

menganalisisnya dari faktor pembentuk keputusan nasabah untuk bertransaksi, sedangkan dari sisi perbankan dianalisis dari kepuasan nasabah, sebab kualitas layanan yang diterapkan di dalam lembaga perbankan syariah dapat diukur dari respon kepuasan nasabah.

Model analisis Path ini dapat mengukur pengaruh beberapa variabel independen terhadap lebih dari satu variabel dependen yang kemudian disebut dengan variabel eksogen dan endogen. Selain itu, manfaat lain dari penggunaan analisis path dalam penelitian ini adalah dapat mengukur pengaruh dimensi CARTER yang terdiri dari enam variabel terhadap keputusan dan kepuasan nasabah secara langsung maupun tidak langsung. Sehingga dapat diketahui perbandingan efektifitas pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung antar variabel.

Pengaruh secara langsung memiliki makna dampak atau akibat yang ditimbulkan suatu variabel terhadap variabel lain tanpa adanya faktor pengganggu atau mediator. Sedangkan pengaruh tidak langsung adalah pengaruh yang ditimbulkan akibat adanya faktor lain (faktor pengganggu), sehingga model ini di dalam analisis path disebut sebagai model mediasi.

Model mediasi disini menggunakan enam variabel independen yang disebut dengan variabel eksogen dan dua variabel dependen yang disebut sebagai variabel endogen. Analisis dari penelitian ini dibagi menjadi tiga substruktur sesuai dengan rumusan masalah, meliputi substruktur satu untuk mengukur pengaruh langsung variabel eksogen (independen) terhadap variabel endogen Y_1 , substruktur dua untuk mengukur pengaruh langsung variabel eksogen

(independen) terhadap variabel endogen Y_2 , sedangkan substruktur tiga mengukur pengaruh tidak langsung dari variabel eksogen (independen) terhadap variabel endogen Y_2 dengan variabel perantara Y_1 .

Hasil penelitian pada substruktur satu tentang pengaruh langsung variabel-variabel CARTER terhadap keputusan nasabah bertransaksi menunjukkan bahwa terdapat pengaruh langsung variabel-variabel eksogen (independen) secara simultan terhadap variabel endogen (dependen) Y_1 dibuktikan dengan data F_{hitung} (13,410) lebih besar dari nilai F_{tabel} (1,83). Adapun nilai pengaruh langsung dari faktor ini adalah sebesar 46,4% (0,464) dengan tanda positif diketahui berdasarkan tabel R square. Artinya secara gabungan model CARTER memberikan pengaruh secara langsung terhadap keputusan nasabah untuk bertransaksi di PT. BPRS Bhakti Sumekar Sumenep, oleh karena bertanda positif maka dapat disimpulkan pengaruh yang terjadi adalah berbanding lurus, semakin tinggi kualitas kinerja layanan dengan model CARTER, maka semakin tinggi pula minat nasabah untuk bertransaksi. Namun secara parsial, variabel independen yang memiliki pengaruh langsung terhadap keputusan nasabah hanya variabel *Compliance* dan variabel *Responsiveness*. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t penelitian yang menunjukkan nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} hanya terdapat pada kedua aspek tersebut. Maka disimpulkan keputusan nasabah untuk bertransaksi di PT. BPRS Bhakti Sumekar Sumenep sangat dipengaruhi oleh aspek *compliance* dan *responsiveness*. Aspek *compliance* memiliki indikator menjalankan prinsip dan hukum islam, tidak ada pembayaran bunga baik untuk tabungan maupun pinjaman, serta menerapkan

ketentuan layanan produk secara islami. Adapun indikator dari aspek *responsiveness* antara lain penyediaan ketentuan konsultasi keuangan, karyawan bersedia membantu konsumen, cara karyawan dalam melayani konsumen secara islami, penyediaan pinjaman dengan jangka waktu pelunasan yang menguntungkan, layanan yang cepat dan efisien serta mempunyai cabang yang tersedia dengan cukup.

Variabel X3 (*Reliability*) memperoleh hasil t_{hitung} sebesar 0,216 lebih kecil dari nilai t_{tabel} , yaitu 1,660 menunjukkan H_a di tolak dan H_0 diterima, artinya kinerja layanan aspek *Reliability* secara parsial tidak berpengaruh langsung terhadap keputusan nasabah untuk bertransaksi. Begitupula pada variabel X5 (*Empathy*) menunjukkan hasil t_{hitung} sebesar 1,087 lebih kecil dari nilai t_{tabel} , yaitu 1,660. Artinya kinerja layanan aspek *Empathy* secara parsial tidak berpengaruh langsung terhadap keputusan nasabah untuk bertransaksi.

