

KUALITAS JASA DAN KEPUASAN NASABAH

Sofyan dan Geby Ariyastuti

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Lancang Kuning Dumai

Abstract: Service Quality and Customer Satisfaction. As one of the companies engaged in service, PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Dumai active role in serving its customers. The emergence of complaints and complaints from customers, is one form of customer dissatisfaction against the company. This makes the researcher is interested to discuss how the influence of service quality on customer satisfaction at PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Dumai. The data were analyzed by product moment, a simple linear regression and significance testing, and performed using SPSS version 17 for Windows. Data collection techniques used are questionnaires and interviews. The study was conducted by taking the respondents using incidental sampling technique by 138 people. Based on test validity and reliability of all the data is valid. Based on the results of analysis product moment that the author did with the number of 138 respondents and the level of 5% error rate relationship between the variables of service quality with variable customer satisfaction is very strong. For a simple linear regression analysis, the regression coefficient of service quality in this equation was obtained for 0.684 (positive) which means that if the scores on the variables of service quality increases, customer satisfaction will increase by 0.684. And the significance test the influence of service quality on customer satisfaction, For $t < 0.05$ then H_0 rejected and H_a accepted otherwise. So it can be concluded that the variable quality of services have a significant effect on customer satisfaction.

Abstrak: Kualitas Jasa dan Kepuasan Nasabah. Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa, PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Dumai berperan aktif dalam melayani nasabahnya. Munculnya komplain dan keluhan dari nasabah, merupakan salah satu bentuk ketidakpuasan nasabah terhadap perusahaan. Hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk membahas mengenai bagaimana pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Dumai. Data hasil penelitian dianalisis dengan product moment, regresi linier sederhana, dan pengujian signifikansi, serta dikerjakan dengan menggunakan program SPSS versi 17 for windows. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket dan wawancara. Penelitian dilakukan dengan mengambil responden menggunakan teknik insidental Sampling sebanyak 138 orang. Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas semua data dinyatakan valid. Berdasarkan hasil penelitian analisis product moment yang penulis lakukan dengan jumlah 138 responden dan dengan taraf kesalahan 5% tingkat hubungan yang terjadi antara variabel kualitas jasa dengan variabel kepuasan nasabah adalah sangat kuat. Untuk analisis regresi linier sederhana, koefisien regresi kualitas jasa pada persamaan ini diperoleh sebesar 0,684 (positif) yang berarti bahwa apabila skor pada variabel kualitas jasa meningkat maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,684. Dan uji signifikansi pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan nasabah, Karena $t_{hitung} < 0,05$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas jasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kata Kunci: kualitas jasa, kepuasan nasabah, perusahaan

PENDAHULUAN

Saat ini perbankan syariah telah memasuki persaingan berskala global dan merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi oleh bank syariah untuk dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa. Semakin banyaknya perbankan yang berbasis syariah, maka semakin banyak pula produk-produk alternatif yang bisa ditawarkan, sehingga diharapkan mampu bersaing dengan bank konvensional dalam memberikan kualitas jasa. Dalam meningkatkan kualitas jasa, Bank Syariah Mandiri selalu berusaha untuk menemukan cara-cara yang berorientasi pada ke-

puasan nasabah. Bank Syariah Mandiri Cabang Dumai perlu mengidentifikasi apakah jasa yang selama ini diberikan telah sesuai dengan harapan nasabah. Hal ini sebagai bukti perhatian Bank Syariah Mandiri Cabang Dumai terhadap kepuasan nasabahnya. Apabila harapan nasabah lebih besar dari tingkat layanan yang diterima, maka nasabah tidak puas. Sebaliknya apabila harapan nasabah sama/lebih kecil dari tingkat layanan yang diterima, maka nasabah merasa puas. Hal tersebut sesuai dengan visi dan misi yang telah ditetapkan pada PT. Bank Syariah Cabang Dumai.

Sebagai salah satu usaha untuk mempertahankan konsumen, Bank Syariah Mandiri (BSM) harus dapat memilih bentuk kebijakan maupun teknologi yang paling tepat digunakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Hal tersebut akan mempengaruhi ketepatan, keakuratan, kemampuan dan kecepatan bank dalam memberikan pelayanan jasa terhadap nasabah. Salah satu faktor yang dapat meningkatkan pangsa pasar suatu perbankan dan juga perusahaan lain yang bergerak di bidang jasa adalah kualitas jasanya.

