

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum BNI Syariah

1. Latar belakang berdirinya BNI Syariah

Lahirnya UU No. 10 Tahun 1998 yang intinya membahas kelayakan bank-bank umum untuk membuka layanan syariah, mendorong PT Bank Negara Indonesia persero untuk membuka layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah dengan konsep *dual system banking*. Diawali dengan pembentukan Tim Bank Syariah di Tahun 1999, Bank Indonesia kemudian mengeluarkan izin prinsip dan usaha untuk beroperasinya unit usaha syariah BNI. Setelah itu BNI Syariah menerapkan strategi pengembangan jaringan cabang syariah dari waktu ke waktu.

Pada tanggal 29 April 2000 BNI Syariah membuka 5 kantor cabang syariah di kota-kota potensial yaitu Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Satu tahun kemudian BNI Syariah kembali membuka kantor cabang Syariah di kota-kota besar yakni Jakarta (dua cabang), Bandung, Makassar, dan Padang. Selanjutnya pada tahun 2002 BNI Syariah kembali melebarkan sayapnya dengan membuka dua kantor cabang di Medan dan Palembang.

BNI Syariah telah beroperasi sebagai unit bisnis BNI selama 10 tahun

Selain itu nasabah

juga dapat menikmati layanan syariah di kantor bank BNI Konvensional (*Syariah Office Chaneling*) dengan lebih kurang 1000 outlet BNI yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Dalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh KH. Ma'ruf Amin, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah.

Pada tanggal 19 Juni 2010 BNI Syariah dinyatakan *spin off* dan beroperasi sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi *spin off* tersebut tidak lepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU No. 19 Tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No. 20 tahun 2008 tentang perbankan syariah. Selain itu dukungan pemerintah terhadap perkembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat.

BNI Syariah saat ini melayani nasabah melalui 59 kantor cabang di seluruh Indonesia yang didukung oleh jaringan dari teknologi BNI berupa layanan *ATM*, *E-Banking*, dan *call center*. Lebih dari 750 cabang BNI sebagai *Delivery Channel Perbankan Syariah* terhubung melalui jaringan teknologi

2. Visi dan Misi BNI Syariah

a. Visi

Menjadi Bank Syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja.

b. Misi

- 1) Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan
- 2) Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah
- 3) Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor
- 4) Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah
- 5) Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah

3. *Dual System Bank*

Dengan pola *dual system bank*, maka BNI Syariah saat ini didukung oleh Sistem Informasi Teknologi yang modern dan jaringan transaksi yang sangat luas di seluruh Indonesia dengan memanfaatkan jaringan kantor BNI. Dalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Hal ini dibuktikan dengan penghargaan dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tahun 2004 sebagai Perbankan Syariah Terbaik.

4. *Syariah Channelling Outlet*

Dengan dukungan teknologi, BNI Syariah bersinergi dengan cabang-cabang BNI Konvensional untuk memberikan layanan pembukaan rekening syariah. Cabang-cabang BNI tersebut dinamakan *Syariah Channelling Outlet (SCO)*. Saat ini seluruh cabang BNI telah dilengkapi dengan layanan pembukaan rekening syariah. Sehingga masyarakat yang menghendaki untuk

malakukan investasi *mudharabah* melalui deposito syariah, tabungan syariah atau menitipkan dana melalui giro syariah dan tabungan titipan (*wadiah*) atau bahkan menghendaki persiapan dana haji melalui tabungan iB Haji ataupun iB Tapenas maka nasabah dapat mengunjungi cabang BNI terdekat. Secara nasional cabang BNI yang sudah dapat melayani pembukaan rekening berjumlah lebih dari 600 dan jumlah ini terus meningkat dari waktu ke waktu.

5. Tata Nilai dan Budaya Kerja BNI Syariah

Tata nilai yang dirumuskan dalam budaya kerja BNI Syariah yaitu amanah dan jamaah. Amanah merupakan salah satu sifat wajib Rasulullah SAW yang secara harfiah berarti dapat dipercaya. Dalam budaya kerja BNI Syariah amanah didefinisikan sebagai menjalankan tugas dan kewajiban dengan penuh tanggung jawab untuk memperoleh hasil yang optimal. Nilai amanah ini tercermin dalam perilaku utama insan BNI Syariah :

- a. Profesional dalam menjalankan tugas
- b. Memegang teguh komitmen dan bertanggung jawab
- c. Jujur, adil dan dapat dipercaya
- d. Menjadi teladan yang lebih baik bagi lingkungan.

Jamaah adalah perilaku kebersamaan umat Islam dalam menjalankan segala sesuatu yang bersifat ibadah dengan mengutamakan kebersamaan dalam suatu hubungan kepemimpinan. Dalam budaya BNI Syariah, jamaah didefinisikan sebagai bersinergi dalam menjalankan tugas dan kewajiban.

Budaya jamaah diibarkan dalam perilaku :

- a. Bekerja secara rasional dan sistematis
- b. Saling mengingatkan dengan santun
- c. Bekerja sama dalam kepemimpinan yang efektif

6. Produk BNI Syariah

a. Produk Penghimpunan

1) Deposito iB Hasanah

Merupakan simpanan berjangka menggunakan prinsip *Mudharabah Muthlaqah* yaitu akad antara pihak pemilik modal dengan pengelola untuk memperoleh keuntungan, dan kemudian akan dibagikan sesuai dengan nisbah yang disepakati. Deposito iB Hasanah mengelola dana nasabah dengan cara disalurkan untuk pembiayaan usaha produktif maupun pembiayaan konsumtif yang halal dan bermanfaat untuk kemaslahatan umat.

2) Giro iB Hasanah

Merupakan simpanan dana pihak ketiga yang menggunakan prinsip *wadiah yadh dhamanah*. Giro iB Hasanah mendukung bisnis nasabah dengan kemudahan online pada cabang-cabang BNI Syariah di seluruh Indonesia. *Wadiah yadh dhamanah* merupakan titipan dana yang dengan izin dari pemilik dana dapat dioperasikan oleh Bank untuk mendukung sektor riil, dengan jaminan bahwa dana dapat ditarik sewaktu waktu oleh pemilik dana.

