

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Desain penelitian adalah kerangka atau *framework* untuk mengadakan penelitian. Dalam *desain* penelitian tercakup penjelasan tentang tipe *desain riset* yang memuat prosedur yang dibutuhkan dalam upaya memperoleh informasi serta mengolahnya dalam rangka memecahkan masalah.

Penelitian ini bersifat deskriptif, dimana penelitian deskriptif adalah penelitian yang sifatnya memberi gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat variabel yang diselidiki (Nazir,1999:65), sedangkan penelitian studi kasus bertujuan untuk memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat serta karakter yang khas dari kualitas pelayanan, produk, dan tarif jasa pada perbankan syariah .

Ditinjau dari dimensi waktu, desain penelitian ini bersifat *cross sectional* karena penelitian ini dilakukan dalam satu kurun waktu tertentu. Kelebihan dari *desain cross sectional* adalah dari segi pemakaian waktu yang lebih singkat.

Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode dengan menggunakan teknik survei, yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data serta mempelajari gejala atau fenomena sosial dengan jalan meneliti variabel-variabel penelitian yang dilaksanakan (Nazir,1999:65). Metode survei yang digunakan adalah metode wawancara dan penyebaran kuesioner.

3.2 Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini, pokok masalah yang diteliti adalah sebagai berikut :

1. Produk
2. Tarif Jasa Bank

3. Kualitas pelayanan yang memiliki sub variabel

- a. *Reliability* (Keandalan)
- b. *Responsiveness* (Ketangapan)
- c. *Emphaty* (Empati)
- d. *Assurance* (Jaminaan)
- e. *Tangible* (Bukti langsung)

4. Kepuasan Nasabah

Merupakan variabel yang dijelaskan (*dependent variable*) dalam penelitian ini adalah tingkat kepuasan nasabah terhadap bank syariah. Hal tersebut berdasarkan variabel-variabel yang menjelaskan (*independent variable*) seperti produk, tarif jasa dan kualitas pelayanan yang meliputi *reliability*, *responsiveness*, *emphaty*, *assurance* dan *tangible*.

Secara lebih rinci, operasionalisasi variabel dapat terlihat pada tabel 3.1 berikut :

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Dimensi	Indikator	Satuan Ukuran	Skala Ukur	Kode Kuesioner
Produk	Performance, realiability, feature, dan conformance dari produk yang ditawarkan	Keanekaragaman produk syariah sesuai dengan kebutuhan	Tingkat Harapan & kinerja	Ordinal	01
		Kesesuaian keunggulan produk yang ditawarkan	Tingkat Harapan & kinerja	Ordinal	02
		Keamanan produk dan sistem perbankan syariah yang ditawarkan	Tingkat Harapan & kinerja	Ordinal	03
		Kejelasan akad yang di terapkan untuk produk yang ditawarkan	Tingkat Harapan & kinerja	Ordinal	04

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Dimensi	Indikator	Satuan Ukuran	Skala Ukur	Kode Kuesioner
Tarif Jasa Bank	Value of money	Kejelasan akad yang disepakati untuk penentuan proporsi (%) sistem bagi hasil	Tingkat Harapan & kinerja	Ordinal	05
		Keadilan nisbah dan persentase sistem bagi hasil	Tingkat Harapan & kinerja	Ordinal	06
		Keterbukaan penginformasian kedudukan /perkembangan perbankan	Tingkat Harapan & kinerja	Ordinal	07
		Biaya-biaya administrasi dan jasa perbankan lainnya	Tingkat Harapan & kinerja	Ordinal	08
Kualitas Pelayanan	Realibility, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tanggible (Parasuraman, Valarie A. Zeithaml & Mary Jo Bitner, Service Marketing, 1996 ; Philip Kotler, 2000: 499) Kemampuan melaksanakan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan	Kemampuan dan keterampilan karyawan	Tingkat Harapan & kinerja	Ordinal	09
		Kemudahan memperoleh informasi BSM	Tingkat Harapan & kinerja	Ordinal	10
		Keandalan dalam menagani transaksi	Tingkat Harapan & kinerja	Ordinal	11
Realibility	Kotler, 2000: 499) Kemampuan melaksanakan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan				
Responsiveness	Respon atau kesigapan karyawan untuk menolong pelanggan dan ketersediaan untuk melayani pelanggan dengan cepat dan tanggap.	Ketanggapan dan Kecepatan karyawan dalam pemberian informasi dan administrasi	Tingkat Harapan & kinerja	Ordinal	12
		Ketanggapan dan Kecepatan karyawan dalam penanganan keluhan	Tingkat Harapan & kinerja	Ordinal	13
Assurance	Kemampuan karyawan atas pengetahuan produk secara tepat, keramah-tamahan, perhatian dan	Karyawan memiliki Pengetahuan & kemampuan perbankan syariah	Tingkat Harapan & kinerja	Ordinal	14
		Sikap karyawan ramah dan	Tingkat	Ordinal	15