Jumlah nasabah produk dana pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Dumai dari tahun 2012-2015 mengalami peningkatan akan tetapi untuk produk pembiayaan dari tahun 2012-2015 mengalami penurunan. Dimana pada tahun 2012 jumlah nasabah untuk jenis produk tabungan 20.339 nasabah, untuk jenis produk deposito berjumlah 396 nasabah, untuk jenis produk giro berjumlah 199 nasabah, dan jumlah pembiayaan untuk marketing berjumlah 826 nasabah, mikro berjumlah 164 nasabah.

Jumlah nasabah untuk tahun 2013 mengalami penambahan di setiap jenis produk dananya, dimana untuk jenis produk tabungan terjadi penambahan jumlah nasabah sebanyak 4.087 nasabah sehingga pada tahun 2013 untuk jenis produk tabungan berjumlah 24.426 nasabah, sedangkan untuk jenis produk deposito juga terjadi penambahan sebanyak 22 nasabah, sehingga untuk jenis produk deposito menjadi 418 nasabah dan untuk jenis produk giro bertambah sebanyak 11 nasabah sehingga jumlah nasabah jenis produk giro 210 nasabah kemudian untuk jumlah produk pembiayaan mengalami penurunan jumlah nasabah di kedua bagian baik untuk marketing maupun mikro begitu juga untuk tahun 2014-2015. Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis alasan terjadinya pengurangan jumlah nasabah produk pembiayaan karena proses pengajuan sampai dengan pencairan terlalu lama.

Untuk dapat mempertahankan, menambah jumlah dan meningkatkan dana, PT. Bank Syariah Mandiri harus menciptakan suatu kepuasan nasabah. PT Bank Syariah Mandiri Cabang Dumai memiliki standar pelayanan yang telah diterapkan kepada masing-masing karyawannya. Salah satu

penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) atau tata kelola yang baik pada Bank adalah meningkatkan layanan kepada nasabah. Sehubungan dengan hal tersebut PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Dumai telah menetapkan Standar Prosedur Operasional (SPO) pelayanan tentang Standar Layanan Cabang dan Standar Kecepatan Layanan Lini Depan.

Berdasarkan Surat Edaran Operasi No. 15/080.OPS, tanggal 19 Desember 2013. Perihal Revisi Standar Prosedur Operasional (SPO) Bab III Pelayanan Tentang Standar Layanan Cabang dan Standar Kecepatan Lini Depan. PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Dumai memiliki Standar Prosedur Operasional (SPO) yang sudah ditapkan kepada masing-masing karyawannya. Ini merupakan salah satu upaya PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Dumai untuk meningkatkan dan mempertahankan nasabahnya, namun pada kenyataannya masih ada karyawan yang belum sepenuhnya melaksanakan standar prosedur operasional yang telah ditentukan secara konsisten, dimana masih ada nasabah yang merasa tidak puas atau mengeluh dengan pelayanan yang diberikan.

Parasuraman dan Zeithaml dalam Suparyanto dan Rosad (2015) menjelaskan 10 strategi meningkatkan kualitas jasa: (1). Mendengarkan Penyedia jasa perlu mendengarkan setiap pendapat, keluhan, saran dari pelanggan. Dengan mendengarkan akan diperoleh berbagai informasi yang dapat digunakan oleh penyedia jasa untuk menyusun strategi agar dapat memberikan kepuasan sesuai harapan pelanggan. (2). Keandalan, merupakan indikator kualitas jasa terpenting yang harus menjadi prioritas dalam penyampaian jasa. Kualitas pelayanan yang baik akan mampu menunjukkan keandalan yang tinggi atas jasa kepada pelanggannya. (3). Layanan Dasar, Perusahaan harus memberikan pelayanan dasar dan melakukan apa yang seharusnya dilakukan, menepati janji, menggunakan akal sehat, mendengarkan pelanggan, selalu memberikan informasi akurat kepada pelanggan, dan memberikan nilai. (4). Desain Jasa, Upaya mengembangkan pandangan jasa sambil mengelola berbagai detailnya. Dengan demikian pelayanan disampaikan sesuai dengan harapan pelanggan.

