

ANALISIS KEPUASAN NASABAH DAN KUALITAS LAYANAN PADA BANK SYARIAH

Danang Wijayanto

Universitas Gunadarma, Danang3208@gmail.com

ABSTRAK

Setiap perusahaan yang bergerak dibidang jasa akan selalu meningkatkan pelayanan kepada pelanggannya. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh BNI Syariah Cabang Yogyakarta akan menimbulkan persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan yang diberikan kepadanya. Pada prakteknya persepsi nasabah terhadap kualitas yang diterimanya seringkali berbeda dengan harapannya. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran secara deskriptif tentang kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan jasa di BNI Syariah Cabang Yogyakarta. Partisipan dalam penelitian ini adalah nasabah BNI Syariah Cabang Yogyakarta sebanyak 96 orang, terdiri dari 58 laki-laki dan 38 perempuan. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik Importance – Performance Analysis dan berdasarkan Gap Model. Hasil analisis penelitian pada skala SERVQUAL diketahui pada kelompok kepentingan dari 32 item yang diuji cobakan terdapat 32 item yang valid dengan kisaran 0,841 sampai 0,828. Uji reliabilitas diperoleh sebesar 0,763. pada kelompok kinerja dari 32 item yang diuji cobakan terdapat 32 item yang valid dengan kisaran 0,377 sampai 0,803. Uji reliabilitas diperoleh sebesar 0,742. Hasil data penelitian diperoleh skor tingkat kinerja lebih kecil nilainya yaitu sebesar 3,13 daripada tingkat harapan yaitu sebesar 3,18. Nilai tingkat penyesuaiannya sebesar 98,42%. Hal ini berarti tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan BNI Syariah Cabang Yogyakarta belum memenuhi harapan nasabah, sehingga nasabah merasa tidak puas terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh pihak BNI Syariah Cabang Yogyakarta.

Kata kunci: Kepuasan pelanggan, Kualitas pelayanan jasa, BNI Syariah Cabang Yogyakarta

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia perbankan telah terlihat kompleks, dengan berbagai macam jenis produk dan sistem usaha dalam berbagai keunggulan kompetitif. Hakekat dari kegiatan perbankan adalah layanan jasa profesional yang diberikan kepada nasabah secara konsisten, tuntas dan terus menerus. Hal ini pula semakin dapat diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada nasabah melalui penyampaian produk dan jasa berkualitas. Kepuasan nasabah secara langsung dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam mempertahankan loyalitas nasabah. Kepuasan nasabah perbankan akan

tercipta dari terpenuhinya harapan nasabah akan tingkat layanan berkualitas yang diberikan oleh pihak bank.

Kepuasan pelanggan menurut Kotler dan Keller (2016) ialah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Menurut Kotler dan Keller (2016) pengertian kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kotler dan Armstrong (2015) mendefinisikan kualitas produk adalah

karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat.

Objek penelitian ini adalah salah satu bank syariah yang ada di kota Yogyakarta yaitu Bank BNI Syariah. Bank ini dipilih karena Bank BNI Syariah adalah salah satu bank syariah terbaik di Indonesia (Darmawan, 2018). Bank BNI Syariah cabang Yogyakarta, sebagai salah satu bank syariah yang berkomitmen untuk memuaskan nasabahnya. Pihak manajemen perlu menganalisis guna mengetahui variabel-variabel mana yang sudah dan belum sesuai dengan harapan nasabah. Dengan penelitian ini diharapkan akan diketahui kualitas jasa (*service quality*) yang telah diberikan oleh pihak Bank BNI Syariah cabang Yogyakarta kepada masyarakat, khususnya nasabah Bank BNI Syariah cabang Yogyakarta yang didasarkan pada perbandingan antara jasa yang diharapkan oleh nasabah (*expected service*) dan jasa yang dipersepsikan oleh nasabah (*perceived service*). Gap antara jasa yang diharapkan dengan yang dipersepsikan merupakan ukuran kualitas jasa.

