

RINGKASAN EKSEKUTIF

Kualitas pelayanan dalam suatu perusahaan jasa meliputi lima dimensi dimana kelima dimensi tersebut menurut Parasuraman dkk meliputi keberwujudan (*tangible*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), keyakinan assurance, dan empati (*empathy*). Satu dimensi lagi yang bisa ditambahkan kepada perusahaan yang bernuansa syariah yaitu dimensi kepatuhan (*compliance*).

Bank Syariah Mandiri (BSM) sebagai bank yang mengkombinasikan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani yang melandasi operasinya dituntut untuk dapat menciptakan bisnis dengan memberikan pelayanan semaksimal mungkin dalam upaya tetap unggul untuk persaingan jangka panjang. Prestasi BSM di tahun 2006 sebagai “*The Best of Indonesian Bank Loyalty Champion Category Sharia Banking*”, serta visinya “menjadi Bank terpercaya pilihan mitra usaha”. Ditambah lagi adanya budaya SIFAT yang melandasi kinerja aparapegawainya. Budaya SIFAT ini yaitu **Sidiq** (jujur), **Istiqomah** (konsisten), **Fathonah** (mengerti dan memahami), **Amanah** (bertanggung jawab), serta **Tabilgh** (menyampaikan). Selain itu pada tahun 2008 Bank Syariah Mandiri juga akan BSM *value*. *Value* yang akan dikedepankan adalah **ETHIC** yang merupakan singkatan dari Excellent, Team Work, Humanity, Integrity, dan Consumer Focus. Diharapkan dengan adanya nilai ini dapat meningkatkan kualitas BSM sebagai Bank Syariah terbesar di Indonesia.

Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Depok yang telah didirikan sejak Mei 2004 juga memiliki tuntutan yang sama dengan induknya dalam memberikan kualitas pelayanan yang prima kepada nasabahnya. Predikat sebagai cabang seJABODETABEK dan Jawa Barat atau wilayah 1 mendorong cabang ini untuk terus meningkatkan kinerjanya dalam sisi penandaan maupun pembiayaan.

Jumlah nasabah di BSM Kantor Cabang Depok pada bulan November 2007 sebesar 10.993 orang (sumber: Data Internal BSM KC Depok), sedangkan jumlah penduduk yang telah registrasi di kota Depok sebesar 1.138.276 orang (Sumber: Dinas Pendudukan Kota Depok 2007). Hal ini berarti baru sekitar 0,96 % dari warga Depok yang menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Depok. Padahal saat ini Depok tengah berkembang menjadi kota yang maju karena kota Depok selain kota yang berbatasan langsung dengan

pusat pemerintah daerah khusus ibukota Jakarta, juga merupakan wilayah penyanggah ibu kota negara yang diarahkan untuk kota pemukiman, kota pendidikan, pusat pelayanan perdagangan dan jasa, kota pariwisata dan sebagai kota resapan air.

Potensi kota Depok yang besar ini harus diimbangi dengan ketersediaan lembaga keuangan dan perbankan Syariah yang berkualitas, khususnya dari sisi pelayanan. Hal ini karena terdapat hubungan yang positif antara kualitas pelayanan serta kepuasan nasabah dengan perilakunya seperti loyalitas dan membayar lebih. Sebaliknya apabila nasabah tidak puas akan berperilaku yang akan merugikan perusahaan seperti beralih atau pindah ke Bank lain dan atau melakukan respon eksternal dengan menceritakan kepada orang lain atau bahkan mengadu kepada pihak ketiga seperti Lembaga Bantuan Hukum (LBH), media massa dsb, yang dapat merusak citra perusahaan. Oleh karena itu hal ini akan menjadi masalah apabila Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Depok tidak memberikan kualitas pelayanan yang optimal bagi nasabahnya, sebab kemungkinan bank syariah lain atau bahkan bank konvensional yang akan memanfaatkan potensi besar dari kota Depok ini.