	kesopanan serta sikap dapat dipercaya.	sopan Menjelaskan informasi perbankan syariah yang dibutuhkan Kejujuran dalam bertransaksi dengan nasabah	Harapan & kinerja Tingkat Harapan & kinerja Tingkat Harapan & kinerja	Ordinal Ordinal	16 17
Emphaty	Perhatian secara individu dan kepedulian yang diberikan karyawan kepada pelanggan	Kepekaan karyawan menerima keluhan dan pengaduan Karyawan dapat memberikan rasa nyaman dari penyelesaian keluhan	Tingkat Harapan & kinerja Tingkat Harapan & kinerja	Ordinal Ordinal	18 19
Tangible	Penampilan petugas, fisik dan fasilitas perusahaan	Penampilan karyawan rapi dan sesuai syariah Lay out ruangan islami Tersedianya Mushola Peralatan tehnologi yang digunakan Lokasi mudah dijangkau	Tingkat Harapan & kinerja Tingkat Harapan & kinerja Tingkat Harapan & kinerja Tingkat Harapan & kinerja Tingkat Harapan & kinerja	Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal	20 21 22 23 24
Kepuasan Konsumen	Suatu perbandingan antara harapan dan kenyataan yang dirasakan nasabah (P.Kotler, 2003: 61)	Kinerja dari pihak perbankan sesuai dengan apa yang diharapkan dari nasabah perbankan syariah Penyampaian Keluhan – saran dari Nasabah Perbankan Penyampaian Saran – saran dari Nasabah Perbankan	Tingkat Harapan & kinerja Tingkat Harapan & kinerja Tingkat Harapan & kinerja	Ordinal Ordinal Ordinal	25 26 27

3.3 Metode Penarikan Sampel

Untuk menentukan ukuran jumlah sampel yang dibutuhkan sebagai responden dapat ditentukan dengan rumus berikut :

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

Ket :

n = sampel

N = ukuran populasi

e^2 = persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sample yang masih dapat ditolerir, misalnya 10 %

Dengan jumlah populasi nasabah penghimpun dana yang terdapat pada Bank Syariah Mandiri cabang Malang sebesar 13963 orang dan persentase kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dikehendaki (e) sebesar 0,1 atau 10% maka jumlah *sample* yang diambil

adalah sebesar :

$$\begin{aligned} n &= \frac{13963}{1 + (13963)(0.1)^2} \\ &= 99.29 \\ &= 100 \end{aligned}$$

Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *sampling aksidental*, menurut Sugiyono (2004:77) dimana teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3.4 Prosedur Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, prosedur pengumpulan data yang dipergunakan adalah :

1. Mengumpulkan data primer dengan jalan menyebarkan kuesioner kepada responden yang menjadi anggota sampel dan melakukan wawancara dengan pihak yang terkait dengan masalah yang diteliti.

2. Mencari data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber, baik dari literatur, artikel, data perusahaan, dan lain-lain yang dianggap relevan dengan penelitian.

3.5 Definisi Operasional

Variabel-variabel penelitian yang digunakan untuk mengetahui hubungan sebab akibat antara variabel yang dijelaskan (*dependent variable*), dengan variabel-variabel yang menjelaskan (*independent variables*) ada dua buah, yaitu pada bank syariah dan bank konvensional.

3.5.1 Variabel Dependen

Variabel yang dijelaskan (*dependent variable*) dalam penelitian ini adalah tingkat kepuasan nasabah terhadap bank syariah.

Variabel Dependen merupakan variabel yang diduga sebagai akibat atau yang dipengaruhi oleh variabel pendahulunya. Dalam penelitian ini yang termasuk variabel dependen adalah tingkat kepuasan nasabah terhadap bank syariah yang didefinisikan sebagai hasil evaluasi atas kesesuaian antara harapan yang diinginkan dengan kinerja pihak perbankan (Bank Syariah Mandiri cabang Malang). Pengukuran kepuasan dapat dilakukan dengan:

Y1.1 : Kinerja dari pihak perbankan sesuai dengan apa yang diharapkan dari nasabah perbankan syariah

Y1.2 : Penyampaian Keluhan – saran dari Nasabah Perbankan

Y1.3 : Penyampaian Saran – saran dari Nasabah Perbankan

3.5.2 Variabel Independen

Variabel-variabel yang menjelaskan (*independent variable*) dalam penelitian ini antara lain:

