

## ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA BANK MUAMALAT INDONESIA CABANG PEKANBARU

Deny Danar Rahayu, dan Alvi Furwanti Alwie

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Riau  
Kampus Bina Widya Km 12,5 Simpang Baru – Pekanbaru 28293

### ABSTRACT

*This paper examines the multidimensionality of service quality model in Islamic banking industry. It adapts the CARTER measure of the importance of service quality items in one of the leading Islamic bank. The analysis uses method called factor analysis to find out whether all CARTER items loaded positively or not. The findings suggest that CARTER models is multidimensional and provides different implications for both managers and academic researchers. The managers should be aware of religious factors which loaded first and rated the highest important in the scale and improve ways of providing products and service to customers.*

### Latar Balakang

Pertumbuhan ekonomi yang semakin meningkat menuntut *customer* untuk lebih berpikir rasional karena memiliki informasi lebih lengkap tentang pasar serta bagaimana penggunaannya. Dengan demikian, pemimpin organisasi maupun perusahaan harus dapat memahami bagaimana *customer* bereaksi terhadap ransangan kebijakan produk, harga, dan daya tarik iklan yang berbeda – beda serta reaksi terhadap lingkungan yang terdiri dari kekuatan utama yang terjadi di lingkungan makro pembeli. Keseluruhan ransangan tersebut menghasilkan keputusan *customer* dalam menentukan pilihan produk, merek, penyalur dan pembeli.

Sebagai negara dengan perekonomian terbuka, Indonesia tidak luput dari imbas dinamika pasar keuangan global. IMF (*International Monetary Fund*) memperkirakan terjadinya perlambatan pertumbuhan ekonomi dunia dari 3,9% pada tahun 2008 menjadi 2,2% pada tahun 2009. Perlambatan ini tentu saja pada gilirannya akan mempengaruhi kinerja ekspor nasional, yang pada akhirnya berdampak kepada laju pertumbuhan ekonomi nasional.

Eksposure pembiayaan perbankan syariah yang masih diarahkan kepada aktivitas perekonomian domestic, sehingga belum memiliki tingkat integritas yang tinggi dengan system keuangan global dan belum memiliki tingkat sofistikasi transaksi yang lebih tinggi adalah dua factor yang dinilai telah menyelamatkan bank syariah dari dampak langsung guncangan system keuangan global.

Kinerja pertumbuhan pembiayaan bank syariah tetap tinggi sampai posisi February 2009 dengan kinerja pembiayaan yang baik (NPF / *Net Performing Financing* dibawah 5%). Penyaluran pembiayaan oleh perbankan syariah per February 2009 secara konsisten terus mengalami peningkatan dengan pertumbuhan sebesar 33,3% pada February 2008 menjadi 47,3% pada February 2009. Sementara itu, nilai pembiayaan yang disalurkan oleh perbankan syariah mencapai Rp. 40,2 triliun.

Inisiatif pengembangan ekonomi syariah yang diklaim dapat mengakselerasi pertumbuhan ekonomi umat di Indonesia sudah diluncurkan sejak tahun 1992, yang ditandai dengan pendirian dan pengoperasian Bank Muammalat Indonesia. Secara teoritis, perbankan syariah seharusnya dapat membantu mengurangi angka kemiskinan nasional diatas. Hal ini mengingat karakter bank syariah dianggap dapat mengakomodasi kebutuhan masyarakat pelaku ekonomi marjinal, terutama karena sistemnya yang meniadakan bunga pinjaman dan menihilkan syarat agunan (Dhumale dan Sapcanin: 2000). Selain itu, jumlah penduduk muslim yang seharusnya menjadi *captive market* di Indonesia adalah terbesar di dunia. Demikian pula kapabilitas bank syariah dalam menopang perekonomian nasional saat kritis telah teruji, karena orientasinya yang lebih ke sector riil (Febrian: 2008).

Bank Muammalat Indonesia Cabang Pekanbaru beroperasi pada pertengahan tahun 2000 yang merupakan salah satu bank yang berbasis pada system perbankan syariah dengan prinsip berbagi resiko (Risk Sharing) dan prinsip berbagi hasil (Profit and Loss Sharing). Bank Muammalat Indonesia adalah bagaimana dalam melayani nasabah tetap dapat memberikan pilihan kepada nasabah untuk bertransaksi dengan bank lain yang menggunakan prinsip syariah.

