

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN

NASABAH PADA BANK BPD KALTIM SYARIAH

CABANG SAMARINDA

MUHAMMAD FAUZIANNUR

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman

ABSTRACT

Muhammad Fauziannur, "The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction At Bank BPD Kaltim Syariah Branch of Samarinda", under the guidance of Mr. Dr. Fitriadi, SE., M. Si as the Supervisor I and Ibu Hj. 63, SE., M. Si as the Supervisor II.

The purpose of this study include 1) to determine the effect of Service Quality on Customer Satisfaction at Bank BPD Kaltim Syariah Branch Samarinda. 2) to know the effect of reliability (X1), responsiveness (X2), assurance (X3), empathy (X4) and tangible (X5) on Customer Satisfaction (Y) at Bank BPD Kaltim Syariah Branch of Samarinda.

The result of the research is clearly known that the variability of reliability affects customer satisfaction at Bank BPD Kaltim Syariah Branch of Samarinda. The results of this study indicate that employees BPD Kaltim Syariah Branch Samarinda already quite reliable in providing services to customers so as to provide satisfaction to customers.

Responsiveness variable affects customer satisfaction at Bank BPD Kaltim Syariah Branch of Samarinda City. The results of this study indicate that employees BPD Kaltim Syariah Branch Samarinda already quite responsive in providing services to customers / consumers who come so as to increase customer satisfaction.

Assurance variables affect customer satisfaction at Bank BPD Kaltim Syariah Branch of Samarinda. The results of this study indicate that employees BPD Kaltim Syariah Branch Samarinda has been able to provide service delivery by addressing various forms of complaints and problems of customers / consumers.

Empathy variables have an effect on customer satisfaction at Bank BPD Kaltim Syariah Branch of Samarinda. The results of this study indicate that employees BPD Kaltim Syariah Branch Samarinda already attention in providing services to customers / consumers who come so as to increase customer satisfaction.

Tangible variable affects customer satisfaction at Bank BPD Kaltim Syariah Branch of Samarinda. The results of this study indicate that the availability of facilities is complete and adequate so as to provide convenience in service to customers / consumers.

RINGKASAN

Muhammad Fauziannur, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda”, dibawah bimbingan Bapak Dr. Fitriadi, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Hj. Sri Wahyuni, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing II.

Tujuan penelitian ini antara lain 1) untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda. 2) untuk mengetahui pengaruh *reliability* (X1), *responsiveness* (X2), *assurance* (X3), *empathy* (X4) dan *tangible* (X5) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda.

Hasil penelitian diketahui secara jelas bahwa bahwa variabel *reliability* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pegawai Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda sudah cukup handal dalam memberikan pelayanan kepada para nasabah sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap nasabah.

Variabel *responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Kota Samarinda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pegawai Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda sudah cukup tanggap dalam memberikan pelayanan kepada para nasabah/ konsumen yang datang sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Variabel *assurance* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pegawai Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda sudah dapat memberikan jaminan pelayanan dengan mengatasi berbagai macam bentuk pengaduan dan permasalahan nasabah/ konsumen.

Variabel *emphaty* memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pegawai Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda sudah perhatian dalam memberikan pelayanan kepada para nasabah/ konsumen yang datang sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Variabel *tangible* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketersediaan fasilitas sudah lengkap dan memadai sehingga dapat memberikan kemudahan dalam pelayanan kepada nasabah/konsumen.

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kepuasan Nasabah merupakan respon pelanggan terhadap ketidakpuasan antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dilakukan setelah pemakaian. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan Nasabah adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas pelayanan berfokus pada lima dimensi yaitu realibility, responsiveness, assurance, empathy dan tangible. Kepuasan Nasabah, selain dipengaruhi oleh persepsi kualitas pelayanan, juga ditentukan oleh kualitas produk, harga, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat (Tjiptono, 2012 ; 319). Kepuasan menjadi sangat penting bagi suatu perusahaan, oleh sebab itu semakin baik kualitas pelayanan pada Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda kepada konsumen maka kepuasan akan meningkat, sebaliknya apabila kualitas pelayanan tidak sesuai dengan harapan konsumen maka kepuasan konsumen akan menurun (Kotler, 2012 ; 49).

Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda mempunyai peranan penting untuk meyakinkan masyarakat untuk mau menyimpan uangnya di bank daerah. Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda merupakan salah satu perbankan yang dalam sistem operasionalnya berdasarkan atas syariah. Sistem Syariah yang digunakan yaitu kecenderungan untuk menggunakan dan lebih menonjolkan nilai-nilai Islami. Salah satu contohnya jika dalam

bank-bank konvensional mendapatkan keuntungan dari bunga bank, maka dalam Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda mendapatkan keuntungan dari Bagi Hasil (Mudharabah).

Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda ini dengan motto “solusi membawa berkah” berkantor di jalan Achmad Yani No 31, menempati bangunan ruko berlantai 3 yang didesain dengan perpaduan warna hijau dan krem. Saat ini Bank Bpd Kaltim Syariah Cabang Samarinda diperkuat oleh 44 orang pegawai mulai dari pimpinan cabang hingga penyedia setiap unit.

Kehadiran Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda diharapkan mampu memacu pertumbuhan ekonomi serta menggerakkan sektor riil sehingga kehadiran dapat membawa kesejahteraan dan kemakmuran bagi seluruh warga Kalimantan timur pada umumnya.

Kualitas pelayanan yang ada pada Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda meliputi *reability*, *responsivennes*, *assurance*, *emphaty* dan *tangible* (Umar, 2013 : 38-40). *Reability* berhubungan dengan kehandalan dan keterampilan petugas Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Kota Samarinda dalam memberikan pelayanan secara cepat dan tepat. *Responsivennes* berhubungan dengan kesigapan dan ketanggapan pegawai Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. *Assurance* berhubungan dengan jaminan terpenuhinya keinginan dan harapan konsumen atas produk-produk perbankan yang ditawarkan. *Emphaty* berhubungan dengan perhatian dan keramahan petugas Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda dalam memberikan pelayanan kepada nasabah dan *tangible* berhubungan dengan ketersediaan fasilitas pendukung dalam pelaksanaan pelayanan pada Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda.

Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda melakukan berbagai aktivitas usaha dan pelayanan jasa seperti ; Penghimpunan Dana Syariah (giro, deposito, tabungan syariah dan tabungan Haji). Penyaluran dana kredit syariah (kredit investasi, kredit modal kerja dan kredit

program). Jasa layanan non bank devisa (garansi bank, referensi bank, taransfer, pembayaran online, pembayaran rekening, air, listrik dan telpon). Produk jasa yang ditawarkan oleh Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda kepada para nasabahnya adalah merupakan produk perbankan yang tidak berwujud (*intangible*). Adapun produk-produk jasa perbankan dengan *Sistem Konsep Akad* diantaranya ; murabahah, ijarah, rahn, musyarakah, salam, qardh, mudharabah dan isthisna semuanya adalah produk-produk kredit perbankan syariah dengan sistem akad yang ditawarkan kepada nasabah untuk pinjaman kredit modal usaha.

Data nasabah pada Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda selama periode bulan Maret, April dan Mei 2017.

No.	Jenis Pelayanan	Maret	April	Mei	Total Populasi
1.	Pembukaan Rekening	255	175	290	720
2.	Pengaduan Nasabah	110	55	67	232
3.	Penyetoran	160	214	261	635
4.	Penarikan	134	112	190	436
5.	Pinjaman Kredit	155	187	210	552
	Total Populasi	814	743	1.018	2.575

Sumber : Humas BDP Kaltim Syariah, 2017

Adapun permasalahan yang ada pada saat ini pada Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda yang berkaitan dengan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah yaitu sebagai berikut ;

1. *Realibility*, (kehandalan) yaitu keterampilan pegawai Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda dalam memberikan pelayanan masih kurang maksimal dan perlu ditingkatkan lagi terutama dalam memberikan suatu penjelasan tentang keunggulan produk-produk jasa

yang diinginkan konsumen, sehingga konsumen yang berkunjung merasa puas atas pelayanan yang telah diberikan tersebut.

