

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PRODUK GADAI EMAS

(Studi kasus Bank Syariah Mandiri Cabang Medan Marelan)

Lukman Hakim Siregar, S.E, M.Si

Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Dharmawangsa

ABSTRACT

As Generally Society when need the fund and to be as valuables, people as guarantee to owners of funds that is pawn shops as their destination as formal or non formal without use the rule of sharia systems, not as sharia banking to services of pledge sharia rule's. Bank as a pawn has two factors which are interconnected to rich function from bank as depositors for the people. Branch of Bank Syariah Mandiri Marelan offer the product to society as a one of product from pawn shops sharia banking where the customers growth. That is the services done by one of the largest sharia banking in Indonesia must have able to answer satisfaction from customers.

Keyword : Pawn gold sharia, Sharia Banking

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut Informasi resmi profil perusahaan Bank Syariah Mandiri kini dalam kiprahnya diperbankan Indonesia per Desember 2016 telah memiliki 765 Kantor layanan diseluruh Indonesia, 996 unit ATM Syariah Mandiri dengan akses lebih dari 100.000 jaringan ATM. Berdiri sejak 1 November 1999, Walaupun usianya masih tergolong muda, Bank Syariah Mandiri telah mencapai prestasi dan kinerja yang cukup membanggakan. Untuk memenuhi keinginan Nasabah (pelanggan) Kehandalan sistem pelayanan menjadi penentu atas kepercayaan nasabah untuk memilih jasa.

Jasa gadai emas syariah di PT. Bank Syariah Mandiri saat ini hanya menerima barang jaminan berupa emas saja. Pertimbangan ini disebabkan oleh kecilnya resiko yang akan terjadi yakni nilai taksir emas yang stabil bahkan cenderung naik dari tahun ke tahun. Emas juga tidak terkena dampak inflasi sehingga meminimalkan resiko dari pembiayaan. Minat masyarakat untuk bertransaksi di perbankan syariah terus meningkat setiap tahun. Hal ini tidak lepas dari pelayanan prima yang diberikan dan ketersediaan aneka produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Sehingga pangsa pasar perbankan syariah dalam industri perbankan nasional juga mengalami pertumbuhan yang positif.

Dalam pemasaran jasa perbankan Syariah, kualitas pelayanan menjadi suatu hal yang penting. Sifatnya yang tidak berwujud (*intangible*) dan memerlukan umpan balik untuk menilai kualitas dari pelayanan tersebut sehingga pemberi jasa paham dan mengerti hal hal yang mesti diperbaiki untuk pelayanan selanjutnya pada produk yang telah dipasarkan.

B. Rumusan Masalah

Implementasi operasi gadai emas syariah hampir bermiripan dengan pegadaian konvensional. Seperti halnya pegadaian konvensional, gadai emas syariah juga menyalurkan uang pinjaman dengan jaminan emas. Oleh sebab itu, kehandalan sistem pelayanan yang berkualitas yang menjadi motor penggerak persaingan antar lembaga keuangan. Maka perlu analisis terhadap kualitas pelayanan yang dilakukan oleh perbankan syariah, khususnya pada produk Gadai Emas Syariah.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pelayanan

Menurut Lupiyoadi (2008 : 148) “Pelayanan adalah suatu kegiatan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor material melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya”. Pelayanan merupakan kegiatan yang tidak dapat didefinisikan secara tersendiri yang pada hakekatnya bersifat *intangibile* (tidak teraba), yang merupakan pemenuhan kebutuhan yang tidak harus terikat pada bank lain. Pelayanan dapat juga dikatakan sebagai aktifitas manfaat dan kepuasan yang ditawarkan untuk menjual.

Dari definisi di atas dapat dilihat bahwa pelayanan sangat berperan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pelayanan adalah suatu bentuk aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak yang tidak berwujud dan tidak menghasilkan pemikiran apa pun. Menurut Phillip Kotler (2008 : 285) Pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan tinggi serta melakukan pembelian ulang. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan memahami harapan nasabah. menurut Fandy Tjiptono Dua faktor utama yang dipengaruhi kualitas pelayanan (2009 : 121) :

1. *Expected service*, yaitu jasa yang diharapkan atau diinginkan.
2. *Perceived service*, yaitu jasa yang dirasakan atau yang dipersepsikan.