(5). Pemulihan, Untuk memuaskan pelanggan yang menghadapi masalah jasa, perusahaan jasa harus mendorong pelanggan untuk menyampaikan keluhan dan mempermudah mereka untuk melakukannya, merespon dengan cepat dan pribadi, serta mengembangkan sistem penyelesaian masalah yang dapat memuaskan pelanggan. (6). Memberikan Kejutan Kepada Pelanggan, Meskipun keandalan adalah dimensi terpenting dalam memenuhi harapan pelanggan, dimensi proses seperti kepastian, dan empati adalah dimensi terpenting untuk melebihi harapan pelanggan, misalnya dengan memberikan kejutan kepada mereka melalui kecepatan yang tidak biasa atau berbeda dari pesaing, bersikap baik dan sopan kepada setiap pelanggan, berkompetensi, berkomitmen, dan memahami individu pelanggan. (7). Berlaku Adil, Perusahaan harus berlaku adil, tidak membedakan setiap pelanggan, dan menunjukkan sikap keadilan tersebut baik kepada pelanggan dan karyawan. (8). Kerja Tim Kerja tim merupakan suatu pelajaran yang memungkinkan perusahaan yang memberikan pelayanan dengan perhatian melalui peningkatan motivasi dan kemampuan setiap karyawan. Pelanggan akan merasa tingkat kepuasan yang sama saat dilayani oleh anggota tim atau karyawan yang mana pun. Pelayanan prima menjadi prioritas bagi semua bagian perusahaan. (9). Riset Karyawan, Manajemen perusahaan dan karyawan mengadakan riset bersama, dan berkesinambungan untuk mengidentifikasi setiap masalah penyampaian jasa kepada pelanggan dan strategi yang harus ditempuh untuk menyelesaikan setiap masalah yang timbul, dan mencegah munculnya masalah penyampaian jasa bagi pelanggan. (10). Kepemimpinan yang Melayani, Kualitas pelayanan yang disampaikan oleh perusahaan kepada pelanggan dipengaruhi oleh gaya kepemimpinan. Gaya kepemimpinan yang tepat sangat dituntut oleh perusahaan jasa. Pimpinan akan menjadi motivator utama yang turut menginspirasi seluruh bagian yang ada di perusahaan tersebut.

Pentingnya kepuasan nasabah berkaitan dengan persaingan yang semakin ketat, serta tingkat kerugian dan keuntungan perusahaan. Keuntungan selalu ditentukan oleh faktor ke-

puasan nasabah, tetapi juga oleh kepercayaan dan kesetiaan nasabah terhadap suatu produk dari perusahaan. Kepuasan merupakan tingkat perasaan nasabah setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan hasil sebelumnya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka nasabah akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, nasabah akan puas.

Menurut Kotler dalam Rangkuti (2003) kepuasan pelanggan (nasabah) adalah “perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkannya”. Menurut Ruslan (2012), faktor-faktor yang harus menjadi perhatian bagi seorang *Public Relations Marketing* (Praktisi Humas Pemasaran) dalam memberikan pelayanan (*customer service*) yang unggul dari bidang *customer relations* dan demi tercapainya *Customer Satisfaction*, antara lain sebagai berikut: (a) Menghargai kepentingan dan kebutuhan konsumen, (b) Menjaga sopan santun dalam berkomunikasi, sikap tindak dan perilaku dalam hal melayani kepentingan/kebutuhan konsumen, (c) Selalu bersikap bijaksana, dan bekerja secara profesional, cepat dan efisien, serta saling menguntungkan bagi kedua belah pihak, diandalkan dan dipercaya, (d) Tetap menjaga rahasia pribadi pihak konsumen.

