

**PERBANDINGAN KUALITAS LAYANAN ANTARA BANK SYARIAH DENGAN  
BANK KONVENSIONAL DITINJAU DARI KEPUASAN NASABAH DI  
KABUPATEN PACITAN**

**Oleh : Mansur Azis**  
**IAIN Ponorogo**

**ABSTRACT**

This research aims to make data services between Sharia Bank and Conventional Bank in *Pacitan* Regency in terms of customer satisfaction. Satisfaction on the service quality is viewed from the five service dimensions such as responsiveness, assurance, tangible, empathy and reliability. The data in this study were obtained from questionnaires of customer satisfactions over the service quality between Sharia and Conventional banks. Afterwards, by using random sampling, it was found 4 feasible samples; 2 Sharia Banks and 2 Conventional Banks. The analysis technique used to see the comparison of service quality between Sharia Bank and Conventional Banks was the ANAVA method. The analysis conducted in the study showed that there were differences in the level of satisfaction between Sharia Bank and Conventional Bank in *Pacitan* Regency, yet it was not quite significant. There were significant interactions over the influence of service quality towards customer satisfactions which were showed that the higher service quality, the better customer satisfactions. The customers satisfaction of Conventional Bank was not higher than the customers satisfaction of Sharia Bank in groups that received high quality services, Sharia Bank satisfaction was not better than Conventional Bank satisfaction in groups of customers who received low quality services in *Pacitan* Regency.

*Keywords: Comparison, Bank, Service Quality, Customer Satisfaction*

## PENDAHULUAN

Bank Syariah menurut Undang-undang no. 10 tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-undang no. 7 tahun 1992 tentang perbankan sebagai berikut; “ Bank Syariah adalah bank umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa lalu lintas pembayaran. Fungsi utama perbankan Indonesia menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Pasal 3 adalah sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat.

Layanan didefinisikan sebagai tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik”.<sup>1</sup> Layanan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk kepentingan orang lain dan bukan sekedar bermaksud untuk melayani namun merupakan upaya untuk membangun suatu kerjasama jangka panjang dengan prinsip saling menguntungkan. Pelayanan yang baik adalah dapat mengerti keinginan konsumen dan senantiasa memberikan nilai tambah di mata konsumen. Karena konsumen yang merasa puas akan kembali dan mereka akan memberitahu orang lain mengenai pengalaman baik tentang pelayanan yang di berikan.

Menurut Garvin dalam Tjiptono perspektif kualitas layanan bisa diklasifikasikan menjadi lima kelompok<sup>2</sup>, *Trancendental approach*<sup>3</sup>, *Product-based approach*<sup>4</sup>, *user based approach*<sup>5</sup>, *manufacturing-based approach*<sup>6</sup>, *value-based approach*<sup>7</sup>. Kelima macam perspektif inilah yang

---

<sup>1</sup> Bangun Kuntoro Harjo dan Asri Laksmi Riani, ”Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Bank,” *Jurnal: Fokus Manajerial* 1 no. 2 (Januari 2003): 123-136.

<sup>2</sup>Fandy Tjiptono, *Service Quality Satisfaction* (Yogyakarta: Andi Offset, 2007), 116.

<sup>3</sup> Dalam rancangan ini, kualitas dipandang sebagai *innate excellence*, yaitu suatu yang dilaksanakan, dirumuskan. Perspektif ini menegaskan bahwa orang hanya bisa belajar memahami kualitas melalui pengalaman yang ditetapkan dari eksposur berulang kali. Sudut pandang ini biasanya dapat diterapkan dalam dunia seni, organisasi pemasaran.

<sup>4</sup> Kualitas merupakan karakteristik, atribut atau obyektif yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur. Perbedaan dalam kualitas mencerminkan perbedaan dalam jumlah beberapa unsur atau atribut yang dimiliki produk.

<sup>5</sup> Pada *user approach* ini didasarkan pada pemikiran bahwa pemikiran tergantung pada orang yang menilainya. Sehingga produk yang paling memuaskan preferensi orang merupakan produk yang berkualitas paling tinggi. Perspektif yang bersifat subyektif dan *demand oriented* ini juga menyatakan bahwa setiap pelanggan memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda-beda, sehingga kualitas bagi seseorang merupakan kepuasan maksimum yang dirasakannya.

<sup>6</sup> Perspektif ini bersifat *supply-based* dan lebih fokus pada praktik-praktik perkerjasama dan pemanufakturan, serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian atau kecocokan dengan persyaratan. Dalam konteks bisnis jasa, kualitas berdasarkan perspektif ini cenderung bersifat *operation-driven*. Hal semacam ini

dapat menjelaskan mengapa kualitas diinterpretasikan secara berbeda oleh masing-masing individu dalam konteks yang berlainan.

Menurut Wykof, seperti yang dikutip oleh Fandy Tjiptono mengungkapkan bahwa kualitas layanan adalah “keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan”.<sup>8</sup> Kualitas layanan adalah pandangan seorang konsumen tentang perbandingan antara harapan dengan kenyataan yang diperoleh.

Dimensi kualitas layanan Menurut Zeithaml, dalam Tjiptono mengemukakan dalam riset terakhirnya bahwa dimensi kualitas layanan ada 5 yaitu: *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan dan kepastian), *Tangible* (bukti fisik), *Empathy* (empati), *Reliability* (keandalan).<sup>9</sup>

Kepuasan nasabah sangat berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas nasabah, dan meningkat atau menurunnya reputasi bank. Karena seorang nasabah merupakan aset yang sangat berharga dalam mengembangkan sebuah industri perbankan. Namun seringkali ketika melayani, seorang karyawan lupa akan fungsinya, yakni berada dalam satu titik di bawah nasabah, dalam arti ketika kita sedang melayani nasabah posisi kita lebih rendah daripada nasabah. Layanan yang baik menjadi salah satu syarat kesuksesan bank. Kualitas layanan sering diartikan sebagai perbandingan antara layanan yang diharapkan dengan layanan yang diterima secara nyata.<sup>10</sup>

Menurut Sumarni, kepuasan pelanggan adalah “tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang dirasakan dengan harapannya”.<sup>11</sup> Menurut Rangkuti, kepuasan pelanggan adalah “respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian”.<sup>12</sup> Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectation*). Jika kinerja di bawah harapan, maka pelanggan akan merasakan ketidakpuasan, dan apabila kinerja sesuai dengan harapan maka pelanggan akan

---

menekankan penyesuaian spesifikasi produksi dan operasi yang disusun secara internal, yang dipicu oleh keinginan untuk meningkatkan produktifitas dan menekan biaya.