Jika kedua faktor tersebut telah sesuai maka kualitas pelayanan dimaksud dianggap baik dan memuaskan. Terlebih lagi bila jasa yang diterima melebihi apa yang diharapkan pelanggan. Sebaliknya bila *perceived service* lebih rendah dari *expected service* maka kualitas pelayanan dipersepsikan negatif atau buruk. Oleh karena itu pemenuhan kualitas pelayanan merupakan suatu keharusan bagi manajemen perusahaan. Jadi yang dimaksud dengan sistem pelayanan disini adalah suatu cara tindakan yang digunakan oleh perusahaan atau lembaga keuangan khususnya PT Bank Syariah Mandiri untuk memenuhi kebutuhan orang lain (nasabah) yang tingkat kepuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang sedang melayani atau yang dilayani.

2. Proses Pelayanan

Dalam pelayanan ada beberapa hal yang harus diperhatikan untuk proses pelayanan yaitu :

1. Penyediaan Layanan

Merupakan suatu layanan tertentu kepada nasabah, baik berupa layanan dalam bentuk penyediaan dan pengarahannya barang atau jasa. Dalam prakteknya, para pelaku bisnis sering pula mengartikan penyediaan layanan sebagai pihak yang mampu memberikan nilai tambahan yang nyata kepada konsumen, baik dalam bentuk barang atau jasa.

2. Penerimaan Layanan

Mereka yang disebut sebagai pelanggan/ nasabah yang menerima layanan dari penyedia layanan. Dalam prakteknya para pelaku bisnis sering kali mengartikan penerima layanan sebagai pihak yang menerima suatu tambahan nyata dari penyedia pelayanan.

3. Kepuasan Nasabah

Menurut Freddy Ranguti yang dikutip Phillip Kotler dan Armstrong (2011 : 135) kepuasan nasabah adalah “ *a person's feeling of pleasure or disappointment resulting from comparing a product's received performance (or outcome) in relations to the person's expectation*”. Perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan diharapkan. Pada dasarnya pengertian kepuasan nasabah mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan.

Kepuasan nasabah merupakan evaluasi perna beli alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*out come*) sama atau melampaui harapan nasabah, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan nasabah. Harapan nasabah merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi produk yang dibeli.

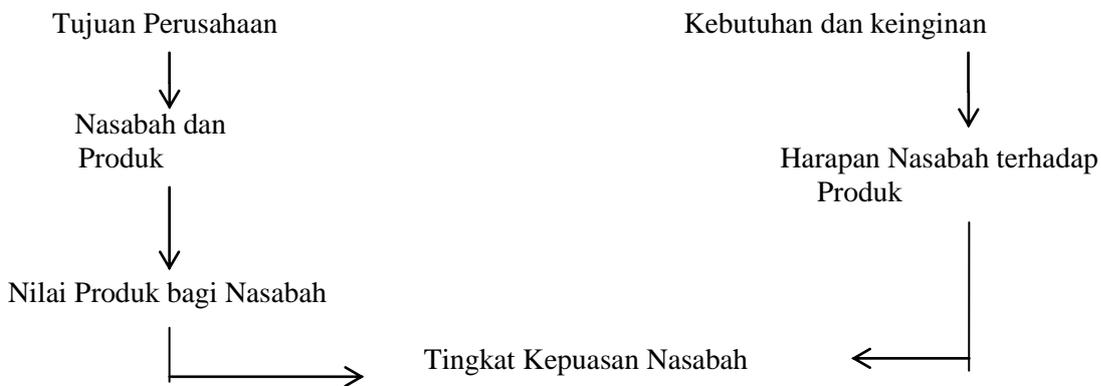
Pengertian ini hampir sama seperti yang dikemukakan oleh Richad Oliver yang dikutip oleh Dharmesta (2008 : 97) dalam bukunya 10 Prinsip Kepuasan Nasabah, menurut beliau kepuasan adalah “respon pemenuhan dari nasabah”. Dalam pengertian lain kepuasan adalah hasil penilaian nasabah bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Kedua pengertian diatas lebih banyak didefinisikan dari perspektif pengalaman nasabah setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa.

a. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah

Salah satu faktor yang menentukan kepuasan nasabah menurut Dendawijaya (2009 : 87) adalah “persepsi nasabah mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi jasa”. Kepuasan nasabah, selain dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, sedangkan menurut Kadir dan R. Murniyati (2008:102) kepuasan juga ditentukan oleh “kualitas produk, harga dan faktor-faktor lainnya yang bersifat pribadi serta uang bersifat situasi sesaat”. Persepsi nasabah menggunakan jasa tersebut terlebih dahulu untuk memberikan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap persepsi nasabah atau suatu jasa adalah harga, citra, tahap pelayanan dan momen pelayanan.

Selain itu menurut Kasmir (2009 : 78) ada lima *driver* utama kepuasan nasabah yaitu “produk, harga, kualitas pelayanan, emosional estetika serta biaya dan kemudahan”. Kelima faktor ini memegang peranan penting dalam membentuk kepuasan yang dirasakan nasabah. Dengan selalu menganalisa kelima *driver* tersebut, perusahaan akan mengetahui seberapa tingkat kepuasan nasabah yang dirasakan selama ini.

Gambar 2.1
Diagram Konsep Kepuasan Nasabah

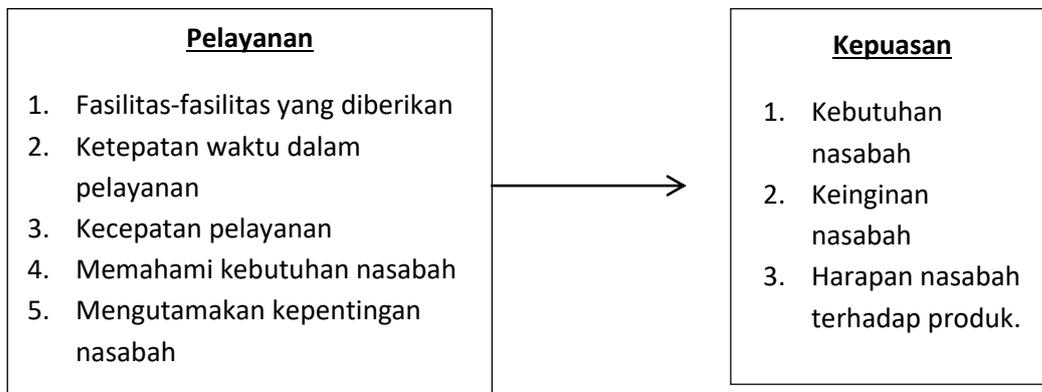


Sumber : Kasmir (2009 : 78)