3) Tabungan

Berikut ini adalah beberapa jenis produk tabungan BNI Syariah:

a) Tabungan iB Bisnis Hasanah

Simpanan transaksional bagi para pengusaha dengan detail mutasi debit dan kredit pada buku tabungan. Dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah muthlaqah*, dengan bagi hasil yang kompetitif.

b) Tabungan iB Hasanah

Simpanan dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip

c) Tabungan iB Prima Hasanah

Simpanan dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah muthlaqah*.

d) Tabungan iB Tapenas Hasanah

Merupakan tabungan perencanaan yang dikelola secara syariah dengan akad *mudharabah muthlaqah*. iB Tapenas Hasanah membantu nasabah untuk menyiapkan rencana masa depan nasabah, seperti liburan, pernikahan, umroh ataupun pendidikan. Dengan setoran bulanan minimal Rp.100.000,00 (seratus ribu rupiah) dan jangka waktu maksimal 17 tahun serta bagi hasil yang kompetitif.

e) Tabungan iB THI Hasanah

Merupakan produk tabungan dari BNI Syariah yang dikhususkan untuk memenuhi biaya perjalanan ibadah haji yang dikelola secara aman dan bersih sesuai syariah dengan akad *mudharabah muthlaqah*. Tabungan iB THI Hasanah telah tergabung dalam layanan online SISKOHAT (Sistem Koordinasi Haji Terpadu) yang memungkinkan jamaah haji memperoleh kepastian porsi dari Kementerian Agama pada saat jumlah tabungan telah memenuhi persyaratan.

f) Tabungan iB Tunas Hasanah

Adalah produk simpanan dalam mata uang rupiah berdasarkan akad *wadiah* yang diperuntukkan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia dibawah 17 tahun.

g) TabunganKu iB

Merupakan simpanan dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad *wadiah*, penarikan dapat dilakukan sewaktu waktu sesuai syarat dan ketentuan yang berlaku.

b. Produk Pembiayaan

1) Griya iB Hasanah

Merupakan fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada masyarakat untuk membeli, membangun, merenovasi (termasuk rumah, ruko,

rukan, apartemen dan sejenisnya), dan membeli tanah kavling serta rumah indent yang besarnya disesuaikan dengan kebutuhan pembiayaan dan kemampuan membayar kembali masing-masing calon.

2) Multiguna iB Hasanah

Adalah fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada anggota berupa barang yang dibiayai (apabila bernilai material) dan atau *fixed asset* yang ditunjukkan untuk kalangan professional dan pegawai aktif yang memiliki sumber pembayaran kembali dari penghasilan tetap dan tidak bertentangan dengan undang-undang/ hukum yang berlaku serta tidak termasuk kategori yang diharamkan syariat islam.

3) Oto iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan konsumtif *murabahah* yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk pembelian kendaraan bermotor dengan agunan kendaraan bermotor yang dibiayai.

4) CCF iB Hasanah

Merupakan pembiayaan yang dijamin dengan cash, yaitu dijamin dengan simpanan dalam bentuk giro, deposito, dan tabungan yang diterbitkan BNI Syariah.

5) Gadai Emas iB Hasanah

Gadai emas iB Hasanah atau disebut juga pembiayaan rahn merupakan penyerahan hak penguasaan secara fisik atas barang berharga berupa emas (lantakan dan atau perhiasan beserta aksesorisnya) dari nasabah kepada bank sebagai agunan atas pembiayaan yang diterima.

6) iB Hasanah Card

Merupakan pembiayaan yang berbasis kartu kredit, kartu dengan akad *kafalah* dimana penerbit adalah penjamin bagi pemegang kartu terhadap merchant atas semua kewajiban bayar yang timbul dari transaksi antara pemegang kartu dengan merchant dan penarikan uang tunai selain bank atau ATM bank penerbit kartu. Akad *qard* penerbit kartu adalah pemberi pinjaman kepada pemegang iB Hasanah Card atas seluruh transaksi penarikan tunai dengan menggunakan kartu dan transaksi pinjam dan sedangkan akad

ijarah penerbit kartu adalah penyedia jasa system pembayaran dan pelayanan terhadap pemegang kartu.

7. Sejarah BNI Syariah Cabang Yogyakarta

BNI Syariah diresmikan oleh Menteri Keuangan Republik Indonesia Dr. Bambang Sudibyo pada tanggal 29 April 2000 sebagai badan usaha jasa keuangan yang berbentuk Perseroan Terbatas. (PT) dengan modal awal yang disetor Rp.6.000.000.000 dari penjualan saham. BNI Syariah resmi beroperasi mula tanggal 1 Mei 2000. Adapun prosedur didirikannya BNI Syariah di Yogyakarta antara lain:

- a. Tanda daftar perusahaan Perseroan Terbatas (PT) disahkan oleh Menteri Kehakiman No. 100/BH.12-05/IV/2000
 - b. Adanya izin tempat usaha yang disahkan oleh Walikota Yogyakarta Herry Zudianto No. 503-S.203/04.D/2000
 - c. Tanda izin gangguan (HO) No. 503-759/14.NG/2001
- BNI Syariah cabang Yogyakarta berlokasi di Jalan KH. Ahmad Dahlan No.64 Yogyakarta, kemudian pindah di Jalan Kusumanegara No. 112 Yogyakarta. (*Sumber:www.bnisyariah.co.id*)

B. Deskripsi Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah nasabah BNI Syariah cabang Yogyakarta yang beralamatkan di Jl. Kusumanegara Umbulharjo Yogyakarta 55167. Pengumpulan data yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Kuesioner yang terkumpul sebanyak 105 kuesioner, dengan lima kategori responden yang menjadi subyek penelitian yaitu karakteristik berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan akhir, jenis pekerjaan dan lama menjadi nasabah. Dari 105 kuesioner yang terkumpul, ternyata hanya 100 kuesioner yang tidak cacat (terisi dan sesuai dengan kriteria) sehingga 5 kuesioner yang tidak layak tidak di jadikan sampel

penelitian. Untuk lebih jelasnya pendeskripsian berdasarkan karakter responden diterangkan secara spesifik seperti dibawah ini:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat dideskripsikan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dalam tabel berikut:

Tabel 5.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki- laki	52	52%
2.	Perempuan	48	48%
Jumlah		100	100%

Tabel 5.1 menunjukkan klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin, sebagian besar responden merupakan laki-laki sebanyak 52 orang atau 52% sedangkan responden wanita sebanyak 48 orang atau 48%.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Hasil penelitian mendeskripsikan karakteristik responden berdasarkan pada usia/ umur, terangkum dalam tabel berikut:

Tabel 5.2
Umur

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	18-25 tahun	15	15%
2.	26-35 tahun	28	28%
3.	36-45 tahun	37	37%
4.	45 tahun keatas	20	20%
Jumlah		100	100%