2. *Responsiveness*, (daya tanggap) yaitu kurangnya respon positif atau kesigapan pegawai Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat untuk menanggapi dalam penanganan keluhan konsumen. Pegawai masih kurang cepat dalam memberikan pelayanan serta dalam mengatasi penanganan keluhan konsumen atas produk jasa yang diterima.
3. *Assurance*, (jaminan) yaitu memberikan jaminan pelayanan, permasalahannya adalah masih kurangnya pengetahuan pegawai Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda atas keunggulan produk-produk jasa yang ditawarkan, yaitu berhubungan dengan mutu, kualitas, harga atas produk jasa yang diterima tersebut.
4. *Empathy*, (perhatian) yaitu kurangnya perhatian secara individual yang diberikan pegawai Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda kepada konsumen seperti komunikasi dan informasi produk jasa yang ditawarkan. Konsumen kurang mendapatkan perhatian dari pegawai berupa informasi dari produk jasa yang akan dipakainya, maka konsumen tersebut akan beralih kepada kompetitor lain yang lebih dapat memberikan *emphaty* terhadap konsumen tersebut.

Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Jasa

Jasa tidak dapat digolongkan dalam suatu barang dikarenakan jasa tidak berwujud, tetapi dapat memberikan suatu kepuasan untuk memenuhi kebutuhan pada konsumen. Jasa adalah semua tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lainnya yang tidak berwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan apapun. Contoh jasa ialah pemangkas rambut, perbankan, bengkel, salon, rias pengantin, becak, ojek, taksi, posyandu, puskesmas, rumah sakit dan pengajaran ilmu pengetahuan serta pendidikan yang diberikan oleh guru.

Definisi jasa menurut Kolter dalam Hurriyati (2010;27) adalah:

Jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan (Hurriyati, 2010 ; 27).

Jasa terhadap sebuah pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Dalam strategi pemasaran, definisi jasa harus diamati dengan baik, karena pengertiannya sangat berbeda dengan produk berupa barang. Kondisi cepat lambatnya pertumbuhan jasa akan sangat tergantung pada penilaian konsumen terhadap kinerja (penampilan) yang ditawarkan oleh pihak pemberi jasa.

Adapun ketiga aspek yang perlu dilakukan dalam pengelolaan jasa adalah sebagai berikut

:

1. Janji perusahaan mengenai jasa yang akan disampaikan kepada pelanggan.
2. Kemampuan perusahaan untuk membuat karyawan mampu memenuhi janji tersebut.
3. Kemampuan karyawan untuk menyampaikan janji tersebut kepada pelanggan. (Rangkuti, 2009 : 26)

Jasa sangat berbeda dengan produk/barang karena kasat mata, sehingga tidak dapat dilihat secara langsung dan jasa dapat menimbulkan berbagai permasalahan dalam mengembangkan strategi pemasarannya. Seperti yang dikemukakan oleh Lupiyoadi (2014:7) bahwa “Jasa merupakan setiap tindakan atau untuk kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain secara prinsip intangible dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun”. Sedangkan menurut Alma (2014 ; 243) “ Jasa merupakan sesuatu yang dapat diidentifikasi secara terpisah tidak berwujud, ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan. Jasa dapat dihasilkan dengan menggunakan benda berwujud atau tidak.

Selanjutnya menurut pendapat Philip Kotler dalam bukunya Manajemen Pemasaran alih bahasa oleh Tjiptono (2014 ; 26) jasa adalah :

Setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak pembeli jasa kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud) dan tidak menghasilkan sesuatu, walaupun demikian produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik dan sebaliknya.

Jasa seluruh aktifitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah misalnya hiburan, kesenangan, atau kesehatan konsumen (Lopiyoadi dan Hamdani, 2009:6). Menurut Kotler (dalam Lopiyoadi dan Hamdani,2009:6) setiap tindakan atau

kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak yang lain. Pada dasarnya jasa tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun.

2.1.2 Karakteristik Jasa

Ada beberapa karakteristik jasa yang membedakannya dengan barang adalah jasa yang tidak berwujud, jasa tidak terpisahkan, jasa heterogen, jasa cepat hilang, ini sesuai dengan yang diutarakan oleh pakar ekonomi Kolter dan Armstrong (2012 ; 223) berikut ini :

1. Jasa tidak berwujud, jasa yang tidak dapat dilihat, dirasakan, didengar, atau dicium sebelum membeli.
2. Jasa tidak terpisahkan yaitu jasa yang tidak terpisahkan dari penyediannya
3. Jasa bersifat heterogen yaitu out put jasa tidak ada standarisasinya setiap unit jasa berbeda dengan unit jasa lain yang sama.
4. Jasa bersifat cepat hilang yaitu jasa yang tidak dapat disimpan, pasaran jasa berubah menurut waktu.