b. Hubungan Sistem Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah

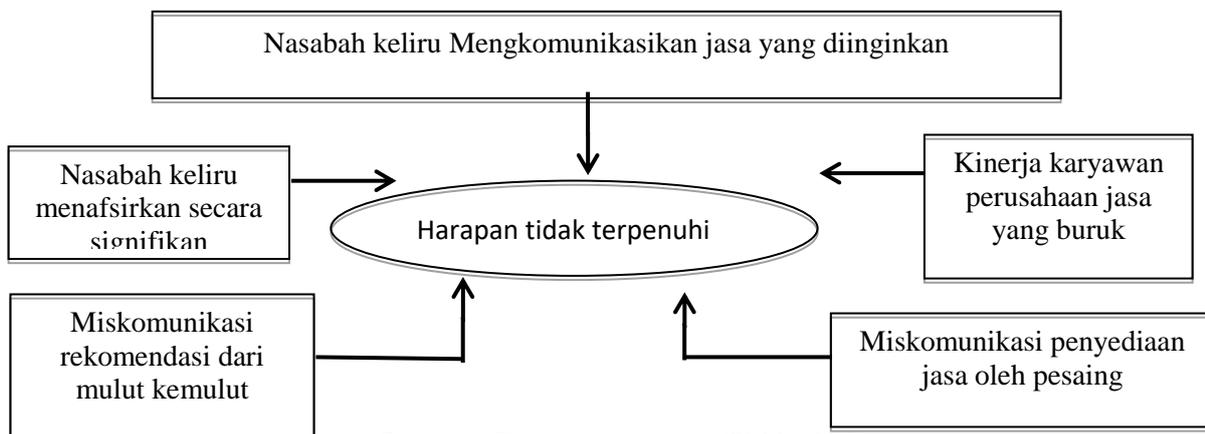
Sebagaimana telah disebutkan di atas tentang faktor dan dimensi yang dapat mempengaruhi nasabah. Menurut Griffin dalam (Setiadi, 2008 : 97) bahwa ada langkah-langkah siklus pembelian nasabah dimulai dari nasabah sadar akan suatu produk atau jasa, menentukan sikap untuk membeli dan memiliki komitmen untuk membeli.

Gambar 2.2
Diagram Hubungan Antara Pelayanan dan Kepuasan Nasabah



Sumber : Setiadi, 2008 : 97

Gambar 2.3
Penyebab Utama Tidak Terpenuhinya Harapan Nasabah

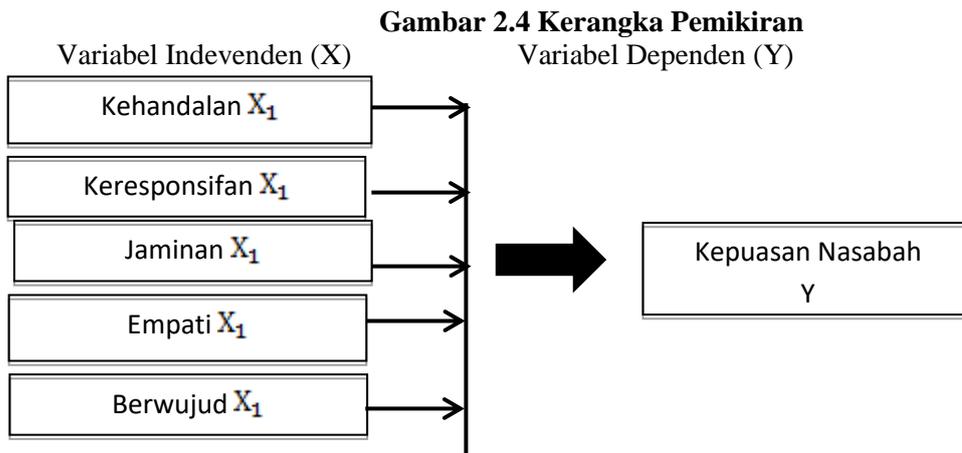


Sumber : Kotler, Armstrong (2011 : 198)

Beberapa faktor penyebab utama tidak terpenuhinya harapan nasabah seperti yang terdapat pada gambar 2-2, adalah yang dikendalikan oleh pihak penyedia jasa, sehingga penyedia jasa bertanggung jawab dan menghindarinya dengan cara merangsang jasa mudah dipahami dengan jelas. Dalam hal ini penyedia jasa harus mengambil inisiatif agar dapat memahami dengan jelas intruksi dan klien, dan klien mengerti benar apa yang akan diberikan. Harapan nasabah dibentuk dan didasarkan pada beberapa faktor, yang diantaranya pengalaman masa lalu, opini teman dan kerabat, serta informasi dan janji-janji perusahaan dan pesaing Phillip Kotler (2008 : 347). Faktor-faktor tersebutlah yang menyebabkan harapan seseorang biasa-biasa saja atau sangat kompleks.