Tabel 5.2 menunjukkan klasifikasi responden berdasarkan interval usia, dari 100 responden yang diperoleh jumlah nasabah terbanyak berada dalam interval usia 36-45 tahun yaitu sebanyak 37 orang atau 37%, selanjutnya 26-35 tahun sebanyak 28 orang atau 28%, 45 tahun keatas sebanyak 20 orang atau 20%, dan 18-25 tahun sebanyak 15 orang atau 15%. Dari tabel ini dapat kita lihat bahwa terjadi keseragaman usia dari beberapa responden yang diperoleh.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Hasil penelitian menunjukkan karekteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir dalam tabel berikut:

Tabel 5.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No.	Pendidikan	Jumlah	Persentase
1.	SMP/ Sederajat	2	2%
2.	SMA/ Sederajat	31	31%
3.	Diploma/ Sarjana	51	51%
4.	Magister (S2)	13	13%
5.	Doktoral (S3)	3	3%
Jumlah		100	100%

Tabel 5.3 menunjukkan klasifikasi responden berdasarkan tingkat pendidikan, dari 100 responden jumlah nasabah yang paling banyak adalah dengan jenjang pendidikan Diploma/ Sarjana yaitu sebanyak 51%, selanjutnya SMA/ Sederajat sebanyak 31%, Magister (S2) sebanyak 13%, Doktoral (S3) sebanyak 3% dan SMP Sederajat sebanyak 2%. Dari klasifikasi ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan

seseorang juga mampu memberikan tingkat keputusan yang baik dalam menentukan sebuah pilihan dan bisa menggambarkan bahwa sebagian besar nasabah BNI Syariah Yogyakarta adalah dengan tingkat pendidikan terakhir Diploma/ Sarjana.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Hasil penelitian menunjukkan karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 5.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1.	Pelajar/ Mahasiswa	19	19%
2.	Wiraswasta	21	21%
3.	Pegawai Negeri/ Swasta	40	40%
4.	Pensiunan	6	6%
5.	Lain-lain	14	14%
Jumlah		100	100%

Tabel 5.4 menunjukkan klasifikasi responden berdasarkan pekerjaan, dari jumlah responden yang paling banyak adalah nasabah dengan pekerjaan Pegawai Negeri/ Swasta dengan jumlah 40 orang. Hal ini saling berkaitan dengan jenjang pendidikan responden yang paling dominan adalah Diploma/ Sarjana, atau dapat dikatakan jenjang pendidikan berpengaruh terhadap pekerjaan seseorang. Selanjutnya wiraswasta sebanyak 21 orang, mahasiswa sebanyak 19 orang, lain-lain sebanyak 14 orang, dan diikuti pensiunan sebanyak 6 orang.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Hasil penelitian mendeskripsikan karakteristik responden berdasarkan pada lama menjadi nasabah, terangkum dalam tabel berikut:

Tabel 5.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	<1 tahun	16	16%
2.	1-2 tahun	37	37%
3.	3-5 tahun	45	45%
4.	> 5 tahun	2	2%
Jumlah		100	100%

Tabel 5.5 menunjukkan klasifikasi responden berdasarkan lama menjadi nasabah dari 100 responden didominasi oleh nasabah yang sudah menjadi nasabah selama 3-5 tahun sebanyak 45 orang, selanjutnya 1-2 tahun sebanyak 37 orang, < 1 tahun sebanyak 16 orang dan >5 tahun sebanyak 2 orang. Hal tersebut menggambarkan tingkat kepuasan nasabah cukup tinggi, karena mayoritas responden yang didapat adalah dengan lama menjadi nasabah 3-4 tahun.

C. Analisis Statistik Deskriptif

Pada bagian ini akan menjelaskan mengenai analisis deskriptif berdasarkan jawaban responden untuk masing-masing variabel. Sebelum analisis dilakukan, yang perlu dilakukan adalah menentukan interval skor. Adapun rumus untuk menentukan interval skor adalah sebagai berikut

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

5

Dari perhitungan interval diatas diperoleh distribusi frekuensi sebagaimana yang tercantum dalam tabel 5.6 berikut ini:

Tabel 5.6
Frekuensi

No.	Nilai	Kategori
1.	1,00 – 1,80	Sangat Rendah
2.	1,81 – 2,60	Rendah
3.	2,61 – 3,40	Sedang
4.	3,41 – 4,20	Tinggi
5.	4,21 - 5,00	Sangat tinggi

Tabel 5.6 merupakan ketentuan penilaian kategori jawaban responden. Nilai rata-rata jawaban (*mean*) yang berkisar pada angka 1,00 sampai dengan 1,80 dikatakan sangat rendah. Nilai mean pada angka 1,81 sampai dengan 2,60 dikatakan rendah. Nilai mean dikatakan sedang jika berkisar pada angka 2,61 sampai dengan 3,40. Nilai mean dikatakan tinggi apabila menjawab pada skor 3,41 sampai dengan 4,20, sedangkan nilai mean yang berkisar antara 4,21 sampai dengan 5,00 dapat dikatakan sangat tinggi. Berikut ini adalah deskripsi jawaban responden dari masing-masing variabel penelitian:

1. Variabel Kualitas jasa

Variabel kualitas jasa dalam penelitian ini diwakili oleh SERVQUAL yang terdiri dari 5 (lima) dimensi diukur dengan menggunakan 16 (enam belas) instrumen pertanyaan. Skor dari 16 (enam belas) pertanyaan tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 5.7

Frekuensi Jawaban Variabel Kualitas Jasa

Instrumen	Jumlah Jawaban Skor					Total	Mean
	1	2	3	4	5		
Tangible 1	0	0	2	72	26	100	4.24
Tangible 2	0	8	27	54	11	100	3.68
Tangible 3	0	0	0	28	72	100	4.72
Reliability 1	0	0	6	68	26	100	4.20
Reliability 2	0	3	31	52	14	100	3.77
Reliability 3	0	1	19	48	32	100	4.11
Responsiveness 1	0	1	11	49	39	100	4.26
Responsiveness 2	0	3	8	20	69	100	4.55
Responsiveness 3	1	1	14	64	20	100	4.01
Responsiveness 4	0	0	28	52	20	100	3.92
Assurance 1	0	0	15	65	20	100	4.05
Assurance 2	1	1	4	24	70	100	4.61
Assurance 3	1	6	27	53	13	100	3.71
Empathy 1	0	25	41	33	1	100	3.10
Empathy 2	1	10	38	46	5	100	3.44
Empathy 3	2	12	42	36	8	100	3.36

