Jurnal Akuntansi Manajemen Madani **ISSN 2580-2631**
Vol. 1, No. 1, Juni 2017

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA UNIT USAHA SYARIAH (UUS) PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO), TBK. KANTOR CABANG SYARIAH BALIKPAPAN

Murniati Koesasi
Muh. Amin Latief

STIE Madani Balikpapan

ABSTRACT

Customer satisfaction is the important in the current research because competition in business world is increasingly tight. The purpose of this research was to analyze the effect of service quality which consisted of reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles to customer satisfaction in Bank BTN Ltd. Sharia Branch Balikpapan. The sample using non probability sampling with accidental sampling method. A total of 250 respondents involved in the study. Type of data is primary data. Methods of data collection through observation and a questionnaires. The analysis used in this study include validity test, reliabillitas test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing including t test, F test, and the coefficient of determination (R^2), also coefficient of corelation (R) with significance level of 0,05 or α=5%. Based on the result of the study, it is known that service quality are simultaneous have significant effect on Bank BTN Ltd. Branch Sharia Balikpapan customer's satisfaction. Partially, empathy variable has no effect to customer satisfaction. The most significant effects is tangibles. Adjusted R Square value that is equal to 0,378 which indicates that the service quality together could account customer satisfaction amounting to 37,8%, while the rest is influenced by other variables.

Keywords **:** customer satisfaction, service quality

PENDAHULUAN

Krisis ekonomi yang terjadi secara global terus membayangi perekonomian nasional meskipun tidak semua kinerja perekonomian nasional terpengaruh. Salah satunya industri perbankan syariah di Indonesia yang memiliki daya tahan yang kokoh menghadapi badai krisis global (1998, 2008, dan krisis Eropa 2011) yaitu dengan menunjukkan kinerjanya yang sangat bagus, baik secara kualitas maupun kuantitas. Industri perbankan syariah menunjukkan ketangguhannya sebagai salah satu pilar penyokong stabilitas sistem keuangan nasional, hal ini dapat dilihat dari potensi pertumbuhan perbankan syariah yang sangat tinggi.

Penabung aktif di bank syariah terus berkembang dari tahun ke tahun, tercatat sampai dengan bulan Oktober 2012 (*year on year*) perbankan syariah mengalami peningkatan jumlah total rekening hingga 37,7 % menjadi 12,4 juta

rekening dari 9 juta rekening. Total aset perbankan syariah mencapai Rp. 174, 09 Triliun dengan pertumbuhan ± 37 %, sedangkan kinerja pembiayaan mencapai Rp. 135,58 Triliun (40,06 %) dan penghimpunan dana menjadi Rp. 134,45 Triliun (32,06%) berdasarkan kinerja per bulan Oktober 2012 (*year on year*).

Pertumbuhan perkembangan perbankan syariah di Indonesia yang relatif mengalami peningkatan tidak mengherankan karena memang sistem perbankan syariah memiliki keunggulan komparatif *(comparative advantage)* yang membedakannya dengan sistem konvensional. Dalam hal ini keunggulan yang dimaksud adalah sistem yang dilandasi dengan nilai-nilai agama yang memberikan transparansi dana serta pembagian keuntungan dilakukan sesuai dengan kesepakatan antara pihak bank ataupun nasabah.

Hal ini yang membuat industri perbankan syariah memiliki peluang yang menggiurkan untuk memperoleh keuntungan yang besar. Dari data Bank Indonesia sepanjang tahun 2012 memang tidak ada penambahan Bank Umum Syariah (BUS) ataupun Unit Usaha Syariah (UUS), namun perluasan jaringan kantor memperoleh peningkatan sebesar 29,31% dibandingkan tahun sebelumnya, yaitu dengan jumlah BUS 11 buah dan UUS 24 buah, memiliki total kantor yang beroperasi sebanyak 2.188 kantor sampai dengan oktober 2012. Jumlah tersebut belum termasuk jumlah kantor Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS). Semakin banyak jaringan kantor yang beroperasi membuat persaingan antar bank syariah semakin ketat. Sehingga setiap bank syariah perlu menentukan strategi pemasaran yang efektif untuk mendiferensiasikan diri mereka dengan pesaing agar mampu bertahan di tengah situasi persaingan yang tinggi dan memenangkan hati para nasabah. Salah satu cara agar perusahaan jasa menjadi lebih unggul dari pesaingnya adalah dengan menciptakan kepuasan pelanggan *(Customers Satisfaction)* melalui peningkatan kualitas layanan yang bermutu, dan memenuhi tingkat kepentingan konsumen.

Untuk menilai dan mengukur kualitas jasa perlu memahami dimensi kualitas jasa. Salah satu pendekatan kualitas jasa yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model SERVQUAL (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, dan Leonard L. Berry yang berdasarkan pada lima dimensi kualitas yaitu kehandalan *(reliability)*, ketanggapan *(responsiveness)*, jaminan *(assurance)* empati *(empathy)*, bukti fisik *(tangibles)*.

Berbeda hal nya dengan manajemen produk, dimana konsumen ikut turut serta dalam proses produksi, dalam manajemen bisnis jasa sangat memperhatikan saat terjadinya kontak, yang biasa disebut dengan *the moment of truth* atau suatu peluang untuk memuaskan atau tidak memuaskan konsumen.

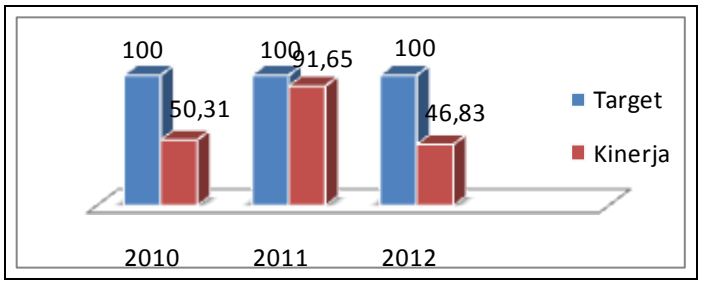
Mengukur kepuasan pelanggan akan memberi manfaat kepada perusahaan untuk mengevaluasi posisi perusahaan saat ini dibandingkan dengan pesaing, sehingga akan menemukan bagian mana yang memerlukan peningkatan. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan, maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat. Dengan meningkatnya kepuasan pelanggan maka diharapkan pelanggan yang bertahan juga meningkat yang akhirnya akan memberikan peningkatan laba yang lebih besar.

