	STS
H18.	Bank Islam seharusnya menyediakan sekat-sekat atau pembatas loket yang jelas	SS	S	N	TS	STS
H19.	Bank Islam seharusnya menyediakan layanan penarikan kas dengan hak istimewa	SS	S	N	TS	STS
E. EMPHATI						
H20.	Lokasi Bank Islam seharusnya mudah dijangkau	SS	S	N	TS	STS
H21.	Nama Bank Islam seharusnya mudah dikenali	SS	S	N	TS	STS
H22.	Bank Islam seharusnya menyediakan data kekayaan dan modal yang dimiliki	SS	S	N	TS	STS
H23.	Bank Islam seharusnya menyediakan area parkir yang memadai	SS	S	N	TS	STS
H24.	Bank Islam seharusnya menjamin kerahasiaan data nasabah	SS	S	N	TS	STS
H25.	Manajemen Bank Islam seharusnya meyakinkan	SS	S	N	TS	STS
H26.	Bank Islam seharusnya menyediakan produk dan layanan yang menguntungkan	SS	S	N	TS	STS
H27.	Bank Islam seharusnya menetapkan tarif layanan yang rendah	SS	S	N	TS	STS
H28.	Bank Islam seharusnya menyediakan ketentuan konsultasi keuangan	SS	S	N	TS	STS
E. RESPONSIVENESS						
H29.	Karyawan Bank Islam seharusnya bersedia membantu konsumen	SS	S	N	TS	STS
H30.	Cara karyawan Bank Islam dalam melayani konsumen seharusnya Islami	SS	S	N	TS	STS
H31.	Bank Islam seharusnya menyediakan pinjaman dengan jangka waktu pelunasan yang menguntungkan	SS	S	N	TS	STS
H32.	Layanan pada Bank Islam seharusnya cepat dan efisien	SS	S	N	TS	STS

LAMPIRAN 2: KUESIONER PENILAIAN KUALITAS PELAYANAN

Jawablah pertanyaan di bawah ini yang menyangkut PERSEPSI Anda terhadap KUALITAS PELAYANAN dengan memberi tanda silang (X).

No.	Uraian	SS	S	N	TS	STS
A. COMPLIANCE						
H1.	BRI Syariah menjalankan prinsip dan hukum Islam	SS	S	N	TS	STS
H2.	Dalam BRI Syariah tidak ada pembayaran bunga tabungan dan pinjaman	SS	S	N	TS	STS
H3.	BRI Syariah menerapkan ketentuan layanan dan produk Islami	SS	S	N	TS	STS
H4.	BRI Syariah menerapkan ketentuan bebas bunga pinjaman	SS	S	N	TS	STS
H5.	BRI Syariah menerapkan ketentuan pembagian keuntungan investasi	SS	S	N	TS	STS
B. ASSURANCE						
H6.	BRI Syariah memiliki karyawan yang sopan dan bersahabat	SS	S	N	TS	STS
H7.	BRI Syariah menyediakan saran-saran keuangan	SS	S	N	TS	STS
H8.	Interior kantor dan ruang tunggu BRI Syariah menarik	SS	S	N	TS	STS
H9.	BRI Syariah menyediakan akses informasi rekening	SS	S	N	TS	STS
H10.	Tim manajemen BRI Syariah berpengalaman dan memiliki pengetahuan luas	SS	S	N	TS	STS
C. RELIABILITY						
H11.	BRI Syariah memberikan layanan yang menyenangkan (waktu layanan yang cepat)	SS	S	N	TS	STS
H12.	BRI Syariah menyediakan produk dan layanan yang luas	SS	S	N	TS	STS
H13.	BRI Syariah menjamin keamanan dalam bertransaksi	SS	S	N	TS	STS
H14.	Waktu (jam) layanan BRI Syariah optimal	SS	S	N	TS	STS