Sumber: Hasil Analisis Data, 2013

Tabel 5.7 menunjukkan sebagian besar jawaban responden memiliki

kecenderungan menjawab pada skor diatas 3. Pada dimensi tangible instrumen

pertama yang mengukur peralatan dan kemutaakhiran teknologi yang digunakan sebagian besar nasabah menjawab pada skor 4 yang artinya setuju. Untuk dimensi *Tangible* (bukti fisik) instrumen kedua yang mengukur fasilitas kantor (parkir, ruangan, dan antrian) sebanyak 54 responden menyatakan setuju dan sisanya 27 responden menjawab netral, 11 responden sangat setuju dan 8 responden tidak setuju. Hal tersebut terjadi karena beberapa responden yang merasa kurang setuju dengan fasilitas kantor, terutama permasalahan parkir. Akan tetapi skor jawaban terbanyak pada angka 4 yang berarti tetap lebih banyak nasabah yang menyatakan setuju dengan fasilitas kantor yang diberikan oleh pihak bank. Kemudian *Tangible* instrumen ketiga yang mengukur penampilan pegawai bank (terutama pada bagian *front liner*), jawaban terbanyak pada skor 5 yang menyatakan sangat setuju. Jawaban tersebut menunjukkan bahwa pegawai bank berpenampilan rapi dan sopan sehingga menumbuhkan perasaan nyaman. Dalam dimensi *tangible* secara umum penilaian nasabah terhadap BNI Syariah adalah baik.

Pada dimensi *reliability* (keandalan) mayoritas responden menjawab pada skor diatas 3 dengan perincian sebagai berikut. Dimensi *reliability* instrumen pertama mengukur kesesuaian aktifitas pelayanan dengan yang dijadwalkan. Sebanyak 68 responden menjawab pada skor 4 yaitu setuju, 26 responden menjawab sangat setuju dan sisanya 6 responden menjawab netral.

Jawaban tersebut menunjukkan bahwa ketifitas pelayanan yang diberikan oleh

bank sesuai dengan yang dijadwalkan. Kemudian pada instrumen kedua yang mengukur perhatian bank terhadap nasabah yang mendapatkan masalah, sebanyak 52 responden menjawab setuju, 31 responden menyatakan netral, 14 responden menjawab sangat setuju dan 3 responden menjawab tidak setuju. Menurut pengamatan dan pengalaman pribadi yang peneliti lakukan, pegawai bank menangani permasalahan nasabah dengan baik dan sesuai dengan prosedur perusahaan. Hal tersebut sesuai dengan hasil kuesioner dengan jawaban terbanyak pada pernyataan setuju. Dan instrumen ketiga pada dimensi *reliability* mengukur efektifitas waktu dalam melayani transaksi nasabah. Sebanyak 48 responden menjawab setuju dan 32 menjawab sangat setuju yang berarti mayoritas nasabah menilai pegawai BNI Syariah cabang Yogyakarta mempunyai keandalan yang bagus.

Dimensi *responsiveness* (ketanggapan) instrumen pertama mengukur ketanggapan pegawai bank dalam menyampaikan informasi. Jawaban terbanyak pada skor 4 (setuju) berjumlah 49 dan 5 (sangat setuju) berjumlah 39. Pada instrumen kedua mengukur ketanggapan pegawai bank dalam melayani nasabah. Jawaban terbanyak pada skor 5 (sangat setuju) berjumlah 69 responden. Instrumen ketiga ketanggapan dalam membantu kesulitan yang dihadapi nasabah. Dan instrumen keempat mengukur kemampuan pegawai bank dalam menjalankan pekerjaannya. Sebagian besar nasabah menjawab

bahwa pegawai bank memberikan *Responseveness* yang baik terhadap nasabahnya.

Pada dimensi *Assurance* (jaminan), instrumen pertama mengukur apakah pegawai bank mampu menumbuhkan perasaan aman dan nyaman terhadap nasabahnya. Sebanyak 65 responden menyatakan setuju yang berarti bahwa pegawai bank mampu memberikan perasaan aman dan nyaman kepada nasabah sehingga nasabah merasa terjamin dalam melakukan transaksi. Instrumen kedua *assurance* mengukur tingkat kesabaran pegawai bank dalam melayani nasabah. Dan sebanyak 70 responden menyatakan sangat setuju, hal ini menunjukkan bahwa pegawai bank melayani nasabah dengan sabar. Instrumen ketiga mengukur apakah biaya administrasi yang dikeluarkan sesuai dengan pelayanan yang diterima oleh nasabah. Jawaban terbanyak pada skor 4 berjumlah 53 responden.

Dimensi *Empathy* instrumen pertama mengukur apakah bank memberi perhatian secara individu untuk mengenal nasabah. Kemudian instrumen kedua mengukur apakah pihak bank memahami kebutuhan dan harapan nasabah. Dan yang ketiga apakah bank memperhatikan kepentingan nasabah. Pada dimensi ini sebagian besar nasabah menjawab pada skor 3 (netral) dan 4 (setuju), dengan nilai mean diatas 3.00 dan dibawah 4.00. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai *empathy* dari pihak bank terhadap nasabah adalah sedang. Lebih baik nya pihak bank memahami kebutuhan, harapan dan

kepentingan nasabah karena meskipun hal tersebut sangat sederhana tetapi jika nasabah merasa mendapatkan perhatian maka mereka merasa terjamin dan tidak diacuhkan.

Secara keseluruhan hasil penelitian menunjukkan adanya kemampuan perusahaan dalam memberikan kualitas jasa adalah baik. Nilai mean pada konstruk variabel kualitas jasa sebagian besar adalah diatas 4.00, hal tersebut menunjukkan kisaran jawaban yang tinggi dan menunjukkan kualitas yang baik.