B. Kerangka Pemikiran

Perusahaan harus memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh para nasabah agar mereka bisa merasa puas. Berikut ini akan dikemukakan kerangka pemikiran dalam penelitian yang akan dilakukan :



BAB III. METODE PENELITIAN

A. Variabel Penelitian

Berikut akan disajikan instrumen penelitian yang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3.1

Kisi-kisi Pembuatan dan Pengembangan Kuisisioner

Variabel	Indikator	Item
Pelayanan	Tangible (bukti Langsung) Reliability (keandalan) Responsiveness (daya tangkap) Empathy (empati) Assurance (asuransi)	1,2 3,4 5,6 7,8 9,10
Kepuasan Nasabah	Alasan nasabah memilih PT BSM Sikap nasabah setelah menjadi nasabah PT BSM Komitmen yang akan nasabah lakukan	1,2,3 4,5,6 7,8,9,10

Sumber : Data diolah

Setiap variabel diatas mempunyai alternatif jawaban pada masing-masing item. Untuk mengetahui data dalam bentuk kuantitatif maka perlu diadakan penilaian tiap alternatif jawaban yang ada sebagai berikut :

Tabel 3.2

Skor Alternatif Jawaban Setiap Butir

Alternatif Jawaban	Nilai
Sangat setuju	5
Setuju	4
Kurang setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber : Data diolah

Sebelum digunakan instrument-instrument tersebut diatas, dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas terlebih dahulu dengan menggunakan program *SPSS for Windows release 21.0*. Adapun langkah-langkah yang diambil dalam uji validitas dan uji reliabilitas data ini adalah sebagai berikut :

- a. Peneliti menyebarkan angket kepada para nasabah yang ada di PT Bank Syariah Mandiri dengan sampel 50 orang, dengan cara acak yaitu nasabah datang lalu diberikan angket dan diharapkan untuk mengisi.
- b. Setelah angket terisi semua sejumlah sample yang diinginkan yaitu 50 orang, kemudian peneliti memberikan penilaian pada masing-masing butir pertanyaan kemudian diolah atau dianalisis dengan program *SPSS for Windows release 16.0* untuk mengetahui kevalidan setiap butir dan reliabilitas sehingga instrument yang digunakan dapat memadai sebagai alat ukur dalam pengumpulan data
- c. Langkah terakhir menyertakan butir-butir pertanyaan yang valid dan membuang yang gugur atau tidak valid dan kemudian menganalisisnya.

B. Teknik Analisis Data

Dalam melakukan analisis data digunakan metode deskriptif kuantitatif, yaitu dengan mengumpulkan, mengolah dan menginterpretasikan hasil yang diperoleh. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis statistik, yaitu uji asumsi klasik, analisis regresi linear sederhana, dan pengujian hipotesis.

1. Regresi Linier Sederhana

Analisis ini menggunakan teknik analisis statistik SPSS dengan metode analisis regresi sederhana dengan model persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b X$$

Dimana :

- Y = Kepuasan Nasabah
- X = Sistem Pelayanan
- a = Konstanta
- b = Koefisien regresi

2. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan Uji t, dimana Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Tujuan dari uji t adalah untuk menguji koefisien regresi secara individual.

Rumusan Hipotesis yang akan diuji adalah sebagai berikut :

H_0 diterima bila $t_{hitung} > t_{tabel}$; artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

H_1 diterima bila $t_{hitung} < t_{tabel}$; artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

3. Pengujian Koefisien Determinan (R^2)

Pengujian koefisien determinan dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai koefisien determinan. Koefisien determinan () merupakan besaran non negatif dan besarnya koefisien determinasi adalah (0). Jika koefisien determinan bernilai 0, maka tidak ada hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Sebaliknya jika koefisien determinan bernilai 1, maka ada keterikatan

sempurna antara variabel bebas dengan variabel terikat. Koefisien Determinasi, untuk melihat besarnya kontribusi pengaruh variabel bebas dan variabel terikat dapat dihitung dengan rumus : $D = r^2 \times 100 \%$.

