

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan (*Bank*) adalah sebuah lembaga perantara antara pihak yang surplus dana kepada pihak yang devisit dana. Dengan demikian, bank dengan sendirinya memainkan peranan penting dalam pembangunan ekonomi dan kesejahteraan umat, melalui kerjasama ekonomi akan terbangun pemerataan dan kebersamaan. (Muhammad, 2002 :70)

Tidak diragukan lagi, bahwa perbankan merupakan sebuah lembaga keuangan yang bermanfaat bagi kehidupan perekonomian. Tidak ada masyarakat modern yang dapat mencapai kemajuan tanpa kehadiran sebuah bank. Namun, perbankan modern yang berdasarkan bunga serta lebih condong menguntungkan kaum kapitalis ternyata ditolak oleh sebagian umat Islam sebagai perbankan yang tidak Islami, karena adanya anggapan bahwa bunga bank identik dengan riba, sedangkan riba adalah sesuatu yang dilarang dalam Islam. (Hernanto Widodo : 16)

Bank Islam atau selanjutnya disebut bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan bunga. Bank syariah atau disebut dengan bank tanpa bunga adalah lembaga keuangan/perbankan yang operasionalnya dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadits Nabi SAW.

Bank syariah lahir sebagai salah satu solusi alternatif terhadap persoalan pertentangan antara bunga bank dengan riba. Dengan demikian kerinduan umat Islam Indonesia yang ingin melepaskan diri dari persoalan riba telah mendapat jawaban dengan lahirnya bank syariah. (Muhammad, 2001 :103)

Bank Muamalat Indonesia juga merupakan salah satu lembaga keuangan yang kegiatannya menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat. (Hernanto Widodo : 30)

Bank syari'ah memiliki peluang yang besar dalam mencari pangsa pasar, Selain peluang tersebut juga masih banyak tantangan/problem yang dihadapi bank syari'ah sebagai bank yang masih dianggap awam oleh masyarakat, pada dasarnya sekarang ini adanya persaingan antara bank syariah dan bank konvensional. (Muhammad, 2001 : 81)

Dalam kondisi persaingan ini hal utama yang harus diprioritaskan oleh perbankan syariah sebagai perusahaan jasa adalah kepuasan nasabah agar dapat bertahan, bersaing dan menguasai pangsa pasar. Pimpinan harus tahu hal-hal apa yang penting oleh para nasabah dan pimpinan juga berusaha untuk menghasilkan kinerja sebaik mungkin sehingga dapat memuaskan nasabahnya.

Menomorsatukan Pelayanan pada setiap perusahaan jasa masih mengalami keterbatasan, nasabah sebagai pilar kelangsungan hidup perusahaan jasa, bagi nasabah persoalan pelayanan ini menjadi abstrak karena tersumbatnya alternatif untuk mendapat perlakuan yang layak dan adil. Nasabah merupakan satu-satunya orang yang memiliki hak untuk menilai kualitas produk atau

pelayanan, jadi keberhasilan perbankan syariah tidak dinilai sendiri, melainkan dari aspirasi nasabah yang menjadi pelanggan setia bank syariah.

Kepuasan dan ketidakpuasan nasabah masih menjadi topik yang sering dibicarakan, kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas barang/jasa yang dikehendaki nasabah. Sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan yang pada saat ini khususnya dijadikan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu prediksi dari tingkat kepuasan nasabah. Semakin tinggi kualitas pelayanan semakin tinggi kepuasan konsumen, karena kualitas pelayanan jasa bukan ditentukan oleh produsen tapi ditentukan oleh konsumen. (Philip Kotler, 1996 : 12)