Karakteristik dari jasa yaitu *intangible* atau tidak berwujud dan kemudian jasa bervariasi, dalam hal ini adalah standar nilai dari suatu jasa terhadap pelanggan adalah berbeda-beda dan yang terakhir adalah mudah lenyap, karena jasa hanya ada ketika proses transaksi antara penyedia jasa dan pelanggan berlangsung setelah itu jasa akan hilang. Berbeda halnya dengan produk yang dapat dimiliki setelah transaksi terjadi. Kualitas jasa atau layanan merupakan tingkat kesenjangan antara harapan atau keinginan pelanggan dengan persepsi atau performansi yang telah mereka rasakan.

Sedangkan menurut Lupiyoadi (2011:6) kata jasa itu sendiri mempunyai banyak arti, dari pelayanan personal (personal service) sampai jasa sebagai suatu produk. Secara umum

jasa memiliki empat karakteristik yang harus dipertimbangkan menurut Kolter dan Keller (2008 ; 39) sebagai berikut :

a. *Intangibility*

Jasa memang tidak berwujud. Jasa tidak dapat dilihat, dicicipi, dirasakan dan didengar sebelum jasa tersebut dibeli atau digunakan.

b. *Inseparability*

METODE PENELITIAN

Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan ruang lingkup data yang diperlukan untuk mengukur variabel-variabel yang diteliti atas permasalahan yang telah dirumuskan, dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1). *Reliability* (X_1), atau kehandalan merupakan kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang disajikan antara lain, indikatornya ;
 - a. kecepatan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda
 - b. ketepatan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda
 - c. keakuratan atau ketepatan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda
- 2). *Responsiveness* (X_2) merupakan respon atau kesigapan karyawan dalam membantu nasabah, indikatornya meliputi ;

- a. kesigapan karyawan dalam melayani nasabah Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda
 - b. ketaggapan karyawan dalam menangani transaksi di Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda
 - c. ketelitian karyawan dalam penanganan keluhan nasabah Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda
- 3). *Assurancce*, (X_3) merupakan bentuk kemampuan karyawan atas pengetahuan tentang produk jasa secara baik, indikatornya yaitu meliputi ;
- a. keterampilan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda
 - b. kemampuan dalam mendiagnosis masalah yang dihadapi nasabah Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda
 - c. kecakapan dalam menanamkan kepercayaan kepada nasabah Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda
- 4). *Emphaty*, (X_4) merupakan perhatian secara individual yang diberikan organisasi kepada konsumen, indikatornya yaitu meliputi;
- a. kemudahan nasabah untuk menghubungi karyawan
 - b. keramahan karyawan dalam berkomunikasi dengan nasabah
 - c. perhatian karyawan untuk memahami keinginan nasabahnya
- 5). *Tangibles*, (X_5) merupakan bentuk penampilan fasilitas fisik seperti gedung dan ruang *front office*, indikatornya meliputi ;
- a. kerapian karyawan pelayanan Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda
 - b. kebersihan dan kenyamanan ruangan di Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda
 - c. kelengkapan fasilitas di Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda

- 6). Kepuasan Konsumen (Y), merupakan perasaan senang nasabah yang terhadap kinerja produk/ jasa yang dirasakan, indikatornya ;
- a. Puas atas ketanggapan pelayanan dari Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda
 - b. Puas atas ketepatan waktu pelayanan dari Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda
 - c. Puas atas profesionalisme pelayanan dari Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda
 - d. Puas atas keseluruhan pelayanan dari Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda

3.2 Rincian Data Yang Diperlukan

Perincian data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah mengenai data yang akan digunakan dalam penelitian :

- a. Gambaran umum/profil Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda
- b. Data pegawai dan struktur organisasi Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda
- c. Data nasabah yang melakukan simpan pinjam di Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda

DATA HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

Bank Pembangunan Daerah Kalimantan Timur disingkat BPD Kaltim dengan sebutan Bank Kaltim merupakan salah satu Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) yang dimiliki oleh pemerintah provinsi Kalimantan Timur, Pemerintah Kabupaten/Kota se-Kalimantan Timur dan Pemerintah Kabupaten/Kota se- Kalimantan utara dengan bentuk badan hukum Perusahaan Daerah. Bank Kaltim mulai resmi beroperasi pada tanggal 14 oktober 1965, diresmikan oleh Gubernur KDH Tk. I Kalimantan Timur A. Moeis Hasan, dengan payung hukum berupa peraturan Daerah Tingkat I Kalimantan Timur No. 3/PD.64 tanggal 19 September 1964 yang mendapat pengesahan Menteri Dalam Negeri melalui surat keputusan No. 9/10/8-45 tanggal 01 april 1965 dan ijin Usaha dari Menteri Urusan Bank Sentral/Bank Indonesia No. Kep. 95/PB/65 tanggal 21 September 1965.