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Interpretasi data keseluruhan untuk masing-masing variabel penelitian dapat dilakukan setelah terlebih dahulu dilakukan klasifikasi yang berdasarkan nilai-nilai dari jawaban responden. Adapun kategori yang digunakan untuk pengklasifikasian tersebut adalah :

1. Jawaban “Sangat Setuju”, diberi nilai 5.
2. Jawaban “Setuju”, diberi nilai 4.
3. Jawaban “Kurang Setuju”, diberi nilai 3.
4. Jawaban “Tidak Setuju”, diberi nilai 2.
5. Jawaban “Sangat Tidak Setuju”, diberi nilai 1.

Adapun tabulasi jawaban responden untuk variabel Bebas X (Sistem Pelayanan) dan variabel Terikat Y (Kepuasan Nasabah) dapat dilihat pada Lampiran 1 dan 2.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas instrumen dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 21.00 windows* dan dapat dilihat pada kolom *corrected item-Total correlation*. Dengan jumlah $n = 100$, diperoleh r_{tabel} sebesar 0,279. Selanjutnya nilai r_{tabel} tersebut dibandingkan dengan nilai r_{hitung} . Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item pertanyaan dinyatakan valid.

1. Uji Validitas

Pengujian validitas tiap butir pertanyaan digunakan analisis item, yaitu mengkorelasi tiap butir pertanyaan dengan skor total yang merupakan jumlah dari tiap skor butir pertanyaan. Menurut Sugiyono (2007 : 124) menyatakan bahwa “syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau $r = 0,3$ ”. Jadi kalau korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir dalam instrumen dinyatakan tidak valid. Berdasarkan hasil analisis tersebut, tingkat validitas instrumen ini dianalisis dengan cara mengkorelasikan skor item tiap pertanyaan dan skor total untuk seluruh pertanyaan. Oleh karena itu, harga korelasi yang dipakai adalah koefisien korelasi masing-masing item pertanyaan untuk jawaban responden, dan menyimpulkan tingkat validitas angket sebagai berikut:

Tabel 4.1
Hasil Analisis Validitas Angket Responden Sistem Pelayanan
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach`s Alpha if Item Deleted
p1	72.12	100.356	.596	.728
p2	71.02	100.294	.624	.723
p3	70.12	49.894	.586	.752
p4	72.06	51.204	.612	.716
p5	70.34	51.216	.617	.724
p6	36.28	15.426	.684	.845
p7	73.11	100.165	.694	.762
p8	72.12	52.934	.624	.734
p9	72.78	100.623	.716	.845
p10	49.03	36.425	1.000	.752

Sistem Pelayanan				
------------------	--	--	--	--

Sumber : Hasil Penelitian, data diolah, 2017

Tabel 4.2
Hasil Analisis Validitas Angket Responden Kepuasan Nasabah
 Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach`s Alpha if Item Deleted
p1	73.52	42.648	.466	.726
p2	73.05	42.685	.485	.795
p3	73.54	41.265	.536	.712
p4	73.56	41.065	.752	.723
p5	73.94	41.068	.684	.752
p6	72.12	10.959	.624	.746
p7	71.02	51.204	.586	.714
p8	36.82	51.216	.684	.827
p9	72.06	49.894	.694	.716
p10	72.78	51.204	.1.000	.724
Kepuasan Nasabah				

Sumber : Hasil Penelitian, data diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 4-01 dan 4-02 di atas menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan untuk angket jawaban responden tersebut dapat dinyatakan valid. Sehingga tidak perlu dilakukan pengujian kedua terhadap variabel tersebut. Hal ini berarti bahwa semua butir pertanyaan yang diajukan dalam angket untuk dijawab nasabah sudah valid atau layak untuk dijadikan bahan penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas untuk mengetahui apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten, jika pengukuran tersebut diulang. Suatu koefisien dikatakan reliabel jika *Cronbach`s alpha* lebih besar dari 0,6. Ini menunjukkan data penelitian dinyatakan reliabel.