BTN Syariah merupakan *strategic bussiness unit* (SBU) dari Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. yang menjalankan bisnis dengan prinsip syariah

atau merupakan unit usaha syariah (UUS) dari Bank BTN. Kemudian pada tahun 2012 lalu, BTN syariah mendapatkan penghargaan (*award*) sebagai *"The best of Indonesia service to care champion 2012"* kategori Bank Syariah oleh *Marketeers* dan *MarkPlus Insight*. Hal ini menandakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh BTN Syariah telah memiliki daya saing yang kuat dengan bank-bank syariah lain.

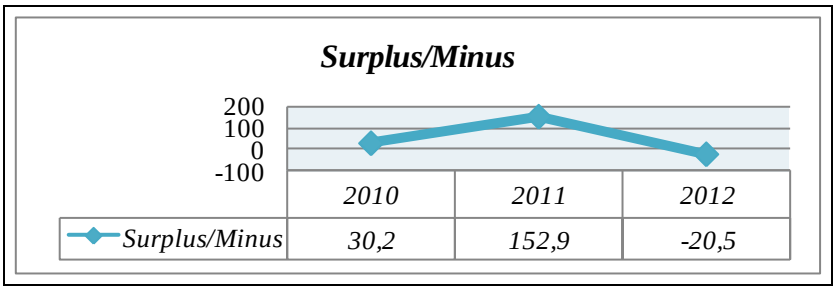
Terpilih menjadi Bank Syariah yang memberikan pelayanan terbaik di Indonesia di tahun lalu seharusnya menjadikan nasabah BTN Syariah memperoleh kepuasan atas pelayanan yang diberikan. Nasabah yang puas akan bertahan dan bahkan mengajak orang terdekat untuk menabung di BTN Syariah. Dengan demikian akan berdampak pada peningkatan dana pihak ketiga (DPK).

Salah satu sumber dana bank adalah dana masyarakat atau dana pihak ketiga (DPK). DPK merupakan dana yang diperoleh dari masyarakat, dalam arti masyarakat sebagai individu, perusahaan, pemerintah, rumah tangga, koperasi, yayasan, dan lain-lain baik dalam mata uang rupiah maupun dalam valuta asing. DPK yang dimaksud berupa giro, tabungan dan simpanan berjangka (deposito).



Sumber : BTN Kantor Cabang Syariah Balikpapan (2013)

Gambar 1 Pertumbuhan (%) DPK BTN Kantor Cabang Syariah Balikpapan



Sumber : BTN Kantor Cabang Syariah Balikpapan (2013)

Gambar 2 *Surplus-Minus* (%) DPK BTN Kantor Cabang Syariah Balikpapan

PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. Kantor Cabang Syariah Balikpapan, merupakan salah satu bisnis syariah yang ada di kota Balikpapan dan telah beroperasional selama 4 tahun tentunya harus menjaga eksistensi bank dengan memberikan pelayanan yang berkualitas serta kepuasan kepada nasabah. Tabel di atas menunjukkan pencapaian kinerja khususnya dana pihak ketiga

(DPK) 3 tahun terakhir, di mana pencapaian dana pihak ketiga pada tahun 2012 di bawah 50% atau mengalami minus 20,5% terhadap jumlah DPK tahun 2011. Hal ini menimbulkan pertanyaan seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah BTN Kantor Cabang Syariah Balikpapan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada Unit Usaha Syariah PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. Kantor Cabang Syariah Balikpapan".

KERANGKA TEORI

Gambaran Umum Objek Penelitian

Dilatarbelakangi oleh tingginya minat masyarakat dalam memanfaatkan jasa keuangan syariah dan komitmen Bank BTN yang ingin selalu memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabah dengan memperhatikan keunggulan prinsip perbankan syariah, serta adanya Fatwa MUI tentang bunga bank, serta melaksanakan hasil RUPS tahun 2004, maka terbentuklah BTN Syariah yang merupakan *Strategic Bussines Unit* (SBU) atau Unit Usaha Syariah (UUS) PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. yang beroperasi secara penuh berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

Bank BTN Kantor Cabang Syariah Balikpapan merupakan kantor cabang yang ke-18 dan memulai operasionalnya sejak tanggal 15 Mei 2009 dengan komitmen dapat memenuhi kebutuhan masyarakat Kota Balikpapan dalam hal bertransaksi keuangan maupun dalam memperoleh modal usaha ataupun kebutuhan lainnya kebutuhan lainnya.

Budaya Kerja Perusahaan

Budaya kerja yang menjadi pedoman bagi seluruh keluarga besar Bank BTN dikenal dengan nama pola prima. Pola prima adalah pondasi untuk membentuk kesamaan komitmen, berfikir dan bertindak menjalankan misi dan mencapai visi Bank BTN. Pola Prima merupakan akronim dari pelayanan prima, inovasi, keteladanan, profesionalisme, integritas dan kerja sama. Dan bukan hanya semata-mata akronim dari keenam budaya kerja Bank BTN, tetapi juga diharapkan menjadi prinsip dasar bagi insan Bank BTN agar memberikan rancangan dan tindakan yang terbaik dalam setiap aktivitasnya.

Kualitas Layanan BTN Syariah

Untuk meningkatkan standar layanan yang terdapat pada BTN Syariah, maka 3 hal terpenting yang menjadi perhatian bagi seluruh karyawan terkait *frontliner* yaitu sebagai berikut :

1. *Attitude*, yaitu sikap dan perilaku sesuai standar layanan bank BTN.

2. *Skill*, merupakan kemampuan mengenai *product knowledge, problem solving*, dan *up selling/cross selling.*

3. *Time delivery*, yaitu lama proses layanan.