Kepuasan nasabah/pelanggan (*customer satisfaction*) sangat memegang peran penting, karena apabila konsumen merasa puas dari pelayanan yang diterimanya maka akan ada kecenderungan untuk menggunakan kembali jasa perusahaan tersebut. Selain itu juga nasabah akan menyebarkan informasi dari mulut ke mulut yang baik tentang perusahaan sehingga dapat menarik nasabah lain. Banyak perusahaan yang berfokus pada kepuasan pelanggan. Salah satunya adalah lembaga keuangan, dimana kepuasan pelanggan merupakan sasaran sekaligus alat pemasaran, perusahaan yang mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi akan memastikan bahwa pasar adalah sasaran produsen. (Philip Kotler, 1997 : 37)

Bank Muamalat Indonesia (BMI) adalah bank pertama di Indonesia yang menerapkan sistem tanpa bunga. Sejak awal kemunculan BMI selalu berusaha menawarkan pelayanan jasa seperti yang ditawarkan pada sistem konvensional. Namun ada beberapa hal yang tidak dapat disamakan antara sistem syariah dan konvensional, dikarenakan adanya perbedaan prinsip bagi hasil dengan bunga. Hal ini yang menyebabkan Bank Muamalat Indonesia terlihat berbeda dibandingkan dengan bank lain yang menggunakan sistem konvensional atau bunga. Juga pihak BMI sudah memberikan pelayanan yang berkualitas, namun tingkat kepuasan nasabah masih belum maksimal. Karena ini pihak BMI dituntut untuk dapat memenuhi harapan dan keinginan nasabahnya. Dapat menerapkan strategi pemasaran yang tepat, yaitu antara lain dengan meningkatkan tingkat kepuasan nasabahnya dan mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah tersebut.

Bertolak dari kenyataan tersebut, perlu dilakukan penelitian untuk menganalisis kualitas pelayanan Bank Muamalat Indonesia ditinjau dari kepuasan nasabahnya agar dapat meraih, meningkatkan dan mempertahankan nasabahnya sehingga dapat bersaing dengan bank konvensional. Bank Muamalat Indonesia adalah salah satu bank syariah di Kota Brebes sehingga merupakan pilihan yang tepat sebagai lokasi dalam penelitian ini.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini dibagi kedalam tiga bagian yaitu :

1. Identifikasi Masalah

a) Wilayah Penelitian

Wilayah penelitian dalam skripsi ini adalah berkaitan dengan lembaga keuangan syari'ah.

b) Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif yaitu metode yang digunakan untuk mendeskripsikan tentang pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Unit Pelayanan Syari'ah Brebes.

c) Jenis Masalah

Jenis masalah dalam penelitian ini adalah pengaruh kualitas pelayanan jasa Bank Muamalat Indonesia (BMI) Unit Pelayanan Syari'ah (UPS) Brebes.

2. Pembatasan Masalah

Untuk menghindari meluasnya permasalahan dalam penulisan skripsi ini, maka masalah skripsi ini berkisar pada pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah.

3. Pertanyaan Penelitian

- a) Adakah hubungan antara kualitas pelayanan jasa dengan kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia Unit Pelayanan Syari'ah Brebes?
- b) Apakah kualitas pelayanan jasa berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia Unit Pelayanan Syariah Brebes?

C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a) Untuk mengkaji hubungan antara kualitas pelayanan jasa dengan kepuasan nasabah.
- b) Untuk menganalisis kualitas pelayanan jasa apakah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

2. Kegunaan Penelitian

- a) Bagi penulis sebagai upaya untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan, sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Islam Program Studi Ekonomi Perbankan Islam Program Studi Ekonomi Perbankan Islam pada Jurusan Syari'ah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri.
- b) Bagi Bank Muamalat Indonesia (BMI) Unit Pelayanan Syari'ah (UPS) Brebes, diharapkan berguna sebagai bahan pertimbangan dalam rangka

menentukan strategi pengambilan keputusan mengenai pelayanan terhadap nasabah.

- c) Bagi para pembaca dapat dijadikan bahan untuk menambah pengetahuan.

D. Kerangka Pemikiran

Berawal dari tukar menukar barang secara sederhana tanpa menggunakan alat tukar berupa uang/logam mulia, dengan berkembangnya ilmu pengetahuan maka semakin dibutuhkan suatu alat tukar yang berlaku umum dan untuk itu diciptakan uang.