<sup>7</sup> Kualitas dari aspek nilai (*value*) dan harga (*price*). Dengan mempertimbangkan trade-off antara kinerja dan harga, kualitas didefinisikan sebagai *affordable excellence*. Kualitas dalam perspektif ini bersifat relatif, sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang paling bernilai.

<sup>8</sup>Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Yogyakarta: Andi Offset, 2000), 59.

<sup>9</sup>Tjiptono, *Manajemen Jasa*, 59.

<sup>10</sup>Kotler Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 1997), 17.

<sup>11</sup>Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank* (Yogyakarta: Liberty, 2002), 226.

<sup>12</sup>Fredy Rangkuti, *Measure Customer Satisfaction* (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2002), 89.

merasa puas, dan jika kinerja melampaui harapan maka pelanggan akan sangat puas, senang dan bahagia.<sup>13</sup> Kepuasan nasabah dapat kita simpulkan bahwasanya kepuasan adalah perasaan seseorang senang atau kecewa setelah hasil evaluasi atau perbandingan diterima dan harapannya terpenuhi, sehingga apabila seseorang terpenuhi harapannya maka akan merasakan kepuasan.

Bank yang bergerak dalam bidang layanan/ jasa, maka tentu saja yang harus diutamakan dalam produknya adalah kualitas layanan. Karena kualitas layanan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan. Perbankan merupakan salah satu jenis usaha jasa yang saat ini berada dalam iklim persaingan sangat ketat. Perjuangan untuk menciptakan hubungan kemitraan yang baik dengan nasabah menempati titik sentral dalam upaya bank untuk tetap unggul pada persaingan jangka panjang. Bank harus dapat memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, sehingga dapat memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya”.<sup>14</sup> Hubungan yang baik bank dengan nasabah merupakan nilai tambah yang sangat menguntungkan dan mendorong nasabah untuk menjalin hubungan yang kuat. Bahkan dalam jangka panjang memungkinkan bank memahami harapan serta kebutuhan nasabahnya serta selanjutnya dapat meningkatkan kualitas pelayanannya, karena pengalaman menyenangkan dari layanan yang diberikan akan selalu diingat oleh nasabah.

Islam bukan sekedar mengajarkan tentang peribadatan saja akan tetapi Islam mengajarkan tentang semua aspek kehidupan. Para alim ulama' dalam mendakwahkan Islam sebagai agama yang benar dan ajarannya mencakup semua aspek kehidupan maka salah satunya adalah dengan memakai sistem perekonomian, karena dalam ekonomi Islam ada banyak tuntunan untuk berekonomi/bermuamalah yang baik dan benar, yang saling menguntungkan, yang tentu saja berlandaskan prinsip-prinsip Islam. Maka para sarjanawan dalam mengembangkan perekonomian Islam di Indonesia khususnya salah satunya metodenya adalah dengan mendirikan bank yang berbasis Islam yaitu Bank Syariah. Didirikannya Bank Syariah bertujuan untuk mengembangkan dan mempromosikan prinsip-prinsip Islam dan tradisinya kedalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis yang lain.

Dalam berbagai kesempatan, Bank Syariah dalam layanannya harus lebih unggul dan berbeda dengan Bank Konvensional. Dengan demikian tidak hanya dianggap sebagai institusi

---

<sup>13</sup>Rangkuti, *Measure Customer*, 89.

<sup>14</sup>Kotler Armstrong, *Manajemen Pemasaran* (Klaten: Gramedia, 2005), 73.

Islam yang bebas bunga, akan tetapi juga dapat dimaknai sebagai lembaga yang menjunjung tinggi ajaran Islam sebagai cara memelihara nilai spiritual, suatu pusat pencerahan, tempat pendidikan moral, dan suatu praktis menuju kehormatan umat serta menjunjung ekonomi rakyat.

Bank konvensional yang sistem operasionalnya memakai sistem bunga, dan sampai saat ini masih sangat diminati oleh umat Islam sekalipun ada fatwa dari ulama' yang mengatakan bahwa bunga bank adalah haram hukumnya. Artinya masih banyak umat Islam yang cenderung mengabaikan himbauan ulama' tersebut melalui fatwa haramnya.

Pada dasarnya rendahnya minat masyarakat untuk menjadi nasabah Bank Syariah banyak disebabkan oleh beberapa faktor. Diantaranya adalah kualitas layanan, ketidaktahuan masyarakat tentang Bank Syariah, lokasi dan lain-lain. Seperti yang terjadi di kota Pacitan, masyarakatnya masih banyak yang meminati Bank Konvensional, padahal masyarakatnya sangat religius dan hidup di wilayah kota santri.

Pacitan adalah nama wilayah kota kecil di Jawa Timur, yang berbatasan dengan Wonogiri, Ponorogo, dan Trenggalek. Kota kelahiran presiden RI keenam ini kurang mempunyai akses keluar kota, di dalam kota Pacitan berdiri beberapa Bank Syariah dan Bank Konvensional diantaranya yaitu, Bank Syariah Mandiri, Bank Rakyat Indonesia, Bank Jatim, Bank Negara Indonesia, Bank Danamoun, BTPN dan lain-lain. Bank Syariah dan lembaga keuangan syariah di Pacitan pada saat ini masih kurang baik perkembangannya dibanding dengan bank-bank konvensional, ini disebabkan karena masyarakat Pacitan masih banyak meminati bank-bank konvensional dibanding dengan bank-bank syariah.