Kualitas layanan BTN Syariah, dapat dibagi menjadi 2 aspek layanan, yaitu : aspek fisik dan non fisik. Secara aspek fisik manajemen selalu berupaya memperhatikan segala hal berkaitan penampilan dan kenyamanan gedung, banking hall, ruang ATM, antrian, toilet, serta parkiran. Sedangkan untuk aspek *non* fisik adalah yang berkaitan dengan SDM. Berbagai upaya dilakukan manajemen berupa kegiatan internal guna menciptakan SDM yang memiliki *attitude* yang ideal, *skill* yang terlatih dan terampil, serta lama proses layanan yang efektif. Berikut adalah upaya-upaya kegiatan internal dari Bank BTN Kantor Cabang Syariah Balikpapan, yaitu sebagai berikut :

1. *Role play*, yaitu kegiatan memperagakan aktivitas sesuai unit kerja masing-masing khususnya bagi yang berhubungan langsung dengan nasabah yaitu petugas *front liner* yang terdiri dari satpam, *customer service*, dan *teller*.

2. *In house training*, yaitu program yang diberikan kepada seluruh karyawan Bank BTN Syariah guna memperluas wawasan tentang produk-produk agar setiap insan BTN mampu memahami dan memasarkan setiap produk yang dimiliki perusahaan.

3. *Learning and coaching*, yaitu suatu kegiatan yang membantu memberikan nilai bagi Bank BTN Syariah Balikpapan untuk mengembangkan proses pembelajaran dan meningkatkan produktivitas SDM yang ada.

Kajian Pustaka

Menurut Gronroos (1990) dalam Jasfar (2005:15) menyatakan bahwa jasa merupakan suatu fenomena yang rumit *(complicated).* Kata jasa memiliki banyak arti dan ruang lingkup, mulai dari pelayanan dari seseorang kepada orang lain, sampai pada arti jasa sebagai suatu produk. Begitu banyak definisi jasa oleh para pakar. Salah satunya menurut Kotler (1994) dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006:06) yang mendefinisikan jasa atau layanan sebagai tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun.

Penilaian kualitas jasa atau layanan berbeda dengan penilaian kualitas produk, terutama karena sifatnya yang tidak nyata (*intangible*) dan produksi serta konsumsi berjalan secara simultan. Dalam penilaian kualitas jasa, konsumen terlibat secara langsung serta ikut didalam proses jasa tersebut, sehingga yang dimaksud dengan kualitas jasa adalah bagaimana tanggapan konsumen terhadap jasa yang dikonsumsi atau yang dirasakannya.

Untuk menilai dan mengukur kualitas jasa atau layanan perlu pemahaman mengenai dimensi kualitas jasa. Kualitas dimensi yang sering digunakan dalam

menilai dan mengukur kualitas layanan adalah yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry pada tahun 1988. Kelima dimensi tersebut adalah kehandalan *(reliability,* ketanggapan *(responsiveness),* jaminan dan kepastian *(assurance),* empati *(empathy),* dan bukti fisik *(tangible).*

Parasuraman, dkk. telah mengembangkan suatu alat ukur dari kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset manajemen dan pemasaran jasa yaitu model SERVQUAL *(service quality)*, dimana didalamnya terdapat variabel dari kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Tabel 1 menjelaskan tentang 5 dimensi dan 22 atribut dalam model SERVQUAL, sebagai berikut :

Tabel 1 Dimensi dan Atribut Model SERVQUAL

No	Dimensi	Atribut
1.	Kehandalan *(reliability)*	1. Menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan. 2. Dapat diandalkan dalam menangani masalah jasa pelanggan. 3. Menyampaikan jasa secara benar semenjak pertama kali. 4. Menyampaikan jasa sesuai dengan waktu yang dijanjjikan. 5. Menyimpan catatan/dokumen tanpa kesalahan.
2.	Ketanggapan *(responsiveness)*	6. Menginformasikan pelanggan tentang kepastian waktu penyampaian jasa. 7. Layanan yang segera/cepat bagi pelanggan. 8. Kesediaan untuk membantu pelanggan 9. Kesiapan untuk merespon permintaan pelanggan.
3.	Jaminan *(assurance)*	10. Karyawam yang menumbuhkan rasa percaya para pelanggan. 11. Membuat pelanggan merasa aman sewaktu melakukan transaksi. 12. Karyawan yang secara konsisten bersikap sopan. 13. Karyawan yang mampu menjawab pertanyaan pelanggan.
4.	Empati *(empathy)*	14. Memberikan perhatian individual kepada para pelanggan. 15. Karyawan yang memperlakukan pelanggan secara penuh perhatian. 16. Sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan pelanggan. 17. Karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan. 18. Waktu beroperasi (jam kantor) yang nayaman.
5.	Bukti fisik *(tangibles)*	19. Peralatan modern. 20. Fasilitas yang berdaya tarik visual. 21. Karyawn yang berpenampilan rapi dan profesional. 22. Materi-materi berkaitan dengan jasa yang berdaya tarik visual.

Sumber: Tjiptono dan Chandra (2005:232-233)

Arti nasabah pada lembaga perbankan sangat penting. Pelanggan dalam berbagai pendekatan, tergantung pada sifat dari industri atau budaya, pelanggan bisa dikatakan sebagai klien, nasabah, pasien. Khusus untuk nasabah, istilah ini digunakan untuk mewakili pihak yang menggunakan jasa bank. Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya memenuhi sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Seluruh kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Menurut Kotler (1997) dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006:192), mendefinisikan bahwa kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan.

Beberapa pakar meyakini bahwa kepuasan pelanggan menimbulkan kualitas jasa. Kepuasan pelanggan terhadap pengalaman jasa tertentu akan mengarah pada evaluasi atau sikap keseluruhan terhadap kualitas jasa sepanjang waktu (Bitner, 1990; Oliver, 1981; Parasuraman et al., 1988 dalam Tjiptono dan Chandra, 2005:310). Nasabah yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan (Supranto:1997).

Menurut Philip Kotler (2004), terdapat beberapa metode yang bisa digunakan perusahaan untuk mengukur kepuasan nasabahnya, yaitu :

1. Sitem keluhan dan saran
2. *Ghost shopping (mystery shopping)*
3. *Lost customer analysis*
4. Survei kepuasan pelanggan

   Berikut beberapa cara pengukuran kepuasan nasabah melalui metode survei kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut :

   a). *Directly reported satisfaction*

   b). *Derived satisfaction*

   c). *Problem analysis*

   d). *Importance-perfomance analysis*

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Jenis penelitian kuantitatif yang digunakan penulis dalam penelitian ini berupa kuantitatif deskriptif. Menurut Kuncoro (2003:8) penelitian defkriptif meliputi pengumpulan data untuk diuji hipotesis atau menjawab pertanyaan mengenai status terakhir dari subjek penelitian.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa data kuantitatif. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data

primer dan data sekunder. Data primer yang dimaksud berupa data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner sedangkan data sekundernya berupa pencatatan dokumen-dokumen perusahaan yang berkaitan dengan pembahasan penulisan dalam hal ini jumlah nasabah bank yang dijadikan acuan jumlah populasi. Dalam usaha untuk memperoleh data yang dibutuhkan pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara :

1. Observasi
2. Kuesioner

Dalam penelitian ini kuesioner dibuat menggunakan pertanyaan tertutup. Teknik yang dipakai dalam pengukuran kuesioner menggunakan skala likert.

Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah jumlah nasabah Dana Pihak Ketiga (DPK) yang dikategorikan aktif oleh pihak bank dengan syarat minimal 6 bulan telah menjadi nasabah pemegang rekening tabungan investa BTN iB. Dengan demikian jumlah populasi adalah sejumlah 2.412. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik sampling *nonprobability sampling*. Jenis *nonprobability sampling* yang digunakan yaitu teknik *convenience sampling* atau *sampling insidental*. Adapun untuk menentukan ukuran sampel, peneliti menyertakan 2 teori yang bisa dijadikan dasar penentuan ukuran sampel yaitu sebagai berikut :

1. Menentukan ukuran sampel dapat dihitung berdasarkan rumus Slovin dikutip oleh Umar (2005:108) adalah sebagai berikut :

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

Dimana :

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

e : Nilai kritis atau persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih ditolelir atau diinginkan. Dalam penelitian ini menggunakan e = 10%.

Berdasarkan data yang diperoleh, diketahui jumlah nasabah dana pihak ketiga (DPK) pemegang rekening tabungan investa BTN iB Bank BTN Syariah adalah 2.412. Untuk itu berdasarkan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10 % maka diperoleh jumlah sampel yang dijadikan sebagai responden sebagai adalah :

$$n = \frac{2.412}{1 + 2.412\,(10\%)^2} \approx 97$$

2. Menurut Gay dan Diehl (1996) dalam Kuncoro (2003:111) menyatakan bahwa jumlah sampel minimal yang dapat diterima untuk suatu studi tergantung dari jenis studi yang dilakukan, salah satunya untuk studi deskriptif, jumlah minimal sampel adalah 10 % dari populasi dianggap merupakan jumlah amat minimal. Untuk populasi yang lebih kecil, setidaknya 20 % mungkin diperlukan. Dengan demikian jika jumlah populasi penelitian ini sebesar 2.412 nasabah, maka jumlah minimal sampel berdasarkan teori diatas adalah minimal 242 yaitu 10 % dari populasi penelitian ini.

Dari kedua teori diatas, peneliti mengambil kesimpulan untuk menentukan jumlah responden dengan menggunakan pendekatan kedua. Minimum sampel sesuai pendekatan kedua adalah 242 responden, namun peneliti mengambil 250 responden sebagai sampel penelitian ini guna menghindari adanya kuesioner yang tidak valid atau lengkap pengisiannya.

Definisi variabel serta indikator dijelaskan pada tabel sebagai berikut :

Tabel 2 Operasional Variabel

Variabel/Sub Variabel	Definisi Variabel/ Dimensi	Indikator	Kode
Kualitas Jasa (X)	Menurut kotler (2000) dalam Tjiptono dan chandra (2005:180) menyatakan bahwa kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pasa persepsi konsumen.		
Kehandalan (X_1) *(Reliability)*	Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.	Pihak Bank memberikan pelayanan sesuai dengan perjanjian.	01
		Karyawan Bank memberikan konsultasi kepada nasabah mengenai informasi produk.	02
		Kesiapan karyawan didalam melayani nasabah.	03
		Ketepatan waktu layanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan.	04
		Karyawan Bank cermat dan teliti dalam penanganan administrasi	05
Ketanggapan (X_2) *(Respon-siveness)*	Suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas	Kejelasan informasi yang diterima oleh nasabah.	06
		Kecepat-tanggapan karyawan dalam melayani nasabah.	07
		Ketersediaan staf/karyawan untuk membantu kesulitan yang dihadapi oleh nasabah.	08
		Karyawan Bank senantiasa mempersiapkan administrasi	09

		maupun dana yang diperlukan nasabah.	
Jaminan (X_3) *(Assurance)*	Meliputi pengetahuan, kesopan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.	Karyawan mampu menanamkan kepercayaan kepada para nasabah DPK.	10
		Adanya jaminan keamanan dalam melakukan berbagai layanan jasa Bank.	11
		Karyawan Bank selalu membina hubungan yang baik dan sopan dengan nasabah.	12
		Kompetensi/pengetahuan karyawan tentang produk BTN Syariah.	13
Empati (X_4) *(Empathy)*	Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.	Karyawan Bank memberikan perhatian yang lebih untuk nasabah.	14
		Karyawan Bank melakukan komunikasi dengan nasabah, baik melalui surat menyurat maupun melalui hubungan telepon.	15
		Bagi nasabah baru, karyawan Bank terlebih dahulu selalu menjelaskan keuntungan untuk semua produk.	16
		Pemahaman karyawan terhadap kebutuhan spesifik nasabah.	17
		Nasabah merasa nyaman dengan waktu layanan BTN Syariah (mulai 07.30 Wita s/d 15.00 Wita)	18
Bukti Fisik (X_5) *(Tangibles)*	Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.	Kondisi peralatan: kemoderenan peralatan yang dimiliki oleh BTN Syariah.	19
		Kondisi gedung, banking hall, toilet, dan parkiran : kenyamanan dan kebersihan fasilitas fisik.	20
	Berupa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan.	Kondisi SDM : kerapihan dan keramahan karyawan	21
		BTN Syariah memiliki media tansaksi seperti brosur dan formulir transaksi yang lengkap.	22
Kepuasan pelanggan (Y)	Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan. (Kotler, 1997).	Saya akan merekomendasikan Bank BTN Syariah Balikpapan kepada orang lain agar menabung dan menjadi nasabah.	23
		Saya mempunyai keinginan untuk tidak pindah dari BTN Syariah	24

Sumber: Windarti (2012), dan Nurwati (2011)

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari :

1. Analisis deskriptif

   Analisis deskriptif digunakan untuk mendapatkan suatu gambaran mengenai responden dalam penelitian ini.