Seiring berkembangnya zaman sistem keuangan kita menjadi modern yang menggunakan mata uang, cek, mesin uang yang otomatis (ATM) dan beberapa instrumen keuangan lain yang canggih tidak muncul hanya dalam satu malam, ia berevolusi sepanjang abad. Tetapi inti dari suatu sistem keuangan adalah Uang, yang didefinisikan sebagai berikut :

Uang adalah segala sesuatu yang bersifat sebagai media pertukaran atau alat pembayaran yang diterima secara umum. Pada mulanya uang bersifat komoditi namun kemudian berevolusi kedalam bentuk mata uang kertas dan cek. Semuanya memiliki hakikat yang sama yakni keduanya diterima sebagai alat pembayaran untuk barang dan jasa (Haris Munandar, 1992 : 80). Disamping itu manusia juga memerlukan jasa yang mengurus hal-hal tertentu sehingga jasa menjadi bagian utama dari pemasaran.

Dalam persaingan yang semakin tajam diantara lembaga keuangan saat ini, maka kepuasan konsumen menjadi prioritas utama dimana kepentingan nasabah menjadi prioritas utama dimana kepentingan dan harapan konsumen serta pelaksanaan pelayanan yang dilakukan haruslah sesuai perusahaan memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh nasabah agar mereka merasa puas.

Dalam buku Reformasi Perbankan Nasional, N. Rengka Johannes mencoba mengartikan yang namanya jasa/pelayanan/service sebagaimana pengertian service/pelayanan yang ada dalam lembaga bisnis lainnya. Beliau mengartikan service visual dalam bentuk-bentuk perilaku pekerja seperti bersikap ramah, sopan, rapi, komunikatif, cepat dan menyenangkan. Tapi batasan service/pelayanan dalam produk perbankan tidaklah sesempit itu sehingga tidak bisa disamakan dengan lembaga bisnis lainnya (Krisna Wijaya, 2000 : 55-56).

Adapun definisi jasa/pelayanan yang sebenarnya yang dikemukakan oleh Philip Kotler, Pelayanan adalah suatu aktivitas/pelaksanaan dari suatu kelompok yang menawarkan, sesungguhnya tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki dari suatu produk atau secara fisik (Philip Kotler, 1994 : 464).

Dalam strategi pemasaran definisi jasa harus diamati dengan baik, karena pengertiannya sangat berbeda dengan produk berupa barang, kondisi, dan cepat lambatnya perkembangan jasa akan sangat tergantung pada penilaian

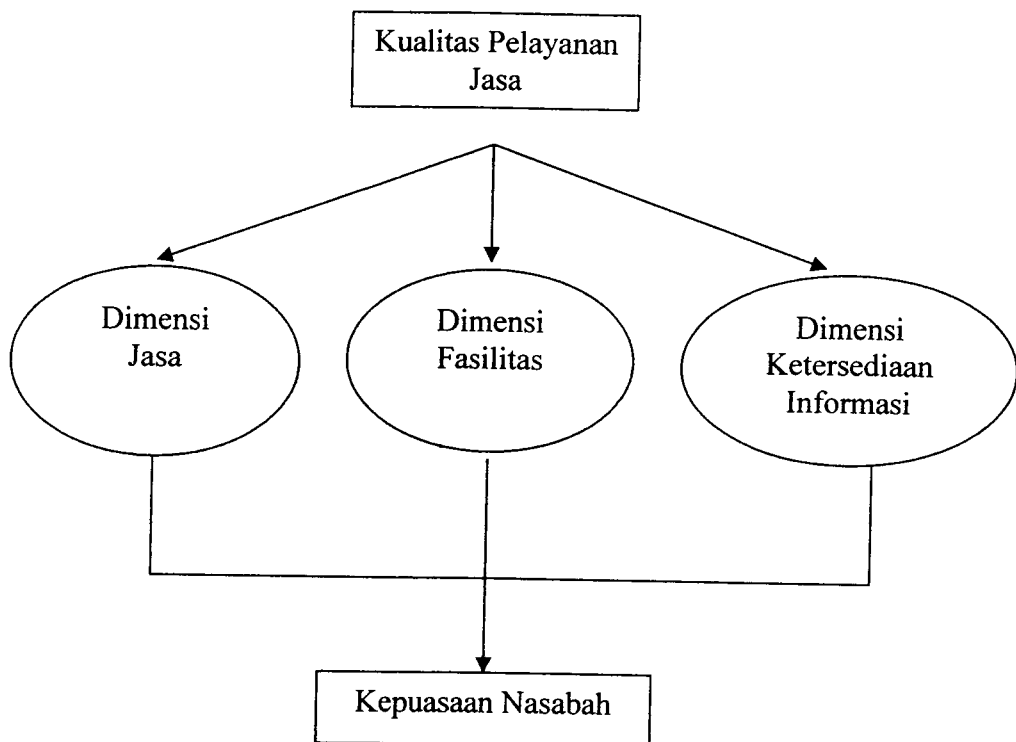
konsumen/nasabah terhadap kinerja dan tingkat kepuasan nasabah (Yazid, 2005 : 102).