Penulis memilih tempat penelitian di kota Pacitan dikarenakan Bank Syariah di kota Pacitan masih sangat lamban perkembangannya dibandingkan dengan kota-kota lain, padahal masyarakat kota Pacitan adalah masyarakat yang religius, ini terbukti dengan banyaknya pondok pesantren yang berdiri di kota Pacitan, di Pacitan juga terdapat pondok pesantren At-Termasi yang merupakan pondok pesantren tertua di Indonesia.

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, peneliti tertarik untuk meneliti tentang kualitas layanan dengan judul “ PERBANDINGAN KUALITAS LAYANAN BANK SYARIAH DENGAN BANK KONVENSIONAL DI TINJAU DARI KEPUASAN NASABAH DI KABUPATEN PACITAN”. Berdasarkan pada permasalahan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: 1) Bagaimana perbedaan kualitas layanan antara Bank Syariah dengan Bank Konvensional di Kabupaten Pacitan?, 2) Apakah terdapat Interaksi yang

signifikan pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah dengan Bank Konvensional di Kabupaten Pacitan?, 3) Bagaimana perbedaan kepuasan nasabah Bank Syariah dengan Bank Konvensional pada kelompok yang mendapatkan kualitas layanan tinggi di Kabupaten Pacitan? 4) Bagaimana perbedaan kepuasan nasabah Bank Syariah dengan Bank Konvensional pada kelompok yang mendapatkan kualitas pelayanan rendah di Kabupaten Pacitan?

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Jenis atau metode penelitian merupakan cara yang digunakan dalam melakukan penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan *pendekatan ex post facto* (kausal komparatif). Penelitian kausal komparatif bersifat *ex post facto*, artinya data yang dikumpulkan setelah semua peristiwa yang dipermasalahkan terjadi. *Ex post facto* merupakan suatu penelitian empiris yang sistematis dimana peneliti tidak mengendalikan variabel bebas secara langsung karena perwujudan variabel tersebut telah terjadi atau variabel tersebut memang pada dasarnya tidak bisa dimanipulasi.<sup>15</sup> Gay mengemukakan bahwa studi kausal komparatif atau *ex post facto* adalah penelitian yang berusaha menentukan penyebab atau alasan, untuk keberadaan perbedaan dalam perilaku atau status dalam kelompok dan individu.<sup>16</sup>

Dengan kata lain, penelitian kausal komparatif adalah penelitian yang diarahkan untuk menyelidiki hubungan sebab-akibat berdasarkan pengamatan terhadap akibat yang terjadi dan mencari faktor yang menjadi penyebab melalui data yang dikumpulkan. Dalam penelitian ini pendekatan dasarnya adalah dimulai dengan adanya perbedaan dua kelompok dan kemudian mencari faktor yang mungkin menjadi penyebab atau akibat dari perbedaan tersebut. Desain penelitian ini menggunakan desain ANAVA 2 jalur dengan rancangan faktorial 2X2.

### **Populasi dan Sampel**

#### 1) Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan

---

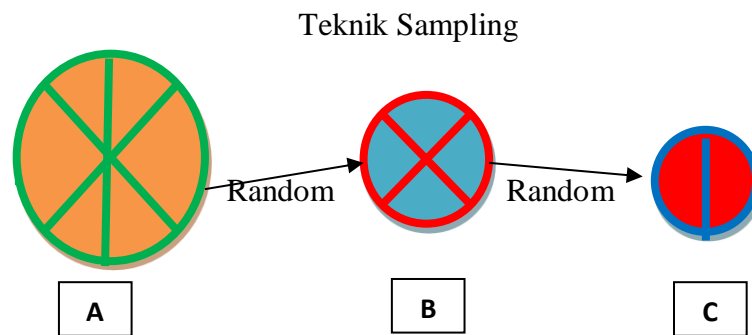
<sup>15</sup>Zainal Arifin, *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), 46.

<sup>16</sup>Gay, L.R., *Educational Research Competencies for Analysis and Application. Ninth Edition* (New York : Macmillan Publishing Company, 1981), 197.

kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>17</sup> Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan/ pegawai dan nasabah Bank Syariah dan Bank konvensional di Kabupaten Pacitan.

## 2) Sampel

Sampel adalah suatu himpunan bagian dari unit populasi. Menurut Sugiyono sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut<sup>18</sup>. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Mengingat populasi dalam penelitian ini cukup banyak maka peneliti dalam menentukan teknik pengambilan sampel (*sampling*) menggunakan teknik *cluster sampling*. *Cluster sampling* atau disebut dengan *sampling area* ini merupakan teknik pengambilan sampel bila objek atau sumber data yang ditelitinya terlalu luas.<sup>19</sup> Teknik ini digunakan melalui beberapa tahap sebagaimana gambar berikut:



Gambar di atas menunjukkan bahwa (A) jumlah Bank Konvensional dan Syariah yang berada di Kabupaten Pacitan, (B) kemudian diambil secara random menjadi 4 masing-masing 2 Bank Syariah dan 2 Bank Konvensional. (C) Dari masing-masing bank tersebut kemudian diambil sejumlah sampel untuk nasabah Bank Konvensional maupun Syariah sejumlah 60 responden, 30 untuk Bank Syariah dan 30 responden bagi Bank Konvensional. Selanjutnya dalam menentukan sampelnya peneliti juga menggunakan teknik sampling aksidental. Sampling aksidental adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan.<sup>20</sup> Artinya siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel sebagai sumber data.

<sup>17</sup>Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2011), 80.

<sup>18</sup>Sugiyono, *Statistik*, 81.

<sup>19</sup>Sugiyono, *Statistik*, 59.

<sup>20</sup>Sugiyono, *Statistik*, 60.

## Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel adalah konsep yang mempunyai variansi nilai, sehingga variabel merupakan sifat karakteristik yang mempunyai nilai numerik atau kategori.<sup>21</sup> Jadi variabel adalah konsep yang mempunyai variansi nilai, yang merupakan faktor yang diteliti. Dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) variabel yaitu: variabel bebas (*Independent Variable*) dan variabel terikat (*Dependent Variable*).