Tjiptono (2009) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen (nasabah) adalah tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan/nasabah, antara lain: (1). Pelayanan, Nasabah merasa diperhatikan dengan memberi pelayanan yang tidak mengecewakan oleh perusahaan (2). Sentuhan emosi, Mengacu pada frekuensi dimana nasabah dibuat merasakan emosi-emosi positif atau negatif ketika berhubungan dengan pelaku bisnis (3). Zona toleransi, Tingkah lakunya mengandung ide bahwa dalam suatu transaksi, nasabah membawa harapan yang berhubungan dengan *Desired service*, yaitu pelayanan yang akan diterima dan *Adequate service* yaitu pelayanan yang cukup untuk diterima. Diantara level pelayanan ini terletak zona toleransi (Rahmadina, 2009).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan *hipotesis asosiatif*. Menurut Sugiyono (2011) *hipotesis asosiatif* adalah dugaan terhadap ada tidaknya hubungan secara signifikan antara dua variabel atau lebih. Agar hipotesis dapat diuji secara statistic harus dirumuskan menjadi H_0 dan H_a . Dimana H_0 sebagai hipotesis yang ditolak dan H_a sebagai hipotesis yang diterima.

H_0 : Tidak ada pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Dumai

H_a : Ada pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Dumai

Berdasarkan yang telah penulis kemukakan di atas, maka penulis mencoba menurunkan hipotesis penelitian sebagai berikut: “Apabila kualitas jasa baik, maka kepuasan nasabah meningkat”.

Penelitian ini bertujuan untuk membahas mengenai bagaimana pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Dumai

METODE

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Dumai sebagai objek dalam melihat pelaksanaan jasa yang diberikan kepada nasabah sebagai pengguna jasa perbankan. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan terhadap data primer dan skunder adalah dengan cara Kuesioner (Angket) dan Interview (Wawancara). Penentuan sampel untuk nasabah dengan teknik *insidental sampling* dengan cara, penulis akan melakukan penelitian selama ± 20 hari penelitian sehingga penulis memperoleh sampel 1 hari penelitian mendapat 5 orang. Jadi total nasabah sebanyak 100 orang.

Data yang diperoleh dan dikumpulkan, lalu dikelompokkan kemudian dianalisa, seterusnya hasil tersebut disajikan dalam bentuk tabel dan ditambah uraian-uraian serta keterangan-keterangan yang dapat mendukung analisis yang dilakukan. Analisis data dilakukan dengan cara analisis deskriptif yang kemudian dianalisa dengan pendekatan kualitatif. Untuk menganalisa Variabel Kualitas Jasa dan Variabel Kepuasan Nasabah, penulis menggunakan *rating scale*. Di dalam analisis data penelitian ini menggunakan

metodemetode sebagai berikut: (1) Korelasi *Product Moment*, (2) Regresi Linier Sederhana (3) Pengujian Signifikasi.

HASIL

1. Uji Validitas/kesahihan

Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasi antara skor yang diperoleh masing-masing pertanyaan dengan skor total. Besarnya r dapat dihitung dengan menggunakan korelasi, dimana taraf signifikan (α) = 5%. Apabila probabilitas tingkat kesalahan koefisien korelasi <5%, maka ada korelasi yang nyata antara kedua variabel tersebut sehingga kuesioner sebagai alat pengukur dinyatakan valid. Jika probabilitas tingkat kesalahan >5%, maka tidak ada korelasi yang nyata antara kedua variabel tersebut sehingga kuesioner sebagai alat pengukur dinilai atau dinyatakan tidak valid.

Tabel Hasil Uji Validitas

Indikator	Item	Sig. Output	Sig. Syarat	Keterangan
Keandalan (<i>reliability</i>)	1	0,000	0,05	Valid
	2	0,000	0,05	Valid
	3	0,000	0,05	Valid
Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>)	1	0,000	0,05	Valid
	2	0,000	0,05	Valid
	3	0,000	0,05	Valid
Empati (<i>empathy</i>)	1	0,000	0,05	Valid
	2	0,000	0,05	Valid
	3	0,000	0,05	Valid
Jaminan (<i>assurance</i>)	1	0,000	0,05	Valid
	2	0,000	0,05	Valid
	3	0,000	0,05	Valid
Berwujud (<i>tangible</i>)	1	0,000	0,05	Valid
	2	0,000	0,05	Valid
	3	0,000	0,05	Valid
Menghargai kepentingan dan kebutuhan konsumen	1	0,000	0,05	Valid
	2	0,000	0,05	Valid
	3	0,000	0,05	Valid
Menjaga sopan santun dalam berkomunikasi, sikap tindak dan perilaku dalam hal melayani kepentingan/kebutuhan konsumen	1	0,000	0,05	Valid
	2	0,000	0,05	Valid
	3	0,000	0,05	Valid
Selalu bersikap bijaksana, dan bekerja secara profesional, cepat dan efisien, serta saling menguntungkan bagi kedua belah pihak, diandalkan dan dipercaya	1	0,000	0,05	Valid
	2	0,000	0,05	Valid
	3	0,000	0,05	Valid
Tetap menjaga rahasia pribadi pihak konsumen	1	0,000	0,05	Valid
	2	0,000	0,05	Valid
	3	0,000	0,05	Valid