Tabel 4.3
Uji Reliabilitas Variabel X (Sistem Pelayanan)

Reliability Statistics

	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
Cronbach's Alpha		

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.639	.581	10

Berdasarkan tabel dapat disimpulkan bahwa data penelitian dinyatakan *reliable*, karena nilai *Cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6 yaitu sebesar 0,639. Hal ini berarti bahwa semua butir pertanyaan tentang sistem pelayanan yang diajukan dalam angket untuk dijawab nasabah sudah reliabel atau secara nyata dapat dijawab sesuai dengan apa yang dirasakan oleh nasabah.

Tabel 4.4**Uji Reliabilitas Variabel Y (Kepuasan Nasabah) Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.610	.601	10

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa data penelitian dinyatakan *reliable*, karena didapat nilai *Cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6 yaitu sebesar 0,610. Hal ini berarti bahwa semua butir pertanyaan tentang kepuasan nasabah yang diajukan dalam angket untuk dijawab nasabah sudah reliabel atau secara nyata dapat memuaskan nasabah selama mereka menjadi nasabah pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Medan Marelan.

Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh sistem pelayanan (X) terhadap kepuasan nasabah (Y) digunakan regresi sederhana dan dapat diketahui seperti tabel berikut ini :

**Tabel 4.5
Hasil Output Regresi dan Uji t Variabel X dan Y
Coefficients**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	10.003	2.454		4.077	.000	5.069	14.936	

Kepuasan Nasabah	.777	.077	.824	10.075	.000	.622	.932	.824
------------------	------	------	------	--------	------	------	------	------

a. Dependent Variable: Sistem Pelayanan

Hubungan positif antara sistem pelayanan (X) terhadap kepuasan nasabah (Y) ini juga dapat dilihat dari besarnya intersep yang diperoleh dari hasil perhitungan yang digunakan alat bantu SPSS 21.0 besarnya konstanta $\alpha = 10,003$ dan $bx_1 = 0,777$. Dari besarnya nilai α dan bx_1 tersebut selanjutnya dimasukkan ke dalam persamaan regresi sederhana sebagai berikut :

$$Y = 10,003 + 0,777 X$$

Dari persamaan regresi ini menunjukkan bahwa bilamana sistem pelayanan (X) meningkat 1 satuan akan meningkatkan kepuasan nasabah (Y) sebesar 0,777 dari setiap tingkatan 1 satuan sistem pelayanan. Selanjutnya untuk mengetahui keeratan hubungan (signifikan) perlu dilakukan pengujian nilai koefisien korelasi. Berdasarkan Tabel 4-26 diketahui harga $t_{hitung} = 10,075$. Harga t_{hitung} tersebut selanjutnya t_{tabel} .

Dengan jumlah $n = 100$ berdasarkan tingkat kesalahan $\alpha 0,05$ dan $dk = n - 2$ diperoleh t_{tabel} sebesar 2,021. Dari hasil yang disajikan tersebut diketahui bahwa $10,075 > 2,021$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, maka variabel sistem pelayanan memiliki hubungan yang nyata (signifikan) dengan variabel kepuasan nasabah. Untuk mengetahui kebenaran hipotesis adanya hubungan variabel X sistem pelayanan terhadap variabel Y kepuasan nasabah dihitung dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 21.0 seperti tabel di bawah ini :

Tabel 4.6
Hasil Output Determinasi X dan Y
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				Durbin-Watson	
					R Square Change	F Change	df1	df2		Sig. F Change
1	.824 ^a	.679	.672	1.23281	.679	101.1003	1	48	.000	.427 ^a

a. Predictors: (Constant), Sistem pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Terdapat hubungan positif antara sistem pelayanan (X) dengan kepuasan nasabah (Y) yang ditunjukkan dengan besarnya koefisien korelasi $r_{hitung} = 0,824$. Besarnya r_{XY} menunjukkan tingkat kekuatan hubungan antara variabel bebas X dengan variabel terikat Y, menurut klasifikasi tingkat hubungan maka hubungan antara sistem pelayanan (X) dengan kepuasan nasabah (Y) memiliki tingkat kekuatan yang kuat.