Bank Muammalat Indonesia Cabang Pekanbaru mempunyai 3 kelompok penghimpun dana (*Finding*) yaitu; tabungan, deposito, dan giro. Dalam upaya untuk memperoleh dan mempertahankan nasabah, bank muammalat Indonesia Cabang Pekanbaru berupaya memberikan pelayanan yang dapat memuaskan nasabah sehingga menciptakan dampak yang positif dan konsumen akan merasa terpenuhinya keinginan dan akan selalu setia menjadi nasabah. Dalam membeli barang atau jasa, konsumen tidak dapat terlepas dari keinginan dan kebutuhan.

Bertitik tolak dari latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti bagaimana kualitas pelayanan nasabah Bank Muammalat Indonesia Cabang Pekanbaru.

## TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Kualitas Pelayanan Pelanggan

Nasabah pada bank juga bisa disebut sebagai pelanggan dikarenakan nasabah tersebut telah memakai jasa bank untuk suatu keperluan. Pelanggan adalah semua orang yang menuntut perusahaan untuk memenuhi standar kualitas tertentu karena

mamberikan pengaruh pada penampilan (*performance*) perusahaan (Garpersz: 1997).

Pelayanan atau jasa merupakan kegiatan yang dapat diidentifikasi secara tersendiri yang pada hakekatnya bersifat tidak berwujud (*intangible*) yang merupakan pemenuhan kebutuhan dan tidak harus terikat pada penjualan produk atau jasa lain dan menghasilkan jasa mungkin perlu atau mungkin tidak diperlukan penggunaan benda nyata, akan tetapi sekalipun benda itu perlu, namun tidak terdapat pemindahan hak milik atas benda tersebut (Stanton: 1998).

Kepuasan konsumen tergantung bentuk kualitas jasa atau pelayanan yang diberikan dan harapan konsumen terhadap jasa atau pelayanan. Hasil dari kepuasan konsumen diukur dengan 6 dimensi yaitu;

a. Kepatuhan (*Compliance*)

Yaitu kemampuan untuk memenuhi dengan hokum Islam dan beroperasi dibawah prinsip – prinsip perbankan Islam dan ekonomi.

b. Jaminan (*Assurance*)

Yaitu perilaku para karyawan mampu untuk dapat menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan ketrampilan yang dibutuhkan untuk menanggapi setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.

c. Reliabilitas (*Reliable*)

Yaitu berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati .

d. Bukti Fisik (*Tangible*)

Yaitu berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan serta penampilan karyawan.

e. Empati (*Empathy*)

Berarti perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan serta memberikan perhatian personal kepada pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

f. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta mengkonfirmasi kapan saja akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

## 2. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan merupakan dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang – ulang dan untuk membangun kesetiaan konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang dihasilkan oleh badan usaha tersebut membutuhkan waktu yang lama melalui suatu proses pembelian berulang – ulang tersebut (Olson: 1999)

Menurut Maulana (2005), seorang konsumen dikatakan loyal apabila konsumen tersebut memiliki suatu komitmen yang kuat untuk menggunakan atau membeli lagi secara rutin terhadap suatu produk atau jasa.

Untuk meningkatkan loyalitas nasabah, bank harus meningkatkan kepuasan setiap pelanggan dan mempertahankan tingkat kepuasan tersebut dalam jangka panjang. Bank Muammalat Indonesia Cabang Pekanbaru perlu menambahkan nilai apa yang ditawarkan, menambah nilai akan membuat pelanggan dari bank merasa bahwa mereka mendapat lebih dari apa yang mereka bayar atau bahkan yang mereka harapkan, hal ini tidak berarti menurunkan harga atau memberikan produk – produk tambahan.

Dengan meningkatkan nilai yang diterima pelanggan dalam tiap transaksinya dengan perusahaan, perusahaan dapat lebih mungkin meningkatkan tingkat kepuasan, mengarah pada tingkat ketahanan yang tinggi.

### **3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas**

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Muammalat Indonesia Cabang Pekanbaru akan mempengaruhi nilai pelayanan yang diterima nasabah dan akan mempengaruhi loyalitas nasabah dalam memanfaatkan pelayanan yang ditawarkan.