Dalam penelitian kualitas layanan jasa biasanya menggunakan acuan lima dimensi kualitas layanan yang dikembangkan oleh Parasuraman dan kawan-kawan. Tetapi dimensi kualitas layanan tersebut masih bersifat general sehingga memerlukan modifikasi jika diterapkan dalam perusahaan yang memiliki karakteristik yang lebih spesifik, dalam kasus ini perbankan syariah. Othman dan Owen (2001) menyodorkan dimensi CARTER untuk mengukur kualitas layanan perbankan Islam yang dikembangkan dari konsep SERVQUAL dengan tambahan dimensi *Compliance*, berupa prinsip dan hukum Islam. Dimensi yang lain sama dengan dimensi dalam SERVQUAL. CARTER

terdiri dari enam dimensi kualitas layanan. Kata CARTER merupakan singkatan dari *Compliance, Assurance, Reliability, Tangibles, Empathy* dan *Responsiveness*. (Purnama, 2006).

Bank Islam berbeda dengan bank konvensional dalam prinsipnya, maka Othman dan Owen (2001) membandingkan lima dimensi yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1985, 1988) dengan satu dimensi yaitu dimensi *Compliance* yang menjelaskan tentang prinsip dan hukum Islam. Hal ini muncul karena di Kuwait sendiri mayoritas penduduknya beragama Islam dan budaya mereka juga Islam maka persoalan-persoalan yang menyangkut prinsip dan hukum Islam muncul. Dimensi *Compliance* dapat menempatkan dan menyatukan nasabah yang percaya pada prinsip hukum agama dan nilai budaya dengan kualitas dimensi yang lain.

Berikut ini uraian penelitian terdahulu terkait dengan kepuasan nasabah dan kualitas layanan. Wijaya, Beik dan Sartono (2017) menganalisis pengaruh kualitas layanan perbankan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank syariah XYZ di Jakarta. Metode penelitian menggunakan Structural Equation Modeling (SEM), responden adalah pelanggan Bank Syariah xyz, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah convenience sampling dengan jumlah sampel 160 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya empat dimensi yaitu harga, portofolio layanan, reliabilitas, dan *tangible* yang berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Yuliana (2017) meneliti tentang kualitas layanan pada salah satu bank syariah di Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel *intangible* dan *emphaty* terhadap

kepuasan nasabah bank syariah. Variabel yang memengaruhi kepuasan nasabah adalah *reliability*, *responsiveness* dan *empati*.

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran secara deskriptif tentang kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan jasa di BNI Syariah Cabang Yogyakarta. Berdasarkan uraian penelitian terdahulu dan teori pendukung maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diduga terdapat tingkat kepentingan yang sangat tinggi terhadap layanan yang diberikan Bank BNI Syariah cabang Yogyakarta kepada nasabah yang terdiri dari dimensi *compliance*, *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan dimensi *emphaty*.
2. Diduga terdapat tingkat kinerja yang sangat tinggi terhadap layanan yang diberikan Bank BNI Syariah cabang Yogyakarta kepada nasabah yang terdiri dari dimensi *compliance*, *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan dimensi *emphaty*
3. Diduga dimensi *Compliance* (Prinsip Hukum Islam) mempunyai tingkat kepentingan yang tertinggi diantara dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*.

METODE PENELITIAN

Sampel adalah bagian dari populasi yang dapat mewakili populasi. Semakin besar suatu sampel maka semakin representatif sampel tersebut dalam mewakili populasi. Responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BNI Syariah cabang Yogyakarta.

Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus (Aaker, Kumar & Day, 1998):

$$n = \frac{z^2(1-\pi)}{(\text{sampling error})^2}$$

dimana:

n: Jumlah sampel

z: Derajat koefisien confiden

π : Proporsi populasi

π tidak diketahui maka besar $\pi(1-\pi) = 0,25$. Dengan confidence level sebesar 95% maka nilai z = 1,96 dengan kemungkinan kesalahan tidak lebih dari 10%. Maka besar sampel adalah:

$$n = \frac{1,96^2(1-0,25)}{(0,1)^2}$$

jadi besarnya sampel minimal yang dapat diambil adalah 96, maka populasi dalam penelitian ini diambil 96 nasabah Bank BNI Syariah cabang Yogyakarta. Prosedur pengambilan sampelnya dengan *purposive sampling* dan *convenience sampling*. *Purposive sampling* merupakan pengambilan sampel yang disesuaikan dengan tujuan penelitian, sedangkan *convenience sampling* merupakan pengambilan sampel pada responden yang mudah ditemui (Sugiyono, 2007). Penyebaran kuesioner dengan mengunjungi Bank BNI Syariah cabang Yogyakarta yang dijadikan sampel. Responden langsung mengembalikan kuesioner, setelah kuesioner tersebut diisi oleh mereka.