2. Uji validitas dan reliabilitas
3. Uji asumsi klasik

   Uji asumsi klasik terdiri dari : uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji auto korelasi.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

   Analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat.

5. Pengujian Hipotesis

   Yaitu dengan melakukan uji koefisien determinasi (R^2), koefisien korelasi (R), Uji signifikansi simultan (Uji F), dan uji signifikansi parameter individual (Uji t).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskriptif Karakteristik Responden Penelitian

Tabel 3
Jenis Kelamin Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI-LAKI	135	54.0	54.0	54.0
	PEREMPUAN	115	46.0	46.0	100.0
	Total	250	100.0	100.0	

Sumber: Data yang diolah (2013)

Tabel 4
Usia Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20 TAHUN	35	14.0	14.0	14.0
	20 - 29 TAHUN	81	32.4	32.4	46.4
	30 - 39 TAHUN	56	22.4	22.4	68.8
	40 - 49 TAHUN	46	18.4	18.4	87.2
	> 50 TAHUN	32	12.8	12.8	100.0
	Total	250	100.0	100.0	

Sumber: Data yang diolah (2013)

Tabel 5
Pendidikan Terakhir Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	1	.4	.4	.4
	SMP	18	7.2	7.2	7.6
	SMA	74	29.6	29.6	37.2
	DIPLOMA D1,D2,D3	46	18.4	18.4	55.6
	SARJANA S1,S2,S3	111	44.4	44.4	100.0
	Total	250	100.0	100.0	

Sumber: Data yang diolah (2013)

Tabel 6
Pekerjaan Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	30	12.0	12.0	12.0
	PEGAWAI SWASTA	84	33.6	33.6	45.6
	PELAJAR	33	13.2	13.2	58.8
	WIRASWASTA	27	10.8	10.8	69.6
	TNI/POLRI	10	4.0	4.0	73.6
	GURU	25	10.0	10.0	83.6
	LAIN-LAIN	41	16.4	16.4	100.0
	Total	250	100.0	100.0	

Sumber : Data yang diolah (2013)

Dari tabel di atas menyimpulkan bahwa karakteristik profil responden didominasi oleh responden berjenis kelamin laki-laki (54%), usia 20-29 tahun (32,4%), tingkat pendidikan terakhir responden merupakan Sarjana S1, S2, dan S3 (44,4%), dan didominasi oleh pegawai swasta (33,6%) dimana pekerjaan lain-lain diisi responden sebagai ibu rumah tangga dan pensiunan.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Dikatakan Valid dan Reliabel adalah jika *Corrected Item-Total Correlation* > r tabel. Kemudian nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Nilai r tabel untuk n = 250 dengan level signifikansi 0,05 adalah 0,124.

Tabel 7
Uji Validitas dan Reliabilitas

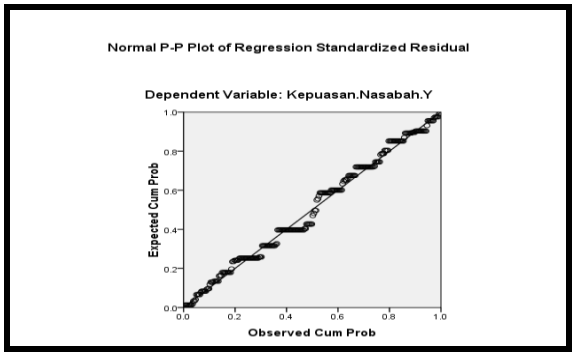
Variabel	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha
X1.1	.634	.732
X1.2	.351	
X1.3	.415	
X1.4	.708	
X1.5	.403	
X2.1	.478	.696
X2.2	.651	
X2.3	.386	
X2.4	.423	
X3.1	.622	.697
X3.2	.429	
X3.3	.448	
X3.4	.442	
X4.1	.458	.655
X4.2	.444	
X4.3	.355	
X4.4	.406	
X4.5	.402	
X5.1	.546	.633
X5.2	.508	
X5.3	.394	
X5.4	.245	
Y1	.449	.619
Y2	.449	

Sumber : Data yang diolah (2013)

Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan uji normalitas hasil dari output SPSS normal P-P Plot dibawah ini, memperlihatkan bahwa distribusi dari titik-titik data menyebar disekitar garis

diagonal dan penyebaran titik-titik data searah dengan garis diagonal. Jadi data dari variabel penelitian dapat dikatakan normal.



Sumber: Data yang diolah (2013)

Gambar 3 Hasil Output SPSS Uji Normalitas

Tabel 8
Hasil Output SPSS Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		250
Normal Parameters[a]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.50440946
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.074
	Negative	-.060
Kolmogorov-Smirnov Z		1.170
Asymp. Sig. (2-tailed)		.130
a. Test distribution is Normal.		

Sumber : Data yang diolah (2013)

Data residual dikatakan berdistribusi normal jika nilai pada tabel *Asymp. Sig. (2-tailed)* > 0,05. Pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* 0,130 > 0,05. Berarti data residual berdistribusi normal.

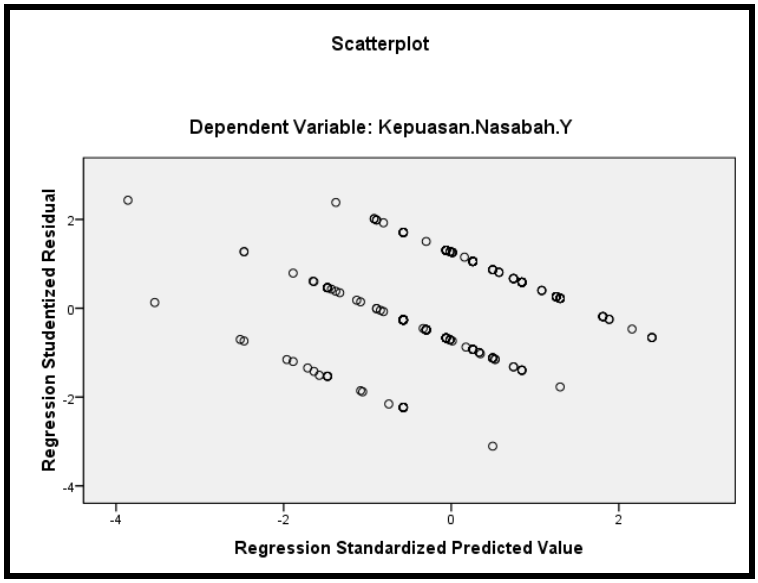
Untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau terjadi multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan nilai *VIF*.