## Instrumen dan Keabsahan Data

Instrumen atau disebut dengan alat pengumpul data adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian.<sup>22</sup> Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner (angket). Dalam penyusunan instrumen penulis memodifikasi angket yang pernah digunakan Arief Iswahyudi dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Yogyakarta Kantor Kas Parangtritis).<sup>23</sup>

## Teknik pengumpulan Data

Instrumen dan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

### 1. Angket (kuesioner)

Angket atau kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui. Metode ini penulis gunakan untuk memperoleh data tentang layanan karyawan dan kepuasan nasabah baik yang di Bank Konvensional maupun yang di Bank Syariah.

### 2. Observasi

Dokumentasi adalah barang-barang tertulis yang digunakan dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen dan lain-lain.

---

<sup>21</sup>Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2000), 149.

<sup>22</sup>Djaali dan Puji mulyono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan* (Jakarta: Gramedia, 2008), 59.

<sup>23</sup>Arief Iswahyudi, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan* (Skripsi, Fakultas Syariah UIN Yogyakarta, 2005), (tidak dipublikasikan).

## **Teknik Analisis Data**

### 1. Uji Normalitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah sampel penelitian ini dari populasi distribusi normal atau tidak. Untuk menguji normalitas ini digunakan *Uji Lilliefors*.<sup>24</sup>

### 2. Uji Homogenitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah populasi penelitian mempunyai variansi yang sama atau tidak. Untuk menguji homogenitas ini digunakan metode *Fisher*.<sup>25</sup>

### 3. Pengujian Hipotesis

Teknis analisis pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik ANAVA (analisis varian) dua jalur dengan desain faktorial 2x2. Dengan tujuan untuk menguji efek (pengaruh) variabel bebas yaitu kualitas layanan terhadap variabel terikatnya.

## **HASIL PENELITIAN**

### **Hasil Uji Prasarat Analisis**

#### **Keabsahan Data (Instrumen)**

##### Angket Kualitas Layanan

#### 1) Uji Validitas Pakar (isi)

Untuk mengetahui apakah angket yang digunakan valid maka peneliti mengkonsultasikan kepada ahli sebagai validator (*expert judgement*). Validator dipilih dengan pertimbangan bahwa yang bersangkutan mempunyai profesi atau keahlian di bidangnya.

#### 2) Uji Konsistensi Internal

Perhitungan konsistensi internal suatu penelitian, menunjukkan bahwa semua butir angket memiliki indeks konsistensi internal yang memadai jika indeksnya minimal 0,300. Hasil validitas butir pada angket kualitas layanan yang terdiri dari 18 butir menunjukkan bahwa, keseluruhan butir memiliki konsistensi internal yang tinggi atau valid.

---

<sup>24</sup>Iswahyudi, *Pengaruh Kualitas*, 171.

<sup>25</sup>Budiyono, *Statistik Untuk Penelitian Edisi ke 2* (Surakarta: Sebelas Maret University Press, 2007), 176.

### 3) Uji Reliabilitas

Hasil Uji coba angket dilaksanakan di Bank Syariah dan Bank Konvensional yang ada di kota Pacitan dengan peserta pengisi angket sejumlah 60 nasabah. Dari jumlah tersebut terbagi dalam dua bagian yaitu, 30 nasabah Bank Syariah dan nasabah 30 Bank Konvensional, dengan angket berjumlah 18 butir soal. Hasil pengolahan data menunjukkan hasil sebagai berikut:

- (1) Koefisien reliabilitas angket kualitas layanan Bank Syariah sebesar 0,94.
- (2) Koefisien reliabilitas angket kualitas layanan Bank Konvensional sebesar 0,88.

Dengan batas minimal reliabilitas adalah 0,70 maka angket kualitas layanan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

### Angket Kepuasan Nasabah

#### 4) Uji Validitas Pakar (isi)

Pada angket kepuasan nasabah untuk mengetahui apakah angket yang digunakan valid maka peneliti mengkonsultasikan kepada ahli sebagai validator (*expert judgment*) yang sama dengan angket kualitas layanan.

Maka Setelah dilakukan pemeriksaan kembali terhadap ketepatan kisi-kisi angket dan tata bahasanya seperti yang dilakukan pada angket kualitas layanan maka diperoleh hasil bahwa butir angket telah sesuai dengan kisi-kisi yang dibuat.

#### 5) Uji Konsistensi Internal

Perhitungan konsistensi internal atau validitas butir instrumen suatu penelitian, menunjukkan bahwa semua butir angket memiliki indeks konsistensi internal yang memadai jika indeksnya minimal 0,300. Pada penelitian ini angket kepuasan nasabah yang terdiri dari 20 butir menunjukkan bahwa keseluruhan butir memiliki konsistensi internal yang tinggi atau valid.

#### 6) Uji Reliabilitas

Hasil Uji coba angket dilaksanakan di Bank Syariah dan Bank Konvensional yang ada di kota Pacitan dengan peserta pengisi angket sejumlah 60 nasabah. Dari jumlah tersebut terbagi dalam dua bagian yaitu, 30 nasabah Bank Syariah dan 30 nasabah Bank Konvensional, dengan angket berjumlah 20 butir soal. Hasil pengolahan data menunjukkan hasil sebagai berikut:

- (1) Koefisien reliabilitas angket kepuasan nasabah Bank Syariah sebesar 0,91.

- (2) Koefisien reliabilitas angket kepuasan nasabah Bank Konvensional sebesar 0,89.

Dengan batas minimal reliabilitas adalah 0,70 maka angket kualitas layanan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

**Uji Keseimbangan**

Data kepuasan nasabah

Data yang digunakan sebagai kemampuan awal untuk uji keseimbangan adalah skor kepuasan nasabah pada Bank Syariah dan Bank Konvensional di Pacitan, Berikut disajikan deskripsi data kepuasan nasabah:

**Deskripsi Data skor kepuasan nasabah**

Bank	N	Ukuran Pemusatan			Ukuran Dispersi		
		$\bar{X}$	Median	Modus	Sd	Max	Min
Bank Syariah	30	89,23	90,5	96	6,67	98	77
Bank Konvensional	30	88,23	88,5	94	5,73	99	79

**Uji Prasyarat untuk Uji Keseimbangan**

Uji prasyarat untuk uji keseimbangan menggunakan uji normalitas dan uji homogenitas.

