

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK
DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS
NASABAH BANK SYARIAH DENGAN METODE
GENERALIZED STRUCTURED COMPONENT ANALYSIS
(Survei Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Semarang)**



SKRIPSI

Oleh :
ZAENUDIN ZUHRI
J2E 004 251

**PROGRAM STUDI STATISTIKA
JURUSAN MATEMATIKA
FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2010**

ABSTRAK

Generalized Structured Component Analysis atau GSCA merupakan salah satu pendekatan *Structural Equation Modeling* atau SEM berbasis komponen atau varian. Pada dasarnya SEM digunakan untuk menggambarkan hubungan secara simultan antar variabel laten dan antara variabel laten dengan variabel manifes sebagai indikator. Pendekatan GSCA mendefinisikan variabel laten sebagai komponen atau komposit tertimbang dari variabel-variabel manifes. Dalam Tugas Akhir ini, metode GSCA digunakan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, dan nilai pelanggan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia cabang Semarang. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel total biaya pelanggan dan kepuasan dipengaruhi secara langsung oleh variabel kualitas layanan dan kualitas produk. Variabel total nilai pelanggan dipengaruhi secara langsung oleh variabel kualitas layanan. Variabel kepuasan dipengaruhi secara tidak langsung oleh variabel kualitas layanan melalui variabel total biaya pelanggan. Variabel loyalitas dipengaruhi secara langsung oleh variabel total nilai pelanggan, total biaya pelanggan dan kepuasan.

Kata kunci : *Structural Equation Modeling, Generalized Structured Component Analysis*, kepuasan, loyalitas

ABSTRACT

Generalized Structured Component Analysis or GSCA is one of component or variance-based approach to Structural Equation Modeling or SEM. Basically SEM used to describe simultaneously relationship among latent variables and between latent variable corresponding with each its manifest variables or indicators. This GSCA approach defines latent variables as components or weighted composites of manifest variables. In this final project, GSCA method is used to analyze effect of service quality, product quality, and customer perceived value to satisfaction and loyalty of PT. Bank Muamalat Indonesia customer of Semarang branch. The analyze result out that total customer costs and satisfaction variables can be affected by service quality and product quality variables directly. Total customer values variable can be affected by service quality variables directly. Satisfaction variables also can be affected by service quality variable indirectly through total customer costs variable. Loyalty variable can be affected by total customer values, total customer costs, and satisfaction variables directly.

Key words : Structural Equation Modeling, Generalized Structured Component Analysis, satisfaction, loyalty

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kegiatan perekonomian suatu negara tidak terlepas dari lalu lintas pembayaran uang, di mana industri perbankan memegang peranan yang sangat strategis dapat dikatakan sebagai urat nadi sistem perekonomian. Kegiatan pokok bank menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk modal usaha atau jenis pinjaman lainnya. Dengan kata lain bank mempunyai fungsi sebagai *intermediary service*, baik perbankan konvensional maupun perbankan syariah.

Keberadaan perbankan syariah di Indonesia dipelopori dengan lahirnya Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tahun 1992, yang tentunya memberikan wajah baru bagi perkembangan perbankan nasional. Karakteristik sistem perbankan syariah berbeda dengan sistem perbankan konvensional. Perbankan syariah beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil tanpa ada unsur riba yaitu sistem bunga seperti pada sistem perbankan konvensional. Adanya sistem bunga bank dalam setiap transaksi keuangan di perbankan konvensional dinilai kurang adil, hanya menguntungkan pihak bank saja, atau nasabah kelas atas dengan jumlah simpanan sampai ratusan juta rupiah. Sebaliknya hal ini tidak terjadi pada nasabah kelas menengah ke bawah sehingga perbankan syariah memberikan alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan baik bagi pihak bank dan nasabah tanpa terkecuali.

Perbankan syariah nasional telah mengalami perkembangan yang pesat selama 10 tahun terakhir dan tetap terus berkembang tanpa terkena imbas krisis ekonomi global yang melanda perekonomian di Indonesia pada tahun 2008. Hingga akhir bulan Oktober 2009, jumlah aset perbankan syariah nasional diperkirakan hampir mencapai 65 triliun rupiah. Namun perkembangan pesat perbankan syariah tersebut belum seberapa bila dibandingkan dengan pencapaian perbankan konvensional. Pertumbuhan yang demikian besar tersebut tetap saja hanya menjadikan pangsa pasar aset perbankan syariah sebesar 2,21% dari industri perbankan nasional. Begitu juga dengan jumlah rekening nasabah perbankan syariah diprediksi hanya mencapai 6 juta rekening. Keadaan ini sangat jauh jika dibandingkan dengan jumlah rekening perbankan konvensional sebanyak 86 juta rekening. Realitas ini menunjukkan bahwa jumlah nasabah perbankan syariah masih sedikit dibandingkan jumlah nasabah perbankan konvensional.