No.	Uraian	SS	S	N	TS	STS
D. TANGIBLES						
H15.	Tampilan kantor dan fasilitas fisik BRI Syariah menarik	SS	S	N	TS	STS
H16.	Bertransaksi di BRI Syariah cepat dan efisien	SS	S	N	TS	STS
H17.	Jam operasi BRI Syariah jelas	SS	S	N	TS	STS
H18.	BRI Syariah menyediakan sekat-sekat atau pembatas loket yang jelas	SS	S	N	TS	STS
H19.	BRI Syariah menyediakan layanan penarikan kas dengan hak istimewa	SS	S	N	TS	STS
E. EMPHATI						
H20.	Lokasi BRI Syariah mudah dijangkau	SS	S	N	TS	STS
H21.	Nama BRI Syariah mudah dikenali	SS	S	N	TS	STS
H22.	BRI Syariah menyediakan data kekayaan dan modal yang dimiliki	SS	S	N	TS	STS
H23.	BRI Syariah menyediakan area parkir yang memadai	SS	S	N	TS	STS
H24.	BRI Syariah menjamin kerahasiaan data nasabah	SS	S	N	TS	STS
H25.	Manajemen BRI Syariah meyakinkan	SS	S	N	TS	STS
H26.	BRI Syariah menyediakan produk dan layanan yang menguntungkan	SS	S	N	TS	STS
H27.	BRI Syariah menetapkan tarif layanan yang rendah	SS	S	N	TS	STS
H28.	BRI Syariah menyediakan ketentuan konsultasi keuangan	SS	S	N	TS	STS
E. RESPONSIVENESS						
H29.	Karyawan BRI Syariah bersedia membantu konsumen	SS	S	N	TS	STS
H30.	Cara karyawan Bank Islam dalam melayani konsumen seharusnya Islami	SS	S	N	TS	STS
H31.	BRI Syariah menyediakan pinjaman dengan jangka waktu pelunasan yang menguntungkan	SS	S	N	TS	STS
H32.	Layanan pada BRI Syariah cepat dan efisien	SS	S	N	TS	STS

lanjutan

RS	H1	H2	H3	H4	H5	H6	H7	H8	H9	H10	H11	H12	H13	H14	H15	H16	H17	H18	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	H31	H32						
76	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4						
77	5	4	4	4	3	5	4	4	3	5	5	4	5	5	4	4	4	3	3	5	5	3	5	4	4	3	3	4	3	5	3	4	4					
78	5	4	4	4	3	5	4	3	4	5	5	4	5	4	5	4	4	3	4	3	4	3	5	5	5	2	4	5	4	4	5	4	4					
79	5	4	4	2	3	5	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4					
80	5	4	4	5	3	5	3	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	3	5	5	5	3	4	3	5	5	3	5	5	5					
81	5	4	5	5	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4					
82	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	3	5	5	4	2	4	4	5	5	4	4					
83	4	4	4	1	4	4	5	4	4	3	4	3	4	5	5	4	5	4	5	4	5	3	5	5	4	2	3	3	4	5	4	5	4	5				
84	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4				
85	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5			
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5			
87	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
89	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
90	5	3	4	3	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	3	4	5	5	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	
91	5	3	5	3	3	5	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
92	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	
93	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
94	5	3	4	2	3	5	3	3	4	5	4	5	5	5	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	5	3	3	4	4	
95	5	3	4	4	3	5	4	3	4	5	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	3	4



lanjutan....

RS	H1	H2	H3	H4	H5	H6	H7	H8	H9	H10	H11	H12	H13	H14	H15	H16	H17	H18	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	H31	H32		
76	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4		
77	5	4	4	3	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	5	4	3		
78	5	4	4	3	4	4	4	3	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	3	5	5	3	4	5	4	4	5	
79	3	4	4	3	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4		
80	5	5	5	5	3	5	4	3	5	5	5	5	5	5	4	5	3	3	3	5	5	5	3	5	5	3	3	4	5	5	3	5		
81	4	3	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4		
82	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	3	4	3	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3	2	4	5	4	4	5		
83	4	4	4	4	4	5	4	3	4	5	5	3	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	3	2	4	5	4	4	5		
84	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4		
85	4	5	5	3	5	3	4	2	2	2	3	2	4	3	2	3	4	2	3	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	5	3	4		
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
87	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	3	4	5	4	4	
88	5	4	5	2	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4		
89	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4		
90	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	2	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4		
91	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
92	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4		
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	
94	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4
95	5	3	4	3	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	3	5	4	3	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	



LAMPIRAN 5: PAIRED SAMPLE T-TEST**Paired Samples Statistics**

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	KEPTN	4.2770	95	.37265	.03823
	PELYN	3.9181	95	.44971	.04614

Paired Samples Correlations

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	KEPTN & PELYN	95	.315	.002

Paired Samples Test

		Pair 1	
		KEPTN - PELYN	
Paired Differences	Mean		.35888
	Std. Deviation		.48521
	Std. Error Mean		.04978
95% Confidence Interval of the Difference	Lower		.26004
	Upper		.45772
t			7.209
df			94
Sig. (2-tailed)			.000