- 1) Uji normalitas

Uji normalitas dilakukan sebanyak duakali, yakni masing-masing kualitas layanan dan kepuasan nasabah dengan taraf signifikansi 0,05. Rangkuman hasil uji normalitas populasi menggunakan metode *Lilliefors* disajikan dalam tabel berikut.

**Rangkuman Hasil Uji Normalitas Terhadap kepuasan kelompok Bank Syariah dan Bank konvensional**

Bank	N	$L_{obs}$	$F_{\alpha}$	Keputusan Uji	kesimpulan
Bank Syariah	30	0,1168	0,161	H <sub>0</sub> tidak ditolak	Normal
Bank Konvensional	30	0,1181	0,161	H <sub>0</sub> tidak ditolak	Normal

Berdasarkan hasil uji normalitas terhadap data kepuasan nasabah sampel pada Bank Syariah dan Bank Konvensional mempunyai nilai  $L_{obs}$  tidak terletak pada  $DK$ . Sehingga diperoleh kesimpulan bahwa sampel pada bank masing-masing berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

## 2) Uji homogenitas

Uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui apakah populasi yang dibandingkan mempunyai variansi yang sama (homogen) atau tidak. Uji ini dilakukan sebanyak satu kali yakni dengan membandingkan variansi pada Bank Syariah dan Bank Konvensional.

Hasil perhitungan menggunakan rumus *uji fisher*, menunjukkan  $F_{tabel} = F_{(0,05 \times 29, 29)} = 1,85$  dan  $F_{hitung} = 1,404$ . Karena  $F_{hitung}$  lebih kecil dari  $F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima. Jadi kedua distribusi populasi mempunyai variansi yang sama atau homogen.

## 3) Hasil Uji keseimbangan

Berdasarkan hasil uji keseimbangan dengan menggunakan uji t diperoleh bahwa  $t_{hitung} = 0,61$  harga  $t_{tabel}$  untuk  $db = 29$  dan  $\alpha = 0,05$  yaitu  $t_{tabel} = t_{(0,05; 29)} = 2,045$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $t_{hitung} = 0,61 < t_{tabel} = 2,045$  Maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak pada taraf signifikan  $\alpha = 0,05$  artinya kedua kelompok yakni nasabah Bank Syariah dan Bank Konvensional adalah sama atau seimbang.

## Analisis Variansi

### Uji Prasyarat

#### 1) Uji normalitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah sampel penelitian dari populasi berdistribusi normal atau sebaliknya. Statistik uji yang digunakan adalah *Metode Lilliefors* dengan tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$ . Uji normalitas dilakukan terhadap 4 (empat) kelompok, yaitu 1) A1B1 (kelompok nasabah Bank Syariah yang mendapatkan kualitas pelayanan tinggi), 2) A1B2 (kelompok nasabah Bank Syariah yang mendapatkan pelayanan rendah), 3) A2B1 (kelompok nasabah Bank Konvensional yang mendapatkan kualitas layanan tinggi), 4) A2B2 (kelompok nasabah Bank Konvensional yang mendapatkan kualitas layanan rendah). Rangkuman hasil uji normalitas disajikan pada tabel sebagai berikut :

### Rangkuman Hasil Uji Normalitas

Kelompok	$L_{max}$	$L_{Tabel}$	$H_0$	Kesimpulan
A1B1	0,103	0,220	Diterima	Normal
A1B2	0,193	0,220	Diterima	Normal
A2B1	0,152	0,220	Diterima	Normal
A2B2	0,109	0,220	Diterima	Normal

Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa semua kelompok berasal dari populasi berdistribusi normal dikarenakan semua kelompok  $L$  hitungnya lebih kecil dari  $L$  tabelnya.

### 2) Uji homogenitas

Untuk menguji homogenitas ini digunakan metode Uji F, uji homogenitas dilakukan sebanyak 2 kali yaitu terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah dan Bank Konvensional, kelompok kepuasan nasabah bank yang mendapatkan layanan tinggi dan kelompok kepuasan nasabah yang mendapatkan layanan rendah, dengan rangkuman data sebagai berikut:

### Rangkuman Hasil Uji Homogenitas

Kelompok	$X^2_{obs}$	$DK$	$H_0$	Kesimpulan
A1-A2	1,404	2,41	Diterima	Homogen
B1- B2	1,529	2,41	Diterima	Homogen

Keterangan:

A1-A2 : Kepuasan nasabah Bank Syariah dan Bank Konvensional

B1-B2 : Kepuasan nasabah bank yang mendapatkan layanan tinggi kelompok yang mendapatkan layanan rendah.

Berdasarkan hasil uji homogenitas menunjukkan bahwa semua kelompok di atas mempunyai variansi yang sama (homogen).

## Uji Hipotesis

### 1) Uji Anava

Uji hipotesis dilakukan menggunakan analisis variansi dua jalur dengan formulasi anava 2x2 setelah diketahui bahwa sampel random data berasal dari populasi berdistribusi normal dan mempunyai variansi yang sama (homogen). Rangkuman hasil uji hipotesis disajikan pada tabel sebagai berikut:

**Rangkuman Analisis Variansi**

Sumber	<i>JK</i>	<i>Dk</i>	<i>RJK</i>	<i>F<sub>hitung</sub></i>	<i>F<sub>α</sub></i>	Keputusan
Jenis Bank ( <i>A</i> )	7,35	1	7,35	0,57	4,18	$H_0$ di terima
Kualitas Layanan ( <i>B</i> )	1570,8	1	1570,8	120,8	4,18	$H_0$ ditolak
Interaksi ( <i>AB</i> )	16,03	1	16,03	1,23	4,18	$H_0$ diterima
Dalam	624	46	13	-	-	
Total	2218,18	49	-	-	-	

Berdasarkan data tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tidak terdapat perbedaan rata-rata tingkat kepuasan nasabah Bank Syariah dan Bank Konvensional, terlihat dari perolehan  $F_{obs} = 0,57$  dengan  $DK = \{ F \mid F > 4,18 \}$  atau  $F_{obs} \in DK$  sehingga  $H_{0A}$  diterima.