Bank Indonesia sebagai bank sentral mempunyai andil dalam mengatur kehidupan perbankan nasional. Berbagai upaya terus dilakukan oleh Bank Indonesia untuk mengembangkan perbankan syariah, diantaranya melakukan pengembangan produk yang lebih beragam, meningkatkan kualitas layanan, dan strategi komunikasi baru yang memposisikan perbankan syariah lebih dari sekedar bank (Bank Indonesia, 2009).

Sejalan dengan rencana pemerintah tersebut, pengembangan perbankan syariah dilakukan dalam usaha untuk meningkatkan kualitas layanan dan kualitas produk perbankan syariah. Kualitas layanan perbankan syariah diperbarui dengan menyediakan teknologi informasi yang mampu memenuhi kebutuhan dan kepuasan nasabah, meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang

kompeten dan mampu menyampaikan produk dan jasa bank syariah kepada nasabah secara benar, jelas dan tetap memenuhi prinsip syariah. Kemudian pengembangan kualitas produk diarahkan pada penambahan variasi produk yang beragam didukung oleh keunikan nilai yang ditawarkan (saling menguntungkan) dan penggunaan standar nama produk yang mudah dipahami oleh nasabah serta dukungan jaringan kantor yang luas.

Perhatian khusus kepada nasabah merupakan sesuatu yang sangat esensial sebagai tolak ukur dalam meningkatkan kualitas jasa perbankan. Nasabah akan selalu mencari, memilih dan menggunakan keseluruhan jasa sebuah bank apabila kualitas jasa bank tersebut mampu memenuhi kebutuhan nasabah. Akan tetapi hal ini belum cukup bagi nasabah apabila nilai dari manfaat produk perbankan yang ditawarkan belum sesuai dengan persepsi nilai nasabah yang berlaku. Nasabah akan membandingkan apakah nilai yang dirasakan terhadap sebuah produk perbankan sesuai atau melebihi dari biaya yang harus dikeluarkan oleh nasabah. Dengan kata lain, nasabah akan merasa puas apabila kualitas layanan, kualitas produk, dan nilai yang dirasakan nasabah sesuai atau melebihi harapan. Keadaan ini akan menimbulkan persaingan ketat antara perbankan konvensional dan perbankan syariah sehingga nasabah seringkali tidak mempunyai loyalitas pada suatu bank karena banyak tawaran. Nasabah cenderung memilih tawaran yang lebih menguntungkan. Oleh karena itu tantangan paling besar bagi penyedia jasa perbankan supaya bisa bertahan, bersaing dan menguasai pangsa pasar adalah mencari terobosan untuk menciptakan kepuasan nasabah secara konsisten, sehingga loyalitas nasabah dapat terwujud dengan senantiasa tetap setia pada layanan yang diterima.

Penelitian kualitas jasa perbankan ini merupakan penelitian bidang manajemen pemasaran yang bersifat multidimensional yaitu terkesan rumit dan jauh dari sederhana. Oleh sebab itu, dibutuhkan sebuah model sekaligus alat analisis yang mampu mengakomodasi penelitian multidimensi. Model persamaan struktural atau *Structural Equation Modeling* (SEM) merupakan teknik analisis yang memungkinkan pengujian hubungan yang relatif rumit secara simultan yang terdiri dari satu atau beberapa variabel dependen dengan satu atau beberapa variabel independen. Masing-masing variabel dependen dan independen dapat dibentuk variabel laten, yang dibangun dari beberapa variabel manifes. Tentu saja variabel-variabel itu dapat dibentuk sebuah variabel tunggal yang diobservasi atau diukur langsung dalam sebuah proses penelitian (Ferdinand, 2002).

Terdapat dua model persamaan struktural yang dapat diaplikasikan dalam penelitian multidimensi yaitu *Covariance Based SEM* (CBSEM) atau dikenal *Covariance Structure Analysis* (CSA) dan *Variance Based* atau *Component Based SEM*. Penerapan model CSA telah digunakan oleh banyak peneliti dalam berbagai bidang penelitian. Akan tetapi, metode CSA mempunyai sejumlah keterbatasan diantaranya asumsi jumlah sampel yang besar, data harus berdistribusi normal multivariat, indikator harus dalam bentuk reflektif, model harus berdasarkan pada teori dan adanya *factor indeterminacy*, maka banyak peneliti menggunakan SEM berbasis *component* atau *variance* yang terkenal dengan *Partial Least Squares* (PLS) dan *Generalized Structured Component Analysis* (GSCA). Seperti dinyatakan oleh Wold (1985) bahwa kedua metode PLS dan GSCA merupakan metode analisis yang luwes karena tidak didasarkan oleh banyak asumsi (Ghozali, 2008). Namun, PLS tidak memiliki satu kriteria tunggal secara konsisten dalam menentukan optimisasi secara global. Lebih jauh PLS tidak memberikan

mekanisme untuk menilai kecocokan model keseluruhan yang baik sehingga menjadi sangat sulit untuk menentukan seberapa baik model cocok dengan datanya. Hwang dan Takane (2004) mengusulkan metode baru yang diberi nama *Generalized Structured Component Analysis (GSCA)* untuk mengatasi kelemahan metode PLS.