1. Variabel X1 sebagai produk, merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan pihak perbankan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, meliputi :

X1.1 : Keanekaragaman produk syariah sesuai dengan kebutuhan

X1.2 : Kesesuaian keunggulan produk yang ditawarkan

X1.3 : Keamanan produk dan sistem perbankan syariah yang ditawarkan

X1.4 : Kejelasan akad yang di terapkan untuk produk yang ditawarkan

3. Variabel X2 sebagai tarif jasa bank, merupakan nilai harga dan biaya-biaya yang terdapat pada Bank Syariah Mandiri, meliputi :

X2.1 : Kejelasan akad yang disepakati untuk penentuan proporsi (%) sistem bagi hasil

X2.2 : Keadilan nisbah dan persentase sistem bagi hasil

X2.3 : Keterbukaan penginformasian kedudukan /perkembangan Perbankan

X2.4 : Biaya-biaya administrasi dan jasa perbankan lainnya

4. Kualitas pelayanan yang meliputi :

- a. Variabel X3 sebagai *reliability* (keandalan), merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan, meliputi :

X3.1 : Kemampuan dan keterampilan karyawan

X3.2 : Kemudahan memperoleh informasi BSM

X3.3 : Keandalan dalam menagani transaksi

- b. Variabel X4 sebagai *responsiveness* (ketanggapan), merupakan respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, meliputi :

X4.1 : Ketanggapan dan Kecepatan karyawan dalam pemberian informasi dan administrasi

X4.2 : Ketanggapan dan Kecepatan karyawan dalam penanganan keluhan

- c. Variabel X5 sebagai *assurance* (jaminan), merupakan kemampuan karyawan atas pengetahuan produk secara tepat, keramah-tamahan, perhatian dan kesopanan serta sikap dapat dipercaya, meliputi :

X5.1 : Karyawan memiliki Pengetahuan & kemampuan perbankan syariah

X5.2 : Sikap karyawan ramah dan sopan

X5.3 : Karyawan dalam menjelaskan informasi perbankan syariah yang dibutuhkan

X5.4 : Kejujuran karyawan dalam bertransaksi dengan nasabah

- d. Variabel X6 sebagai *emphaty* (empati), merupakan perhatian secara individu dan kepedulian yang diberikan karyawan kepada pelanggan, meliputi :

X6.1 : Kepekaan karyawan menerima keluhan dan pengaduan

X6.2 : Karyawan dapat memberikan rasa nyaman dari penyelesaian keluhan

- e. Variabel X7 sebagai *tangible* (bukti langsung), merupakan atribut jasa yang dapat dilihat secara nyata (berwujud) yang meliputi :

X7.1 : Penampilan karyawan rapi dan sesuai syariah

X7.2 : Lay out ruangan islami

X7.3 : Tersedianya Mushola

X7.4 : Peralatan teknologi yang digunakan

X7.5 : Lokasi mudah dijangka

3.6 Skala Pengukuran

Skala pengukuran digunakan untuk mengklasifikasikan variabel yang akan diukur supaya tidak terjadi kesalahan dalam menentukan analisis data dan langkah penelitian selanjutnya, menurut Riduwan (2007: 6)

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, dengan menggunakan skala likert. Menurut Riduwan (2009: 12) Skala likert digunakan untuk mengukur sikap pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan menjadi sub variabel dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator yang yang dapat diukur. Akhirnya indikator-indikator yang terukur dapat dijadikan titik tolak untuk membuat item instrumen yang berupa pertanyaan yang perlu dijawab oleh responden.

Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pertanyaan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata untuk mengetahui kinerja Perbankan Syariah Mandiri Malang dan harapan dari Nasabah Perbankan Syariah.

Untuk kinerja Perbankan Syariah Mandiri Malang diberikan lima penilaian dengan bobot sebagai berikut:

Sangat baik (SB) = 5 berarti Nasabah Perbankan Badan sangat puas

Baik (B) = 4 berarti Nasabah Perbankan Badan puas

Cukup baik (CB) = 3 berarti Nasabah Perbankan Badan cukup puas

Kurang baik (KB) = 2 berarti Nasabah Perbankan Badan kurang puas

Tidak baik (TB) = 1 berarti Nasabah Perbankan Badan tidak puas

Untuk menilai harapan nasabah perbankan digunakan skala 5 tingkat (Likert) dengan bobot sebagai berikut :