Tidak ada interaksi antara faktor A (jenis bank) dan faktor B yaitu kualitas layanan yaitu berdasarkan perolehan  $F_{obs} = 1,23$  dengan  $DK = \{ F \mid F > 4,18 \}$  atau  $F_{obs} \in DK$  sehingga  $H_{0AB}$  diterima.

Terdapat perbedaan kepuasan nasabah, yaitu kelompok nasabah yang mendapatkan layanan tinggi dan kelompok nasabah yang mendapatkan layanan rendah. Hal tersebut berdasarkan perolehan  $F_{obs} = 120,8$  dengan  $DK = \{ F \mid F > 4,18 \}$  atau  $F_{obs} \in DK$  sehingga  $H_{0B}$  ditolak.

### 2) Pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat

Dari perhitungan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat di dapat  $W^2 = 0,0038$ , dengan demikian berarti jenis bank dan kualitas layanan dapat menjelaskan 0,38% variansi kepuasan nasabah.

## PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis, berikut adalah penjelasan dari keempat hipotesis penelitian.

### 1. Hipotesis Pertama

Tidak ada perbedaan yang signifikan kualitas layanan antara Bank Syariah dan Bank Konvensional di Kabupaten Pacitan terlihat dari perolehan perhitungan  $F_{obs} = 0,57$  dengan  $DK = \{ F | F > 4,18 \}$  atau  $F_{obs} \in DK$  sehingga  $H_{0A}$  diterima. Dengan diterimanya  $H_{0A}$  maka tidak perlu dilakukan uji lanjut, dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat perbedaan kualitas layanan nasabah Bank Syariah dan Bank Konvensional, jadi jenis bank tidak begitu signifikan pengaruhnya terhadap kualitas layanan. Kesamaan kualitas layanan antara Bank Syariah dan Bank Konvensional karena mereka sama-sama menjual jasa sehingga mereka akan membuat layanan yang terbaik untuk para nasabahnya, mereka berlomba-lomba meningkatkan kualitas layanan sehingga bisa menaikkan citra perusahaannya sehingga nasabah merasa puas dan loyal kepada perusahaan, walau Bank Konvensional lebih dulu berdiri dibanding dengan Bank Syariah, akan tetapi Bank Syariah tidak kalah kualitas layanannya kalau dilihat dari lima dimensi kualitas layanan yaitu, bukti fisik, keamanan, empati, kehandalan dan jaminan.

Menurut Peter Wilson, nama/ brand perusahaan juga dapat mendorong perusahaan untuk dapat meningkatkan dan menjaga kualitas yang tinggi dalam menjaga reputasi nama mereka.<sup>26</sup> Bank Syariah dan Bank Konvensional sama-sama mempunyai reputasi yang baik sehingga mereka menjaga kualitas layanannya sehingga nasabah merasa puas atas layanan yang diberikan oleh karyawan bank.

Dengan demikian penelitian ini hasilnya berbeda dengan penelitian yang dilakukan Agraini (2012), dimana pada penelitiannya, ia menyatakan bahwa, perbankan syariah dengan perbankan konvensional memiliki perbedaan yang signifikan dalam kinerja keuangan. Sedangkan secara umum kalau dirata-ratakan pada penelitian ini tidak terdapat perbedaan kualitas layanan yang begitu signifikan.

---

<sup>26</sup> Peter Wilson, *Pengantar ekonomi mikro* (Jakarta: Salemba empat, 2012), 386.

Akan tetapi kalau dilihat dari segi lima dimensi kualitas layanan yaitu:

- a. Dari segi daya tanggap dari lima soal yang diberikan kepada responden Bank Konvensional memperoleh skor 534 sedangkan Bank Syariah memperoleh 528 terpaut enam poin, dimana Bank Konvensional lebih unggul dibanding Bank Syariah. Tetapi keunggulan Bank Konvensional tidak begitu signifikan, bisa diartikan bahwa kualitas dari segi daya tanggap kedua bank tersebut sama.
- b. Dari segi jaminan Bank Konvensional memperoleh skor 673 sedangkan Bank Syariah memperoleh 676 hanya terpaut 3 poin dari 6 soal yang diberikan, ini berarti jaminan Bank Syariah tidak berbeda dibanding jaminan yang diberikan oleh Bank Konvensional.
- c. Dari segi bukti fisik Bank Syariah memperoleh skor 534, sedangkan Bank Konvensional memperoleh skor 532, dimana Bank Syariah lebih unggul 2 poin dengan Bank Konvensional dari sini dapat disimpulkan bahwa bukti fisik Bank Syariah di Pacitan lebih unggul dibanding Bank Konvensional, walaupun unggul 2 point kalau dirata-rata dari skor tersebut Bank Syariah mempunyai rata-rata 18,0 sedangkan Bank Konvensional mempunyai rata-rata 17,77 ini berarti kedua bank tersebut mempunyai kualitas yang sama ditinjau dari jawaban nasabah pada angket kepuasan yang disebar oleh peneliti.
- d. Dari segi empati Bank Konvensional memperoleh 396 sedangkan Bank Syariah memperoleh 395 dengan demikian empati kedua bank tersebut sama.
- e. Sedangkan dari segi kehandalan Bank Syariah mendapat rata-rata jawaban 4 skala liker yang berarti nasabah merasa puas, begitu juga Bank Konvensional juga memperoleh rata-rata jawaban 4 skala liker yang berarti nasabah merasa puas, ini berarti dimana kehandalan Bank Syariah sama dengan kehandalan karyawan Bank Konvensional.

