

HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH NIAGA MADANI DI MAKASSAR

Dirwan Dirga Saputra *)

Abstract : *The research aim to analyzed the correlation of service quality based on interaction, physical environment and result qualities toward the satisfaction with customer on Syariah Niaga Madani Bank at Makassar and to analyzed between the service quality have strong correlation toward the satisfaction with customer on Syariah Niaga Madani Bank at Makassar. The result of research applied on Syariah Niaga Madani Bank at Makassar, with population of customer as amount 2.264 per December 2010. Sample used of Stratified Proporsional Random Sampling based on Solvin formulation obtained 96 respondents. The method analysis used of Chi-Square, Coefficient Contingence (C) dan Coefficient Contingence Maximal (C_{maks}) to see of significant correlation, strong correlation for each variables.*

The result of research showed that there are correlation of service quality consist of interaction, physical environment and result qualities toward satisfaction, suitable with application of attitude, behavior and expert for interaction in give of satisfaction. Ambient condition, design and social for physical environment toward satisfaction, and result quality such as the time of wait, physical evidence and valence on Syariah Niaga Madani Bank at Makassar. Between service quality it the result of quality have strong correlation toward satisfaction with customer on Syariah Niaga Madani Bank at Makassar, which indication that the satisfaction with customer appointment of the result quality which give from the staff on Syariah Niaga Madani Bank at Makassar.

Keyword : *Satisfaction, Interaction, Physical Environment and Result of Service Quality*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Persaingan yang terjadi pada sektor perbankan mengalami suatu perubahan yang mengarah kepada upaya mempertahankan kualitas pelayanan dalam memenuhi kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan merupakan kunci dari suatu keberhasilan perbankan dalam menghadapi dinamika aktivitas kegiatan transaksi, tabungan dan penyaluran kredit untuk dapat menghidupkan dinamika organisasi perbankan.

Kegiatan pelayanan yang utama adalah menumbuhkan adanya interaksi berupa umpan balik (*feedback*) antara nasabah dan pihak perbankan, karenanya dibutuhkan adanya tuntutan kualitas pelayanan berupa peningkatan kualitas pelayanan interaksi, kualitas pelayanan lingkungan fisik dan kualitas pelayanan hasil.

Perilaku yang ditunjukkan masih kurang sopan, tidak cepat tanggap membantu nasabah dan tidak memahami kebutuhan nasabah. Sedangkan keahlian yang ditunjukkan terlihat masih kurang memahami tugas, belum sesuai dengan bidang kerjanya, tidak mampu menjawab pertanyaan nasabah dan memiliki pengetahuan yang rendah, sehingga memberikan pengaruh terhadap peningkatan kepuasan nasabah.

Selanjutnya kualitas lingkungan fisik ditentukan oleh kenyamanan dan keamanan. Kenyamanan dalam hal ini kebersihan ruang tunggu nasabah yang datang, kurang nyaman dalam bertransaksi, ruang tunggu yang sempit. Sedangkan keamanan terlihat ketersediaan *security* serta daftar antrian nasabah yang tidak sesuai prosedur.

Kualitas pelayanan berikutnya adalah kualitas hasil yang ditentukan oleh kecepatan proses pelayanan, jaminan dan pemecahan masalah. Kecepatan dalam

pelayanan terlihat karyawan masih kurang tanggap dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat waktu. Sementara jaminan atas pelayanan masih rendah dan belum mampu menemukan solusi terbaik dalam pemecahan masalah.

Berdasarkan fenomena kualitas pelayanan yang diterapkan pada Bank Syariah Niaga Madani di Makassar mempunyai hubungan dengan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah ditentukan dari sikap dan perilaku pegawai, kemampuan yang dimiliki, kondisi keamanan dan kenyamanan, proses pelayanan dan jaminan yang diberikan.

Penjelasan di atas menjadikan peneliti tertarik untuk meneliti dan memilih judul: Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Niaga Madani di Makassar.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berdasarkan kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik dan kualitas hasil memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan nasabah Bank Syariah Niaga Madani di Makassar?
2. Manakah diantara kualitas pelayanan tersebut yang memiliki keeratan hubungan dengan kepuasan nasabah Bank Syariah Niaga Madani di Makassar?

TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Pemasaran Jasa

Pemasaran jasa merupakan kegiatan pemasaran produk dan jasa menggunakan strategi pemasaran sesuai dengan tingkat apresiasi nasabah dalam memahami konsep pemasaran. Teguh (2003:28) menyatakan bahwa konsep pemasaran jasa adalah mencocokkan kemampuan perusahaan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen untuk mencapai

hubungan mutualisme yang saling menguntungkan.

Sebagai satu proses sosial, Kotler (2003:8) mendefinisikan pengertian pemasaran jasa yaitu suatu proses sosial dan manajerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang dibutuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai dari pihak lain.