Wacana untuk mendirikan Unit Usaha Bank Kaltim Syariah telah berkembang sejak dikeluarkannya UU. No. 10 Tahun 1998 yang memberikan kesempatan bagi bank konvensional untuk mendirikan unit usaha syariah, yang kemudian wacana tersebut semakin kuat dengan adanya fakta Majelis Ulama Indonesia (MUI) tentang Bunga Bank Tahun 2003 dan

dikeluarkannya PBI No. 8/3PBI/2006 yang memungkinkan membuka layanan syariah di kantor cabang konvensional. Bank Kaltim Syariah secara resmi memulai operasinya pada tanggal 27 Desember 2006 berdasarkan surat izin Bank Indonesia No. 8/7/DS/Smr. Pendirian unit usaha syariah merupakan cita-cita yang sudah lama dicanangkan oleh segenap jajaran Bank Kaltim Syariah, setelah kurang lebih satu bulan soft opening, maka pada tanggal 30 Januari 2007 digelar secara Grand Opening Bank Kaltim Syariah yang secara resmi dengan memperkenalkan kehadiran Bank Kaltim Syariah kepada Masyarakat luas.

4.2 Analisis Deskriptif Data Penelitian dan Responden

4.2.1 Deskriptif Data Penelitian

Data penelitian ini dikumpulkan dengan cara membagikan kuesioner secara langsung kepada responden yang berhasil ditemui. Kuesioner diperoleh dengan cara penelitian menemui langsung responden dan memberikan kuesioner untuk diisi oleh para responden yang merupakan nasabah Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda dengan menagambil sampel 100 responden. Karena jumlah sampel yang di dapat sebanyak 100 sampel, dengan demikian syarat pengelohan data dengan alat analisis SPSS sampel dapat terpenuhi:

4.2.2 Data Karakteristik Responden

Pada halaman berikut ini peleniti akan menyajikan data dalam mengenai karateristik responden pada Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda;

Tabel. 4.1 Karakteristik Responden

No	Uraian		Jumlah Responden	Persen (%)
1.	Pekerjaan	PNS	33	33.00
		TNI/ Polri	20	20.00
		Karyawan	37	37.00
		Swasta	10	10.00

		Lainnya	-	-
--	--	---------	---	---

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai penelitian yang telah dilakukan, maka dapat penulis simpulkan beberapa hal sebagai berikut antara lain ;

1. Bahwa variabel *reliability* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda sudah cukup handal dalam memberikan pelayanan kepada para nasabah sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap nasabah.
2. Bahwa variabel *responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pegawai Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda sudah cukup tanggap dalam memberikan pelayanan kepada para nasabah/ konsumen yang datang sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
3. Bahwa variabel *assurance* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pegawai Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda sudah dapat memberikan jaminan

pelayanan dengan mengatasi berbagai macam bentuk pengaduan dan permasalahan nasabah.

4. bahwa variabel *emphaty* memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pegawai Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda sudah perhatian dalam memberikan pelayanan kepada para nasabah yang datang sehingga dapat meningkatkan kepuasan nasabah.
5. Bahwa variabel *Tangible* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketersediaan fasilitas pada Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda sudah lengkap dan memadai sehingga dapat memberikan kemudahan dalam pelayanan kepada nasabah.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut diatas dapat diberikan saran-saran sebagai berikut ;

1. Sebaiknya kehandalan pegawai Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda lebih ditingkatkan lagi agar dapat memberikan kepuasan yang lebih kepada nasabah Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda atas layanan yang telah diberikan.
2. Sebaiknya daya tanggap pegawai Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda memberikan daya tanggap yang maksimal agar nasabah dapat terlayani dengan lebih sigap, cepat dan tepat. Respon cepat dalam menindak dan memberikan pelayanan akan dapat meningkatkan kepuasan nasabah.
3. Sebaiknya pegawai dapat memberikan jaminan pelayanan berupa keterampilan yang maksimal dalam pelayanan. Semakin baik jaminan pelayanan yang diberikan maka akan semakin puas nasabah dengan pelayanan tersebut.