Tabel 9
Hasil Output SPSS Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kehandalan.X1	.648	1.544
	Ketanggapan.X2	.498	2.009
	Jaminan.X3	.701	1.426
	Empati.X4	.490	2.041
	Bukti.Fisik.X5	.906	1.104
a. Dependent Variable: Kepuasan.Nasabah.Y			

Sumber: Data yang diolah (2013)

Tabel di bawah ini menunjukkan bahwa setiap variabel independen mempunyai nilai tolerance > 0,1 dan nilai VIF < dari 10, sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.



Sumber: Data yang diolah (2013)

Gambar 4 Hasil Output SPSS Uji Heteroskedastisitas

Dari gambar di atas menunjukkan bahwa terdapat pola tertentu, yaitu titik-titik yang menyebar secara teratur, berkumpul di satu tempat, sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 10
Hasil Output SPSS Uji Autokorelasi

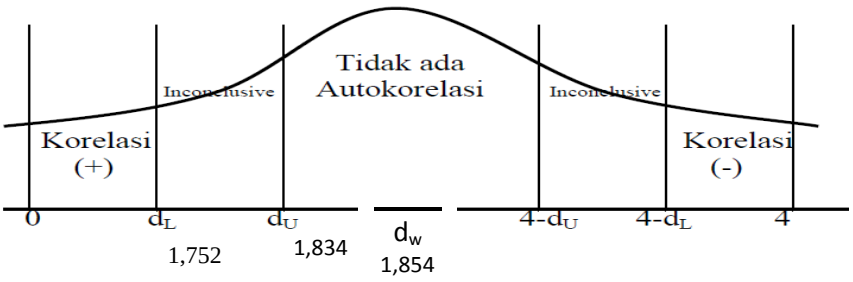
Model Summary[b]					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.625[a]	.390	.378	.50955	1.854

a. Predictors: (Constant), Bukti.Fisik.X5, Empati.X4, Kehandalan.X1, Jaminan.X3, Ketanggapan.X2

b. Dependent Variable: Kepuasan.Nasabah.Y

Sumber: Data yang diolah (2013)

Tabel di atas menunjukkan hasil Output SPSS uji autokorelasi menggunakan uji *Durbin Watson* statistik, menghasilkan nilai dari *Durbin Watson* sebesar **1,854**. Selanjutnya melalui tabel uji *Durbin Watson* dengan level signifikan 5% (0,05) diperoleh nilai dari tabel DW n = 250 dan k = 6 (variabel independen dan dependen) maka nilai dL = 1,752, dan dU = 1,834. Deteksi uji autokorelasi menunjukkan nilai dw (1,854) berada diantara nilai dU (1,834) dan nilai 4-dU (2,166). Artinya dari uji autokorelasi Durbin Watson dapat dikatakan bahwa tidak terdapat autokorelasi. Lebih jelas lagi dapat melihat grafik berikut :



Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 11
Hasil Output SPSS Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.272	.411		-.661	.509
Kehandalan.X1	.236	.077	.190	3.057	.002
Ketanggapan.X2	.225	.072	.222	3.135	.002
Jaminan.X3	.206	.068	.181	3.033	.003
Empati.X4	-.096	.080	-.086	-1.201	.231
Bukti.Fisik.X5	.531	.071	.393	7.472	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan.Nasabah.Y					

Sumber: Data yang diolah (2013)

Berdasarkan tabel tersebut di atas, maka persamaan fungsinya menjadi :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$$

$$\mathbf{Y = -\ 0{,}272 + 0{,}236\ X_1 + 0{,}225\ X_2 + 0{,}206\ X_3\ -\ 0{,}096\ X_4 + 0{,}531\ X_5 + e}$$

Selanjutnya interpretasi dari persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. a = **-0,272** adalah nilai konstanta yang artinya ketika variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari Kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan bukti fisik tidak ada perubahan maka kepuasan nasabah sebesar -0,272 satuan.

2. b_1 = **0,236** adalah nilai koefisien regresi dari variabel kualitas pelayanan yaitu kehandalan (*reliability*) dimana jika variabel ini naik satu satuan, maka variabel kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,236 satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya bersifat konstan atau tidak mengalami perubahan.

3. b_2 = **0,225** adalah nilai koefisien regresi dari variabel kualitas pelayanan yaitu ketanggapan (*responsiveness*) dimana jika variabel ini naik satu satuan, maka variabel kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,225 satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya bersifat konstan atau tidak mengalami perubahan.

4. b_3 = **0,206** adalah nilai koefisien regresi dari variabel kualitas pelayanan yaitu jaminan (*assurance*) dimana jika variabel ini naik satu satuan, maka variabel kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,206 satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya bersifat konstan atau tidak mengalami perubahan.

5. b_4 = **-0,096** adalah nilai koefisien regresi dari variabel kualitas pelayanan yaitu empati (*empathy*) dimana jika variabel ini naik satu satuan, maka variabel kepuasan nasabah akan menurun sebesar 0,096 satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya bersifat konstan atau tidak mengalami perubahan.

6. b_5 = **0,531** adalah nilai koefisien regresi dari variabel kualitas pelayanan yaitu bukti fisik (*tangibles*) dimana jika variabel ini naik satu satuan, maka variabel kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,531 satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya bersifat konstan atau tidak mengalami perubahan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 12
Hasil Output SPSS Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.625[a]	.390	.378	.50955

a. Predictors: (Constant), Bukti.Fisik.X5, Empati.X4, Kehandalan.X1, Jaminan.X3, Ketanggapan.X2

b. Dependent Variable: Kepuasan.Nasabah.Y

Sumber: Data yang diolah (2013)

Dari tabel di atas dapat diketahui koefisien determinasi *Adjusted R Square* menunjukkan angka 0,378 artinya sebesar 37,8% dari nilai kepuasan nasabah ditentukan oleh variabel kualitas pelayanan yaitu kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati, dan bukti fisik. Dan 62,2% lainnya disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak diketahui.