Dalam lingkungan yang cepat berubah seperti sekarang ini, komitmen terhadap kualitas pada setiap tahap proses produksi dan penyiapan jasa memungkinkan para produsen mampu mengantisipasi dan memenuhi permintaan konsumen yang senantiasa berubah. Membangun kepuasan konsumen adalah merupakan inti dari pencapaian profitabilitas jangka panjang. Adapun definisi kepuasan itu sendiri adalah merupakan ketiadaan perbedaan antara harapan yang dimiliki dan unjuk kerja yang senyatanya diterima. Apabila harapan tinggi, sementara unjuk kerja biasa-biasa saja, kepuasan tidak akan tercapai (sangat mungkin konsumen/nasabah akan merasa kecewa). Sebaliknya apabila unjuk kerja melebihi dari yang diharapkan, kepuasan meningkat. Karena harapan yang dimiliki konsumen cenderung selalu meningkat sejalan dengan meningkatnya pengalaman konsumen, para manajer harus selalu memonitor kemampuannya untuk memenuhi pembatas kepuasan yang semakin tinggi (Yazid, 2005 :55-56).

Sedangkan definisi kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) menurut R. Gigih Pilihanto dalam wawancara dengan “Suara Merdeka” menyatakan bahwa “customer satisfaction adalah hukum wajib bagi setiap pemasar (R.Gigih Pilihanto, 29 juli 2007 : 2), dimana kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan, jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan

tidak puas, jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan amat puas dan senang”.

Banyak perusahaan berfokus pada kepuasan tinggi salah satunya adalah lembaga keuangan, dimana pelanggan yang hanya merasa puas mudah untuk berubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik, mereka yang amat puas lebih sukar untuk mengubah pilihannya. Kepuasan tinggi atau kesenangan menciptakan kelekatan emosional terhadap merek, bukan hanya, preferensi rasional. Hasilnya adalah kesetiaan pelanggan yang tinggi (Philip Kotler, 1994 :36).



E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan suatu jawaban sementara terhadap masalah yang diajukan penelitian yang dijabarkan dari landaan teori atau tinjauan pustaka dan masih harus diuji kebenarannya, atau dugaan mengenai sesuatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal itu yang sering dituntut untuk melakukan pengecekannya.

Adapun hipotesisnya antara lain :

H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan jasa (X) terhadap kepuasan nasabah (Y).

H_a : Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan jasa (X) terhadap kepuasan nasabah (Y).

F. Langkah-Langkah Penelitian

1. Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variable atau lebih. Data yang digunakan adalah data kuantitatif, jarena pengukuran variabel dilambangkan dengan angka, dan data yang terkumpul dianalisis dengan pendekatan statistik untuk menarik kesimpulan adanya pengaruh antar variable.