Uji validitas dilakukan pada masing-masing butir pertanyaan mempunyai dukungan yang besar terhadap nilai total. Koefisien korelasi yang tinggi menunjukkan kesesuaian antara fungsi item dengan fungsi ukur test secara keseluruhan. Uji Validitas kuesioner menggunakan rumus Korelasi *Product Moment* dari pearson, yaitu sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Keterangan :

X : Skor rata-rata dari x

x : X - X

Y: Skor rata-rata dari y

y : Y - Y

Besarnya r dapat diperhitungkan dengan menggunakan korelasi dengan

taraf signifikan 5%. Apabila hasil pengukuran r menunjukkan hasil lebih kecil atau sama dengan taraf signifikan 5% maka item dinyatakan valid tetapi apabila lebih besar dari taraf signifikan 5% maka item dinyatakan tidak valid.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut (Tabel 1) adalah uraian hasil uji validitas instrument kuesioner nasabah Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta.

Dalam faktor tingkat kepentingan nasabah pada enam dimensi kualitas jasa terdapat 32 butir item pertanyaan. Dari hasil uji validitas Tabel 1. di atas, maka nilai korelasi product moment yang terendah (r-hasil) adalah 0.481. Nilai korelasi product moment (r-hasil) yang terbesar adalah 0.828. Untuk mengambil suatu kesimpulan apakah suatu item pertanyaan dikatakan valid atau tidak yaitu dengan cara membandingkan nilai koreksi korelasi product moment (r-hasil) dengan nilai korelasi r-tabel, sedangkan r-tabel pada tingkat signifikansi 0.05 atau 5 % dengan df 32 adalah sebesar 0.301. Apabila nilai koreksi korelasi product moment (r-hasil) lebih besar daripada nilai r-tabel maka dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan tersebut valid dan sebaliknya, apabila nilai koreksi korelasi product moment (r-hasil) lebih kecil daripada nilai r-tabel maka dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan tersebut tidak valid.

Untuk pengujian validitas pada aspek kinerja, dari tabel diatas terlihat bahwa kesemua atribut pertanyaan untuk kinerja bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta valid. Jadi berdasarkan hasil uji validitas pada aspek harapan dan aspek kinerja, atribut pertanyaan yang dipergunakan untuk pengujian hipotesis sebanyak 32 atribut pertanyaan.

Pengujian reliabilitas adalah

tingkat kestabilan dan keandalan alat ukur dalam mengukur segala gejala. Tujuan analisis reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana pengukuran data dapat memberikan hasil relatif yang tidak jauh berbeda bila dilakukan pengukuran kembali pada subyek yang sama. Uji reliabilitas kuesioner menggunakan rumus.

Spearman – Brown. Teknik ini disebut juga teknik Belah Dua. Dalam teknik ini, peneliti mengelompokkan skor-skor menjadi dua belahan, belahan awal akhir atau ganjil genap. Kemudian mengkorelasikan skor belahan pertama dan kedua untuk memperoleh r_{xy} kemudian memasukkan nilai r_{xy} kedalam rumus:

$$r_{11} = \frac{2r_{1/2 \ 1/2}}{(1 + r_{1/2 \ 1/2})}$$

Keterangan:

$r_{1/2 \ 1/2}$: Korelasi antara skor-skor belahan tes

r_{11} : Koefisien reliabilitas yang sudah disesuaikan.

Tabel 1.
Hasil Uji Validitas Kepentingan

| Atribut No | R hasil | R table | Status |
|------------|---------|---------|--------|
| 1 | 0.531 | 0.301 | Valid |
| 2 | 0.567 | 0.301 | Valid |
| 3 | 0.548 | 0.301 | Valid |
| 4 | 0.671 | 0.301 | Valid |
| 5 | 0.486 | 0.301 | Valid |
| 6 | 0.586 | 0.301 | Valid |
| 7 | 0.594 | 0.301 | Valid |
| 8 | 0.491 | 0.301 | Valid |
| 9 | 0.715 | 0.301 | Valid |
| 10 | 0.534 | 0.301 | Valid |
| 11 | 0.657 | 0.301 | Valid |
| 12 | 0.502 | 0.301 | Valid |
| 13 | 0.695 | 0.301 | Valid |
| 14 | 0.786 | 0.301 | Valid |
| 15 | 0.597 | 0.301 | Valid |
| 16 | 0.723 | 0.301 | Valid |
| 17 | 0.635 | 0.301 | Valid |
| 18 | 0.777 | 0.301 | Valid |
| 19 | 0.828 | 0.301 | Valid |
| 20 | 0.575 | 0.301 | Valid |
| 21 | 0.481 | 0.301 | Valid |
| 22 | 0.708 | 0.301 | Valid |
| 23 | 0.696 | 0.301 | Valid |
| 24 | 0.794 | 0.301 | Valid |
| 25 | 0.673 | 0.301 | Valid |
| 26 | 0.563 | 0.301 | Valid |
| 27 | 0.519 | 0.301 | Valid |
| 28 | 0.629 | 0.301 | Valid |
| 29 | 0.662 | 0.301 | Valid |
| 30 | 0.691 | 0.301 | Valid |
| 31 | 0.711 | 0.301 | Valid |
| 32 | 0.655 | 0.301 | Valid |