2. Variabel Nilai Nasabah

Variabel nilai nasabah dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 3 (tiga) instrumen pertanyaan. Skor dari ketiga pertanyaan tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 5.8

Frekuensi Jawaban Konstruk Variabel Nilai Nasabah

Instrumen	Jumlah Jawaban Skor					Total	Mean
	1	2	3	4	5		
Instrumen 1	0	0	8	81	11	100	4.03
Instrumen 2	0	0	7	69	24	100	4.17
Instrumen 3	0	1	7	70	22	100	4.13

Sumber: Hasil Analisis Data, 2013

Tabel 5.8 menunjukkan sebagian besar jawaban responden memiliki kecenderungan menjawab pada skor diatas 3. Pada dimensi nilai

nasabah instrumen pertama mengukur keunggulan produk jasa yang dimiliki oleh bank. Sebanyak 8 responden menjawab pada skor 3 (netral), 81 responden menjawab pada skor 4 (setuju), dan 11 responden menjawab pada skor 5 (sangat setuju). Jawaban terbanyak responden ditemukan pada skor 4 (setuju), hasil tersebut menggambarkan bahwa mayoritas nasabah BNI Syariah cabang Yogyakarta menyatakan setuju terhadap produk (jasa) yang dimiliki oleh bank. Kondisi demikian menunjukkan adanya kualitas jasa yang bagus sehingga nasabah merasa mendapatkan nilai yang tinggi.

Pada instrument kedua dalam dimensi nilai nasabah mengukur manfaat keseluruhan atas produk yang diberikan oleh bank. Jawaban responden menggambarkan sebanyak 7 responden menjawab pada skor 3 (netral), 69 responden menjawab pada skor 4 (setuju), dan 24 responden menjawab pada skor 5 (sangat setuju). Hasil tersebut menggambarkan jawaban terbanyak terdapat pada skor 4 yaitu pernyataan setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah BNI Syariah cabang Yogyakarta merasa mendapatkan manfaat dari produk yang diberikan oleh pihak bank.

Instrument ketiga dalam dimensi nilai nasabah mengukur rasa ketertarikan keseluruhan nasabah terhadap pihak bank. Sebanyak 1 responden menyatakan tidak setuju yang artinya kurang tertarik. Kemudian 7 responden menjawab pada skor 3 (netral), 70 responden menjawab pada skor 4, dan 22

BNI Syariah cabang Yogyakarta menyatakan setuju untuk rasa ketertarikan keseluruhan terhadap pihak bank. Secara garis besar nasabah BNI Syariah cabang Yogyakarta tertarik terhadap keseluruhan produk yang dimiliki oleh bank.

Secara umum nilai rata-rata mean pada konstruk variabel nilai nasabah adalah sebesar 4.11, yang berarti pada kisaran jawaban yang tinggi. Sesuai dengan deskripsi yang telah diuraikan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan singkat bahwa nasabah BNI Syariah cabang Yogyakarta merasa mendapatkan nilai yang tinggi dari produk jasa yang di berikan oleh bank. Hasil ini juga menunjukkan pentingnya memenuhi harapan dan keinginan pelanggan, karena dua hal tersebut merupakan pemicu dasar yang digunakan oleh nasabah untuk menilai suatu produk jasa.

3. Variabel Kepuasan Nasabah

Variabel kepuasan nasabah dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 4 (empat) Instrumen pertanyaan. Skor dari 4 pertanyaan tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 5.7
Frekuensi Jawaban Variabel Kepuasan Nasabah

Instrumen	Jumlah Jawaban Skor					Total	Mean
	1	2	3	4	5		
Instrumen 1	0	1	15	73	11	100	3.94
Instrumen 2	0	0	9	65	26	100	4.17
Instrumen 3	0	1	17	54	28	100	4.09
Instrumen 4	0	1	10	58	31	100	4.19

Sumber: Hasil Analisis Data, 2013

Tabel 5.7 menunjukkan sebagian besar jawaban responden memiliki kecenderungan menjawab pada skor diatas 3. Pada dimensi kepuasan nasabah instrument pertama mengukur kepercayaan terhadap kinerja pegawai bank. Sebanyak 1 responden menjawab pada skor 2, 15 responden menjawab pada skor 3, 73 responden menjawab pada skor 4, dan 11 responden menjawab pada skor 5. Hasil tersebut menggambarkan jawaban tertinggi ditemukan pada skor 4 dan pernyataan setuju artinya 73% nasabah BNI Syariah cabang Yogyakarta memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap kinerja pegawai bank.

Dimensi kepuasan nasabah instrument kedua mengukur kepuasan nasabah terhadap fasilitas yang diberikan oleh bank. Jawaban responden menunjukkan sebanyak 9 responden menjawab pada skor 3 (netral), 65 responden menjawab pada skor 4 (setuju), dan 26 responden menjawab pada skor 5 (sangat setuju). Hasil tersebut menggambarkan 65% jawaban

responden menyatakan puas terhadap fasilitas yang diberikan oleh bank

Pada instrument ketiga kepuasan nasabah mengukur kepuasan terhadap jaminan pelayanan yang diberikan oleh bank. Terdapat 1 responden menjawab pada skor 2 (tidak setuju), 17 responden menjawab pada skor 3 (netral), 54 responden menjawab pada skor 4 (setuju), dan 28 responden menjawab pada skor 5 (sangat setuju). Jawaban responden tersebut menunjukkan setengah dari jumlah responden menyatakan setuju yang artinya puas. Sehingga dapat dipahami bersama bahwa mayoritas nasabah BNI Syariah cabang Yogyakarta menyatakan puas atas jaminan pelayanan yang diberikan oleh pihak bank.

Instrument terakhir pada dimensi kepuasan nasabah mengukur kepuasan nasabah terhadap keseluruhan kualitas jasa yang diberikan oleh bank. Jawaban responden menunjukkan terdapat 1 responden menjawab pada skor 2 (tidak setuju), 10 responden menjawab pada skor 3 (netral), 58 responden menjawab pada skor 4 (setuju), dan 31 responden menjawab pada skor 5 (sangat setuju). Hasil tersebut menunjukkan hampir 90% nasabah BNI Syariah menyatakan puas terhadap keseluruhan kualitas jasa yang diberikan oleh bank.

Secara keseluruhan kondisi demikian menunjukkan adanya tingkat kepuasan yang tinggi. Nilai rata-rata mean pada konstruk variabel kepuasan nasabah adalah sebesar 4,00 yang berarti pada jaminan layanan yang tinggi.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah BNI Syariah cabang Yogyakarta adalah tinggi.

D. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur valid tidaknya suatu item pernyataan, sedangkan uji reabilitas bertujuan untuk mengukur konsisten tidaknya jawaban seseorang terhadap item-item pernyataan didalam sebuah kuesioner. Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Pearson Correlations Product Moment* dan SPSS versi 16.00. untuk menentukan valid atau tidaknya butir, hasil analisis dibandingkan dengan r tabel pada taraf signifikan sebesar 5% ($\alpha = 0,05$), dengan ketentuan sebagai berikut :

Jika nilai $(p) < 0.05$ atau r hitung $>$ daripada r tabel maka item dinyatakan valid.