Berdasarkan tabel di atas, indikator dari variabel kualitas jasa dan indikator dari variabel kepuasan nasabah dinyatakan valid karena hasil penelitian menunjukkan tingkat kesalahan koefisien korelasi <0.05 (5%).

2. Reliabilitas/keandalan

Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka kuesioner sebagai alat pengukur dalam penelitian ini telah memenuhi syarat reliabilitas dan bisa digunakan untuk penelitian, tapi jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ kuesioner tidak memenuhi syarat reliabilitas. Uji validitas dibantu dengan program komputer SPSS Versi 17. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung besarnya nilai *Cronbach's Alpha* instrumen dari masing-masing variabel yang diuji.

Tabel Hasil Uji Reliabilitas

Indikator	α	Nilai syarat	Keterangan
Keandalan (<i>reliability</i>)	0,888	0,6	Valid
Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>)	0,773	0,6	Valid
Empati (<i>empathy</i>)	0,724	0,6	Valid
Jaminan (<i>assurance</i>)	0,962	0,6	Valid
Berwujud (<i>tangible</i>)	0,897	0,6	Valid
Menghargai kepentingan dan kebutuhan konsumen	0,785	0,6	Valid
Menjaga sopan santun dalam berkomunikasi, sikap tindak dan perilaku dalam hal melayani kepentingan/kebutuhan konsumen	0,775	0,6	Valid
Selalu bersikap bijaksana, dan bekerja secara profesional, cepat dan efisien, serta saling menguntungkan bagi kedua belah pihak, diandalkan dan dipercaya	0,694	0,6	Valid
Tetap menjaga rahasia pribadi pihak konsumen	1,000	0,6	Valid

Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa nilai koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* masing-masing indikator lebih besar dari 0,6 yang berarti reliabel. Nilai koefisien *Cronbach's Alpha* yang diperoleh berkisar antara 0,694 – 1,000.

Dengan demikian seluruh item pertanyaan yang ada pada instrumen penelitian layak sebagai instrumen untuk mengukur indikator dari variabel kualitas jasa dan indikator dari variabel kepuasan nasabah, karena telah memenuhi persyaratan validitas dan reliabilitas yang direkomendasikan sehingga penelitian ini dapat dilanjutkan.

Analisis data ditujukan untuk menguji hipotesis ada tidaknya pengaruh variabel kualitas jasa terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Dumai. Pengujian hipotesis ini dilakukan dengan teknik analisis regresi linier sederhana dengan bantuan program komputer *SPSS for Windows Release 17*.

1. Korelasi *Product Moment*

Koefisien korelasi merupakan ukuran yang dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana keeratan hubungan antara suatu variabel dengan variabel lain. Berdasarkan perhitungan korelasi *product moment* diketahui bahwa untuk sampel 138 orang dengan taraf kesalahan 5%, maka harga tabel sebesar 0,141 dengan ketentuan bila r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Tetapi sebaliknya bila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$) maka H_a diterima. Ternyata r_{hitung} (0,946) lebih besar dari r_{tabel} (0,141). Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel kualitas jasa terhadap variabel kepuasan nasabah.

Menurut pedoman dalam memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi (lihat tabel.III.2), r_{hitung} berada pada interval koefisien 0,80-1,000 sehingga dapat dinyatakan bahwa tingkat hubungan yang terjadi antara kedua variabel adalah sangat kuat.

