

Analisis Komparasi Penilaian Konsumen Tentang Kualitas Pelayanan Bank NTB Syariah, BRI Syariah dan Bank Syariah Mandiri

Muh. Fahrurrozi

Prodi Pendidikan Ekonomi FISE Universitas Hamzanwadi

Email: ozyalu@gmail.com

Received: 2 Desember, 2019; Accepted: 20 Desember, 2019; Published: 30 Desember, 2019

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbandingan penilaian konsumen tentang kualitas pelayanan Bank NTB Syariah, BRI Syariah dan Bank Syariah Mandiri. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Data analisis menggunakan *One Way Anova*. Hasil penelitian secara keseluruhan $F_{hitung} = 1,352, < F_{tabel} = 3,026$. Hasil analisis varians menunjukkan bahwa secara keseluruhan ada perbedaan yang signifikan penilaian konsumen tentang kualitas pelayanan Bank NTB Syariah, BRI Syariah, dan Bank Syariah Mandiri. Dengan kata lain, terdapat perbedaan yang signifikan penilaian konsumen tentang kualitas pelayanan Bank NTB Syariah, BRI Syariah, dan Bank Syariah Mandiri. Berdasarkan besarnya nilai *mean* menunjukkan bahwa Bank NTB Syariah = 3,59, memiliki nilai *mean* yang lebih tinggi dari pada BRI Syariah = 3,32 dan Bank Syariah Mandiri = 3,27. berarti secara keseluruhan konsumen lebih cenderung memilih Bank NTB syariah dengan pertimbangan kualitas. Dari uji analisis di atas diperoleh bahwa terdapat perbedaan yang signifikan penilaian konsumen tentang kualitas pelayanan Bank NTB Syariah, BRI Syariah, dan Bank Syariah Mandiri. adalah lebih besar memilih bank Bank NTB syariah dengan pertimbangan kualitas.

Kata Kunci : Penilaian Konsumen, Kualitas Pelayanan, Bank NTB Syariah, BRI Syariah dan Bank Syariah Mandiri

Abstack

The research was aimed at knowing the comparison consumer assessment on NTB Syariah Bank services, BRI Syariah Bank, and Sayariah Mandiri Bank. The research method used in this research was questionnaire, while data analysis used in this research was One Way Analysis of Variance. The totality of the research result shown that $F_{hitung} = 1.352, < F_{tabel} = 3.026$. The totality result of variance analysis shown that there was any significant difference of consumer assesment between the quality survices among the three Syariah Banks (NTB Syariah, BRI Syariah, and Syariah Mandiri). In other words, there was a significant difference of quality services among of those three syariah Banks. Based on the amount of the mean score showed that NTB Syariah Bank = 3.59, BRI Syariah = 3.32, and Syariah Mandiri Bank = 3.27. It meant that totallity of the consumers based disposed to choose NTB syariah Bank based on the quality considaration. Based on the above testing analysis, that there was a significant difference of consumers assesment which choose NTB Syariah Bank compared with BRI Syariah and Syariah Mandiri.

Keywords: consumers assesment, quality services, NTB Syariah Bank, BRI Syariah, and Syariah Mandiri.

PENDAHULUAN

Suatu perusahaan apabila akan meningkatkan volume penjualan produk harus mengetahui informasi yang akan mengenai adanya peluang pasar. Setiap manajer dan bagian pemasaran harus punya kemampuan untuk menggali informasi dari konsumen. Suatu perusahaan yang kurang mampu dalam memasarkan produknya disebabkan oleh salah satu faktor yaitu kurang mendapatkan informasi mengenai kebutuhan konsumen tentang produk yang dipasarkan. Pada dasarnya, tujuan perusahaan yang menganut konsep pemasaran adalah memberikan kepuasan terhadap konsumen dan masyarakat lain. Untuk dapat tujuan tersebut maka perusahaan memerlukan unsur-unsur pemasaran yang terpadu *marketing mix* yang selalu mengalami perkembangan seiring dengan adanya perubahan lingkungan pemasaran dan perubahan perilaku konsumen.