Jika nilai $(p) > 0.05$ atau r hitung $<$ r tabel maka item dinyatakan tidak valid.

Dari pengujian instrumen yang difokuskan pada konteks validitas, peneliti menemukan hasil yang menunjukkan bahwa instrumen yang dipakai dalam mengeksplorasi variabel X (kualitas jasa), Y1 (kepuasan nasabah), dan Y2 (nilai nasabah) masuk pada kategori valid. Hal ini bisa peneliti argumentasikan melalui oleh data yang menunjukkan hasil di

bahwa nilai r hitung dan signifikansi dari item-item pertanyaan yang mengakomodir dimensi kualitas jasa, kepuasan nasabah dan nilai nasabah lebih besar dari nilai r tabel. Berikut ini adalah tabel hasil pengujian validitas dengan menggunakan SPSS Versi 16.00.

Tabel 5.9
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	No. Pertanyaan	Korelasi	Sign	Keterangan
Kualitas Jasa	1	.563**	0.001	<i>Valid</i>
	2	.821**	0.000	<i>Valid</i>
	3	.813**	0.000	<i>Valid</i>
	4	.855**	0.000	<i>Valid</i>
	5	.793**	0.000	<i>Valid</i>
	6	.853**	0.000	<i>Valid</i>
	7	.630**	0.000	<i>Valid</i>
	8	.797**	0.000	<i>Valid</i>
	9	.693**	0.000	<i>Valid</i>
	10	.757**	0.000	<i>Valid</i>
	11	.705**	0.000	<i>Valid</i>
	12	.802**	0.000	<i>Valid</i>
	13	.695**	0.000	<i>Valid</i>
	14	.791**	0.000	<i>Valid</i>
	15	.914**	0.000	<i>Valid</i>
	16	.880**	0.000	<i>Valid</i>
Kepuasan Nasabah	1	.737**	0.000	<i>Valid</i>
	2	.673**	0.000	<i>Valid</i>
	3	.704**	0.000	<i>Valid</i>
	4	.812**	0.000	<i>Valid</i>
Nilai Nasabah	1	.838**	0.000	<i>Valid</i>
	2	.759**	0.000	<i>Valid</i>
	3	.833**	0.000	<i>Valid</i>

Suatu pernyataan dapat dikatakan valid dalam menjelaskan variabelnya, apabila *r hitung* lebih besar dari pada *r tabel*. Data diatas menunjukkan hasil uji validitas butir-butir pertanyaan yang digunakan untuk penelitian. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan yang mewakili variabel kualitas jasa (SERVQUAL), berjumlah 16 instrumen pertanyaan dan semua butir pertanyaan valid. Begitu juga dengan butir pertanyaan dalam variabel kepuasan nasabah dan nilai nasabah keduanya dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berbeda dengan validitas karena yang pertama memusatkan perhatian pada masalah konsistensi, sedang yang kedua lebih memperhatikan masalah ketepatan. Dalam penelitian ini untuk mengukur tingkat reabilitas data menggunakan fitur *Cronbach Alpha's* yang ada fasilitas SPSS seri 16.00.

Teknik ini digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang merupakan rentangan antara beberapa nilai atau skala. Kriteria pengujiannya adalah:

- a. Apabila nilai *croanbach alpha's* lebih besar dari 0,6 maka nilai ukur dinyatakan *reliable*
- b. Apabila nilai *croanbach alpha's* lebih kecil daro 0,6 maka alat

ukur tersebut dikatakan tidak *reliable*.

Tabel 5.10

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Jasa	.865	<i>Reliabel</i>
Kepuasan Nasabah	.707	<i>Reliabel</i>
Nilai Nasabah	.735	<i>Reliabel</i>

Sumber: Hasil Analisis Data, 2013

Tabel 5.10 menunjukkan nilai cronbach's alpha untuk variabel kualitas jasa sebesar 0,865, kepuasan nasabah sebesar 0,707 dan nilai nasabah sebesar 0,735. Hal ini dapat didefinisikan bahwa semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan *reliable*, karena nilainya lebih dari 0,6.

E. Uji Hipotesis dan Analisis Data

a. Pengujian Hipotesis

1. Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Hipotesis nol (H_0) yang sedang diuji adalah apakah parameter (b_1) sama dengan nol.

$H_0 : b_1 = 0$, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen (kualitas jasa) secara parsial terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah dan nilai nasabah)

Ha : $b_1 \neq 0$, artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen (kualitas jasa) secara parsial terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah dan nilai nasabah).

Ketentuan tingkat signifikansi yang diharapkan adalah sebagai berikut: $\text{sig} \leq 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Apabila tingkat signifikansi yang terjadi adalah $\text{sig} \geq 0.05$, maka konsekuensi logisnya adalah H_0 diterima dan H_a ditolak. Adapun hasil pengujian regresi linear sederhana dengan menggunakan SPSS seri 16.00 diperoleh hasil sebagai berikut:

a. Pengaruh Kualitas Jasa (X) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y_1)

Tabel 5.11
Hasil Regresi Sederhana I
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.055	1.964		4.610	.000
	Kualitas	.115	.031	.354	3.745	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Hasil Analisis Data, 2013

Tabel 5.11 menunjukkan bahwa hasil pengujian hipotesis secara parsial untuk variabel kualitas jasa menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000, hal ini dapat didefinisikan bahwa variabel kualitas jasa memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, argumentasinya adalah $0,000 < 0,005$ ($\alpha = 5\%$). Ini berarti hipotesis pertama (H_1) diterima dan H_0 ditolak.

b. Pengaruh Kualitas Jasa (X) Terhadap Nilai Nasabah (Y₂)

Tabel 5.12
Hasil Regresi Sederhana II
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.236	1.404		4.443	.000
	Kualitas	.096	.022	.403	4.354	.000

a. Dependent Variable: Nilai Nasabah

Sumber: Hasil Analisis Data, 2013

Hasil pengujian secara parsial melalui parameter signifikansi menunjukkan angka untuk variabel kualitas jasa sebesar 0,000, hal ini dapat didefinisikan bahwa variabel kualitas jasa memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai nasabah dengan argumentasi 0,000 adalah $< 0,005$ ($\alpha=5\%$). Ini berarti hipotesis kedua (H₂) diterima dan H₀ ditolak.