Pengertian pemasaran jasa dari aspek manajemen menurut American Marketing Association (2003:8) adalah suatu proses perencanaan dan pelaksanaan mengenai konsep 4C dan 4P. Konsep 4C terdiri atas kebutuhan konsumen (*consumer need*), biaya konsumen (*cost to consumer*), komunikasi (*communication*), dan hubungan (*connection*). Sedangkan konsep 4P yaitu sarana fisik (*physical evidence*), karyawan (*people*), proses (*process*) dan kinerja (*performance*), yang ditunjukkan untuk menciptakan pertukaran dengan sasaran untuk memberikan kepuasan kepada individu atau organisasi sesuai dengan besarnya jumlah yang berminat atau berkeinginan.

B. Konsep Pelayanan

Konsep pelayanan pertama kali diperkenalkan Starmant (2004:52) yang menyatakan perusahaan yang berhasil dalam bidang pelayanan sebagai wujud bahwa perusahaan tersebut mampu memberikan pelayanan terbaik secara variatif.

Variatif yang dimaksud dalam hal ini yaitu memberikan pelayanan tidak hanya semata hanya satu jenis pelayanan, tetapi memberikan pelayanan lebih dari satu yang tujuannya menunjukkan kualitas pelayanan. Lemond (1998:41) memperkenalkan konsep kualitas pelayanan. Konsep ini mencerminkan adanya suatu tuntutan perubahan kualitas yang mengarah

kepada terpenuhinya kepuasan nasabah.

Kaithe (2004:36) menyatakan bahwa pelayanan adalah perubahan berbagai bentuk kuantitas, kualitas, efisiensi dan efektivitas pelayanan yang bertujuan memenuhi apresiasi nilai pelayanan yang diberikan dan kepuasan nasabah. Banyak perusahaan di negara maju yang bersaing secara kompetitif melakukan kualitas pelayanannya untuk memenangkan dan berhasil mencapai *performance* yang gemilang.

Zeithaml dan Bitner (1996 dalam Yasid, 2001; 4) mengatakan bahwa pelayanan adalah mencakup semua aktivitas ekonomi yang outputnya bukanlah produk atau konstruk fisik. yang secara umum konsumsi dan produksinya dilakukan pada waktu yang sama (*simultan*), dan nilai tambah yang diberikannya dalam bentuk yang secara prinsip *intangibile* (kenyamanan, hiburan, kecepatan dan kesehatan) bagi pembeli pertamanya.

Pelayanan merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata dari satu pihak kepada pihak lain. Pada umumnya pelayanan di produksi dan dikonsumsi secara bersamaan, dimana interaksi pemberi pelayanan dan panorama pelayanan mempengaruhi hasil pelayanan tersebut.

C. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas (*quality*) merupakan konstruk yang penting dalam dunia bisnis, termasuk di dalam bisnis pelayanan. Banyak definisi yang dapat digunakan untuk menjelaskan pengertian kualitas dan berbagi konteks. Di dalam penelitian manajemen, kualitas harus dikonseptualisasikan dengan suatu definisi operasional sehingga dapat diukur dengan suatu instrumen yang diciptakan untuk keperluan tersebut.

Goetsch dan Davis (dalam Yamit, 2002; 9) mengemukakan bahwa

kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk pelayanan, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sedangkan Parasuraman, *et al*, (1990) mengemukakan bahwa kualitas merupakan ukuran penilaian menyeluruh atas tingkat suatu pelayanan yang baik. Selain itu Joseph M. Juran (dalam Tjiptono, 2002; 8) mendefinisikan kualitas sebagai kecocokan dengan selera (*fitness for use*). Dari beberapa definisi tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas menekankan orientasi pada pemenuhan harapan nasabah.

D. Unsur-unsur Kualitas Pelayanan

Model kualitas layanan adalah suatu model yang menekankan pada pentingnya kualitas pelayanan diterapkan dalam rangka memberikan atau memenuhi kepuasan nasabah. Setiap nasabah senantiasa menilai pentingnya kualitas layanan yang diterima. Suatu kualitas layanan tidak hanya dilihat dari bentuk material atau non material tapi jauh daripada itu bahwa suatu konsep kualitas adalah terpenuhinya secara menyeluruh baik intrinsik maupun ekstrinsik.

Model kualitas layanan yang dikenalkan oleh Brady dan Cronin menyebutkan adanya tiga unsur model pelayanan. Ini juga dikemukakan oleh Gordon (2004:18) menyatakan bahwa kualitas layanan adalah suatu model pelayanan yang diterima nasabah berdasarkan adanya hubungan interaksi, terciptanya lingkungan fisik dan berorientasi tujuan. Dasar pemikiran ini berkembang menjadi suatu model yang disebut :

- 1) Model Kualitas Interaksi yaitu suatu model yang diperkenalkan dalam memberikan suatu pelayanan yang berkualitas yang dapat menggugah sikap, perilaku dan kemampuan (keahlian) dalam

memberikan bentuk pelayanan yang memuaskan.