Satu hal yang perlu diperhatikan oleh seorang konsumen adalah bahwa *instrumental conditioning* mendasarkan pada manfaat dari tindakan yang dilakukan oleh konsumen. Dalam mengkonsumsi produkpun konsumen akan mempertimbangkan benefit atau manfaat yang bisa diperolehnya. Oleh karena itu, kualitas produk (*instrumental conditioning*) sangat menentukan apakah konsumen memberikan respon negatif atau positif. Respon positif akan terjadi ketika konsumen merasa puas, akibatnya probabilitas konsumen melakukan pembelian ulang semakin tinggi.

Dalam era globalisasi dewasa ini perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dirasakan semakin maju, dibuktikan dengan berdirinya perusahaan-perusahaan kecil maupun besar. Akibat dari perkembangan tersebut perusahaan harus dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya dengan cara bersaing untuk mendapatkan laba (*profit*) di dalam dunia usaha yang semakin ketat ini. Perkembangan teknologi yang begitu cepat menyebabkan barang-barang bisa di produksi dalam berbagai bentuk dengan manfaat dan kegunaan yang sama. Semakin banyak produk yang ditawarkan dipasar akan menyebabkan persaingan yang semakin ketat.

Untuk membantu perusahaan agar produk yang dihasilkan dapat sampai ketangan konsumen dengan baik, maka perlu diadakan suatu riset pasar untuk mengetahui selera konsumen. Usaha untuk mengetahui cara pemuasan konsumen dilakukan dengan menafsirkan kebutuhan dan keinginan konsumen, baik yang bersifat kuantitatif maupun kualitatif.

Metode analisa untuk mengetahui cara pemuasan kebutuhan konsumen disebut analisa prilaku konsumen. Menurut Swastha dan Handoko (1987) Perilaku konsumen adalah suatu kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.

Perilaku konsumen dalam membeli barang dan jasa di pengaruhi faktor intern dan faktor ekstern. Faktor intern meliputi motivasi, pengamatan, proses belajar dan sikap berasal dari konsumen atau pun pasien. Sedangkan faktor eksternal adalah kebudayaan, kelas sosial dan keluarga yang berasal dari keluarga konsumen. Dengan melihat definisi perilaku konsumen tersebut di atas maka dapat disimpulkan bahwa konsumen dalam mendapatkan barang dan jasa melalui berbagai pertimbangan dan berbagai penilaian dan faktor.

Ada kecendrungan untuk menilai kualitas merupakan faktor yang tepat untuk meramalkan perilaku yang akan datang jadi dengan mempelajari kualitas seseorang di harapkan dapat menentukan apa yang akan dilakukan.

METODE PENELITIAN

Metode primer adalah informasi yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumbernya (Indriantoro dan Supomo, 1999 : 146). Cara pengumpulan data primer adalah : *pertama* Metode kuesioner (Angket) Metode kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang di lakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (sugiyono, 1999 : 135). *Kedua* Metode wawancara Metode wawancara adalah teknik pengumpulan data dalam metode Survei yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subjek penelitian (Indriantoro dan Supomo. 1999 : 153).

Data Sekunder Data sekunder adalah sumber data penelitian yang di peroleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara, atau diperoleh dan dicatat oleh pihak lain. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter), baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan. (Indriantoro dan Supomo, 2002).

Alat Uji Instrumen Penelitian

1. Alat uji validitas instrument penelitian

Untuk mengetahui sah tidaknya kuesioner yang didesain, penulis menggunakan korelasi *product moment* untuk menguji dengan rumus sebagai berikut (Sugiono, 2004).

$$r_{xy} = \frac{n \sum XiYi - (\sum Xi)(\sum Yi)}{\sqrt{\{n \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2\} \{n \sum Yi^2 - (\sum Yi)^2\}}}$$

Untuk mengetahui apakah koefisien korelasi hasil perhitungan tersebut signifikan (dapat digeneralisasikan) atau tidak. Maka perlu dibandingkan dengan r tabel dengan taraf kesalahan tertentu.

2. Alat uji reliabilitas instrumen penelitian

Reabilitas adalah indek yang menunjukkan sejauh mana suatu alat mengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Masri singarimbun, 1995) suatu alat ukur dikatakan handal apabila dapat diberikan hasil yang relatif tidak berbeda. Pada saat dipakai untuk mengukur ulang objek yang sama instrumen yang reabel adalah instrumen yang digunakan beberapa untuk mengukur yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiono, 2000). Teknik pengujian reabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Alfa Cronbach* Rumusan koefisien reabilitas Alfa Cronbach yaitu :

$$r_1 = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum Si^2}{Si^2} \right\}$$

Alat Uji Normalitas Data

Karena penelitian ini menggunakan statistik parametris maka data harus diuji kenormalitasnya karena statistik parametris bekerja berdasarkan asumsi bahwa data setiap variabel yang akan dianalisis berdistribusi normal.