Sangat Penting (SP) = 5 berarti sangat penting

Penting (P)	= 4 berarti penting
Cukup penting (CP)	= 3 berarti cukup penting
Kurang Penting (KP)	= 2 berarti kurang penting
Tidak penting (TP)	= 1 berarti tidak penting

Berdasarkan skala pengukuran di atas, maka data yang diperoleh berupa data ordinal. Menurut Soliman data ordinal yaitu data yang selain mengandung unsur penamaan juga memiliki unsur urutan (*order* = urutan), dan data tersebut termasuk dalam *statistic non parametric*. Menurut Santoso (2001:5), salah satu asumsi yang menjadi syarat *statistic parametric* adalah data yang diuji haruslah data bertipe interval atau rasio, yang tingkatnya lebih tinggi dari data tipe nominal atau ordinal. Riduwan dan Kuncoro (2007:30) juga mengemukakan bahwa mentransfer data ordinal menjadi data interval gunanya untuk memenuhi sebagian dari syarat analisis parametric yang mana data setidaknya berskala interval. Untuk memenuhi persyaratan tersebut, maka dapat dilakukan transformasi data agar dapat dilakukan dengan menggunakan prosedur parametrik.

Transformasi data tersebut dibutuhkan dalam uji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Teknik transformasi data yang paling sederhana dikemukakan oleh Riduwan dan Kuncoro (2007:30) yaitu dengan menggunakan MSI (*Method of Successive Interval*).

1. Memperhatikan setiap butir pertanyaan

Perhatikan setiap butir jawaban responden dari angket yang disebar, setelah diisi dan ditabulasi kemudian diproses dengan mengelompokkan sesuai dengan alternative jawaban dipadu dengan item pertanyaan.

2. Menentukan frekuensi (F)

Pada setiap butir ditentukan berapa orang yang mendapat skor alternative jawaban.

3. Menentukan proporsi

Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya responden dan hasilnya disebut proporsi.

4. Menentukan proporsi kumulatif

Nilai proporsi kumulatif diperoleh dengan jalan menjumlahkan nilai proporsi secara berurutan per kolom skor.

5. Menentukan nilai Z

Menentukan nilai Z didasarkan pada Tabel Distribusi Normal untuk setiap proporsi kumulatif yang diperoleh.

6. Menentukan densitas

Nilai densitas untuk setiap nilai Z yang diperoleh (dengan menggunakan table Tinggi Densitas).

7. Menentukan *scale value* (skala nilai), dengan rumus:

$$NS : \frac{(Density \text{ at Lower limit}) - (Density \text{ at Upper Limit})}{(Area \text{ Below Upper Limit}) - (Area \text{ Below Lower Limit})}$$

8. Menentukan transformasi (skala akhir) dengan rumus:

$$Y = NS + [1 + |NS_{min}|]$$

3.7 Validitas dan Reliabilitas

3.7.1 Validitas

Berdasarkan pendapat Arikunto (2006 :168) bahwa validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrument. Suatu instrumen dikatakan valid atau sah mempunyai validitas

tinggi. Sebaliknya, instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Untuk menentukan apakah item-item dalam penelitian ini valid atau tidak, dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variable Ghozali (2009:49) yaitu mendeteksi nilai *corrected item-total correlation* dari hasil *reliability analysis* (scale alpha) apakah lebih besar dari r tabel atau justru lebih kecil dari r tabel, Jika nilai *corrected item-total correlation* lebih besar dari r tabel maka dapat disimpulkan bahwa butir atau pertanyaan yang dimaksud valid.

3.7.2 Reliabilitas

Arikunto (2006: 178) mendefinisikan reliabilitas sebagai suatu instrument yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan untuk diuji, maka digunakan rumus *Alpha Croanbach* dengan rumus sebagai berikut :

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right)$$

Keterangan :

r = Reliabilitas Instrumen

k = Banyak butir pertanyaan

$\sum \sigma^2$ = Jumlah varian butir

$\sum \sigma_1^2$ = Varians total

Apabila koefisien alpha $\geq 0,6$ maka dapat dikatakan bahwa instrument yang digunakan reliable.