- 2) Model Kualitas Lingkungan Fisik yaitu suatu model pemberian pelayanan sesuai dengan kondisi Kenyataan fisik berdasarkan kondisi yang stabil (*ambient condition*) sesuai desain fisik (*physical design*) dan adanya kondisi lingkungan sosial (*environment social*).
- 3) Model Kualitas Hasil yaitu suatu model pemberian pelayanan yang diterima berdasarkan hasil yang tepat berdasarkan durasi waktu, kenampakan fisik yang nyata dan valance (memberi kesan).

Ketiga model ini merupakan suatu model yang dapat diterapkan dalam berbagai bentuk kegiatan layanan baik layanan produk maupun layanan jasa. Efek yang ditimbulkan dari model kualitas ini adalah menumbuhkan adanya tingkat interaksi dengan nasabah, perbaikan kondisi lingkungan fisik yang mendukung dan orientasi tujuan hasil menjadi target penting dalam mengembangkan dan menetapkan suatu kegiatan layanan.

E. Pengertian Kepuasan Nasabah

Kata kepuasan (*satisfaction*) memiliki arti penting dalam konsep pemasaran, dan biasanya dikaitkan dengan suatu semboyan "memuaskan kebutuhan dan keinginan nasabah". Istilah "kepuasan nasabah" sudah demikian populernya sehingga sangat mudah di dapatkan di dalam literatur pemasaran dan literatur lainnya dan memiliki pengertian yang sangat mendalam sehingga menjadi tujuan atau sasaran yang ingin dicapai oleh organisasi bisnis seperti sekarang ini. Istilah *satisfaction* dalam bahasa Inggris muncul abad ketiga belas yang diperkirakan berasal dari bahasa Latin "*satis*" yang cukup dan "*facere*" yang artinya melakukan, Parker dan Mathews, 2001:38)

Penggunaan istilah "*satisfaction*" dalam era modern saat ini cenderung meluas dan berkaitan dengan kata-kata "*satisfactory*" (kesesuaian), dan "*satisfy*" (membuat menjadi menyenangkan). Akan tetapi istilah "kepuasan nasabah" di mana-jemen pemasaran sendiri memiliki pengertian yang sangat spesifik.

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Makassar tepatnya pada Bank Syariah Niaga Madani dengan waktu penelitian berlangsung selama 3 (tiga) bulan, mulai bulan Maret sampai dengan Mei 2011.

B. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi yaitu melakukan pengamatan langsung yang berhubungan dengan materi penulisan.
2. Wawancara yaitu pengumpulan data dengan bentuk tanya jawab secara lisan terhadap responden dengan menggunakan pedoman wawancara yang telah disiapkan yang berkaitan dengan penelitian, sehingga dapat diperoleh data atau informasi yang berkaitan dengan objek peneliti.
3. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan mengajukan sejumlah pertanyaan secara tertulis yang diberikan kepada responden dengan maksud untuk memperoleh data yang akurat dan valid.
4. Dokumentasi yaitu pengumpulan data yang dilakukan berdasarkan catatan-catatan, dokumen, dan laporan-laporan tertulis lainnya yang berkaitan dengan penulisan ini.

C. Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini terdiri dari data kualitatif dan data

kuantitatif. Jenis data kualitatif diperlukan untuk menjelaskan berbagai hal secara naratif tentang data-data yang disajikan. Sedangkan jenis data kuantitatif untuk menghitung hasil olah data statistik sesuai dengan interpretasinya.

Sumber data dalam penelitian ini adalah: data primer yaitu data yang diperoleh melalui hasil penelitian langsung terhadap obyek yang diteliti. Data tersebut diperoleh melalui metode observasi dan hasil kuesioner dari responden.

Data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui penelusuran terhadap sumber informasi berupa dokumen-dokumen, catatan-catatan, dan tulisan-tulisan yang dianggap relevan dengan permasalahan yang dianalisis.

D. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan jumlah keseluruhan yang akan menjadi objek penelitian yaitu seluruh nasabah PT. BPR Syariah Niaga Madani di Makassar yang berjumlah 2.264 orang per Desember 2010. Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Melihat jumlah populasi penelitian yang besar, penarikan sampel menggunakan teknik *Stratified Proporsional Random Sampling* dengan penentuan sampel berdasarkan rumus Slovin (Umar, 1999) sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N= Besar Populasi

e = Tingkat Kepercayaan (10% = 0.10)

Jadi besar sampel:

$$n = \frac{2.264}{1 + (2.264)(0.10)^2}$$

$$n = \frac{2.264}{1 + (2.264)(0.01)}$$

$$n = \frac{2.264}{1 + 22.64}$$

$$n = \frac{2.264}{23.64}$$

$$n = 95.76$$

$$n = 96$$

Total sampel penelitian adalah 96 responden.