Hesket (1994) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dipandang sebagai nilai pelayanan yang diciptakan bagi pelanggan melalui kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan beserta karyawannya.

Mutu pelayanan bila diterapkan atau menjadi jasa pelayanan maka akan menjadi nilai pelayanan (sebelum dinilai oleh nasabah) dan nilai pelayanan ini yang akan mempengaruhi /tidak terhadap loyalitas. Proses penilaian pelayanan oleh nasabah, jika dihubungkan dengan Multidimensi kualitas pelayanan (*Carter*), akan mempengaruhi loyalitas konsumen /nasabah, sedangkan loyalitas terhadap suatu produk akan memberikan profit /keuntungan dan pertumbuhan /kemajuan bagi perusahaan.

## **METODE PENELITIAN**

### **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada Bank Muammalat Indonesia Cabang Pekanbaru pada bulan February hingga April 2010.

### **Jenis dan Sumber Data**

Adapun jenis serta sumber data dalam penelitian ini terdiri dari;

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh berupa tanggapan responden tentang kualitas pelayanan pelanggan pada Bank Muammalat Indonesia Cabang Pekanbaru

- b. Data sekunder, yaitu data yang dalam bentuk jadi telah dimiliki perusahaan meliputi data transaksi nasabah yang melakukan transaksi berulang pada Bank Muammalat Indonesia Cabang Pekanbaru.

### Teknik Pengumpulan Data

- a. Interview, yaitu dengan melakukan tanya jawab mengenai permasalahan yang diteliti baik dengan pimpinan maupun dengan karyawan yang ditunjuk khususnya tentang tingkat kualitas pelayanan pelanggan Bank Muammalat Indonesia Cabang Pekanbaru.
- b. Kuesioner, dengan mengajukan daftar pertanyaan yang ditujukan kepada nasabah Bank Muammalat Indonesia Cabang Pekanbaru.

### Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari objek penelitian yang akan diteliti, yaitu para nasabah Bank Muammalat Indonesia Cabang Pekanbaru

#### b. Sampel

Sample adalah bagian dari populasi yang diambil untuk mewakili populasi secara keseluruhan untuk dijadikan responden dalam suatu penelitian. Karena jumlah populasi cukup banyak maka yang dijadikan sample diambil secara acak dengan metode *purposive random sampling*. Dengan menggunakan rumus Solvin (Umar: 2004)

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

Dimana;

n = Besarnya sample

N = Populasi (100 orang nasabah)

d<sup>2</sup> = Tingkat Kesesuaian (10%)

$$n = \frac{100}{1 + 100 (0,1)^2} \\ = 100 \text{ orang}$$

### Analisis Data

Untuk melihat pengaruh *variable independent* terhadap *variable dependent* maka pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda (*multiple regression analysis*). Analisa regresi linear berganda berdasarkan penelitian sample dinyatakan dengan persamaan linear (Djarwanto: 2001) yaitu,

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e$$

Dimana;

Y = Loyalitas nasabah

- a = Konstanta
- b = Koefisien regresi atau parameter
- X1 = Kepatuhan (*Compliance*)
- X2 = Jaminan (*Assurance*)
- X3 = Reliabilitas (*Reliable*)
- X4 = Bukti fisik (*Tangible*)
- X5 = Empati (*Empathy*)
- X6 = Daya tanggap (*Responsiveness*)
- e = Variabel *error*

Untuk menguji besarnya kontribusi variasi X1, X2, X3, X4, X5, X6 terhadap variasi Y digunakan uji koefisien determinansi berganda ( $R^2$ ). Nilai  $R^2$  ini mempunyai range antara 0 sampai 1 ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Semakin besar nilai  $R^2$  (mendekati satu) semakin baik hasil regresi tersebut dan semakin mendekati nol maka variable secara keseluruhan tidak bisa menjelaskan variabel terikat.

Dalam penelitian ini uji F dan uji t dengan  $\alpha = 0,05$ . Uji F dimaksudkan untuk menguji secara keseluruhan variable bebas yaitu pelayanan purna jual dengan variable terikat loyalitas konsumen. Dengan tingkat signifikansi sebesar  $\alpha = 0,05$  jika  $F \text{ hitung} \geq F \text{ table}$  maka variable bebas dapat menjelaskan variable terikatnya, dalam arti kata ada pengaruh antara variable bebas dengan variable terikat tersebut. Uji t digunakan untuk menguji secara parsial atau per tiap variable bebas dengan variable terikatnya. Dengan menggunakan signifikansi sebesar  $\alpha = 0,05$  maka dibandingkan t hitung dengan t table, jika  $t \text{ hitung} \geq t \text{ table}$  maka variable bebas dapat menjelaskan variable terikatnya, dengan arti kata ada pengaruh antara variable bebas dengan variable terikatnya tersebut (Supranto:2001).