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Analisis Produk, Tarif Jasa dan Kualitas Pelayanan dengan

Importance Performance Analysis

Untuk mengetahui persepsi Nasabah Perbankan terhadap produk, tarif jasa dan kualitas pelayanan Perbankan Syariah Mandiri Malang dilakukan dengan menggunakan analisis *Importance Performance Analisis* menurut Martila dan James dalam Supranto (2006:240), dengan langkah-langkah sebagai berikut :

Langkah pertama :

Menghitung \bar{X} (Skor rata-rata tingkat produk, tarif jasa dan kualitas pelayanan) dengan menggunakan rumus :

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n}$$

Dimana : \bar{X} = skor rata-rata tingkat produk, tarif jasa dan kualitas pelayanan

X_i = Atribut yang mewakili masing-masing dimensi dari X_1 sampai X_7

$\sum X_i$ = Jumlah Atribut yang mewakili masing-masing dimensi dari X_1 sampai X_7

n = jumlah responden

Langkah Kedua:

Menghitung \bar{Y} (Skor rata-rata tingkat harapan dari nasabah atas pelayanan) dengan menggunakan rumus

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Dimana : \bar{Y} = Skor rata-rata tingkat kepentingan / harapan nasabah

Y_i = Atribut yang mewakili masing-masing dimensi dari $Y_{1,1}$ sampai $Y_{1,3}$

$\sum Y_i$ = Jumlah Atribut yang mewakili masing-masing dimensi dari $Y_{1,1}$ sampai $Y_{1,3}$

n = Jumlah responden

Nilai \bar{X} dan \bar{Y} dijadikan dasar untuk menentukan posisi responden

dalam diagram kartesius. Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak

lurus pada titik-titik (\bar{X}, \bar{Y}) dimana \bar{X} merupakan rata-rata dari rata-rata skor

tingkat pelaksanaan atau kepuasan pelanggan seluruh faktor atau atribut dan \bar{Y} adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Posisi responden dapat diketahui melalui

perpotongan antara \bar{X} dan \bar{Y} . Sedangkan untuk menentukan absis dan ordinat

yang membentuk diagram kartesius dicari melalui \bar{X} dan \bar{Y} , seperti dalam

langkah berikut ini :

Langkah Ketiga :

Untuk mengetahui posisi responden dalam diagram kartesius

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{X}_i}{K} \quad \text{dan} \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{Y}_i}{K}$$

Dimana :

K = Banyaknya atribut atau fakta yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah perbankan

\bar{X} = Rata-rata dari skor rata-rata produk, tarif jasa dan kualitas pelayanan

\bar{Y} = Rata-rata dari skor rata-rata tingkat kepentingan / harapan nasabah

$\sum \bar{X}_i$ = Jumlah dari skor rata-rata produk, tarif jasa dan kualitas pelayanan

$\sum \bar{Y}_i$ = Jumlah dari skor rata-rata tingkat kepentingan / harapan nasabah

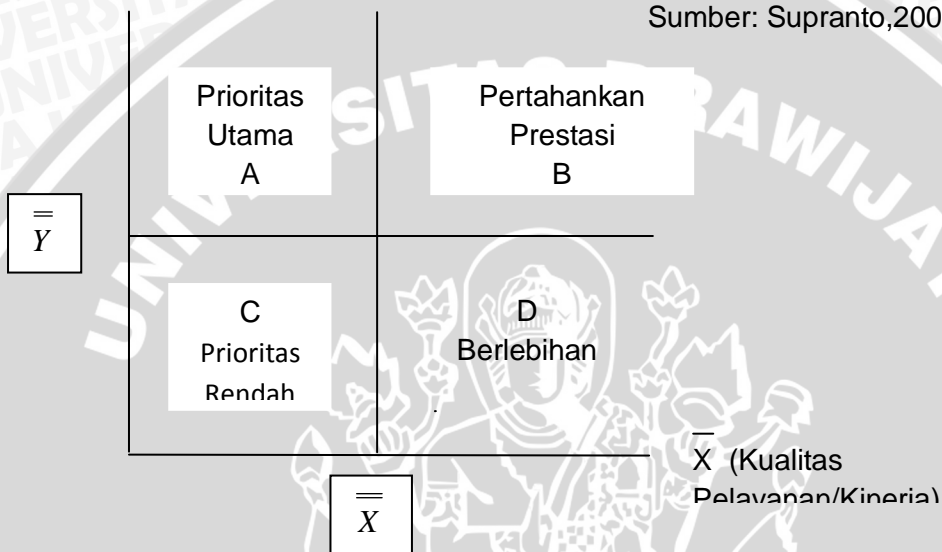


Hasil dari perhitungan rumus tersebut akan menghasilkan Absis dan ordinat, untuk \bar{X} mewakili absis dan \bar{Y} mewakili ordinat.