E. Metode Analisis

Untuk memecahkan masalah pokok dan untuk membuktikan hipotesis yang diajukan dapat digunakan metode analisis sebagai berikut :

1. Deskriptif kualitatif untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah Bank Syariah Niaga Madani di Makassar.
2. Analisis Chi-Square, Coefficient Contingence (C) dan Coefficient Contingence Maksimal (C_{maks}) untuk melihat hubungan signifikan, keeratan hubungan dan kuat lemahnya hubungan dari masing-masing variabel yang diteliti, dengan formula sebagai berikut:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

Dimana :

O_{ij} : Pengamatan atau baris i ke j

E_{ij} : Nilai Ekspektasi (harapan)

m : Banyaknya baris

n : Banyaknya kolom

i dan j : Jumlah pengamatan

Mengukur keeratan hubungan diantara variabel tersebut dapat dilakukan dengan menghitung koefisien kontingensi C. Formulasi koefisien kontingensi (Sudjana, 1997) adalah sebagai berikut:

$$C = \sqrt{\frac{\chi^2}{(n + \chi^2)}}$$

Dimana :

C = Koefisien kontigensi

χ^2 = Nilai hasil hitung Chi-Square

n = Jumlah sampel

Kemudian untuk menentukan IKH (Indeks Kekuatan Hubungan), maka dilakukan perhitungan C_{max} dengan rumus:

$$C_{max} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

Dimana :

C_{max} = Koefisien Kontingensi Maksimal

m = Nilai minimum banyaknya baris (b) dan banyaknya kolom (k)

Indeks Kekuatan Hubungan (IKH) ditandai dengan rasio C/C_{max} dan untuk memberikan nilai IKH, dengan ketentuan nilai hitung berada diantara 0 – 1, dimana C mendekati 0 (nol), berarti hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat lemah, sebaliknya bila C mendekati 1 (satu) berarti hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat kuat. Apabila hasil yang diperoleh mendekati 1 (berarti H_1 diterima dan H_0 ditolak).

HASIL PENELITIAN

1. Karakteristik Responden

Deskripsi responden adalah penjelasan dari hasil penelitian yang diperlukan sebagai informasi untuk mengetahui karakteristik nasabah PT. Bank Syariah Niaga Madani di Makassar yang menjadi responden dalam penelitian ini. Responden merupakan subyek penelitian yang memberikan interpretasi terhadap karakteristik responden untuk menganalisis hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan

nasabah Bank Syariah Niaga Madani di Makassar.

Responden dalam penelitian ini sebanyak 96 responden nasabah yang memberikan informasi mengenai identitas diri responden mulai dari jenis kelamin, umur, pekerjaan dan kategori tabungan yang dimiliki. Lebih jelasnya akan diuraikan sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin

Jenis kelamin dari para responden nasabah memiliki hubungan dengan tingkat kepuasan. Hubungan itu terlihat dari tingkat loyalitasnya menjadi nasabah Bank Syariah Niaga Madani. Untuk lebih jelasnya jenis kelamin dari para responden nasabah yang menjadi responden penelitian disajikan dalam Tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1
Frekuensi dan Persentase Responden menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Laki-laki	64	66.7
Perempuan	32	33.3
Total	96	100

Sumber: Data setelah diolah, 2011

Tabel 1 di atas memperlihatkan ada sebanyak 64 responden (66.7%) dengan jenis kelamin laki-laki dan 32 responden (33.3%) dengan jenis kelamin perempuan. Struktur responden nasabah Bank Syariah Niaga Madani didominasi oleh kaum laki-laki. Berarti mayoritas laki-laki memiliki simpanan di bank, mengingat kebanyakan laki-laki adalah karyawan swasta, dosen dan pegawai yang secara terencana menabung di Bank Syariah Niaga Madani di Makassar.

b. Umur

Umur merupakan salah satu identitas yang dapat menjadi petun-

duk untuk mengetahui kemampuan fisik dan kemampuan daya pikir seseorang. Semakin tua seseorang semakin banyak pengetahuan dan pengalaman yang diperoleh. Oleh karena itu umur dapat menjadi salah satu patokan untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah atas pelayanan yang berkualitas dari pihak perbankan. Berikut frekuensi umur responden nasabah yang diintervalkan mulai dari usia termuda sampai tertua, dapat dilihat pada Tabel 2 di bawah ini:

Tabel 2
Frekuensi dan Persentase Responden Menurut Umur

Umur (Tahun)	Jumlah Responden	Persentase (%)
21-25	2	2.1
26-30	11	11.5
31-35	12	12.5
36-40	21	27.1
> 40	45	46.9
Total	96	100