Untuk mengevaluasi betapa pentingnya kualitas pelayanan pada bank Syariah sebagai salah satu bentuk lembaga keuangan yang bergerak di sektor jasa dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan bagi nasabah yang nantinya akan berpengaruh pada kelangsungan hidup bank syariah maka perlu dilakukan penelitian. Dengan mengetahui persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan yang diberikan bank syariah diharapkan dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Selanjutnya dapat diketahui perilaku minat *post purchase behavior* apakah nasabah menyukai atau tidak pelayanan bank syariah.

Berdasarkan beberapa dokumen yang ada dari hasil studi kepustakaan, jurnal dan sebagainya, penelitian tentang studi kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah serta perilaku *post purchase behavior* telah ditulis banyak orang. Beberapa hasil penelitian baik di dalam maupun luar negeri, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh para ahli yaitu Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1985), tentang dimensi kualitas pelayanan. Juga penelitian Othman dan Owen (2001) yang menambahkan dimensi kepatuhan dalam (*compliance*), penelitian Cronin dan Taylor (1992), bahwa kepuasan konsumen merupakan

antesenden dari mutu atau kuliatas pelayanan, serta penelitian lanjutan Parasuraman dkk (1996) tentang hubungan mutu pelayanan dan kepuasan terhadap perilaku *costumer*.

Penelitian serupa telah dilakukan oleh Firmanto (2004), dan Rasywal (2005). Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya adalah ruang lingkup, lokasi penelitian, serta metodologi penelitian yang digunakan.

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah menempatkan variabel dependen yaitu tingkat kepuasan nasabah secara keseluruhan sebagai variabel terpengaruh. Sedangkan variabel independen atau bebasnya adalah dimensi kualitas pelayanan. Setelah itu menguji hubungan antara variabel kualitas pelayanan secara keseluruhan dengan variabel perilaku *post purchase behavior* dan hubungan antara variabel kepuasan nasabah secara keseluruhan dengan variabel perilaku *post purchase behavior*.

Pemilihan lokasi penelitian yang dilakukan Kantor Cabang Depok. Unit analisis datanya adalah 100 orang nasabah yang mempunyai rekening tabungan di Bank tersebut dan telah menjadi nasabah minimal selama setahun.

Data yang digunakan adalah primer dimana data primer tersebut diperoleh dengan cara membuat kuesioner dengan mendatangi langsung objek penelitian untuk meminta responden mengisi kuesioner. Selain data primer, penulis juga menggunakan informasi-informasi lain yang diperoleh dari riset kepustakaan (*library research*). Dalam penelitian ini data diambil dari bank terkait yaitu Bank Syariah Mandiri

Teknik analisis data dan uji yang akan digunakan adalah analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan) dan variabel terikat (kepuasan nasabah). Kemudian uji t untuk mengetahui variabel kualitas pelayanan mana yang paling berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah. Setelah itu dilanjutkan dengan analisis uji Chi Kuadrat (X^2) dan *crosstab* untuk mengetahui hubungan kualitas jasa bank syariah dan kepuasan nasabah dengan perilaku nasabah purna layanan jasa.

Hasil penelitian yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan Bank Syariah yang terdiri dari dimensi kepatuhan (*compliance*), keberwujudan (*tangible*), keadaan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), keyakinan (*assurance*) dan empati (*empathy*) secara bersama-sama berpengaruh

positif terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti kepuasan nasabah secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank syariah.