## 2. Hipotesis Kedua

Secara teori nasabah yang mendapatkan pelayanan yang baik maka akan merasa puas dengan apa yang didapat, begitu juga apabila nasabah mendapatkan pelayanan yang tidak baik maka tidak akan merasa puas dengan apa yang didapat. Menurut Sumarni, kepuasan pelanggan adalah “tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang dirasakan dengan harapannya”.<sup>27</sup> Menurut Rangkuti, kepuasan pelanggan adalah

---

<sup>27</sup> Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank* (Yogyakarta: Liberty, 2002), 226

“respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian”.<sup>28</sup>

Dari teori ini dapat disimpulkan bahwa nasabah akan puas apabila ia telah merasakan layanan yang baik karena nasabah akan membandingkan dengan apa yang dirasakan/dihasilkan dengan harapannya, dengan begitu apabila yang dihasilkan sesuai yang diharapkan maka akan puas dan apabila apa yang dihasilkan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan maka tidak akan merasa puas, dari situ dapat kita ketahui bahwa ada perbedaan kepuasan nasabah yang mendapatkan pelayanan tinggi dan nasabah yang mendapatkan pelayanan rendah.

Dalam penelitian ini diperoleh  $F_{obs} = 120,8$  dengan  $DK = \{F | F > 4,18\}$  atau  $F_{obs} \in DK$  sehingga  $H_{0B}$  ditolak. Dari hasil tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat interaksi yang signifikan pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah bank, kepuasan nasabah bank yang mendapatkan kualitas layanan yang tinggi memiliki kepuasan yang lebih tinggi dibandingkan dengan kepuasan nasabah yang mendapatkan pelayanan dengan kualitas rendah.

Seperti jawaban nasabah pada kelompok yang mendapatkan pelayanan tinggi yaitu mendapat skor rata-rata 94 untuk Bank Syariah dan 93 untuk Bank Konvensional, sedangkan rata-rata skor yang mendapatkan layanan rendah adalah 93 untuk Bank Syariah dan 92 untuk Bank Konvensional, artinya bahwa layanan dapat mempengaruhi tinggi rendahnya kepuasan nasabah.

### 3. Hipotesis Ketiga

Tinggi rendahnya kepuasan tergantung pada kualitas layanan yang didapat. Menurut Rangkuti, kepuasan pelanggan adalah “respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian”.<sup>29</sup>

Nasabah apabila sudah merasakan kesesuaian apa yang didapat dengan apa yang diharapkannya mereka akan merasa puas, semakin dekat seperti apa yang diharapkan maka akan lebih merasa puas dibanding dengan suatu layanan yang tidak sesuai dengan apa yang

---

<sup>28</sup> Fredy Rangkuti, *Measure Customer Satisfaction* (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2002), 89.

<sup>29</sup> Fredy Rangkuti, *Measure Customer*, 89.

diharapkan. Menurut Sumarni, kepuasan pelanggan adalah “tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang dirasakan dengan harapannya”.<sup>30</sup>

Secara teoritis kepuasan seorang nasabah sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan. Kualitas layanan (*service quality*) berkontribusi signifikan bagi penciptaan diferensiasi, *positioning*, dan strategi bersaing setiap organisasi pemasaran. Menurut Philip Kotler, seperti yang dikutip oleh Harjo dan Riani, mengemukakan bahwa “layanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik”.<sup>31</sup> Dengan terdapatnya perbedaan pelayanan juga akan berdampak pada kepuasan pelanggan, seperti penelitian yang dilakukan oleh Kim Ming (2014). Ia menyatakan kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga dapat ditarik kesimpulan apabila ada perbedaan pelayanan akan ada juga perbedaan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan perolehan  $F_{obs} = 1,23$  dengan  $DK = \{F | F > 4,18\}$  atau  $F_{obs} \in DK$  sehingga  $H_{0B}$  diterima. Dengan demikian pada penelitian ini dapat ditemukan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada tingkat kepuasan antara nasabah Bank Syariah dengan Bank Konvensional di Kabupaten Pacitan, yaitu kepuasan nasabah Bank Syariah tidak lebih tinggi dibandingkan dengan kepuasan nasabah Bank Konvensional. Dapat dijelaskan juga bahwa, kedua jenis bank memberikan pengaruh/ efek yang sama terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa kelompok nasabah Bank Syariah dan kelompok nasabah Bank Konvensional pada kelompok yang mendapatkan kualitas layanan tinggi memiliki tingkat kepuasan yang sama.

Dari jawaban responden pada angket yang disebar oleh peneliti dapat dianalisa bahwa, Bank Syariah dan Bank Konvensional di Kabupaten Pacitan secara umum memiliki rata-rata tingkat kepuasan seimbang pada kelompok yang mendapatkan layanan tinggi. Skor nilai rata-rata untuk Bank Syariah yaitu 94,86 dan 93,13 untuk Bank Konvensional.

#### 4. Hipotesis keempat

---

<sup>30</sup> Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank* (Yogyakarta: Liberty, 2002), 226.

<sup>31</sup> Bangun Kuntoro Harjo dan Asri Laksmi Riani, “Analisis Kualitas Pelayanan an Kepuasan Nasabah Bank.” *Jurnal: Fokus Manajerial* 1 no.2 (Januari 2003), 123-136.

Fandy Tjiptono, mengungkapkan bahwa kualitas layanan adalah “keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan”.<sup>32</sup> Dari keterangan ini bahwa kualitas layanan adalah usaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, dengan memenuhi kebutuhan pelanggan maka pelanggan akan merasa puas dengan apa yang didapat, menurut Cadotte seperti yang dikutip oleh Tjiptono, kepuasan dikonseptualisasikan sebagai “perasaan yang timbul setelah mengevaluasi pengalaman pemakaian produk”.<sup>33</sup> Dengan begitu bank yang memberikan pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan pada nasabahnya, baik Bank Syariah maupun Bank Konvensional.

Pada penelitian ini kepuasan nasabah Bank Konvensional tidak lebih tinggi dibanding dengan Bank Syariah pada kelompok yang mendapatkan layanan rendah dimana Bank Konvensional memiliki rata-rata jawaban 83,93 sedangkan Bank Syariah 83,6 dari 20 soal yang di berikan.