Karena semua jawaban yang diberikan responden bersifat kualitatif maka untuk keperluan penelitian ini jawaban yang berukuran ordinal tersebut diberi skala sehingga menjadi data – data yang berukuran interval. Untuk taraf signifikansi digunakan sebesar 95% dengan tingkat kesalahan sebesar 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Sedangkan untuk memudahkan dalam mengelola data dan menganalisis data dalam penelitian ini digunakan program SPSS versi 17,0

### Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner secara langsung pada 100 responden yang merupakan nasabah Bank Muammalat Indonesia Cabang Pekanbaru yang melakukan transaksi 2 – 3 kali berturut – turut selama 3 bulan terakhir.

Dalam penelitian ini diperlukan suatu perhitungan matematis yang akan membuktikan pengaruh positif atau negative antara dimensi kualitas yang terdiri dari Kepatuhan (X1), Jaminan (X2), Keandalan (X3), Bukti Fisik (X4), Empathy (X5) dan Daya Tanggap (X6) terhadap kepuasan pelanggan, juga untuk mengetahui variable yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Tanggapan responden terhadap variable Kepatuhan (*Compliance*) pada Perbankan Syariah adalah **Setuju** bila Bank Muammalat Indonesia Cabang Pekanbaru telah memiliki dan menjelaskan seluruh indicator pada variable ini.

Tanggapan responden terhadap variable Jaminan (*Assurance*) adalah **Setuju** bila Bank Muammalat Indonesia Cabang Pekanbaru telah memiliki dan menjalankan seluruh indicator pada variable ini.

Tanggapan responden terhadap variable Keandalan (*Reliability*) adalah **Setuju** bila Bank Muammalat Indonesia Cabang Pekanbaru telah memiliki, memenuhi dan menjalankan seluruh indicator pada variable ini.

Tanggapan responden terhadap variable Bukti Fisik (*Tangibles*) pada Perbankan Syariah adalah **Setuju** bila Bank Muammalat Indonesia Cabang Pekanbaru telah memiliki dan menjelaskan seluruh indicator pada variable ini.

Tanggapan responden terhadap variable Empati (*Empathy*) adalah **Setuju** bila Bank Muammalat Indonesia Cabang Pekanbaru telah memiliki dan menjalankan seluruh indicator pada variable ini.

Tanggapan responden terhadap variable Daya Tanggap (*Responsiveness*) adalah **Setuju** bila Bank Muammalat Indonesia Cabang Pekanbaru telah memiliki, memenuhi dan menjalankan seluruh indicator pada variable ini.

Besarnya koefisien regresi dari variable Kepatuhan = 0,124; Daya Tanggap = 0,152; Keandalan = 0,027; Jaminan = 0,374; Bukti Fisik = 0,211 dan Empati = 0,041 dengan konstanta 0,669 sehingga;

$$Y = 0,699 + 0,124X_1 + 0,152X_2 + 0,027X_3 + 0,374X_4 + 0,211X_5 + 0,041X_6 + e$$

Pada table ANOVA perhitungan regresi diperoleh nilai Fhitung = 24,704 dengan tingkat signifikan  $0,000 \leq$  nilai ( $\alpha$ ) 5%. Hal ini menunjukkan nilai Fhitung > Ftabel (24,704 > 2,197) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari kepatuhan, daya tanggap, keandalan, jaminan, bukti fisik, dan empati secara bersama – sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muammalat Indonesia Cabang Pekanbaru.