Pengujian normalitas data digunakan uji chi kuadrat (χ^2) (Sugiyono, 2009):

Untuk mengetahui apakah data tersebut terdistribusi normal atau tidak maka dibandingkan harga chi kuadrat (χ^2) hitung dengan harga chi kuadrat (χ^2) tabel. Bila harga chi kuadrat (χ^2) hitung lebih kecil atau sama dengan harga chi kuadrat (χ^2) tabel ($\chi^2_{hitung} \leq \chi^2_{tabel}$) maka data dinyatakan terdistribusi normal. Dan bila harga chi kuadrat (χ^2) hitung lebih besar atau sama dengan harga chi kuadrat (χ^2) tabel ($\chi^2_{hitung} \geq \chi^2_{tabel}$) maka data dinyatakan tidak terdistribusi normal.

Alat Analisis Varians

1. Uji Homoginitas (Uji F)

Dalam penelitian ini alat uji hipotesis yang digunakan adalah analisis varian satu jalan (*One Way Anova*) karna pengujian hipotesisnya menggunakan komparatif tiga sampel. Tujuan analisis varian satu jalan adalah untuk mengetahui signifikan atau tidaknya perbedaan rata-rata antara minimal tiga kelompok sampel dengan satu perlakuan. Analisis varian dapat digunakan apabila variabel tiga kelompok data tersebut homogen. Oleh karna itu, perlu pengujian homogenitas variabel dahulu dengan uji F (Sugiyono, 2004).

$$F = \frac{\text{Varian terbesar}}{\text{Varian terkecil}}$$

2. Uji Hipotesis One Way Anova

Analisis varian klasifikasi tunggal atau *Single Classification* atau *One Way Classification* dan biasa disebut dengan One Way Anova. Analisis ini merupakan teknik statistik parametris inferensial yang digunakan untuk menguji hipotesis komparatif k sampel secara serentak. Oleh karena itu, dalam penelitian akan terdapat 3, 4 atau lebih sampel. Langkah-langkah dalam perhitungan Anova (Sugiyono, 2004), Membandingkan harga F hitung dengan F tabel (pada tabel F) dengan dk pembilang (m-1) dan dk

penyebut (N-m). harga F hasil perhitungan tersebut selanjutnya, disebut F hitung (F_h) yang berdistribusi F dk pembilang (m-1) dan dk penyebut (n-m). ketentuan pengujian hipotesis = bila harga F hitung lebih kecil atau sama dengan harga F tabel maka H_0 diterima., H_a ditolak.

Alat Uji Hipotesis

Alat uji hipotesis dalam penelitian ini yang digunakan adalah dengan menggunakan pengujian melalui uji F, yaitu dengan membandingkan antara nilai F hitung dengan nilai F tabel pada tingkat signifikannya 10% ($\sigma = 0,10$).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan uji asumsi homogenitas varians terhadap data skor penilaian konsumen tentang kualitas pada masing-masing dimensi dengan SPSS-2000 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel : 1
Uji Homogenitas Varians

Dimensi	F_{hitung}	db	F_{tabel}	Kesimpulan
Kinerja	1,361	2;297	3,026	Homogen
Keistimewaan	1,087	2;297	3,026	Homogen
Kehandalan	1,173	2;297	3,026	Homogen
Kesesuaian	1,066	2;297	3,026	Homogen
Daya tahan	1,310	2;297	3,026	Homogen
Servis	1,373	2;297	3,026	Homogen
Estetika	1,148	2;297	3,026	Homogen
Kualitas	1,047	2;297	3,026	Homogen
Kualitas menyeluruh	1,352	2;297	3,026	Homogen

Berdasarkan hasil pengujian homogenitas pada tabel di atas menunjukkan bahwa asumsi homogenitas varians terpenuhi. Ini ditunjukkan oleh $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka terima H_0 yang berarti varians sama pada ketiga kelompok konsumen.