Sumber: Data setelah diolah, 2011

Tabel 2 di atas memperlihatkan bahwa dari 96 responden kebanyakan berusia > 40 tahun yaitu sebanyak 45 orang (46.9%). Sedangkan yang berusia dengan interval umur 36-40 tahun ada sebanyak 21 responden (27.1%), 12 responden (12.5%) dengan interval 31-35 tahun, 11 responden (11.5%) dengan interval umur 26 - 30 tahun dan 21-25 tahun ada 2 responden atau 2.1%, yang menunjukkan kedewasaan dan kematangan dalam menilai kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Bank Syariah Niaga Madani di Makassar.

c. Pendidikan

Pendidikan adalah jenjang pendidikan formal yang dinyatakan dengan bukti fisik memiliki ijazah sesuai dengan latar belakang dan

disiplin ilmu pendidikan yang dipunyai, diakui oleh pemerintah secara legal. Lebih jelasnya pendidikan yang dimiliki oleh nasabah Bank Syariah Niaga Madani dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3
Frekuensi dan Persentase Responden Menurut Pendidikan

Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase (%)
S3	1	1.0
S2	3	3.1
S1	37	38.5
D3	7	7.3
SLTA	46	47.9
SLTP	2	2.1
Total	96	100

Sumber: Data setelah diolah, 2011

Tabel 3 di atas menunjukkan bahwa dari 96 nasabah yang menjadi responden dalam penelitian ini berpendidikan SLTA yaitu sebanyak 46 orang (47.9%) yang paling banyak. Responden dengan pendidikan S1 ada 37 orang (38.5%), pendidikan D3 ada 7 orang (7.3%), S2 ada 3 orang (3.1%), SLTP ada 2 orang atau 2.1 dan pendidikan S3 ada 1 orang atau 1.0%.

d. Pekerjaan

Pekerjaan adalah bentuk mata pencaharian yang ditekuni oleh responden nasabah. Secara keseluruhan pekerjaan responden nasabah bermacam-macam, maka dikategorikan menjadi responden dengan pekerjaan sebagai PNS, swasta, wiraswata, TNI/Polri dan ibu rumah tangga (IRT). Lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 4 dibawah ini:

Tabel 4
Frekuensi dan Persentase Responden Menurut Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Dosen	3	3.1
PNS	10	10.4
Swasta	83	86.5
Total	96	100

Sumber: Data setelah diolah, 2011

Tabel 4 di atas menunjukkan bahwa dari 96 nasabah yang menjadi responden dalam penelitian ini rata-rata memiliki pekerjaan di swasta (pegawai swasta atau bekerja pada sektor swasta) yaitu sebanyak 83 orang atau 86.5%. Sementara ada 10 orang atau 10.4% adalah PNS dan 3 orang atau 3.1% adalah Dosen.

2. Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi variabel penelitian adalah penjelasan mengenai hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah pada Bank Syariah Niaga Madani di Makassar. Nilai variabel didasarkan pada tanggapan nasabah sebagai responden yang memberikan informasi sesuai pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner. Lebih jelasnya akan diuraikan sebagai berikut:

a. Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah evaluasi terhadap berbagai bentuk pelayanan yang diterima, yang memberikan timbulnya tanggapan atas penerapan kualitas pelayanan yang diterima. Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas pelayanan yang memuaskan harapan, keinginan, kebutuhan nasabah, nyata secara fisik dan sesuai dengan jaminan yang diberikan. Tanggapan responden mengenai kepuasan nasabah ditunjukkan pada Tabel 5 dibawah ini:

Tabel 5
Frekuensi dan Persentase Responden Menurut Kepuasan Nasabah

Kategori	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Sangat Puas	25	26.0
Puas	64	66.7
Kurang Puas	6	6.3
Tidak Puas	1	1.0
Sangat Tidak Puas	0	0.0
Total	96	100

Sumber: Data setelah diolah, 2011

Tabel 5 menunjukkan bahwa tingkat kepuasan nasabah kebanyakan memberikan tanggapan puas yang dinyatakan sebanyak 64 orang atau 66.7%. Sementara sebanyak 25 orang atau 26.0% menyatakan sangat puas, 6 orang atau 6.3% menyatakan kurang puas dan 1 orang atau 1.0% menyatakan tidak puas.

b. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah suatu penerapan kualitas layanan yang dinilai oleh nasabah atas bentuk-bentuk aktualisasi nyata yang dirasakan dalam menilai kualitas pelayanan yang diterima.