Hasil uji parsial atas 6 variabel bebas adalah;

1. variable Kepatuhan  
nilai t hitung = 2,015 > nilai t table = 1,984 berarti pada level of significance sebesar 95%  $H_0$  ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa factor Kepatuhan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muammalat Indonesia Cabang Pekanbaru dengan signifikansi 0,047
2. variable Daya Tanggap  
nilai t hitung = 2,104 > nilai t table = 1,984 berarti pada level of significance sebesar 95%  $H_0$  ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa factor Daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muammalat Indonesia Cabang Pekanbaru dengan signifikansi 0,038
3. variable Keandalan

nilai t hitung = 0,346 < nilai t table = 1,984 berarti pada level of significance sebesar 95%  $H_0$  ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa factor Keandalan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muammalat Indonesia Cabang Pekanbaru dengan signifikansi 0,730

4. variable Jaminan

nilai t hitung = 4,500 > nilai t table = 1,984 berarti pada level of significance sebesar 95%  $H_0$  ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa factor Jaminan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muammalat Indonesia Cabang Pekanbaru dengan signifikansi 0,000

5. variable Bukti Fisik

nilai t hitung = 2,956 > nilai t table = 1,984 berarti pada level of significance sebesar 95%  $H_0$  ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa factor Bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muammalat Indonesia Cabang Pekanbaru dengan signifikansi 0,004

6. variable Empati

nilai t hitung = 0,507 < nilai t table = 1,984 berarti pada level of significance sebesar 95%  $H_0$  ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa factor Empati tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muammalat Indonesia Cabang Pekanbaru dengan signifikansi 0,613

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

- a. Berdasarkan hasil penelitian regresi linear berganda diketahui semua variable bebas (kualitas pelayanan) berpengaruh positif terhadap variable terikat (loyalitas nasabah) dengan nilai  $R^2$  sebesar 0,614 hal ini menunjukkan bahwa 61,4%. Loyalitas nasabah Bank Muammalat Indonesia Cabang Pekanbaru dipengaruhi oleh keenam variable kualitas pelayanan secara serentak, sedangkan sisanya sebesar 38,6% dipengaruhi oleh variable lain yang belum diteliti.
- b. Terdapat pengaruh yang sangat kuat dan signifikan antara variable – variable kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Muammalat Indonesia Cabang Pekanbaru dimana dari hasil uji F diperoleh F hitung (24,704) > F table (2,197) dengan tingkat signifikan  $0,000 \leq$  nilai ( $\alpha$ ) 5% maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- c. Hasil analisis secara parsial dari keenam variable kualitas pelayanan yang terdiri dari kepatuhan, daya tanggap, keandalan, jaminan, bukti fisik, dan empati terhadap loyalitas nasabah pada Bank Muammalat Indonesia Cabang Pekanbaru, diketahui bahwa hipotesis variable keandalan dan empati ditolak dan hipotesis 4 variabel lainnya (Kepatuhan, Daya Tanggap, Jaminan dan Bukti Fisik) diterima, sedangkan variable yang paling berpengaruh adalah variable Jaminan yang dapat dilihat dari nilai koefisien regresi sebesar 0,374 dengan nilai t hitung terbesar yaitu 4,500 dan taraf signifikansi terkecil yakni 0,000

**Saran**

- a. Bank Muammalat Indonesia Cabang Pekanbaru hendaknya melakukan survey secara berkala terhadap nasabah sehubungan dengan kualitas pelayanan yang prima serta melakukan perubahan yang signifikan sesuai dengan kebutuhan konsumen yang semakin beragam.
- b. Untuk mempertahankan loyalitas pelanggan maka factor jaminan sebagai variable yang paling berpengaruh dominan selalu dipertahankan dan ditingkatkan tanpa mengabaikan kualitas pelayanan lainnya.
- c. Factor keandalan dan factor empati sebagai variable yang tidak mempunyai pengaruh signifikan sebaiknya ditingkatkan agar loyalitas nasabah Bank Muammalat Indonesia Cabang Pekanbaru mengalami peningkatan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Bramson, Robert. 2005. *Custoemer Loyalty: 50 Strategi Ampuh Membangun dan Mempertahankan Loyalitas Pelanggan*. Jakarta : Prestasi Pustaka
- Haggai, Thomas. 2007. *Winning Customer Loyalty*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium I*. Jakarta : Prenhallindo
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium II*. Jakarta : Prenhallindo
- Kotler, Philip. 2004. *Marketing Insight From A To Z: 80 Konsep yang Harus Dipahami Oleh Seorang Manajer*. Jakarta : Erlangga
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2003. *Prinsip – Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta : Andi Offset
- Trump, Donald. 2007. *Trump University Marketing 101*. Jakarta : Buana Ilmu Komputer