2. Estimasi Regresi Linier Sederhana

Hasil estimasi analisis regresi linier sederhana mengenai pengaruh kualitas jasa (X) terhadap kepuasan nasabah (Y) sebagai berikut:

a. Konstanta (a)

Pada persamaan di atas nilai konstanta diperoleh sebesar 6,077 (positif) yang berarti bahwa jika skor pada kelima variabel kualitas jasa sama dengan nol maka tingkat kepuasan pelanggan akan sebesar 6,077.

b. Koefisien Regresi Kualitas Jasa (b)

Koefisien regresi kualitas jasa pada persamaan di atas diperoleh sebesar 0,684 (positif) yang berarti bahwa apabila skor pada variabel kualitas jasa meningkat maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,684 dan sebaliknya apabila skor variabel kualitas jasa turun maka kepuasan nasabah akan turun sebesar 0,684.

c. Uji Hipotesis

Uji t statistik digunakan untuk menguji signifikansi koefisien regresi pengaruh variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen.

Rumusan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) mengenai pengaruh variabel kualitas jasa terhadap kepuasan nasabah adalah sebagai berikut:

H_0 : Tidak ada pengaruh antara variabel kualitas jasa terhadap kepuasan nasabah.

H_a : Ada pengaruh antara variabel kualitas jasa terhadap kepuasan nasabah.

Hasil Estimasi Regresi Linier Sederhana

Variabel Independen	Koef. Regresi	t_{hitung}	P	Keputusan
Konstanta	6,077	7,714	0,000	H_0 ditolak
Kualitas Jasa	0,684	33,865	0,000	
Variabel dependen: Kepuasan Nasabah(Y)				

Berdasarkan tabel di atas, uji signifikansi pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan nasabah, dengan t statistik diperoleh t_{hitung} sebesar 33,865 dan probabilitas t_{hitung} (p) sebesar 0,000. Karena t_{hitung} (p) < 0,05 (0,000 < 0,05) maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas jasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

PEMBAHASAN

1. Kualitas Jasa

Penilaian responden terhadap kualitas jasa pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Dumai dapat dilihat melalui indikator berikut:

Tabel Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Kualitas Jasa

No	Indikator	Jumlah Skor
1.	Keandalan (<i>reliability</i>)	1.061
2.	Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>)	1.077
3.	Empati (<i>empathy</i>)	1.069
4.	Jaminan (<i>assurance</i>)	1.162
5.	Berwujud (<i>tangible</i>)	950
Total Skor		5.319

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dari hasil rekapitulasi tanggapan responden terhadap lima indikator yang digunakan penulis untuk mengukur variabel kualitas jasa pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Dumai yaitu: tanggapan responden terhadap keandalan (*reliability*) memperoleh skor 1.061. Sedangkan tanggapan responden terhadap daya tanggap (*responsiveness*) memperoleh skor 1.077. Kemudian tanggapan responden terhadap empati (*empathy*) memperoleh skor 1.069. Untuk tanggapan responden terhadap jaminan (*assurance*) memperoleh skor 1.162. Dan tanggapan responden terhadap berwujud (*tangible*) memperoleh skor 950. dengan total skor keseluruhan 5.319.

2. Kepuasan Nasabah

Penilaian responden terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Dumai dapat dilihat melalui indikator berikut:

Tabel Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Kepuasan Nasabah

No	Indikator	Jumlah Skor
1.	Menghargai kepentingan dan kebutuhan konsumen	1.082
2.	Menjaga sopan santun dalam berkomunikasi, sikap tindak dan perilaku dalam hal melayani kepentingan/kebutuhan konsumen	1.066
3.	Selalu bersikap bijaksana, dan bekerja secara profesional, cepat dan efisien, serta saling menguntungkan bagi kedua belah pihak, diandalkan dan dipercaya	1.134
4.	Tetap menjaga rahasia pribadi pihak konsumen	1.197
Total Skor		4.479

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dari hasil rekapitulasi tanggapan responden terhadap empat indikator yang digunakan penulis untuk mengukur variabel kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Dumai yaitu: tanggapan responden terhadap indikator menghargai kepentingan dan kebutuhan konsumen memperoleh skor 1.082. Sedangkan tanggapan responden terhadap indikator menjaga sopan santun dalam berkomunikasi, sikap tindak dan perilaku dalam hal melayani kepentingan/kebutuhan konsumen

memperoleh skor 1.066. Kemudian tanggapan responden terhadap indikator selalu bersikap bijaksana, dan bekerja secara profesional, cepat dan efisien, serta saling menguntungkan bagi kedua belah pihak, diandalkan dan dipercaya memperoleh skor 1.134. Untuk tanggapan responden terhadap indikator tetap menjaga rahasia pribadi pihak konsumen memperoleh skor 1.197 dengan total skor keseluruhan 4.479.