Penelitian dalam tugas akhir ini akan membahas kualitas jasa perbankan syariah dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah dengan Metode *Generalized Structured Component Analysis* (Survei Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Semarang)”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka dapat disusun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap total nilai pelanggan (*Total Customer Value, TCV*) yang ditawarkan PT. Bank Muamalat Indonesia cabang Semarang ?
2. Bagaimana pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap total biaya pelanggan (*Total Customer Cost, TCC*) yang harus dikeluarkan nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia cabang Semarang ?
3. Bagaimana pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia cabang Semarang ?
4. Bagaimana pengaruh dari total nilai pelanggan (*Total Customer Value, TCV*) dan total biaya pelanggan (*Total Customer Cost, TCC*) terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia cabang Semarang ?

5. Bagaimana pengaruh dari total nilai pelanggan (*Total Customer Value, TCV*) dan total biaya pelanggan (*Total Customer Cost, TCC*) terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia cabang Semarang ?
6. Bagaimana pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia cabang Semarang ?

1.3 Pembatasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini yaitu menerapkan pendekatan SEM berbasis *component* atau *variance* dengan metode *Generalized Structured Component Analysis* (GSCA). Pendekatan GSCA digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia cabang Semarang.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini akan mengkaji penerapan metode SEM (*Structural Equation Modeling*) pada analisis kualitas jasa perbankan syariah. Aplikasi metode SEM dengan pendekatan *Generalized Structured Component Analysis* (GSCA) pada penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap total nilai pelanggan (*Total Customer Value, TCV*) yang ditawarkan PT. Bank Muamalat Indonesia cabang Semarang.
2. Menganalisis pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap total biaya pelanggan (*Total Customer Cost, TCC*) yang harus dikeluarkan nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia cabang Semarang.

3. Menganalisis pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia cabang Semarang.
 4. Menganalisis pengaruh dari total nilai pelanggan (*Total Customer Value, TCV*) dan total biaya pelanggan (*Total Customer Cost, TCC*) terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia cabang Semarang.
 5. Menganalisis pengaruh dari total nilai pelanggan (*Total Customer Value, TCV*) dan total biaya pelanggan (*Total Customer Cost, TCC*) terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia cabang Semarang.
- Menganalisis pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia cabang Semarang.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi :

1. Manfaat bagi Bank Muamalat Indonesia (BMI).
 - a. Sebagai sumber informasi mengenai tingkat kualitas jasa perbankan PT. Bank Muamalat Indonesia saat ini.
 - b. Sebagai bahan evaluasi atas kinerja bank syariah khususnya PT. Bank Muamalat Indonesia selama ini dalam menghadapi kompetisi dalam dunia perbankan nasional.
 - c. Sebagai bahan masukan dan pertimbangan untuk lebih memantapkan strategi yang telah digunakan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia selama ini dalam meningkatkan kepuasan yang berdampak pada loyalitas nasabah.
2. Manfaat bagi Nasabah Bank Muamalat Indonesia (BMI).

Nasabah memperoleh manfaat pelayanan jasa BMI dengan kualitas yang lebih baik di masa yang akan datang sesuai dengan harapan nasabah.

3. Manfaat bagi Peneliti dan Akademisi.
 - a. Sebagai sarana untuk menambah wawasan peneliti pada bidang manajemen pemasaran mengenai kualitas jasa perbankan syariah nasional.
 - b. Sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya khususnya dalam dunia perbankan syariah di Indonesia.

1.6 Sistematika Penulisan

Bab I merupakan Pendahuluan yang terdiri dari Latar Belakang, Perumusan Masalah, Pembatasan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

Bab II merupakan Tinjauan Pustaka yang berisi tentang Teori Penunjang yang mendasari dan menunjang penulisan Tugas Akhir ini, diantaranya memuat konsep matrik, indikator reflektif dan formatif, *Structural Equation Modeling* (SEM), *Covariance* dan *Component Based Structural Equation Modeling* (SEM), *Generalized Structured Component Analysis* (GSCA), dan konsep-konsep kualitas layanan, kualitas produk, nilai pelanggan, kepuasan dan loyalitas.

Bab III merupakan Metodologi Penelitian yang terdiri dari desain penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional dan identifikasi variabel, model dan hipotesis penelitian, skala pengukuran data, dan metode analisis data GSCA.

Bab IV berisi Hasil dan Pembahasan yang terdiri dari pengujian validitas dan reliabilitas kuesioner, dan analisis model penelitian meliputi tahap spesifikasi model, estimasi parameter, evaluasi kecocokan model, dan interpretasi model.

Bab V berisi Kesimpulan dari penulisan Tugas Akhir.