2. Menentukan Sumber Data

- a) Sumber Data Teoritik, yaitu sumber data yang didapat dari buku-buku yang ada kaitannya dengan pokok pembahasan dalam penelitian.
- b) Sumber Data Empirik, yaitu sumber data yang diperoleh dari hasil lapangan, observasi, wawancara dan angket pada BMI.

3. Tehnik Pengumpulan Data

a) Observasi

Yaitu mengamati secara langsung terhadap obyek yang diteliti pada Bank Muamalat Indonesia (BMI) Unit Pelayanan Syari'h (UPS) Brebes maupun nasabah.

b) Wawancara

Yaitu melakukan tanya jawab dengan pimpinan BMI yakni Bpk Mahalul Ilmi dan pegawai yang aktif melakukan tugas pada Bank Muamalat Indonesia (BMI) Unit Pelayanan Syari'ah (UPS) Brebes.

c) Angket

Yaitu pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan tertulis pada 30 responden dimana responden tersebut adalah Nasabah Pembiayaan aktif pada Bank Muamalat Indonesia (BMI) Unit Pelayanan Syariah (UPS) Brebes.

d) Kepustakaan

Yaitu teknik pengumpulan data untuk mencari konsep-konsep yang ada relevansinya dengan topik pembahasan yang akan diteliti,

yakni, buku-buku yang berhubungan dengan kualitas pelayanan jasa dan kepuasan nasabah, dan dokumen lainnya yang ada pada Bank Muamalat Indonesia (BMI) Unit Pelayanan Syaiah (UPS) Brebes.

4. Populasi dan Sampel

a) Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian yang akan dikenai generalisasi dari hasil penelitian tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pembiayaan aktif yang berjumlah 300 dengan alasan, karena dari 300 orang nasabah itu lebih sering melakukan transaksi di Bank Muamalat Indonesia Unit Pelayanan Syari'ah Brebes.

b) Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. sample yang akan diambil harus dapat mewakili dan mencerminkan populasi yang ada. Menurut *suharsimi arikunto*, jika subjek kurang dari 100 orang maka diambil semua sebagai sample, tetapi jika lebih dari 100 orang maka besarnya sample dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih. Adapun penelitian sample dalam penelitian ini menggunakan *random sampling* yaitu 10% sehingga sample yang diteliti sebanyak 30 orang nasabah (Suharsimi Arikunto, 1998 : 120).

5. Operasionalisasi Variabel

Variabel yang akan diteliti adalah variabel kualitas pelayanan jasa dan variabel kepuasan nasabah. Yang menjadi *independent variable* (X) adalah kualitas pelayanan jasa dan *dependent variable* (Y) adalah kepuasan nasabah. Adapun ukuran yang dipakai dalam operasionalisasi variabel ini akan disesuaikan dengan masing-masing indikator.

Guna menghindari kesalahpahaman dan pengertian dari masing-masing variabel, berikut dijelaskan konsep operasionalisasi variabel.

Tabel I
Operasionalisasi Variabel

Dimensi	Konsep Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala
Kualitas pelayanan jasa (X)	Kualitas pelayanan jasa yang diberikan BMI kepada nasabahnya	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Kehandalan (<i>Reability</i>) ❖ Tanggapan (<i>Responsive ncess</i>) ❖ Jaminan (<i>Assurance</i>) ❖ Perhatian 	<ul style="list-style-type: none"> • Kemampuan memberikan pelayanan • Kecepatan pelayanan • Keinginan karyawan dalam membantu nasabah • Pemberian pelayanan dengan tanggap • Pengetahuan dan kemampuan karyawan • Kesopanan karyawan 	Ordinal