Pada variabel *Assurance* diketahui nilai t_{hitung} -0,159 lebih kecil dari nilai t_{tabel} , yaitu 1,660 dan bertanda negatif, hal ini menunjukkan tidak ada pengaruh langsung variabel *Assurance* dengan indikator karyawan yang sopan dan bersahabat, penyediaan saran-saran / nasehat-nasehat keuangan, interior kantor dan ruang tunggu yang nyaman, kemudahan akses informasi rekening dan tim manajemen yang berpengalaman dan memiliki pengetahuan luas. Adapun tanda negatif mengindikasikan pengaruh yang berbanding terbalik, artinya semakin tinggi layanan dengan aspek *Assurance* dapat menurunkan minat nasabah untuk bertransaksi di PT. BPRS Bhakti Sumekar Sumenep.

Selain variabel *Assurance* terdapat variabel lain yang memberikan pengaruh negatif terhadap faktor pembentukan keputusan nasabah untuk bertransaksi, yaitu variabel *Tangible* dengan nilai t_{hitung} -0,916 lebih kecil dari nilai t_{tabel} , yaitu 1,660. Indikator variabel *Tangible* ini antara lain tampilan kantor dan fasilitas fisik yang menarik, transaksi yang cepat dan efisien, jam operasi yang jelas serta ketersediaan sekat-sekat atau pembatas loket.

Pada temuan masalah tentang tidak adanya pengaruh langsung variabel-variabel CARTER terhadap keputusan nasabah untuk bertransaksi didalam analisis Path pada penelitian memberikan gambaran asumsi umum nasabah terhadap layanan perbankan dari aspek *Assurance*, *Reliability*, *Tangible*, dan *Empathy* ini sama. Nasabah menganggap seluruh perbankan telah memiliki keempat aspek tersebut, sehingga keempat aspek tersebut tidak memberikan pengaruh secara langsung terhadap kriteria pembangunan keputusan nasabah.

Selanjutnya analisis pengaruh variabel-variabel dalam model CARTER terhadap kepuasan nasabah baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah diujikan didalam substruktur dua dan tiga. Kepuasan nasabah sangat menentukan produktivitas usaha perbankan, oleh karena itu perkembangan yang pesat dari lembaga perbankan, khususnya PT. BPRS Bhakti Sumekar Sumenep harus diimbangi dengan kualitas layanan yang diberikan, seperti ketersediaan SDM yang profesional, arah kegiatan usaha yang jelas, fasilitas usaha yang mendukung, dan lain sebagainya. Model CARTER menjadi representasi dimensi layanan perbankan syariah yang dapat menunjang kepuasan nasabah. Adapun hasil penelitian membuktikan pengaruh secara simultan yang telah di uji pada uji

F mempunyai nilai signifikansi lebih kecil daripada 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh langsung keenam variabel dari dimensi CARTER terhadap kepuasan nasabah secara simultan. Selain itu pada tabel ANOVA dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 11,757 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 1,83. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel eksogen atau variabel independen yaitu *Compliance*, *Assurance*, *Reliability*, *Tangible*, *Empathy*, dan *Responsiveness* berpengaruh secara simultan terhadap variabel endogen Y_2 atau variabel dependen yaitu kepuasan nasabah dan juga hipotesis yang diajukan yaitu kinerja layanan model CARTER secara simultan berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah diterima. Artinya, setiap perubahan yang terjadi pada variabel eksogen atau independen yaitu *Compliance*, *Assurance*, *Reliability*, *Tangible*, *Empathy*, dan *Responsiveness* secara simultan atau bersama-sama akan berpengaruh pada kepuasan nasabah. Namun dari hasil penelitian juga diketahui nilai kepuasan nasabah berdasarkan adaptasi model CARTER dilihat dari tabel R Square sebesar 43,1% lebih kecil dari faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu sebesar 56,9% dilihat dari nilai e_2 . Hal ini menunjukkan kualitas layanan berdasarkan model CARTER tidak cukup untuk memenuhi kepuasan nasabah karena memiliki pengaruh langsung lebih kecil dari faktor lain. Artinya terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah yang tidak dijelaskan didalam indikator keenam variabel CARTER sehingga tidak mempengaruhi pengaruh langsung model CARTER terhadap kepuasan nasabah. Menurut Parasuraman faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah meliputi *communication*, *credibility*, *security*, *knowing the customer*,