Uji Koefisien Korelasi (R)

Pada tabel 4.15. menunjukkan nilai *R* yang diperoleh sebesar 0,625 yang dapat diinterpretasi koefisien korelasi memiliki hubungan yang kuat antara variabel kualitas pelayanan (kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati, dan bukti fisik) terhadap kepuasan nasabah.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Variabel bebas secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi variabel terikat dapat dikatakan signifikan apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai Sig < 0.05.

Tabel 13
Hasil Output SPSS Uji F

ANOVA[b]						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	40.523	5	8.105	31.215	.000[a]
	Residual	63.353	244	.260		
	Total	103.876	249			
Predictors: (Constant), Bukti.Fisik.X5, Empati.X4, Kehandalan.X1, Jaminan.X3, Ketanggapan.X2						
b. Dependent Variable: Kepuasan.Nasabah.Y						

Sumber: Data yang diolah (2013)

Tabel di atas menunjukkan hasil output SPSS dengan nilai F_{hitung} sebesar 31,215. Kemudian untuk nilai Ftabel signifikansi (0,05, 5:244) adalah sebesar 2,251028. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai F_{hitung} (31.215) > F_{tabel} (5%, 5;244) (2,25) dan nilai Sig.(0,000) < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu kualitas pelayanan yang terdiri dari kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati, dan bukti fisik secara simultan atau bersama-sama signifikan mempengaruhi variabel terikat yaitu kepuasan nasabah.

Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Variabel bebas secara parsial atau individu signifikan mempengaruhi variabel terikat apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai Sig < 0.05. Nilai t_{tabel} ditentukan dengan df = n-k-1 dan $\alpha = 0{,}05/2 = 0{,}025$ (perhitungan uji 2 arah), hasilnya adalah nilai t_{tabel} sebesar 1,969734 (tabel ditribusi t terlampir). Berdasarkan hasil output SPSS tabel 4.14. dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Nilai t_{hitung} untuk koefisien variabel kehandalan (X_1) adalah sebesar 3,057 dengan nilai Sig.0,002. Sehingga nilai t_{hitung} (3,057) > $t_{tabel\ (5\%,244)}$ (1,969) dan nilai Sig.0,002 < 0,05. Artinya, variabel kehandalan (X_1) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan asumsi variabel lainnya dalam keadaan konstan (*ceteris paribus*).
2. Nilai t_{hitung} untuk koefisien variabel ketanggapan (X_2) adalah sebesar 3,135 dengan nilai Sig.0,002 Sehingga nilai t_{hitung} (3,135) > $t_{tabel\ (5\%,244)}$ (1,969) dan nilai Sig.0,002 < 0,05. Artinya, variabel ketanggapan (X_2) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan asumsi variabel lainnya dalam keadaan konstan (*ceteris paribus*).
3. Nilai t_{hitung} untuk koefisien variabel jaminan (X_3) adalah sebesar 3,033 dengan nilai Sig.0,003. Sehingga nilai t_{hitung} (3,033) > $t_{tabel\ (5\%,244)}$ (1,969) dan nilai Sig.0,003 < 0,05. Artinya, variabel jaminan (X_3) secara parsial

mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan asumsi variabel lainnya dalam keadaan konstan (*ceteris paribus*).

4. Nilai t_{hitung} untuk koefisien variabel empati (X_4) adalah sebesar -1,201 dengan nilai Sig.0,231. Sehingga nilai t_{hitung} (-1,201) < $t_{tabel\ (5\%,244)}$ (1,969) dan nilai Sig.0,231 > 0,05. Artinya, variabel empati (X_4) secara parsial tidak signifikan mempengaruhi kepuasan nasabah.

5. Nilai t_{hitung} untuk koefisien variabel bukti fisik (X_5) adalah sebesar 7,472 dengan nilai Sig.0,000. Sehingga nilai t_{hitung} (7,472) > $t_{tabel\ (5\%,244)}$ (1,969) dan nilai Sig.0,000 < 0,05. Artinya, variabel bukti fisik (X_5) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan asumsi variabel lainnya dalam keadaan konstan (*ceteris paribus*).

PENUTUP

Kesimpulan

1. Variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel kehandalan *(reliability)*, ketanggapan *(responsiveness)*, jaminan *(assurance)*, empati *(empathy)*, dan bukti fisik *(tangibles)* secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah di Bank BTN Kantor Cabang Syariah Balikpapan. Dengan demikian hipotesis H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik dimensi kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi pula kepuasan nasabah.

2. Terdapat 1 variabel dari dimensi kualitas pelayanan, yaitu variabel empati (*empathy*) yang secara parsial tidak signifikan mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Dengan demikian hipotesis H_2 ditolak, dimana dugaan seluruh variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hal ini menunjukkan penilaian nasabah dari 5 atribut variabel ini kurang memberi pengaruh terhadap tingkat kepuasan. Bila melihat pengamatan langsung, penulis melihat dalam pelayanan hanya terdapat 1 orang petugas *teller* dan 1 orang petugas *customer service* yang melayani transaksi nasabah. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa salah satu faktor variabel ini menunjukkan pengaruh yang tidak signnifikan adalah karena kekurangan SDM di unit *front liner* membuat nasabah merasa kurang mendapat perhatian penuh ataupun hal-hal yang berkaitan dengan atribut dari variabel empati.

3. Variabel kualitas pelayanan yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah adalah bukti fisik *(tangibles)*, karena memiliki nilai sig. paling kecil yakni 0,000, disamping itu memiliki nilai t hitung yang paling besar dibanding dengan variabel lainnya yakni sebesar 7,472. Dengan demikian hipotesis H_3 ditolak, dimana dugaan awal bahwa variabel yang paling dominan pengaruhnya adalah variabel jaminan (*Assurance*). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah memberikan perhatian yang lebih besar terhadap variabel ini dalam mengekspresikan kepuasannya. Terutama pada item kebersihan fasilitas fisik baik ruang ATM ataupun toilet, kenyamanan

dalam ruang tunggu, kondisi SDM pada penampilan yang rapi, dan kemudahan memperoleh fasilitas parkir. Dengan begitu nasabah akan tertarik untuk lebih sering melakukan transaksi keuangan di Bank BTN Kantor Cabang Syariah Balikpapan.