Selanjutnya tingkat unsur-unsur (kualitas dan kepentingan) tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian ke dalam diagram kartesius seperti

gambar di bawah ini :
Y (Harapan)

Gambar 3.1: Diagram kartesius
Sumber: Supranto,2006:242



Dari gambar 3.1 tersebut ada empat rekomendasi terhadap kualitas pelayanan Perbankan Syariah Mandiri Malang :

a. Prioritas Utama (kuadran A)

Kuadran ini menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan pelanggan, sehingga mengecewakan/tidak puas. Yang termasuk dalam kategori ini adalah nasabah perbankan yang tingkat kepentingan atau harapannya tinggi (di atas rata-rata relatif penting), akan tetapi kenyataannya masih dibawah rata-rata. Idealnya jika tingkat harapan di atas rata-rata, performancenya juga di atas rata-rata. Oleh karena itu,



perbankan Syariah Mandiri perlu mengadakan perbaikan-perbaikan terhadap atribut-atribut yang termasuk dalam kategori ini.

b. Pertahankan (Kuadran B)

Kuadran B menunjukkan unsur-unsur jasa produk yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankan dan sangat penting dan sangat memuaskan. Pada posisi ini jika dilihat dari kepentingan nasabah perbankan, atribut-atribut jasa/ pelayanan berada pada tingkat tinggi, dan dilihat dari performance, nasabah perbankan merasakan tingkat tinggi pula. Hal ini merupakan kondisi yang ideal sehingga menuntut perbankan Syariah Mandiri untuk dapat mempertahankan prestasi.

c. Prioritas Rendah (Kuadran C)

Kuadran C menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja, dianggap kurang penting dan kurang memuaskan. Pada posisi ini, jika dilihat dari kepentingan nasabah perbankan, atribut-atribut jasa/ pelayanan kurang dianggap penting dan memiliki performance yang rendah terhadap atribut jasa/pelayanan yang termasuk dalam kategori ini.

d. Berlebihan (Kuadran D)

Kuadran D menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan, dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan. Pada posisi ini, jika dilihat dari kepentingan nasabah perbankan, atribut-atribut jasa atau pelayanan kurang dianggap penting, namun jika dilihat dari performance cukup baik. Namun, nasabah perbankan mengabaikan atribut-atribut yang terletak pada posisi ini.

Berdasarkan diagram kartesius, maka dapat ditentukan posisi kualitas pelayanan Perbankan Syariah Mandiri Malang.

3.8.2 Analisis Pengaruh Produk, Tarif Jasa dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan

3.8.2.1 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh bukti fisik, reliabilitas, daya tanggap, kompetensi, kesopanan, kredibilitas, keamanan, akses, komunikasi, kemampuan memahami pelanggan terhadap kepuasan Nasabah Perbankan badan. Untuk membuktikan hipotesis digunakan alat uji statistik regresi linier berganda (*multiple linier regression*). Menurut Gudjarati (2006: 91) Rumus regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + e_i$$

Dalam penelitian ini model regresi berganda (*multiple linier regression*) adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + e_i$$

Keterangan :

a	= Intersep
b ₁ , b ₂ , b ₃ , b ₄ , b ₅ , b ₆ , b ₇	= Koefisien regresi parsial X ₁ , X ₂ , X ₃ , X ₄ , X ₅ , X ₆ , X ₇
X ₁	= Variabel produk
X ₂	= Variabel tarif jasa
X ₃	= Variabel <i>reliability</i>
X ₄	= Variabel <i>responsiveness</i>
X ₅	= Variabel <i>assurance</i>
X ₆	= Variabel <i>emphaty</i>
X ₇	= Variabel <i>tangible</i>
e _i	= Error

Penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda (*Ordinary Least Square/OLS*) untuk menghitung dan menganalisa seberapa besar variabel Produk, Tarif Jasa dan Kualitas Pelayanan Perbankan dengan Prinsip Syariah terhadap tingkat kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Malang. Selain itu juga untuk mengetahui variabel-variabel yang memiliki pengaruh dominan pada masing-masing variabel dependen dan pengaruh tersebut apakah

berpengaruh positif atau negatif sehingga bisa menjawab hipotesis yang telah diajukan.

Menurut Gudjarati (2006: 91) Rumus regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + e_i$$

Dalam penelitian ini model regresi berganda (*multiple linier regression*) adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + e_i$$

Keterangan :

a	= Intersep
b ₁ , b ₂ , b ₃ , b ₄ , b ₅ , b ₆ , b ₇	= Koefisien regresi parsial X ₁ , X ₂ , X ₃ , X ₄ , X ₅ , X ₆ , X ₇
X ₁	= Variabel produk
X ₂	= Variabel tarif jasa
X ₃	= Variabel reability
X ₄	= Variabel responsivenss
X ₅	= Variabel Assurance
X ₆	= Variabel Emphaty
X ₇	= Variabel Tanggible
e _i	= Error

Persamaan regresi linear berganda tersebut akan digunakan untuk menghitung dan menganalisis seberapa besar peran variabel Produk, Tarif Jasa dan Kualitas Pelayanan Perbankan dengan Prinsip Syariah terhadap tingkat kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Malang, masing-masing dengan melihat koefisien regresinya (*b_i*).