Uji Signifikansi Perbedaan

Karena asumsi normalitas dan homogenitas varians terpenuhi maka uji signifikansi perbedaan penilaian konsumen tentang kualitas NTB Syariah, BRI Syariah dan Bank Mandiri Syariah dilakukan dengan metode parametrik

analisis varians satu jalur (*one-way analysis of variances*) dengan bantuan program *SPSS for Windows Release 13*.

Tabel : 2
Analisis Varians Dimensi Kinerja

Bank	Mean	F _{hitung}	F _{tabel}	Keputusan
BRI Syariah	3,28	4,253	3,026	H ₀ ditolak
NTB Syariah	3,52			
Bank Syariah Mandiri	3,26			

Berdasarkan tabel di atas, hasil analisis varians dimensi kinerja antara NTB Syariah, BRI Syariah dan Bank Mandiri Syariah, diperoleh $F_{hitung} = 4,253$. F_{tabel} dengan derajat bebas (db_1) = $k - 1 = 3 - 1 = 2$ dan $db_2 = N - k = 300 - 3 = 297$ pada taraf signifikansi (α) = 0,05 diperoleh sebesar 3,026 (dihitung menggunakan perangkat lunak *NCSS Probability Calculator*). Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($4,253 > 3,026$) maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima. Jadi ada perbedaan yang signifikan penilaian konsumen tentang penilaian kualitas pelayanan NTB Syariah, BRI Syariah dan Bank Mandiri Syariah. Dengan kata lain, terdapat perbedaan yang signifikan kinerja kualitas pelayanan NTB Syariah, BRI Syariah dan Bank Mandiri Syariah. Berdasarkan besarnya nilai *mean* menunjukkan bahwa NTB syariah memiliki nilai *mean* yang lebih tinggi dibandingkan dengan kedua pelayanan Bank. Ini berarti konsumen lebih cenderung memilih NTB Syariah dengan pertimbangan kinerja.

Hasil analisis perbedaan penilaian konsumen tentang keistimewaan kualitas pelayanan NTB Syariah, BRI Syariah dan Bank Mandiri Syariah disajikan pada tabel berikut:

Tabel : 3
Analisis Varians Dimensi Keistimewaan

Bank	Mean	F _{hitung}	F _{tabel}	Keputusan
BRI Syariah	3,06	3,756	3,026	H ₀ ditolak
NTB Syariah	3,22			
Bank Syariah Mandiri	2,94			

Berdasarkan tabel di atas hasil analisis varians dimensi keistimewaan antara NTB Syariah, BRI Syariah dan Bank Mandiri Syariah, diperoleh $F_{hitung} = 3,756$. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($3,756 > 3,026$) maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima. Jadi ada perbedaan yang signifikan penilaian konsumen tentang keistimewaan NTB Syariah, BRI Syariah dan Bank Mandiri Syariah. Dengan kata lain, terdapat perbedaan yang signifikan keistimewaan NTB Syariah, BRI Syariah dan Bank Mandiri Syariah. Berdasarkan besarnya nilai *mean* menunjukkan bahwa NTB Syariah memiliki nilai *mean* yang lebih tinggi dibanding dua Bank lainnya. Ini berarti konsumen lebih cenderung memilih NTB Syariah dengan pertimbangan keistimewaan.

Hasil analisis perbedaan penilaian konsumen tentang kehandalan pelayanan antara NTB Syariah, BRI Syariah dan Bank Mandiri Syariah disajikan pada tabel berikut:

Tabel : 4
Analisis Varians Dimensi Kehandalan

Bank	Mean	F_{hitung}	F_{tabel}	Keputusan
BRI Syariah	3,32	5,537	3,026	H_0 ditolak
NTB Syariah	3,58			
Bank Syariah Mandiri	3,31			

Berdasarkan tabel di atas, hasil analisis varians dimensi kehandalan antara NTB Syariah, BRI Syariah dan Bank Mandiri Syariah, diperoleh $F_{hitung} = 5,537$. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($5,537 > 3,026$) maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima. Jadi ada perbedaan yang signifikan penilaian konsumen tentang kehandalan pelayanan NTB Syariah, BRI Syariah dan Bank Mandiri Syariah. Dengan kata lain, terdapat perbedaan yang signifikan kehandalan NTB Syariah, BRI Syariah dan Bank Mandiri Syariah. Berdasarkan besarnya nilai *mean* menunjukkan bahwa NTB syariah memiliki nilai *mean* yang lebih tinggi dibanding dua Bank lainnya. Ini berarti konsumen lebih cenderung memilih NTB syariah dengan pertimbangan kehandalan.