SIMPULAN

Setelah dilakukan berbagai analisis, penulis memperoleh kesimpulan dari hasil penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Dumai sebagai berikut: (1). Kualitas Jasa pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Dumai dilihat dari lima indikator yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), empati (*empathy*), jaminan (*assurance*), dan berwujud (*tangible*) secara keseluruhan dapat dikategorikan baik. Kenyataan ini terbukti dari penelitian 138 responden dan diperoleh total skor keseluruhan sebanyak 5.319 berada pada interval 4.141 – 6.210 dengan persentase 85,65%. (2). Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Dumai dilihat dari empat indikator yaitu menghargai kepentingan dan kebutuhan konsumen, menjaga sopan santun dalam berkomunikasi, sikap tindak dan perilaku dalam hal melayani kepentingan/kebutuhan konsumen, selalu bersikap bijaksana, dan bekerja secara profesional, cepat dan efisien, serta saling menguntungkan bagi kedua belah pihak, diandalkan dan dipercaya, dan tetap menjaga rahasia pribadi pihak konsumen secara keseluruhan dapat dikategorikan puas. Kenyataan ini terbukti dari penelitian 138 responden diperoleh total skor keseluruhan sebanyak 4.479 berada pada interval 3.313 – 4.968 dengan persentase 90,16%. (3). Berdasarkan hasil penelitian analisis *product moment* yang penulis lakukan maka dapat disimpulkan dengan jumlah 138 responden dan dengan taraf kesalahan 5% tingkat hubungan yang terjadi antara variabel kualitas jasa dengan variabel kepuasan nasabah adalah sangat kuat. Untuk analisis regresi linier sederhana, koefisien regresi kualitas jasa pada persamaan ini di-

peroleh sebesar 0,684 (positif) yang berarti bahwa apabila skor pada variabel kualitas jasa meningkat maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,684 dan sebaliknya apabila skor variabel kualitas jasa turun maka kepuasan nasabah akan turun sebesar 0,684. Dan uji signifikansi pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan nasabah, Karena $t_{hitung} < 0,05$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas jasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

DAFTAR RUJUKAN

- Afrizal, 2004. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Medan," *Skripsi*, Medan
- Anatan, Lina, 2008. *Service Excellence (Competing Through Competitiveness)*. Bandung: Alfabeta
- Barata, Atep Adya, 2003. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Alex Media Komputeringo Kelompok Gramedia
- Gaspersz, Vincent, 1997. *Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Hardiyansyah, 2011. *Kualitas Pelayanan Publik (Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasinya)*. Yogyakarta: Gava Media
- Kasmir, 2010. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers
- Lovelock, Christopher H dan Lauren K. Wright, 2005. *Manajemen Jasa*. Jakarta: Indeks
- Lupiyoadi, Rambat, 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa (Berbasis Kompetensi)*. Jakarta: Salemba Empat
- Moenir, 2010. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara
- Rahmadina, Widiani, 2009. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Indosat Kotabaru Yogyakarta Terhadap Kepuasan Pelanggan", *Skripsi*, Yogyakarta
- Rangkuti, Freddy, 2002. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Ruslan, Rosady, 2012. *Manajemen Publik Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers

- Sugiyono, 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, E. Wibowo, 2001. *Statistika Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Suparyanto, RW dan Rosad, 2015. *Manajemen Pemasaran*. Bogor: In Media
- Supranto, J, 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta
- Tjiptono, Fandy, 2006. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2011. *Service, Quality & Satisfaction*, Yogyakarta: Andi Offset
- SK Gubernur BI No.1/24/KEP.B/1999, 25 Oktober 1999.
- Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No.1/1/KEP.DGS/1999