Implikasi

Implikasi penelitian ini dapat dirasakan perusahaan. Penelitian ini dapat membantu perusahaan mengetahui tingkat kepuasan nasabah sehingga perusahaan dapat mengevaluasi kualitas pelayanan dengan menerapkan teori-teori yang disajikan dalam penelitian ini sehingga dapat meningkatkan kinerja khususnya dana pihak ketiga (DPK) perusahaan.

Perusahaan akan terus memastikan bahwa seluruh karyawan unit front liner selalu menjaga *attitude* (sikap dan perilaku) sesuai standar layanan, mengasah *skill* serta menambah SDM unit front liner agar dapat memberikan pelayanan sesuai standar *time delivery*. Pelaksanaan kegiatan internal yang terdiri dari *role play, in house training* serta *learning and coaching* berhasil memberi pengaruh dalam menciptakan kualitas pelayanan yang baik berupa kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan bukti fisik dilihat dari hasil penelitian dimana variabel tersebut secara simultan mampunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah. Kemudian perusahaan akan mengevaluasi variabel empati (*empathy*) dari dimensi kualitas pelayanan dengan memperhatikan item pada atribut variabel ini. Serta memastikan variabel lainnya terutama variabel bukti fisik (*tangibles*) yang memiliki pengaruh yang paling dominan agar gedung, *banking hall*, ruang ATM, toilet, dan parkiran selalu dalam keadaan rapih dan nyaman sesuai harapan nasabah. Implikasi lain berupa hasil penelitian baru yang dapat digunakan untuk proses penelitian selanjutnya.

Saran

a. Bagi PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. Kantor Cabang Syariah Balikpapan, agar meningkatkan kualitas pelayanan secara keseluruhan. Berdasarkan hasil penelitian bahwa variabel empati (*empathy*) tidak signifikan mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah sehingga disarankan agar manajemen lebih memberikan perhatian untuk meningkatkan kualitas pelayanan khususnya yang menjadi atribut dari variabel empati (*empathy*). Yang dapat dilakukan berkaitan variabel ini misalnya beberapa tindakan sebagai berikut :

   1. Menambah petugas *teller* dan *customer service* sehingga petugas dapat memberikan perhatian penuh ataupun hal-hal yang berkaitan dengan atribut dari variabel empati.

   2. Mengingat nasabah DPK terdiri dari nasabah ritel dan nasabah prima yang menempatkan dana dengan jumlah yang berbeda, disarankan agar petugas *front liner* tetap memberikan pelayanan yang sama sehingga tidak menimbulkan kesenjangan. Bila ingin memberikan pelayanan yang lebih kepada nasabah tertentu sebaiknya dilakukan scara hati-hati agar tidak

terlihat oleh nasabah lain, misalnya dengan melayani di ruang khusus nasabah prima.

3. Sehubungan dengan variabel empati berkaitan erat dengan kompetensi yang dimiliki SDM, untuk itu apa yang telah diprogramkan BTN Syariah agar dapat dioptimalkan lagi salah satunya pelaksanaan program *role play*. Misalnya dengan mengadakan kompetisi dimana manajemen memberikan *reward* (penghargaan) ataupun *punishment* (hukuman) kepada petugas *front liner* yang dinilai aktif dalam palaksanaan *role play* serta telah melayani sesuai standar layanan ataupun sebaliknya. Tujuan kegiatan ini dapat memotivasi petugas *front liner* agar dapat meningkatkan kepekaan terhadap kebutuhan nasabah untuk peduli, proaktif dan cepat tanggap.

Selain itu melihat bahwa variabel bukti fisik (*tangibles*) adalah variabel yang paling dominan mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah, maka disarankan untuk memberikan perhatian yang cukup besar pada variabel ini. Upaya meningkatkan kualitas pelayanan pada Bank BTN Kantor Cabang Syariah Balikpapan harus mengutamakan peningkatan pada dimensi ini karena setiap peningkatan/penurunan dari atribut yang terdapat pada variabel ini akan sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah.

b. Bagi pihak lain, disarankan untuk mengganti variabel independen karena hanya 37,8% tingkat kepuasan nasabah pada penelitian ini ditentukan oleh variabel kualitas pelayanan. Sedangkan masih ada 62,2% ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak diketahui dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Adi, Prasetyo. 2008. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bmt Kaffah Yogyakarta. *Skripsi.* Yogyakarta: Program Sarjana STAIN Surakarta-SEM Institute Yogyakarta.

Anam, Hairul. 2013. *Pelatihan Jurnal Ilmiah bagi Mahasiswa di Balikpapan*. Makalah disajikan dalam pelatihan jurnal ilmiah mahasiswa se-Balikpapan, APTISI. STIE Madani Balikpapan, 06 April.

Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.* Jakarta: PT. Asdi Mahasatya.

Aritonang,R., dan R. Lerbin. 2007. *Riset Pemasaran: Teori dan Praktik.* Bogor:Ghalia Indonesia.

Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2005. *Analisis Multivariate SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Jasfar, Farida. 2005. *Manajemen Jasa*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Indeks.

----------, dan Kevin Lanne Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran.*Jakarta : PT. Indeks.

Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi.* Jakarta: Erlangga

Lupiyoadi, R., dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Malhotra K. Naresh. 1993. *Marketing Research An Applied Orientation*. New Jersey: Prentice Hall International Inc.

Rangkuti, Freddy. 2002. *Measuring Customer satisfaction: Gaining Customer Relationship Strategy Teknik mengukur dan strategy meningkatkan kepuasan pelanggan) & kasus PLN-JP*. Jakarta: PT. Gramedia.

Sholihin, Ahmad Ilfham. 2010. *Buku Pintar Ekonomi Syariah*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Umum.

Sugiyono, Dr.2003. *Metode Penelitian Bisnis.*Bandung : CV. Alfabeta.

----------, Dr. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatifdan R&D*. Bandung :Alfabeta.

Tjiptono, Fandy., dan Gregorius Chandra. 2005. *Service, Quality, & Satisfaction.*. Yogyakarta: Andi.

----------. *Outlook Perbankan Syariah Tahun 2013.* 2013. Jakarta: Bank Indonesia.