1) Kualitas Interaksi

Kualitas interaksi adalah suatu layanan yang diterima oleh nasabah sesuai interaksi yang ditunjukkan oleh pihak bank kepada nasabah berupa sikap, perilaku dan keahlian yang dimiliki oleh karyawan Bank Syariah Niaga Madani dalam memberikan kualitas pelayanan kepada nasabahnya. Sikap dalam hal ini adalah suatu aktualisasi diri yang ditunjukkan oleh pihak bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabah sesuai dengan kepribadian dan karakter yang ditunjukkan.

Berikut tanggapan responden mengenai kualitas interaksi pada Tabel 6 dibawah ini:

Tabel 6
Frekuensi dan Persentase Responden
Menurut Kualitas Interaksi

Kategori	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Sangat Puas	32	66.7
Puas	64	33.3
Kurang Puas	0	0.0
Tidak Puas	0	0.0
Sangat Tidak Puas	0	0.0
Total	96	100

Sumber: Data setelah diolah, 2011

Tabel 6 menunjukkan bahwa kualitas interaksi atas kualitas pelayanan dari pihak PT. Bank Syariah Niaga Madani di Makassar kebanyakan nasabah memberikan tanggapan puas yaitu sebanyak 64 orang atau 33.3% dan 32 responden atau 66.7% menyatakan sangat puas.

2) Kualitas Lingkungan Fisik

Kualitas lingkungan fisik adalah suatu kondisi lingkungan yang tercipta dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, sesuai dengan suasana dan nuansa kerja yang diterima dari kegiatan pelayanan berupa *ambient condition*, desain dan faktor sosial dari lingkungan fisik Bank Syariah Niaga Madani.

Berikut tanggapan responden mengenai kualitas lingkungan fisik pada Tabel 7 dibawah ini:

Tabel 7
Frekuensi dan Persentase Responden
Menurut Kualitas Lingkungan Fisik

Kategori	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Sangat Puas	26	27.1
Puas	70	72.9
Kurang Puas	0	0.0
Tidak Puas	0	0.0
Sangat Tidak Puas	0	0.0
Total	96	100

Sumber: Data setelah diolah, 2011

Tabel 7 menunjukkan bahwa kualitas lingkungan fisik atas kualitas pelayanan dari pihak PT. Bank Syariah Niaga Madani di Makassar kebanyakan nasabah memberikan tanggapan puas yaitu sebanyak 70 orang atau 72.9% dan 26 orang atau 27.1% sangat puas. Berarti pelayanan kualitas lingkungan fisik yang diterima nasabah sudah sesuai dengan harapan pelanggan.

3) Kualitas Hasil

Kualitas hasil adalah akumulasi dari kegiatan pelayanan yang optimal secara efisien dan efektif dalam memberikan pelayanan kepada nasabah berupa waktu tunggu/antrian yang tidak lama, faktor fisik dari Bank Syariah Niaga Madani dan valensi atau kesan yang diberikan oleh pihak bank kepada nasabah.

Berikut tanggapan responden mengenai kualitas hasil pada Tabel 8 dibawah ini:

Tabel 8
Frekuensi dan Persentase Responden
Menurut Kualitas Hasil

Kategori	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Sangat Puas	5	5.2
Puas	75	78.1
Kurang Puas	16	16.7
Tidak Puas	0	0.0
Sangat Tidak Puas	0	0.0
Total	96	100

Sumber: Data setelah diolah, 2011

Tabel 8 menunjukkan bahwa kualitas hasil atas kualitas pelayanan dari pihak PT. Bank Syariah Niaga Madani di Makassar kebanyakan nasabah memberikan tanggapan puas yaitu sebanyak 75 orang atau 78.1%. Sementara ada 16 responden atau 16.7% menyata-

kan kurang puas dan 5 responden atau 5.2% menyatakan sangat puas.

Waktu tunggu/antrian ditentukan oleh durasi waktu tunggu yang lancar, pelayanan yang cepat dan lancar, tepat waktu serta tidak membuat nasabah merasa kesulitan dalam menunggu antrian di bank. Untuk faktor fisik dalam hal ini ketersediaan fasilitas pada Bank Syariah Niaga Madani berupa fasilitas On-Line, automasi komputer, mesin hitung uang, fasilitas tempat duduk dan IDC. Sementara valensi yaitu berupa aktualisasi dari karyawan yang senang melayani, sopan dalam memberikan pelayanan, bijaksana dalam melayani, siap sedia memberikan pelayanan kepada nasabah dan senantiasa mempermudah nasabah dalam aktivitas pelayanan perbankan.