Pada tahap ini harus diperhatikan pula koefisien determinasi (*R²*) dari model regresi linier berganda yang terbentuk. Koefisien determinasi berganda (*R²*) merupakan ukuran besarnya kemampuan variabel Produk, Tarif Jasa dan Kualitas Pelayanan Perbankan dengan Prinsip Syariah, dalam menjelaskan variabel kepuasan nasabah pada bank syariah. *R²* memiliki nilai antara 0 sampai 1 ($0 < R^2 < 1$). Semakin tinggi nilai *R²*, regresi akan semakin baik. Jika nilai *R²* mendekati 1, berarti variabel Produk, Tarif Jasa dan Kualitas Pelayanan

Perbankan dengan Prinsip Syariah, secara bersama-sama mampu menjelaskan variabel kepuasan nasabah pada bank syariah dengan baik karena model regresi mengandung *error* yang rendah. Namun sebaliknya, jika nilai R^2 mendekati 0, berarti variabel Produk, Tarif Jasa dan Kualitas Pelayanan Perbankan dengan Prinsip Syariah, secara bersama-sama tidak mampu menjelaskan variabel kepuasan nasabah pada bank syariah dengan baik karena model regresi mengandung *error* yang tinggi.

3.8.2.2 Uji Asumsi Klasik

Hasil prediksi dari model persamaan dinilai baik jika memenuhi persyaratan BLUE (*Best, Linerity, Unbiased, and Estimated*). Untuk mengetahui apakah syarat BLUE telah terpenuhi atau tidak, maka diperlukan uji asumsi klasik terhadap hasil prediksi model persamaan. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas menurut Ghozali (2009: 147), yaitu bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Distribusi normal merupakan distribusi teoritis dari variabel random yang kontinyu. Prinsip normalitas menurut Ghozali (2009: 147), dapat dideteksi dengan melihat histogram dan residualnya. Dasar pengambilan keputusannya :

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal dari grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas timbul sebagai akibat adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi. Istilah “multikolinearitas” menunjukkan adanya derajat kolinearitas yang tinggi diantara variabel-variabel independen tersebut. Jika variabel-variabel independen berkorelasi secara sempurna, maka disebut *perfect multicollinearity*. Uji multikolinearitas dalam penelitian ini digunakan untuk mendeteksi hubungan antar variabel produk, tarif jasa dan kualitas pelayanan.

Menurut Gujarati (2006: 166), multikolinearitas dapat dideteksi dengan melihat nilai R^2 dan jumlah rasio t yang signifikan. Multikolinearitas dikatakan terjadi dalam model regresi jika nilai koefisien determinasi berganda (R^2) yang diperoleh tinggi, namun tidak ada satu pun atau hanya sedikit koefisien regresi parsial (β_i) yang penting secara statistik.

Sedangkan menurut Ghozali (2009 : 95-96) uji multikolinearitas yaitu bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Cara untuk mengetahui adanya multikolinearitas adalah dengan menggunakan *Tolerance Value* atau *Value Inflation Factor* (VIF). Bila VIF pada setiap variabel bebas bernilai < 10 maka artinya tidak terdapat masalah multikolinearitas dan sebaliknya setiap variabel bebas bernilai > 10 maka terdapat multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas timbul karena masing-masing variabel pengganggu/error mempunyai varian yang berlainan. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji apakah varian dari kesalahan

pengganggu variabel Produk, Tarif Jasa dan Kualitas Pelayanan Perbankan dengan Prinsip Syariah pada pengujian bank syariah.

Untuk menguji terjadinya heteroskedastisitas pada model regresi dilakukan dengan melakukan uji *White (White Test)*. Uji ini dilakukan dengan mengestimasi persamaan model yang akan diperoleh, sehingga diketahui *Obs*R-squared* (ket. $Obs*R-squared = X^2$ hitung). Kemudian nilai *Obs*R-squared* tersebut dibandingkan dengan X^2 tabel, dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika nilai *Obs*R-squared* > nilai X^2 tabel, maka hipotesis yang menyatakan bahwa dalam model empiris terdapat masalah heteroskedastisitas ditolak.
- b. Jika nilai *Obs*R-squared* < nilai X^2 tabel, maka hipotesis yang menyatakan bahwa dalam model empiris terdapat masalah heteroskedastisitas diterima.