2. Uji F

Uji F statistik pada dasarnya menunjukkan apakah variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Adapun kriteria yang digunakan untuk menyatakan pengaruh dua variabel bebas simultan terhadap variabel terikat adalah jika nilai sig $< \alpha = 0,005$. Maka dapat diartikan ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Berdasarkan hasil yang diperoleh dengan menggunakan SPSS didapatkan data seperti dalam tabel berikut ini:

Tabel 5.10
Uji F Analisis Regresi I
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	55.787	2	27.893	14.092	.000 ^a
	Residual	192.003	97	1.979		
	Total	247.790	99			

a. Predictors: (Constant), nilai, kualitas

b. Dependent Variable: kepuasan

Sumber: Hasil Analisis Data, 2012

Tabel 5.10 menunjukkan bahwa nilai signifikansi hasil uji secara bersama-sama sebesar 0,000, maka dapat dikatakan bahwa variabel kualitas jasa dan nilai nasabah berpengaruh bersama terhadap kepuasan nasabah.

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang tempat relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtut waktunya biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi. Berdasarkan olah data dengan menggunakan SPSS ditemukan hasil dalam tabel dibawah ini:

Tabel 5.14
Koefisien Determinasi I

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.354 ^a	.125	.116	1.48725

a. Predictors: (Constant), Kualitas

b. Dependent Variable: kepuasan

Sumber : Hasil Analisis Data, 2013

Tabel 5.11 menunjukkan nilai R square sebesar 0,125 atau dalam bentuk prosentase sebesar 12,5 %. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang terdiri dari kualitas jasa memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yakni kepuasan nasabah sebesar 12,5% , sisanya 87,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diambil peneliti.

Tabel 5.15
Koefisien Determinasi II

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.474 ^a	.225	.209	1.40692

a. Predictors: (Constant), nilai, Kualitas

b. Dependent Variable: kepuasan

Sumber : Hasil Analisis Data, 2013

Tabel 5.12 menunjukkan nilai R square sebesar 0,225 atau dalam bentuk prosentase sebesar 22,5 %. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang terdiri dari kualitas jasa dan nilai nasabah memiliki pengaruh terhadap variabel

dependen yakni kepuasan nasabah sebesar 22,5% , sisanya 77,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diambil peneliti.

4. Regresi Dengan Variabel Intervening, Analisis Jalur

Menurut Baron dan Kenny dalam Ghozali (2011:247), suatu variabel disebut mediator jika variabel tersebut ikut mempengaruhi hubungan antara variabel independen (kualitas jasa) dan variabel dependen (kepuasan nasabah). Untuk menguji variable intervening digunakan metode analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur tidak dapat digunakan untuk mengkonfirmasi atau menolak hipotesis, karena analisis jalur hanya menentukan pola hubungan antara tiga atau lebih variabel. Adapun hasil pengujian regresi linear sederhana dengan menggunakan SPSS seri 16.00 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 5.16
Hasil Regresi Linear I

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.236	1.404		4.443	.000
	kualitas	.096	.022	.403	4.354	.000

X_1 = Kualitas layanan

ε = residual (error)

Melalui persamaan regresi sederhana tersebut dapat dikemukakan mengenai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien variabel kualitas jasa (β_2) sebesar 0,096, yang menunjukkan nilai positif dan nilai signifikansi 0,000 yang menunjukkan nilai signifikan. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai nasabah.

Tabel 5.17
Hasil Regresi Sederhana II

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.105	2.037		2.997	.003
	kualitas	.070	.032	.215	2.200	.030
	nilai	.473	.134	.345	3.537	.001

a. Dependent Variable: kepuasan

Sumber: Hasil Analisis Data, 2013

Dari tabel 5.14 ditemukan persamaan regresi yaitu:

$$Y_1 = \alpha + \beta_1 X + \beta_3 Y_2 + \varepsilon$$

$$\text{Kepuasan} = 0,070 X + 0,473 Y_2 + \varepsilon$$

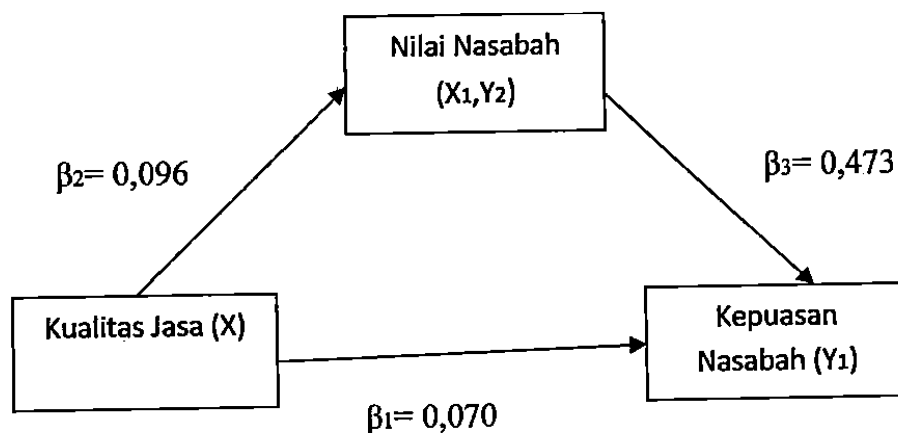
Melalui persamaan regresi diatas dapat dikemukakan beberapa hal mengenai

- a. Nilai koefisien variabel kualitas jasa (β_1) sebesar 0,070 yang menunjukkan nilai positif, untuk nilai signifikansi sebesar 0,030 yang menunjukkan nilai signifikan.
- b. Nilai koefisien variabel nilai nasabah (β_3) sebesar 0,473 yang menunjukkan nilai positif, untuk nilai signifikansi 0,001 yang menunjukkan nilai signifikan.

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas jasa dan nilai nasabah yang diteliti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sehingga dapat dipahami bahwa kualitas jasa dan nilai nasabah mempengaruhi kepuasan nasabah. Selanjutnya untuk menguji nilai nasabah sebagai variabel intervening dilakukan dengan menggunakan analisis jalur (*path analysis*) berikut ini:

Gambar 5.2

Struktur Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung



Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa Kualitas Jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan besar pengaruh sebesar 0,070, sehingga

... Nilai Nasabah juga

berpengaruh langsung terhadap kepuasan, dengan besar pengaruh langsung adalah 0,473. Sedangkan untuk mengetahui besarnya pengaruh tidak langsung harus melakukan perhitungan seperti di bawah ini:

$$\begin{aligned} \text{Total pengaruh} &= \beta_1 + (\beta_2 \times \beta_3) \\ &= 0.070 + (0.096 \times 0.473) \\ &= 0.115408 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Perhitungan pengaruh tak langsung} &= \beta_2 \times \beta_3 \\ &= 0,096 \times 0,473 \\ &= 0,045408 \end{aligned}$$

Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa Kualitas Jasa dapat berpengaruh langsung ke Kepuasan Nasabah dan dapat juga berpengaruh tidak langsung yaitu dari Kualitas Jasa ke Nilai Nasabah (sebagai intervening) lalu ke Kepuasan Nasabah. Besarnya pengaruh langsung adalah 0.070 dan besarnya pengaruh tak langsung adalah 0,0455. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa nilai nasabah memediasi hubungan antara kualitas jasa terhadap kepuasan nasabah. Sehingga Hipotesis ketiga (H3) diterima dan H0 ditolak.