Untuk mengetahui seberapa besar persentase hubungan variabel X sistem pelayanan terhadap variabel Y kepuasan nasabah digunakan uji determinasi. Berdasarkan Tabel 4-06 diketahui bahwa pengaruh sistem pelayanan terhadap kepuasan nasabah sebesar 0,679 atau 67,9 % sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Hal ini berarti bahwa dari begitu banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah maka salah satu faktor tersebut yaitu sistem pelayanan yang diberikan perusahaan ternyata memberikan kontribusi sebesar 67,9 %. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa sistem pelayanan yang diterapkan perusahaan sudah memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap kepuasan yang dirasakan oleh nasabah.

Interpretasi Hasil Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan tabel Coefficient dapat diketahui bahwa untuk variabel X dan Y harga $t_{hitung} = 10,075$ dengan t_{tabel} sebesar 2,021 yang berarti $10,075 > 2,021$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, maka variabel sistem pelayanan memiliki hubungan yang nyata (signifikan) dengan variabel kepuasan nasabah. Selain itu berdasarkan tabel Model Summary diketahui untuk variabel X dan Y pengaruh sistem pelayanan terhadap kepuasan nasabah sebesar 0,679 atau 67,9 % sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Hasil interpretasi dari pengujian hipotesis tersebut menunjukkan bahwa sistem pelayanan sangat memberikan pengaruh terhadap kepuasan nasabah, sehingga dapat dikatakan bahwa jika perusahaan menginginkan tetap selalu dapat memberikan kepuasan kepada seluruh nasabahnya, maka perusahaan dapat melakukannya dengan cara lebih meningkatkan sistem pelayanan perusahaan sebaik mungkin.

BAB V. KESIMPULAN

Hasil penelitian menjawab rumusan masalah, dimana peningkatan sistem pelayanan akan meningkatkan kepuasan nasabah. Dari hasil penelitian yang dilakukan diketahui terdapat pengaruh positif sistem pelayanan (X) terhadap kepuasan nasabah (Y) yang diketahui dari hasil Uji t dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $10,075 > 2,021$.

Berdasarkan hasil uji hipotesis, sistem pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, maka sistem pelayanan di perusahaan hendaknya dapat ditingkatkan lagi agar kepuasan nasabah dapat meningkat juga. Mengingat masih ada faktor lain selain sistem pelayanan yang mempengaruhi peningkatan kepuasan nasabah, maka perlu kiranya dilakukan penelitian lanjutan terhadap faktor lainnya yang diduga dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada akhir tahun 2017 ini, sistem pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, maka sistem pelayanan di perusahaan hendaknya dapat ditingkatkan lagi agar kepuasan nasabah dapat meningkat juga. Mengingat masih ada faktor lain selain sistem pelayanan yang mempengaruhi peningkatan kepuasan nasabah, maka perlu kiranya dilakukan penelitian lanjutan terhadap faktor lainnya yang diduga dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Dendawijaya, 2009. *Perkreditan Bisnis Inti Bank Komersil, Konsep, Tehnik dan Kasus*, Penerbit Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Dharmesta, 2008, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Edisi Ketujuh, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta
- Fandy Tjiptono, 2009, *Strategi Pemasaran*, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Kadir dan R. Murniyati, 2008. *Segi Hukum Lembaga Keuangan dan Pembiayaan*, Penerbit Citra Aditya Bhakti, Bandung.
- Kasmir, 2009. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Edisi Keenam, Penerbit PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Philip Kotler, 2008, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Philip Kotler dan Armstrong, 2011, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Edisi Ketujuh, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta.
- Rambat Lupiyoadi, 2008, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Setiadi, 2008, *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, [http://www. booksgoogle.com](http://www.books.google.com), diakses 06 Maret 2014
- Sugiyono, 2007, *Metode Penelitian Bisnis*, Penerbit Alfabeta, Bandung.

Internet :

Profil Perusahaan, <http://www.syariahmandiri.co.id/tentang-kami> ,diakses tanggal 2 Februari 2018