Sumber : Data Primer yang Diolah

Tabel 2.
Hasil Uji Validitas Kinerja Bank BNI Syariah cabang Yogyakarta

| Atribut No | R hasil | R table | Status |
|------------|---------|---------|--------|
| 1 | 0.380 | 0.301 | Valid |
| 2 | 0.561 | 0.301 | Valid |
| 3 | 0.415 | 0.301 | Valid |
| 4 | 0.702 | 0.301 | Valid |
| 5 | 0.710 | 0.301 | Valid |
| 6 | 0.510 | 0.301 | Valid |
| 7 | 0.771 | 0.301 | Valid |
| 8 | 0.580 | 0.301 | Valid |
| 9 | 0.655 | 0.301 | Valid |
| 10 | 0.536 | 0.301 | Valid |
| 11 | 0.573 | 0.301 | Valid |
| 12 | 0.412 | 0.301 | Valid |
| 13 | 0.684 | 0.301 | Valid |
| 14 | 0.794 | 0.301 | Valid |
| 15 | 0.483 | 0.301 | Valid |
| 16 | 0.613 | 0.301 | Valid |
| 17 | 0.533 | 0.301 | Valid |
| 18 | 0.647 | 0.301 | Valid |
| 19 | 0.716 | 0.301 | Valid |
| 20 | 0.430 | 0.301 | Valid |
| 21 | 0.631 | 0.301 | Valid |
| 22 | 0.477 | 0.301 | Valid |
| 23 | 0.457 | 0.301 | Valid |
| 24 | 0.592 | 0.301 | Valid |
| 25 | 0.558 | 0.301 | Valid |
| 26 | 0.377 | 0.301 | Valid |
| 27 | 0.555 | 0.301 | Valid |
| 28 | 0.803 | 0.301 | Valid |
| 29 | 0.589 | 0.301 | Valid |
| 30 | 0.578 | 0.301 | Valid |
| 31 | 0.660 | 0.301 | Valid |
| 32 | 0.593 | 0.301 | Valid |

Sumber : Data Primer yang Diolah

Tabel 3.
Koefisien Relibilitas Kinerja dan Harapan

| Aspek | Koefisien α | Keterangan |
|-------------|--------------------|---------------------|
| Kepentingan | 0.763 | Reliabilitas tinggi |
| Kinerja | 0.742 | Reliabilitas tinggi |

Sumber : Data Primer yang diolah

Analisis data yang diolah diperoleh hasil sebagai berikut (Tabel 3):

1. Butir pertanyaan tentang aspek kepentingan nasabah diketahui bahwa nilai alpha untuk butir pertanyaan secara keseluruhan

menunjukkan nilai sebesar 0,763. Karena nilai alpha lebih besar dari 0,6 maka dapat dikatakan bahwa data tersebut secara keseluruhan adalah reliabel dan layak digunakan untuk penelitian.

2. Sedangkan untuk butir pertanyaan tentang aspek kinerja diketahui bahwa nilai alpha sebesar 0,742. Dengan nilai alpha lebih besar dari 0,6 maka dapat dikatakan bahwa data tersebut secara keseluruhan adalah reliabel dan layak digunakan untuk penelitian.

Analisis Tingkat Kepentingan Setiap Dimensi

Berdasarkan hasil rata-rata tingkat kepentingan data (Tabel 4) dapat disimpulkan bahwa tingkat kepentingan nasabah adalah tinggi (interval 2.50 - 3.24) yaitu dari hasil penghitungan rata-rata sebesar 3.18. Jika dilihat dari seluruh dimensi pada tingkat

kepentingan nasabah, seluruh dimensi juga tinggi pada interval 2.50 sampai dengan 3.24 (tinggi).