competence, access dan *courtesy*.¹ Berdasarkan analisis pengaruh tidak langsung dimensi CARTER terhadap kepuasan nasabah diketahui secara simultan, dimensi CARTER (X) memberikan pengaruh tidak langsung pada kepuasan nasabah (Y₂) melalui variabel keputusan (Y₁) adalah sebesar $0,464 \times 0,731 = 0,339$ (33,9%), hal ini menunjukkan bahwa terdapat motivasi lain selain dimensi CARTER yang menjadi indikator dalam variabel keputusan sehingga juga mempengaruhi terhadap kepuasan nasabah.

Beberapa faktor pembentuk keputusan nasabah PT. BPRS Bhakti Sumekar Sumenep diluar dimensi CARTER yang pada akhirnya tetap berpengaruh terhadap kepuasan nasabah secara tidak langsung meliputi hubungan kekerabatan nasabah dengan pegawai, akses bagi pegawai pemerintah daerah kabupaten sumenep, periklanan, dan lain-lain.

Selanjutnya pengaruh secara parsial variabel-variabel CARTER terhadap kepuasan nasabah berdasarkan hasil analisis path. Pada aspek *Compliance* diketahui nilai t_{hitung} 1,748 lebih besar dari nilai t_{tabel} , yaitu 1,660. Maka H₀ ditolak dan H_a diterima. Artinya kinerja layanan aspek *Compliance* secara parsial berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah. Nilai pengaruh langsung dari variabel *Compliance* ini adalah sebesar 0,174 (17,4%), sedangkan pengaruh tidak langsung yang ditimbulkan dari variabel moderating keputusan nasabah adalah sebesar $0,274 \times 0,731 = 0,200$ (20%). Pada aspek ini terdapat perbedaan nilai pengaruh, yaitu pengaruh langsung lebih kecil dari pengaruh tidak langsung. Artinya nasabah yang mengalami kepuasan secara langsung

¹ Robert W Lucas, *Customer Service : building successful skills for the twenty-first century – 3rd ed*, (ISBN : 2005), 61.

berdasar variabel *compliance* lebih sedikit/lebih kecil dibandingkan nasabah yang merasakan kepuasan bertransaksi dari aspek *compliance* melalui variabel keputusan terlebih dahulu. Kesimpulan penulis dari analisis pengaruh langsung dan tidak langsung variabel *Compliance* secara parsial terhadap kepuasan nasabah yaitu nasabah maupun PT. BPRS Bhakti Sumekar Sumenep secara kelembagaan telah memahami dan menerapkan dimensi *compliance* dalam transaksi bisnisnya.

Assurance adalah variabel kedua yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Dimensi *assurance* berkenaan dengan pengetahuan atau wawasan, kesopanan, kepercayaan diri dalam pemberian layanan serta respek terhadap nasabah. Apabila karyawan memberikan kesopanan, kelembahlembutan dan respek terhadap nasabah, maka tentu akan meningkatkan persepsi positif dan kepuasan bagi nasabah karena perilaku tersebut dapat memberikan jaminan rasa aman terhadap nasabah. Kelelahlembutan ini juga dianjurkan di dalam QS. Ali 'Imrān ayat 159, sebagai berikut:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ
فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ
اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya : *Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah.*

Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya. (QS Āli ‘Imrān 159).²

Namun hasil uji t dari variabel *Assurance* diketahui nilai t_{hitung} -0,159 lebih kecil dari nilai t_{tabel} , yaitu 1,660. Maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Artinya kinerja layanan aspek *Assurance* secara parsial tidak berpengaruh langsung terhadap keputusan nasabah untuk bertransaksi. Bahkan dari analisis path pada koefisien beta didapatkan nilai dari variabel *Assurance* sebesar 0,078 menunjukkan nilai negatif, artinya pengaruh variabel ini tidak berbanding lurus dengan kepuasan nasabah dalam bertransaksi, semakin tinggi aspek *Assurance* memberikan indikasi semakin kecil kepuasan yang diterima nasabah, begitu juga dengan hasil penghitungan pengaruh tidak langsung, yaitu sebesar $-0,022 \times 0,731 = -0,016$ (1,6%), kasus ini dapat dikaitkan dengan hukum Gossen 1 tentang kepuasan konsumen, bahwa jika pemenuhan kebutuhan akan suatu barang dilakukan secara terus-menerus, maka rasa nikmatnya mula-mula akan tinggi, namun semakin lama kenikmatan tersebut semakin menurun sampai akhirnya mencapai batas jenuh. Artinya variabel *Assurance* dengan indikator-indikatornya yang meliputi karyawan yang sopan dan bersahabat, penyediaan saran-saran / nasehat-nasehat keuangan, interior kantor dan ruang tunggu yang nyaman, penyediaan akses informasi rekening, dan tim manajemen yang berpengalaman dan memiliki pengetahuan luas tersebut sudah umum terdapat disemua lembaga penyedia jasa tidak terkecuali perbankan syariah, sehingga aspek ini tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah baik secara

²Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahnya*, (Jakarta: PT. Syaamil Cipta Media, 2006), 71.

kinerja layanan aspek *Reliability* secara parsial berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah. Adapun nilai pengaruh langsung variabel X_3 (*Reliability*) sebesar 0,312 (31,2%) dan pengaruh tidak langsung variabel X_3 (*Reliability*) sebesar $0,312 \times 0,025 \times 0,731 = 0,018$ (1,8%). Kesimpulannya pengaruh langsung variabel *Reliability* lebih besar dari pengaruh tidak langsung variabel tersebut. Artinya nasabah mengalami kepuasan dari aspek *Reliability* ini tanpa dipengaruhi oleh keputusan awalnya.

Empathy berkenaan dengan kemauan pegawai untuk peduli dan memberikan perhatian secara individu kepada konsumen, kemauan ini ditunjukkan dengan hubungan dan komunikasi yang dibangun antara pegawai dengan nasabah, sehingga indikator dari variabel *empathy* dalam penelitian ini meliputi lokasi yang mudah dijangkau, nama, reputasi dan citra yang mudah dikenali, kepemilikan aset dan modal yang besar, penyediaan area parkir yang memadai, kerahasiaan data nasabah yang terjamin, manajemen yang meyakinkan, penyediaan produk dan layanan yang menguntungkan serta penetapan tarif layanan yang rendah.

Hasil uji t menunjukkan nilai t_{hitung} 1,791 lebih besar dari nilai t_{tabel} , yaitu 1,660. Maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya kinerja layanan aspek *Empathy* secara parsial berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah. Adapun nilai pengaruh langsung variabel X_5 (*Empathy*) ini terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 0,240 (24%) dan memberikan pengaruh tidak langsung pada kepuasan nasabah (Y_2) bertransaksi melalui keputusan nasabah (Y_1) sebesar $0,141 \times 0,731 = 0,103$ (10,3%). Kesimpulannya kepuasan nasabah diperoleh

variabel X_6 (*Responsiveness*) pada kepuasan nasabah (Y_2) bertransaksi melalui keputusan nasabah (Y_1) sebesar $0,449 \times 0,731 = 0,328$ (32,8%). Kesimpulannya adalah pengaruh langsung variabel X_6 (*Responsiveness*) terhadap kepuasan nasabah lebih kecil daripada pengaruh tidak langsung variabel X_6 (*Responsiveness*) terhadap kepuasan nasabah. Artinya pada variabel X_6 (*Responsiveness*) nasabah cenderung mendapatkan pengaruh secara tidak langsung, artinya pengaruh tersebut melalui variabel keputusan nasabah.

Catatan penting penulis dalam penelitian ini adalah sekalipun secara simultan variabel-variabel dimensi CARTER memiliki pengaruh langsung terhadap keputusan dan kepuasan nasabah di PT. BPRS Bhakti Sumekar Sumenep, namun secara parsial terdapat variabel-variabel yang tidak memiliki pengaruh langsung, bahkan didalam analisis pengaruh variabel-variabel dimensi CARTER terhadap kepuasan nasabah terdapat beberapa variabel yang mempengaruhi kepuasan nasabah secara tidak langsung melalui variabel keputusan.