F. PEMBAHASAN

1. Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah

Dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan

pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh nasabah

mengenai kepuasan yang dirasakan. Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seorang nasabah menyatakan hasil atas produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan (Lupiyoadi, 2008:192).

Sepanjang pengamatan dan penelitian yang peneliti lakukan, BNI Syariah Yogyakarta secara keseluruhan memiliki pelayanan yang baik. Sebagian besar pelayanan yang diberikan oleh pegawai bank memenuhi standar kualitas yang dikeluarkan oleh perusahaan. Sedangkan untuk mengetahui apakah standar kualitas yang diberikan oleh perusahaan mempengaruhi kepuasan nasabah atau tidak dapat diketahui melalui hasil penelitian (kuesioner) yang telah dilakukan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas jasa yang diwakili oleh lima dimensi SERVQUAL (Parasuraman, dkk, 1998 dalam Lupiyoadi, 2008:182) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada bank BNI Syariah cabang Yogyakarta. Pada dimensi *Tangible* (bukti fisik) hasil penelitian menunjukkan nilai yang tinggi. Selanjutnya penilaian nasabah pada dimensi *reliability* (keandalan) menunjukkan hasil yang bagus. pada dimensi *responseveness* (ketanggapan) jawaban nasabah terpecah menjadi empat suara, namun mayoritas menjawab pada skor yang tinggi sehingga dapat disimpulkan ketanggapan bank terhadap nasabah adalah baik. Dimensi *assurance* (jaminan) mendapat penilaian yang baik dari nasabah, artinya nasabah BNI Syariah merasa aman, terjamin dan percaya untuk melakukan transaksi. Dimensi terakhir pada pengukuran Kualitas Jasa adalah

empati, hasil penelitian menunjukkan bahwa empathy dari pihak bank terhadap nasabah kurang maksimal. Secara umum hal tersebut menggambarkan bahwa produk jasa yang diberikan oleh bank memiliki kualitas yang bagus. Sehingga dapat disimpulkan bahwa BNI Syariah memiliki karyawan yang mampu bekerja sesuai prosedur perusahaan dan mampu memberikan kualitas jasa yang baik bagi nasabahnya.

2. Kualitas Jasa Terhadap Nilai Nasabah

Menurut Lupiyoadi (2008:174), dalam menentukan tingkat kepuasan seorang nasabah umumnya akan melihat dari besarnya nilai lebih suatu produk maupun pelayanan yang diterima. Nasabah pada dasarnya mencari nilai terbesar yang diberikan oleh bank. Nilai yang diberikan oleh nasabah sangat kuat didasari oleh faktor kualitas jasa. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas jasa yang baik akan memberi nilai yang baik pula. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Didik Isnadi (2005) yang menunjukkan bahwa kualitas jasa yang baik akan memberikan nilai yang tinggi, dan nilai nasabah yang tinggi akan meningkatkan kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai nasabah. Artinya kualitas jasa yang diberikan oleh bank BNI Syariah cabang Yogyakarta secara umum memberi manfaat sesuai dengan yang diharapkan atau dibutuhkan oleh nasabah. Nilai nasabah juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Secara umum ketika nasabah merasa mendapatkan nilai (manfaat) dari produk jasa yang digunakan, maka otomatis nasabah akan merasa puas.

Konsekuensi logis dari hasil tersebut adalah nasabah mempunyai nilai-nilai yang kuat untuk tetap menjadi nasabah BNI Syariah Yogyakarta. BNI Syariah Yogyakarta selalu mengutamakan kepuasan nasabah, dengan mengutamakan nilai nasabah melalui produk dan layanan yang disediakan dengan memberikan manfaat yang besar bagi kebutuhan transaksi nasabah dengan kecepatan dan keakuratan dalam setiap transaksi yang terjadi.

3. Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Nilai Nasabah Sebagai Variabel Intervening

Menurut Lupiyoadi (2008:174), dalam menggunakan suatu produk seorang pelanggan sering kali melihat dari nilai lebih suatu produk dan kinerja pelayanan yang diterima. Pada dasarnya pelanggan mencari nilai terbesar yang dapat diberikan suatu produk, yang tentu saja bermanfaat bagi pelanggan. Manfaat dalam persepsi perusahaan belum tentu juga dapat menjadi bermanfaat dalam persepsi pelanggan. Pada intinya dalam menentukan tingkat kepuasan, seorang pelanggan mencari nilai (manfaat) atas produk yang mereka gunakan.

Penilaian nasabah terhadap manfaat suatu produk dapat terbentuk melalui kualitas jasa yang dimiliki oleh bank. Salah satu tujuan penelitian ini adalah menganalisis apakah kualitas jasa yang diukur dengan dimensi

SERVQUAL, mampu memberikan nilai (manfaat) bagi nasabahnya. Atau dengan kata lain, semua bentuk pelayanan yang tersedia dan diberikan kepada nasabah memberi nilai bagi nasabah. Hasil penelitian yang dibahas pada poin sebelumnya, menunjukkan bahwa kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai nasabah pada bank BNI Syariah Yogyakarta. Selanjutnya hasil penelitian dengan menggunakan analisis jalur, menunjukkan bahwa nilai nasabah terbukti menjadi variabel intervening. Hal tersebut menunjukkan bahwa nasabah menilai kualitas jasa (SERVQUAL) yang diberikan oleh bank adalah baik, hasil yang baik tersebut membuat nasabah merasa mendapatkan nilai (manfaat) yang tinggi. Manfaat yang tinggi kemudian akan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah. Hasil tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Lupiyoadi (2008:174) yang menyatakan bahwa dalam menentukan tingkat kepuasan nasabah seringkali melibatkan dari nilai suatu produk dan kinerja pelayanan yang