Analisis Tingkat Kinerja Setiap Dimensi

Dari hasil data (Tabel 5) pada tingkat rata-rata kinerja dapat disimpulkan bahwa tingkat kinerja adalah tinggi (interval 2.50 – 3.24) yaitu sebesar 3.12. Dimensi *compliance* merupakan dimensi yang memiliki nilai skor yang tertinggi yaitu sebesar 3.19. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi *compliance* merupakan dimensi yang paling bagus dari kinerja bank.

Tabel 4.
Rata-rata Tingkat Kepentingan Setiap Dimensi

| Dimensi | Tingkat Kepentingan (<i>Importance</i>) | Keterangan |
|----------------|--|------------|
| Compliance | 3.23 | Tinggi |
| Tangible | 3.08 | Tinggi |
| Reliability | 3.20 | Tinggi |
| Responsiveness | 3.19 | Tinggi |
| Assurance | 3.19 | Tinggi |
| Emphaty | 3.17 | Tinggi |
| Rata2 | 3.18 | Tinggi |

Sumber: data primer diolah

Tabel 5.
Rata-rata Tingkat Kinerja Setiap Dimensi

| Dimensi | Tingkat Kinerja (<i>Performance</i>) | Keterangan |
|----------------|---|------------|
| Compliance | 3.19 | Tinggi |
| Tangible | 3.05 | Tinggi |
| Reliability | 3.18 | Tinggi |
| Responsiveness | 3.14 | Tinggi |
| Assurance | 3.10 | Tinggi |
| Emphaty | 3.09 | Tinggi |
| Rata2 | 3.12 | Tinggi |

Sumber: Data Primer yang Diolah

Tabel 6.
Analisis Tingkat Kesesuaian Seluruh Dimensi Jasa

| Nomor | Dimensi | Tingkat Kinerja (Performance) | Kepentingan | Tki (%) | Keterangan |
|-------|----------------|----------------------------------|-------------|---------|------------|
| 1 | Compliance | 3.19 | 3.23 | 98.76% | Tidak puas |
| 2 | Tangible | 3.05 | 3.08 | 99.02% | Tidak puas |
| 3 | Reliability | 3.18 | 3.20 | 99.37% | Tidak puas |
| 4 | Responsiveness | 3.14 | 3.19 | 98.43% | Tidak puas |
| 5 | Assurance | 3.10 | 3.19 | 97.17% | Tidak puas |
| 6 | Emphaty | 3.09 | 3.17 | 97.47% | Tidak puas |
| | Rata2 | 3.12 | 3.18 | 98.42% | Tidak puas |

Sumber : Data Primer yang Diolah

Dari (Tabel 6) nampak bahwa setelah dilakukan penghitungan tingkat penyesuaian rata-rata total item-item jasa pelayanan BNI Syariah Cabang Yogyakarta dapat diketahui nilai rata-rata total tingkat kinerja sebesar 3.13 dan tingkat kepentingan nasabah sebesar 3.18 sehingga nilai tingkat penyesuaiannya sebesar 98.42 %. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tingkat kinerja lebih kecil nilainya daripada tingkat kepentingan yang berarti tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan BNI Syariah Cabang Yogyakarta kurang bagus 95 sehingga nasabah merasa tidak puas terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh pihak BNI Syariah Cabang Yogyakarta. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan erat kaitannya dengan kepuasan nasabah. Hal ini didukung oleh penelitian dari Wijaya, Beik dan Sartono (2017) bahwa portofolio kualitas layanan yang diukur oleh harga, bukti fisik, reliabilitas memengaruhi kepuasan nasabah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil rata-rata tingkat kepentingan, bahwa tingkat kepentingan nasabah adalah tinggi (interval 2.50 - 3.24) yaitu dari hasil penghitungan rata-rata sebesar 3.18. Jika dilihat dari seluruh dimensi pada 133 tingkat kepentingan nasabah, seluruh dimensi juga tinggi pada interval 2.50 sampai dengan 3.24

(tinggi). Hal ini dapat dilihat dari dimensi *compliance* sebesar 3.23, dimensi *tangible* sebesar 3.08, dimensi *reliability* sebesar 3.20, dimensi *responsiveness* sebesar 3.19, dimensi *assurance* sebesar 3.19 dan dimensi *emphaty* sebesar 3.17. Dimensi *compliance* pada tingkat kepentingan mendapat nilai skor tertinggi dari nasabah kemudian dimensi *reliability*, dimensi *responsiveness* dan *assurance*, kemudian dimensi *emphaty* dan yang terakhir dimensi *tangible*.