Hasil analisis perbedaan penilaian konsumen tentang kesesuaian Pelayanan NTB Syariah, BRI Syariah dan Bank Mandiri Syariah disajikan pada tabel berikut:

Tabel :5
Analisis Varians Dimensi Kesesuaian

Bank	Mean	F_{hitung}	F_{tabel}	Keputusan
BRI Syariah	3,37	5,140	3,026	H ₀ ditolak
NTB Syariah	3,55			
Bank Syariah Mandiri	3,28			

Berdasarkan table di atas, hasil analisis varians dimensi kesesuaian antara pelayanan NTB Syariah, BRI Syariah dan Bank Mandiri Syariah, diperoleh $F_{hitung} = 5,140$. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($5,140 > 3,026$) maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima. Jadi ada perbedaan yang signifikan penilaian konsumen tentang kesesuaian NTB Syariah, BRI Syariah dan Bank Mandiri Syariah. Dengan kata lain, terdapat perbedaan yang signifikan kesesuaian pelayanan NTB Syariah, BRI Syariah dan Bank Mandiri Syariah. Berdasarkan besarnya nilai *mean* menunjukkan bahwa NTB Syariah memiliki nilai *mean* yang lebih tinggi dibanding dua Bnak lainnya. Ini berarti konsumen lebih cenderung memilih NTB Syariah dengan pertimbangan kesesuaian.

Hasil analisis perbedaan penilaian konsumen tentang daya tahan kualitas pelayanan NTB Syariah, BRI Syariah dan Bank Mandiri Syariah disajikan pada tabel berikut:

Tabel : 6
Analisis Varians Dimensi Daya Tahan

Bank	Mean	F_{hitung}	F_{tabel}	Keputusan
BRI Syariah	3,33	9,351	3,026	H ₀ ditolak
NTB Syariah	3,58			
Bank Syariah Mandiri	3,20			

Berdasarkan tabel di atas, hasil analisis varians dimensi daya tahan pelayanan NTB Syariah, BRI Syariah dan Bank Mandiri Syariah, diperoleh $F_{hitung} = 9,351$. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($9,351 > 3,026$) maka H_0 ditolak dan

sebaliknya H_a diterima. Jadi ada perbedaan yang signifikan penilaian konsumen tentang daya tahan kualitas pelayanan pelayanan NTB Syariah, BRI Syariah dan Bank Mandiri Syariah. Dengan kata lain, terdapat perbedaan yang signifikan daya tahan kualitas pelayanan NTB Syariah, BRI Syariah dan Bank Mandiri Syariah. Berdasarkan besarnya nilai *mean* menunjukkan bahwa NTB Syariah memiliki nilai *mean* yang lebih tinggi dibanding dua Bank lainnya. Ini berarti konsumen lebih cenderung memilih NTB Syariah dengan pertimbangan daya tahan.

Hasil analisis perbedaan penilaian konsumen tentang servis pelayanan NTB Syariah, BRI Syariah dan Bank Mandiri Syariah disajikan pada tabel berikut:

Tabel : 7
Analisis Varians Dimensi Servis

Bank	Mean	F_{hitung}	F_{tabel}	Keputusan
BRI Syariah	3,29			
NTB Syariah	3,56	3,739	3,026	H_0 ditolak
Bank Syariah Mandiri	3,30			

Berdasarkan tabel di atas, hasil analisis varians dimensi servis antara pelayanan NTB Syariah, BRI Syariah dan Bank Mandiri Syariah, diperoleh $F_{hitung} = 3,739$. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($3,739 > 3,026$) maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima. Jadi ada perbedaan yang signifikan penilaian konsumen tentang serviskualzitas pelayanan NTB Syariah, BRI Syariah dan Bank Mandiri Syariah. Dengan kata lain, terdapat perbedaan yang signifikan servis pelayanan NTB Syariah, BRI Syariah dan Bank Mandiri Syariah. Berdasarkan besarnya nilai *mean* menunjukkan bahwa NTB Syariah memiliki nilai *mean* yang lebih tinggi dibanding dua Bank lainnya. Ini berarti konsumen lebih cenderung memilih NTB Syariah dengan pertimbangan servis.