Kepuasan nasabah (Y)	Kepuasan nasabah setelah membandingkan kinerja dengan harapan	<p><i>(Empaty)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Bukti fisik <i>(Tangible)</i> ❖ Technical Quality ❖ Functional Quality ❖ Facility 	<ul style="list-style-type: none"> • Komunikasi yang baik • Perhatian karyawan • Fasilitas fisik • Perlengkapan sarana komunikasi. • Ketepatan waktu pelayanan • Kecepatan pelayanan • Keramahan pelayanan • Kecepatan penyampaian informasi • Cara penyampaian informasi • Fasilitas penunjang informasi • Kelengkapan fasilitas • Kerapian fasilitas • Kebersihan fasilitas 	Ordinal
----------------------	---	---	--	---------

6. Tehnik Analisis Data

Dalam melakukan analisis data, penulis menggunakan statistik deskriptif dengan menggunakan tehnik asosiatif, diantaranya :

a. Analisis Korelasi Product Moment

Analisis korelasi dipakai untuk melihat hubungan yang terjadi antara dua variabel yaitu antara variabel X (kualitas pelayanan) dan variabel Y (kepuasan nasabah). Dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Hipotesis yang digunakan adalah :

Ho : Tidak terdapat hubungan yang antara kualitas pelayanan jasa dengan kepuasan nasabah.

Ha : Terdapat hubungan yang antara kualitas pelayanan jasa dengan kepuasan nasabah (Sugiono, 2004 : 213).

Karena penulis pada awal penelitian menggunakan data ordinal, maka penulis mentransformasikan data ordinal kepada data interval. Adapun cara transformasi data ordinal ke data interval dengan menggunakan rumus dan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Tentukan item variabel X dan Y

2. Tentukan kategori jawaban dari setiap item, baik variabel X maupun variabel Y
3. Tentukan frekuensi dari setiap jawaban
4. Cari proporsi dari setiap frekuensi atas jawaban dengan rumus

$$\frac{f_1}{n} = \frac{f_2}{n} = \dots = \frac{f_n}{n}$$

5. Cari proporsi kumulatif dengan rumus

$$Pk_1 = P_1$$

$$Pk_2 = P_1 + P_2$$

$$Pk_3 = P_1 + P_2 + P_3, \dots, Pk_n = Pk_{n-1} + P_n$$

6. Cari harga Z pada setiap Pk dengan melihat tabel
7. Cari harga densitas dengan tabel, angka yang diukur dari harga Z
8. Scale Value (SV), dengan rumus :

$$SV_1 = \frac{0 - \text{densitas awal}}{Pk - 0}$$

$$SV_2 = \frac{\text{Densitas awal} - \text{Densitas bawah}}{Pk \text{ bawah} - Pk \text{ atas}}$$

9. Transformasi, dengan rumus : $SV + SV+1$ (Akdon dan Ridwan, 2006 : 53-54).

Tabel 2
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi
Terhadap Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,19	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat kuat

(Sugiono, 2004 : 216)

b. Uji Korelasi Dengan Uji - t

Setelah koefisien korelasi diperoleh, kemudian dilakukan pengujian atas keberartian (signifikansi) korelasi tersebut, keberartian diuji melalui hipotesis $\rho = 0$ yang menyatakan koefisien korelasi tidak berarti, sedangkan koefisien korelasi alternatif $\rho \neq 0$ yang menyatakan bahwa korelasi berarti, pengujian ini dilakukan dengan uji-t dengan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{r \sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

dimana :

t = distribusi student

r = korelasi product moment

n = banyak data

Rumus ini berdasarkan tabel distribusi student – t selanjutnya hipotesis menjadi $H_0 \neq H_a$

H_0 = Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan jasa dengan kepuasan nasabah.

H_a = Terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan jasa dengan kepuasan nasabah.

Dalam pengujian ini digunakan tingkat keyakinan 95% atau pada taraf nyata (α) sehingga dapat diketahui apakah kita menolak atau menerima hipotesis tersebut, kriteria yang digunakan dalam hal ini adalah menolak hipotesis nol ($H_0 : \rho = 0$), tetapi jika t yang diperoleh dari hasil perhitungan lebih besar/kecil dari t_{tabel} , pada tingkat keyakinan sebesar 95% atau pada taraf syarat nyata (α) 0,05 maka hipotesis ($H_a : r \neq 0$), diterima (Sugiono, 2004 : 215).

c. Regresi

Untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa penulis menggunakan uji regresi sederhana dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = Variabel dependen yang diprediksikan

a = Harga Y bila $x = 0$ (harga konstan)

b = Angka arah koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang di dasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik dan bila (-) maka terjadi penurunan.

X = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

Sedangkan untuk mencari (a) dan (b) dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$a = \frac{(\Sigma y) (\Sigma x^2) - (\Sigma x) (\Sigma xy)}{n \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2}$$

$$b = \frac{n \Sigma xy - (\Sigma x) (\Sigma y)}{n \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2} \text{ (Sugiono, 2004 : 244-245).}$$

d. Uji Keberartian Regresi

Pemeriksaan keberartian dilakukan melalui pengujian hipotesis nol, bahwa koefisien-koefisien regresi khususnya koefisien arah b sama dengan nol (tidak berarti) melawan hipotesis tandingan bahwa koefisien arah regresi tidak sama dengan nol.

Langkah Uji Keberartian Regresi :

1. Menentukan rumusan hipotesis H_0 dan H_1 .

$H_0 : \rho = 0$: Tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

$H_1 : \rho \neq 0$: Terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

2. Menentukan uji statistika yang sesuai. Uji statistika yang digunakan adalah uji F, yaitu :

$$F = \frac{S_1^2}{S_2^2}$$

Untuk menentukan nilai uji F dapat mengikuti langkah-langkah berikut :

- a. Menghitung jumlah kuadrat regresi ($JK_{\text{reg (a)}}$) dengan rumus :

$$Jk_{\text{reg (a)}} = \frac{(\sum Y)^2}{n}$$

- b. Menghitung jumlah kuadrat regresi b/a ($JK_{\text{reg b/a}}$), dengan rumus :

$$JK_{\text{reg (b/a)}} = \left\{ b \cdot (\sum XY) - \frac{(\sum X \cdot \sum Y)}{n} \right\}^2$$

- c. Menghitung jumlah kuadrat residu (JK_{res}) dengan rumus :

$$JK_{\text{res}} = \sum Y^2 - JK_{\text{Reg (b/a)}} - JK_{\text{Reg (a)}}$$

- d. Menghitung rata-rata jumlah kuadrat regresi a ($RJK_{\text{reg (a)}}$) dengan

$$\text{rumus : } RJK_{\text{reg (a)}} = JK_{\text{Reg (a)}}$$

- e. Menghitung rata-rata jumlah kuadrat regresi b/a ($RJK_{\text{reg (b/a)}}$) dengan

$$\text{rumus : } RJK_{\text{reg (b/a)}} = JK_{\text{Reg (b/a)}}$$

- f. Menghitung rata-rata jumlah kuadrat residu (RJK_{res}) dengan rumus :

$$RJK_{res} = \frac{JK_{res}}{n - 2}$$

- g. Menghitung F, dengan rumus : $F = \frac{RJK_{reg}(b/a)}{RJK_{Res}}$
3. Menentukan nilai kritis (α) dengan derajat kebebasan untuk $db_{reg} = 1$ dan $db_{res} = n - 2$
4. Membandingkan nilai uji F terhadap nilai

$$F_{tabel} = F_{(1-\alpha)(db_{reg}(b/a))(db_{res})}$$

Dengan kriteria pengujian : jika nilai F_{uji} > nilai tabel F, maka tolak H_0 .

5. Membuat kesimpulan (Ating Somari, 2006 : 245-246).

Dan untuk menghitung berapa besar pengaruh variabel X (kualitas pelayanan jasa) terhadap variabel Y (kepuasan nasabah) digunakan rumus

Koefisien Determinasi Yaitu :

$$r = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

r = koefisien determinasi

r^2 = koefisien regresi

Hipotesis yang digunakan adalah :

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah (Sugiono, 2004 : 216).