Berdasarkan tingkat rata-rata kinerja dapat disimpulkan bahwa tingkat kinerja adalah tinggi (interval 2.50 – 3.24) yaitu sebesar 3.12. Dimensi *compliance* merupakan dimensi yang memiliki nilai skor yang tertinggi yaitu sebesar 3.19. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi *compliance* merupakan dimensi yang paling bagus dari kinerja bank. Posisi interval setelah dimensi *compliance* secara berurutan dari yang terbesar yaitu dimensi *reliability* (3.18), dimensi *responsiveness* (3.14), dimensi *assurance* (3.10), dimensi *emphaty* (3.09) dan dimensi *tangible* (3.05).

Berdasarkan analisis penghitungan tingkat penyesuaian rata-rata total atribut-atribut jasa pelayanan BNI Syariah Cabang Yogyakarta dapat diketahui nilai rata-rata total tingkat kinerja sebesar 3.13 dan tingkat kepentingan nasabah sebesar 3.18 sehingga nilai tingkat penyesuaiannya sebesar 98.42 %. Hal ini dapat

disimpulkan bahwa tingkat kinerja lebih kecil nilainya daripada tingkat kepentingan yang berarti tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan BNI Syariah Cabang Yogyakarta masih kurang sehingga nasabah merasa tidak puas terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh pihak BNI Syariah Cabang Yogyakarta.

Pihak BNI Syariah Cabang Yogyakarta dapat menerapkan beberapa strategi yang selalu melakukan pengontrolan terhadap pelayanan yang diberikan. Selain itu juga dengan pengembangan SDM maka akan lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak bank sehingga dengan kualitas pelayanan yang meningkat akan lebih memuaskan nasabah. Dengan demikian BNI Syariah Cabang Yogyakarta dapat memenuhi kepentingan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak bank. Pihak BNI Syariah Cabang Yogyakarta harus betul-betul dapat memahami kepentingan nasabah dengan cara menetapkan standar kualitas pelayanan serta adanya pengontrolan secara berkala terhadap pelayanan yang telah diberikan agar dapat sesuai dengan standar yang telah berlaku. Berdasarkan uraian tersebut dapat diambil suatu pengalaman yang berharga dari seluruh jajaran manajemen di lingkungan BNI Syariah Cabang Yogyakarta, bahwa sebenarnya bank dapat memperoleh keduanya sekaligus, yakni *customer satisfaction* dan *minimizing cost* atau *maximizing profit*.

DAFTAR PUSTAKA

Aaker, D. A., V. Kumar dan G. S. Day (1998). *Marketing Research*, 6th Canada: John Willey & Sons, Inc.

Darmawan, B. (2018). "5 Bank syariah terbaik di Indonesia tahun 2018." Tersedia pada <https://ekonomi-islam.com/5-bank-syariah-terbaik-di-indonesia-2018/> (diakses 26 Juli 2019).

Kotler, P. and Keller, K. L. (2016). *Marketing management*, 15th Edition. Pearson Education, Inc.

Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Othman, A.Q. and Owen, L., (2001). "The multi dimensionality of carter model to measure customer service quality (SQ) in Islamic Banking Industry: a study in Kuwait Finance House". *International Journal of Islamic Financial Services*, Vol. 3 No.4.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., dan Berry, L.L. (1985). "A conceptual model of service quality and its implications for future research." *Journal of Marketing*, 49(Fall). 41-50.

_____ (1988). "Servqual: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality." *Journal of Retailing*, 64(1). 12-40.

Purnama, Nursya'bani, (2006). *"Manajemen Kualitas, Perspektif Global"*. Edisi Pertama, Yogyakarta: Ekonisia FE-UII.

Sugiyono. (2007). *Metode Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung : Alfabeta.

Wijaya, H., Beik I.S., dan Sartono, B. (2017). "Pengaruh kualitas layanan perbankan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Bank Syariah XYZ d Jakarta. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JABM)*, 3(3), 417-426.

Yuliana, R. (2017). "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah." *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.