3. Analisis Chi Square

Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah Bank Syariah Niaga Madani di Makassar terdiri atas kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik dan kualitas hasil yang dianalisis menggunakan analisis Chi-Square.

a. Analisis Hubungan Kualitas Interaksi dengan Kepuasan Nasabah

Untuk melihat hubungan kualitas interaksi dengan kepuasan nasabah Bank Syariah Niaga Madani di Makassar dianalisis dengan menggunakan tabel *crosstab* (tabel silang) yaitu suatu tabel yang menjelaskan hubungan variabel bebas X1 terhadap Y. Lebih jelasnya ditunjukkan sebagai berikut

Tabel 9
Crosstab Kualitas Interaksi dengan Kepuasan Nasabah

Kualitas Interaksi (X ₁)	Kepuasan (Y)					Total
	Sangat Tidak Puas	Tidak Puas	Kurang Puas	Puas	Sangat Puas	
Sangat Tidak Puas	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
Tidak Puas	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
Kurang Puas	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
Puas	0 0.0%	0 0.0%	4 4.2%	48 50.0%	12 12.5%	64 66.7%
Sangat Puas	0 0.0%	1 1.0%	2 2.1%	16 16.7%	13 13.5%	32 33.3%
Total	0 0.0%	1 1.0%	6 6.3%	64 66.7%	25 26.0%	96 100.0%

Chi-Square (χ^2) : 7.920
 Coefficient Contingence : 0.276
 Asymp. Sig. : 0.048
 df : 3

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 11.0, 2011.

Hasil tabulasi silang mengenai kualitas lingkungan fisik terhadap kepuasan nasabah menunjukkan bahwa kualitas lingkungan fisik dikategorikan puas oleh responden nasabah dengan kepuasan

nasabah yang dikategorikan puas. Ini ditunjukkan dari hasil tabulasi silang (*Crosstab*) dengan nilai 51 (53.1%) atas pernyataan responden yang menyatakan “puas - puas”. Ini berarti bahwa kualitas lingkungan fisik dari karyawan bank cukup

memenuhi kepuasan nasabah mendapatkan pelayanan yang berkualitas.

Hasil analisis kualitas lingkungan fisik terhadap kepuasan nasabah yang ditunjukkan dengan nilai Chi-Square (χ^2) dan keeratan hubungan (*coefficient correlation*). Nilai Chi-Square (χ^2) yang dihasilkan adalah sebesar 8.130 pada df 3 yang menunjukkan χ^2_{tabel} sebesar 7.815. Jadi Chi-Square $\chi^2_{\text{hitung}} > \chi^2_{\text{tabel}}$ atau $8.130 > 7.815$, dengan Coefficient Contingence sebesar 0.279 dan Sig. 0.043. Berarti bahwa ada hubungan yang signifikan ($p < 0.05$) atas kualitas ling-

kungan fisik terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Niaga Madani di Makassar.

b. Analisis Hubungan Kualitas Hasil dengan Kepuasan Nasabah

Untuk melihat hubungan kualitas hasil dengan kepuasan nasabah Bank Syariah Niaga Madani di Makassar dianalisis dengan menggunakan tabel *crosstab* (tabel silang) yaitu suatu tabel yang menjelaskan hubungan variabel bebas X3 terhadap Y. Lebih jelasnya ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 10
Crosstab Kualitas Lingkungan Fisik dengan Kepuasan Nasabah

Kualitas Lingkungan Fisik (X ₂)	Kepuasan (Y)					Total
	Sangat Tidak Puas	Tidak Puas	Kurang Puas	Puas	Sangat Puas	
Sangat Tidak Puas	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
Tidak Puas	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
Kurang Puas	0 0.0%	0 0.0%	2 2.1%	12 12.5%	2 2.1%	16 16.7%
Puas	0 0.0%	0 0.0%	4 4.2%	51 53.1%	20 20.8%	75 78.1%
Sangat Puas	0 0.0%	1 1.0%	0 0.0%	1 1.0%	3 3.1%	5 5.2%
Total	0 0.0%	1 1.0%	6 6.3%	64 66.7%	25 26.0%	96 100.0%

Chi-Square (χ^2) : 24.785

Coefficient Contingence : 0.453

Asymp. Sig. : 0.000

df : 3

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 11.0, 2011.

Hasil tabulasi silang mengenai kualitas hasil dengan kepuasan nasabah menunjukkan bahwa kualitas hasil dikategorikan puas oleh responden nasabah dengan kepuasan nasabah yang dikategorikan puas. Ini ditunjukkan dari hasil tabulasi silang (*Crosstab*) dengan nilai 51 (53.1%) atas pernyataan responden yang menyatakan “puas - puas”. Ini berarti bahwa kualitas

hasil dari karyawan bank cukup memenuhi kepuasan nasabah mendapatkan pelayanan yang berkualitas.