2. Uji t dengan tes regresi linier berganda dipakai untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Variabel kepatuhan, keberwujudan, keandalan, keyakinan dan empati masing-masing mempengaruhi kepuasan nasabah, hanya variabel ketanggapan yang tidak mempengaruhi kepuasan nasabah. Variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah adalah *assurance*. Artinya yang menjadi alasan terkuat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah adalah keyakinan bank memberikan kepastian dalam setiap transaksi. Hal ini selaras dengan visi BSM sebagai bank syariah terpercaya .
3. Berdasarkan uji Chi Square terhadap hubungan antara kualitas pelayanan dengan perilaku *post purchase behavior*. Hanya perilaku loyalitas yang berhubungan signifikan dengan kualitas pelayanan, sedangkan perilaku bayar lebih, pindah dan respon eksternal tidak terbukti berhubungan signifikan.
4. Hubungan kepuasan nasabah dengan perilaku *post purchase behavior* juga diuji dengan Chi Square. Hasilnya diperoleh terdapat hubungan signifikan antara ketiga perilaku loyalitas dengan kepuasan nasabah. Perilaku loyalitas tersebut yaitu membicarakan hal-hal positif kualitas pelayanan bank syariah kepada orang lain, merekomendasikan jasa syariah kepada orang lain dan tetap loyal dengan bank syariah. Sedangkan perilaku loyalitas keempat yaitu melakukan bisnis lebih banyak dengan bank syariah tidak berhubungan signifikan dengan kepuasana nasabah. Demikian pula halnya dengan perilaku bayar lebih, pindah 2 yaitu melakukan bisnis lebih sedikit dengan bank syariah. Sementara perilaku pindah 1 yaitu mengalihkan bisnis kepada kompetitor kepada harga yang lebih baik dan perilaku respon eksternal terbukti berhubungan signifikan kepada kepuasan nasabah

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH
DAN HUBUNGANNYA DENGAN
POST PURCHASE BEHAVIOR
(Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Depok)**

**RENY FITRIANA KABAN
7105090129**

**Ekonomi dan Keuangan Syariah
Program Studi Kajian Timur Tengah dan Islam**

Abstraksi:

Penelitian ini bertujuan mengevaluasi seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Depok terhadap kepuasan nasabah supaya bank syariah dapat meningkatkan kualitas pelayanannya kepada para nasabahnya. Penelitian ini juga bertujuan men supaya bank syariah dapat meningkatkan kualitas pelayanannya kepada para nasabahnya guji hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah dengan perilaku *post purchase behavior* sebagai dasar penetapan strategi pemasaran dan pengembangan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Depok.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer. Data tersebut diperoleh dengan cara membuat kuesioner dengan skala *Likert* dan meminta responden yaitu nasabah Bank Syariah Mandiri di wilayah Depok untuk mengisinya. Adapun teknik pengambilan datanya menggunakan *non probability sampling*, yakni pengambilan sampel yang dilakukan secara subjektif oleh peneliti terhadap elemen berkaitan dengan penyediaan data yang dibutuhkan. Berdasarkan tujuan penelitian ini maka teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi, uji t dan uji Chi Kuadrat.

Hasil penelitian yang dilakukan menyimpulkan bahwa, *pertama*, kualitas pelayanan Bank Syariah secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. *Kedua*, variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah adalah *assurance* atau kepercayaan. *Ketiga*, hanya perilaku loyalitas yang berhubungan signifikan dengan kualitas pelayanan, sedangkan perilaku bayar lebih, pindah dan respon eksternal tidak terbukti berhubungan signifikan. *Keempat*, terdapat hubungan signifikan antara kepuasan nasabah dan keenan perilaku *post purchase behavior*. Keenam perilaku tersebut adalah membicarakan hal-hal positif kualitas pelayanan bank syariah kepada orang lain, merekomendasikan jasa bank syariah kepada orang lain, tetap loyal dengan bank syariah, mengalihkan bisnis kepada kompetitor karena harga yang lebih baik, mengeluh kepada nasabah lain dan mengeluh kepada pihak ketiga.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, perilaku *post purchase behavior*, analisis regresi, uji t dan uji Chi Kuadrat.