Dari hipotesis di atas dapat kita simpulkan bahwa kualitas layanan Bank Syariah secara umum tidak berbeda dibandingkan dengan Bank Konvensional, maka dari itu Bank Syariah harus menjaga, dan meningkatkan kualitas layanannya dari beberapa aspek diantaranya yaitu:

- *Tangible* (bukti fisik), Bank Syariah harus menambah kantor cabang, menambah mesin ATM, dan lain-lain.
- *Reliability* (kehandalan), Bank Syariah juga harus lebih mengedepankan kehandalan karyawan, salah satu caranya adalah memilih karyawan yang berkualitas (paham fikih muamalah klasik maupun kontemporer dan faham ilmu ekonomi/perbankan) dan mempunyai semangat Islami. Dengan adanya peningkatan kualitas layanan tentu akan meningkatkan kepuasan nasabah, sehingga apabila nasabah puas atas layanan yang diberikan akan berdampak pada loyalitas nasabah terhadap bank, dengan demikian Bank Syariah di Kabupaten Pacitan akan terus berkembang dan dapat bersaing dan lebih unggul dibanding dengan bank-bank konvensional terutama yang ada di Kabupaten Pacitan khususnya dan di Indonesia umumnya.

---

<sup>32</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Yogyakarta: Andi Offset, 2000), 59.

<sup>33</sup> Tjiptono, *Manajemen Jasa*, 59.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **A. Kesimpulan**

Dari kajian teori dan hasil analisis serta mengacu pada perumusan masalah yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Kualitas layanan Bank Konvensional dan Bank Syariah tidak terdapat perbedaan yang signifikan kalau dilihat dari jawaban responden pada angket yang disebar oleh peneliti, hanya ada beberapa aspek dari lima dimensi kualitas layanan terdapat perbedaan yang tak begitu signifikan.
2. Terdapat interaksi yang signifikan pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, dimana kualitas layanan yang tinggi dapat mempengaruhi kepuasan nasabah, semakin baik kualitas layanannya maka semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah bank. Dengan adanya rasa yang sangat puas atas layanan yang diberikan tentu saja dapat meningkatkan minat masyarakat terhadap perusahaan, karena apabila nasabah merasa puas atas apa yang didapat maka mereka akan kembali lagi dan menjadi loyal terhadap perusahaan, dan mereka akan bercertia kepada teman, saudara, sahabat, tetangga dan lain-lain, sehingga masyarakat semakin mengenal perusahaan tersebut.
3. Tidak terdapat perbedaan kepuasan nasabah Bank Konvensional dan Bank Syariah yang mendapatkan pelayanan yang tinggi, disebabkan kualitas layanan yang di berikan oleh bank Bank Konvensional dan Bank Syariah pada kelompok nasabah yang mendapatkan pelayanan tinggi sama-sama baik dan unggul sehingga kepuasan nasabahnya memiliki tingkat kepuasan yang sama.
4. Kepuasan Bank Syariah kalau dilihat dari tingkat tinggi rendahnya, tidak lebih baik dibanding kepuasan nasabah Bank Konvensional pada kelompok nasabah yang mendapatkan pelayanan rendah. Atau dapat disimpulkan tingkat kepuasan Bank Konvensional dan Bank Syariah sama, atau tidak terdapat perbedaan yang begitu signifikan.

### **B. Saran**

Berdasarkan simpulan penelitian di atas, dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

#### **1. Kepada Cendekiawan dan Ulama**

Cendekiawan muslim yang ada di Pacitan harus lebih gencar mempromosikan perbankan yang berbasis atau berlandaskan syariat Islam dengan demikian Bank Syariah lebih di kenal dimasyarakat, lewat dakwah, lewat diskusi, lewat seminar-seminar, dengan demikian masyarakat Pacitan akan lebih familiar dengan bank-bank Syariah dan tidak memandang miring terhadap Bank Syariah

## **2. Kepada Peneliti atau Calon Peneliti**

Penelitian ini hanya meneliti kualitas layanan pada Bank Konvensional dan Bank Syariah di tinjau dari kepuasan nasabah. Bagi peneliti lain mungkin dapat melakukan tinjauan yang lain agar masalah mengenai perbankan Syariah dapat diatasi supaya Bank Syariah lebih diminati oleh masyarakat .

## **3. Kepada Bank**

- a. Diharapkan agar menjadi bahan evaluasi untuk dapat meningkatkan kualitas layanannya.
- b. Kepada Bank Syariah harus lebih meningkatkan kualitasnya agar bisa mengungguli Bank Konvensional. terutama Bank Syariah harus bisa masuk kedalam lima besar bank di Indonesia

### Daftar Pustaka

- Arifin, Zainal, Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012.
- Armstrong, Kotler, Manajemen Pemasaran. Klaten: Gramedia, 2005.
- Armstrong, Kotler, Prinsip-prinsip Pemasaran, Jakarta: Erlangga, 1997.
- Budiyono, *Statistik Untuk Penelitian Edisi ke 2*, Surakarta: Sebelas Maret University Press, 2007.
- Djaali dan Puji mulyono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan*, Jakarta: Gramedia, 2008.
- Gay,L.R, *Educational Research Competencies for Analysis and Aplication. Ninth Edition*, New York : Macmillan Publishing Company, 1981.
- Harjo, Bangun Kuntoro, dan Asri Laksmi Riani, "Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Bank," *Jurnal: Fokus Manajerial* 1 no. 2 (Januari 2003).
- Iswahyudi, Arief, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan*, YogyakartaSkripsi, Fakultas Syariah UIN Yogyakarta, 2005.
- Nazir, Moh., Metode Penelitian, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2000.
- Rangkuti, Fredy, *Measure Customer Satisfaction*, Jakarta: Gramedia Pustaka, 2002.
- Sugiyono, Statistik Untuk Penelitian, Bandung: Alvabeta, 2011.
- Sumarni, Murti, Manajemen Pemasaran Bank, Yogyakarta: Liberty, 2002.
- Tjiptono, Fandy, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi Offset, 2000.
- Tjiptono, Fandy, *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset, 2000.
- Tjiptono, Fandy, *Service Quality Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset, 2007.
- Wilson, Peter, Pengantar ekonomi mikro, Jakarta: Salemba empat, 2012.