Menurut Gozali (2001:70) dalam Gujarati (194) Prosedur uji dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat dan tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-studentized. Pengertian tersebut menjelaskan bahwa jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit atau membentuk bentuk yang lain), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.2.3 Uji Hipotesis

Metode selanjutnya adalah melakukan uji hipotesis untuk mengetahui sejauh mana model regresi yang dibuat dapat menjelaskan fenomena atau permasalahan yang diteliti. Uji hipotesis yang dilakukan antara lain sebagai berikut:

1. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji signifikansi simultan (Uji F) digunakan untuk menguji koefisien regresi secara simultan atau bersama-sama dari variabel Produk, Tarif Jasa dan Kualitas Pelayanan Perbankan dengan Prinsip Syariah terhadap kepuasan nasabah penabung pada Bank Syariah Mandiri. Statistik ini menunjukkan apakah sekelompok variabel independen, secara serentak berpengaruh terhadap variabel dependen (Ananta, 1987: 42).

Nilai F_{hitung} diperoleh dengan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2 / (k - 1)}{(1 - R^2) / (n - k)}$$

keterangan: F : nilai statistik uji F

R^2 : koefisien determinan

$k - 1$: derajat bebas pembilang

$n - k$: derajat bebas penyebut

k : jumlah parameter (varabel bebas dan konstanta)

n : jumlah sampel

Uji F dilakukan dengan menggunakan hipotesis sebagai berikut:

- a. Jika $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$, berarti variabel Produk, Tarif Jasa dan Kualitas Pelayanan Perbankan dengan Prinsip Syariah secara serentak tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah pada bank syariah.

- b. Jika H_1 : minimal ada satu β_i yang $\neq 0$, berarti variabel Produk, Tarif Jasa dan Kualitas Pelayanan Perbankan dengan Prinsip Syariah secara serentak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah pada bank syariah.

Untuk menentukan F_{tabel} , taraf nyata (*level of significance*, α) yang digunakan adalah sebesar 5%. Nilai F_{tabel} bisa dilihat pada Tabel Titik Persentasi Distribusi F dan nilai F_{hitung} bisa diketahui dari hasil regresi. Setelah nilai F_{tabel} dan F_{hitung} diketahui, kemudian dilakukan pengambilan keputusan berdasarkan perbandingan nilai antara F_{hitung} dan F_{tabel} . Ketentuan pengambilan keputusan tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak atau H_1 diterima, dan
- b. Jika $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima atau H_1 ditolak.

2. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji signifikansi parsial (Uji t) digunakan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dari variabel Produk, Tarif Jasa dan Kualitas Pelayanan Perbankan dengan Prinsip Syariah terhadap variabel kepuasan nasabah penabung pada Bank Syariah Mandiri. Statistik ini menunjukkan peran setiap variabel independen secara individu, dan dikontrol oleh variabel independen yang lain dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ananta 1987: 41).

Nilai t_{hitung} diperoleh dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{b - \beta}{Sb}$$

keterangan: t : nilai statistik Uji t

b : pemerkira regresi hasil observasi (estimator regresi)

β : parameter yang dinyatakan dalam H_0

Sb : standard deviasi observasi

Uji t yang digunakan bersifat satu ujung (*one tail*) dengan hipotesis sebagai berikut:

- a. Jika $H_0 : \beta_i = 0$, berarti variabel Produk, Tarif Jasa dan Kualitas Pelayanan Perbankan dengan Prinsip Syariah secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah penabung pada Bank Syariah Mandiri.
- b. Jika $H_1 : \beta_1 > 0$, berarti variabel produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah penabung pada Bank Syariah Mandiri.
- c. Jika $H_2 : \beta_2 > 0$, berarti variabel tarif jasa secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah penabung pada Bank Syariah Mandiri.
- d. Jika $H_3 : \beta_3 > 0$, berarti variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah penabung pada Bank Syariah Mandiri.

Dalam menentukan nilai t_{tabel} , taraf nyata (*level of significance, α*) yang digunakan sebesar 5%. Nilai t_{tabel} bisa dilihat pada Tabel Titik Persentasi Distribusi T dan nilai t_{hitung} bisa diketahui pada hasil regresi. Setelah nilai t_{tabel} dan t_{hitung} diketahui, kemudian dilakukan pengambilan keputusan berdasarkan perbandingan nilai antara t_{hitung} dan t_{tabel} . Ketentuan pengambilan keputusan tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Jika $|t_{hitung}| > t_{tabel}$, H_0 ditolak atau H_1 diterima, dan
- b. Jika $|t_{hitung}| \leq t_{tabel}$, H_0 diterima atau H_1 ditolak