4. Sebaiknya pegawai Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda dapat melayani nasabah lebih ramah, sopan, murah senyum dan perhatian kepada para nasabah yang datang berurusan.
5. Sebaiknya fasilitas dan sarana penunjang pelayanan pada Bank BPD Kaltim Syariah Cabang Samarinda untuk dapat lebih ditingkatkan lagi, agar memudahkan petugas dalam memberikan pelayanan kepada para nasabah yang datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 33.
- Arsyad, Lincolin. 2004. *Ekonomi Pembangunan*. STIE-YKPN: Yogyakarta.
- Azis, Iwan Jaya. 1994. *Ilmu Ekonomi Regional dan Beberapa Aplikasinya Di Indonesia*. FEUI: Jakarta.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Timur. 2010. *PDRB Kabupaten/Kota Di Kalimantan Timur Menurut Lapangan Usaha*. Kalimantan Timur: BPS Provinsi Kalimantan Timur.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Timur. 2014. *Statistik Keuangan Pemerintah Kabupaten/Kota Kalimantan Timur*: BPS Provinsi Kalimantan Timur.
- Boediono. 2001. *Ekonomi Makro*. Edisi Empat. BPFE: Yogyakarta.
- Case dan Fair. 2004. *Prinsip-prinsip Ekonomi Makro*. Indeks: Jakarta.
- Elmi, B. 2002. *Kkeuangan Pemerintah Daerah Otonom di Indonesia*. UI-Press: Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Halim, Abdul. 2008. *Akuntansi Sektor Publik; Akuntansi Keuangan Daerah*. Edisi Pertama. Salemba Empat: Jakarta.
- Ibrahim, Maulana Malik. 2015. “*Pengaruh PAD, DAU, DAK dan DBH terhadap Pertumbuhan Ekonomi*”. Skripsi Fakultas Ekonomi. Universitas Islam Negeri.
- Kaho, Josef Riwu. 1997. *Prospek Otonomi Daerah di Negara Republik Indonesia*. Fak.Sospol-UGM: Yogyakarta.
- Lestari, Puji. 2014. “*Pengaruh Belanja Pemerintah dan Indeks Pembangunan Manusia (IPM) terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kota Kediri*”. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Surabaya.
- Muana, Nanga. 2001. *Makro Ekonomi, Masalah dan Kebijakan*. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Pamudji. S. 1980. *Pembinaan Perkotaan di Indonesia*. Ichtiar. Jakarta.
- Republik Indonesia. 1999. Undang-Undang RI No. 22 Tahun 1999 *Tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat Dan Daerah*.
- Republik Indonesia. 2003. Undang-Undang RI No.17 Tahun 2003 *Tentang Keuangan Negara*.
- Republik Indonesia. 2004. Undang-Undang RI No. 33 Tahun 2004 *Tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dengan Pemerintah Daerah*.
- Republik Indonesia. 2008. Undang-Undang RI No. 32 Tahun 2008 *Tentang Pemerintah Daerah*.

- Riyanto, Selamat. 2015. *“Pengaruh Pajak Daerah dan Dana Bagi Hasil Sumber Daya Alam Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Kalimantan Timur”*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Mulawarman.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, Sadono. 2010. *Pengantar Teori Ekonomi Makro*. PT. Raja Grafindo Perkasa: Jakarta.
- Syahramdani, DidikNur. 2014. *“Pengaruh Belanja Langsung dan Belanja Tidak Langsung Terhadap Pertumbuhan Ekonomi dan Kesempatan Kerja Di Provinsi Kalimantan Timur”*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Mulawarman.
- Todaro, Michael dan Smith, Stephen. 2004. *Pembangunan Ekonomi Dunia Ketiga*. Erlangga: Jakarta.
- Wajong, J. 1975. *Administrasi Keuangan Daerah (Cetakan IV)*. Ichtiar. Jakarta.
- Widjaja, HAW. 2002. *Otonomi Daerah dan Daerah Otonom*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- www.aceh.bps.go.id
- www.ANTARAKaltim.co.id
- Yuwono, S. dkk. 2005. *Penganggaran Sektor Publik*. Bayumedia Publishing: Surabaya.