Hasil analisis kualitas hasil terhadap kepuasan nasabah yang ditunjukkan dengan nilai Chi-Square (χ^2) dan keeratan hubungan (*coefficient correlation*). Nilai Chi-Square (χ^2) yang dihasilkan adalah sebesar 24.785 pada df 3 yang

menunjukkan χ^2_{tabel} sebesar 7.815. Jadi Chi-Square $\chi^2_{\text{hitung}} > \chi^2_{\text{tabel}}$ atau $24.785 > 7.815$, dengan Coefficient Contingence sebesar 0.453 dan Sig. 0.000. Berarti bahwa ada hubungan yang signifikan ($p < 0.05$) atas kualitas hasil dengan kepuasan nasabah Bank Syariah Niaga Madani di Makassar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian sesuai dengan temuan dan aplikasinya, maka disimpulkan:

1. Ada hubungan kualitas pelayanan yang terdiri dari kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik dan kualitas hasil dengan kepuasan nasabah, sesuai dengan aplikasi berupa sikap, perilaku dan keahlian untuk kualitas interaksi dalam memberikan kepuasan pelayanan. *Ambient condition*, desain dan faktor sosial untuk kualitas lingkungan fisik terhadap kepuasan nasabah, serta kualitas hasil berupa waktu tunggu, bukti fisik dan valensi pada Bank Syariah Niaga Madani di Makassar.
2. Diantara kualitas pelayanan tersebut kualitas hasil yang memiliki keeratan hubungan dengan kepuasan nasabah Bank Syariah Niaga Madani di Makassar, yang mengindikasikan bahwa kepuasan nasabah sangat ditentukan oleh kualitas pelayanan hasil berupa pelayanan dalam antrian, faktor fisik (pelayanan fisik) dan kesan yang dirasakan nasabah pada Bank Syariah Niaga Madani di Makassar.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan di atas, selanjutnya akan disarankan sebagai masukan kepada pihak yang berkompeten pada Bank Syariah Niaga Madani di Makassar dalam mene-

rapkan kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah, untuk itu disarankan:

1. Di masa akan datang, seyogyanya Pimpinan Bank Syariah Niaga Madani di Makassar lebih tegas lagi kepada para karyawan bank, sehingga kepuasan nasabah atas kualitas pelayanan baik kualitas interaksi, lingkungan fisik maupun kualitas hasil dapat terpenuhi, dan para nasabah dapat menunjukkan loyalitasnya kepada Bank Syariah Niaga Madani.
2. Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar kualitas pelayanan terus dipertahankan dan ditingkatkan dengan mencari solusi yang tepat dengan mengedepankan segala bentuk pelayanan kualitas interaksi, pelayanan kualitas lingkungan fisik dan kualitas hasil.
3. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti yang akan datang yang berminat meneliti mengenai hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pada obyek penelitian yang lain

DAFTAR PUSTAKA

- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran jilid 2*.
- arnes G. James, 2003. *Secrets Of Customer Relationship Management*, Edisi Bahasa Indonesia, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Brady, Michael K. and J. Joseph Cronin, 2001. *Perceived Service Quality*. McGraw-Hill Companies, Inc., USA. (Diterjemahkan oleh Purwoko).
- Dekker, A. Steven, 2001. *Measure Service Quality: Reexamination and Extension*. Journal of Marketing. Vol. 56. July, 55-68. (Diterjemahkan oleh Sutanto).

- Fitzsimmons, James A., 2004. *Service Management for Competitive Advantage*. McGraw-Hill Book, Co., Singapore. (Diterjemahkan oleh Zainal Abidin).
- Gaspersz, Vincent, 2003. *Manajemen Bisnis Total - Total Quality Management*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Gordon, C. Davis, 2004. *Service Quality and Service*. Published by Ohio University, USA. (Diterjemahkan oleh Sutanto).
- Harry Hajasi, 2007. *Analisis Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Polewali*. Tesis PPS UMI (Tidak Dipublikasikan).
- Peter, J.H., 2003. *Service Management in Managing The Image*. Trisakti University, Jakarta.
- Yulianton, 2007. *Analisis Kualitas Layanan Produk Flexi PT. Telkom Kandatel Makassar*. Tesis PPS UMI (Tidak Dipublikasikan).
- Yun, C.Z., Yong, Y.W., Loh, L., 2003. *The Quest for Global Quality*. Pustaka Delapratasa, Jakarta. (Diterjemahkan oleh Sutanto).
- Wilma Tukunan, 2008. *Analisis Mutu Pelayanan dan Pengaruhnya terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Palopo*. Tesis PPS UMI (Tidak Dipublikasikan).
- Zeithaml, Valarie A., 1996. The Behavioral Consequencies Of Service Quality, *Journal Of Marketing*, 60 (2): 31-46
- ., 2000. Service Quality, Profitability, And The Economic Worth Of Costumers: What We Know Dan What We Need To Learn. *Journal Of The Academy Of Marketing Sciences* 28(1) : 67_85.
- Zeithaml, V.A. dan Bitner, M.J. 2000. *Service marketing Integritas Costumer Focus across the Firm*, 2nd edition McGraw Hill.

*) Penulis adalah Dosen Tetap pada STIE Nobel Indonesia Makassar