**THE EFFECT OF SERVICE QUALITY TO
CUSTOMER SATISFACTION AND THE RELATION WITH
POST PURCHASE BEHAVIOR
(Study of customers in Bank Syariah Mandiri Branch Depok)**

**RENY FITRIANA KABAN
7105090129**

**Sharia Economic and Finance
Islamic and Middle East Studies Program**

Abstract:

This research aims to evaluate how big is the effect of service quality Bank Syariah Mandiri Branch Depok, which inform it has an effect to the customer satisfaction. It also wants to examine the relation between service quality and customer satisfaction with post purchase behavior as basic of marketing strategy decision and development of Bank Syariah Mandiri Branch Depok

The database used in this research is primary data taken from making *Likert scale* questionnaire and asking the respondents from Bank Syariah Mandiri Branch Depok to fill it. Meanwhile, the technical data used are *non probability sampling* that takes sample subjectively on element with data needed. Based on the aims of this research, this research uses regression analysis, t test and Chi Square test.

The result shows that firstly, service quality of sharia bank collectively has positive effect to customer satisfaction. Secondly, the variable which has the most effect to customer satisfaction is assurance. Thirdly, only loyalty behavior is significantly related with customer satisfaction. However, pay more behavior, switch and external responses are not proven. Fourthly, there are significant relations between customer satisfaction and six post purchase behavior. The six post purchase behavior consist of saying positive things about sharia bank to other people, recommending sharia bank to others, remaining loyal to sharia bank, and switching to competitors, saying negative things to other customers and complaining to external agencies.

Key Words: service quality, customer satisfaction, post purchase behavior, regression analysis, t test and Chi Square test.

تأثير جودة الخدمة للمدخرين وعلاقته بنظرية الخدمة بعد المعاملة (دراسة في المدخرين ببنك شريعة مانديري فرع مدينة ديفوك)

ريني فطريانا

7105090129

الاقتصاد و المصرف الشرعي

دراسة الشرق الأوسط و العلوم الاسلامية

تجريد :

من أهداف هذا البحث هو اثبات, بيان و بحث 1. جودة الخدمة في البنوك الشرعية المكونة من صلات دات وجود, الامتياز, اليقظة, الضمانة, الرواعة و الطاعة, فان هذه الامتيازات لها أثر فعال للمدخرين في البنوك الشرعية 2. ناحية جودة الخدمة المؤثرة وأثرها للمدخرين 3. علاقة جودة الخدمة بأفعال المدخرين مقارنة بنظرية الخدمة بعد المعاملة 4. علاقة ارادات المدخرين بأفعالهم مقارنة بنظرية الخدمة بعد المعاملة .

والمراجع المستخدمة في هذا البحث هي المراجع الأساسية, هذه المراجع ملخصة من خلال بث النشرات تحتوي على الأسئلة للمدخرين ببنك شريعة مانديري فرع مدينة ديفوك. أما كيفية أخذ المراجع فان هذا البحث يستخدم نظرية عدم رباحة المثالية وتعني أن الباحثة تنشر النشرات التي تحتوي على الأسئلة للمدخرين أشواغيا وبلا تعيين, ونظرا الى كيفية أخذ المراجع فان هذا البحث يستخدم نظرية بحث الحسابات الرياضيات.

والنتيجة من هذا البحث ملخصة في نقاط اتية : *الاولى* فان جودة الخدمة ببنك شريعة مانديري فرع مدينة ديفوك لها أثر ايجابي للمدخرين. *الثانية* فان العلاقة المؤثرة للمدخرين بالبنك هي الصدق في المعاملة. *الثالثة* ان الولاء التامة للمدخرين بالبنك لها علاقة قوية في جودة الخدمة ببنك شريعة مانديري فرع مدينة ديفوك أما غيرها من العلاقات فلا تتأثر كثيرا للجودة. *الرابعة* فان حديث المدخرين لغيرهم و تركيبتهم للبنك شريعة مانديري لها علاقة قوية في زيادات الجودة و المدخرين معا.

الكلمات المفتاحية : جودة الخدمة, هناءة المدخرين, أفعال الخدمة بعد المعاملة, نظرية بحث الحسابات, الحسابات الرياضيات.