Hasil analisis perbedaan penilaian konsumen tentang estetika pelayanan NTB Syariah, BRI Syariah dan Bank Mandiri Syariah disajikan pada tabel berikut:

Tabel : 7
Analisis Varians Dimensi Estetika

Bank	Mean	F _{hitung}	F _{tabel}	Keputusan
BRI Syariah	3,46			
NTB Syariah	3,82	6,976	3,026	H ₀ ditolak
Bank Syariah Mandiri	3,46			

Berdasarkan tabel di atas, hasil analisis varians dimensi estetika antara NTB Syariah, BRI Syariah dan Bank Mandiri, diperoleh $F_{hitung} = 6,976$. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($6,976 > 3,026$) maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima. Jadi ada perbedaan yang signifikan penilaian konsumen tentang estetika NTB Syariah, BRI Syariah dan Bank Mandiri. Dengan kata lain, terdapat perbedaan yang signifikan estetika NTB Syariah, BRI Syariah dan Bank Mandiri. Berdasarkan besarnya nilai *mean* menunjukkan bahwa NTB Syariah memiliki nilai *mean* yang lebih tinggi dibanding dua Bank lainnya. Ini berarti konsumen lebih cenderung memilih NTB Syariah dengan pertimbangan estetika.

Hasil analisis perbedaan penilaian konsumen tentang kualitas NTB Syariah, BRI Syariah dan Bank Mandiri Syariah disajikan pada tabel berikut:

Tabel : 8
Analisis Varians Dimensi Kualitas

Bank	Mean	F _{hitung}	F _{tabel}	Keputusan
BRI Syariah	3,43			
NTB Syariah	3,88	16,881	3,026	H ₀ ditolak
Bank Syariah Mandiri	3,43			

Berdasarkan tabel di atas, hasil analisis varians dimensi kualitas antara NTB Syariah, BRI Syariah dan Bank Mandiri Syariah, diperoleh $F_{hitung} = 16,881$. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($16,881 > 3,026$) maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima. Jadi ada perbedaan yang signifikan penilaian konsumen tentang kualitas pelayanan NTB Syariah, BRI Syariah dan Bank Mandiri Syariah. Dengan kata lain, terdapat perbedaan yang signifikan kualitas NTB Syariah,

BRI Syariah dan Bank Mandiri Syariah. Berdasarkan besarnya nilai *mean* menunjukkan bahwa NTB Syariah memiliki nilai *mean* yang lebih tinggi dibanding dua Bank lainnya. Ini berarti konsumen lebih cenderung memilih NTB Syariah dengan pertimbangan kualitas.

Berdasarkan hasil analisis varians pada masing-masing dimensi kualitas di atas, dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan terdapat perbedaan yang signifikan tentang kualitas NTB Syariah, BRI Syariah dan Bank Mandiri Syariah. Dimana konsumen lebih cenderung memilih NTB Syariah dengan pertimbangan kualitas. Ini didukung hasil analisis varians terhadap penilaian tentang kualitas secara keseluruhan yang disajikan pada tabel berikut:

Tabel : 9
Analisis Varians Kualitas Menyeluruh

Bank	Mean	F_{hitung}	F_{tabel}	Keputusan
BRI Syariah	3,32	12,378	3,026	H ₀ ditolak
NTB Syariah	3,59			
Bank Syariah Mandiri	3,27			

Berdasarkan tabel di atas, hasil analisis varians menunjukkan bahwa secara keseluruhan ada perbedaan yang signifikan penilaian konsumen tentang kualitas NTB Syariah, BRI Syariah dan Bank Mandiri Syariah. Dengan kata lain, terdapat perbedaan yang signifikan kualitas NTB Syariah, BRI Syariah dan Bank Mandiri Syariah. Berdasarkan besarnya nilai *mean* menunjukkan bahwa NTB Syariah memiliki nilai *mean* yang lebih tinggi dibanding dua Bank lainnya. Ini berarti secara keseluruhan konsumen lebih cenderung memilih NTB Syariah dengan pertimbangan kualitas.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat perbedaan yang signifikan penilaian konsumen tentang kualitas pelayanan Bank NTB Syariah, BRI Syariah dan Bank Syariah Mandiri di kabupaten Lombok Timur, dimana konsumen lebih memilih Bank NTB Syariah dengan pertimbangan kinerja, keistimewaan, kehandalan, kesesuaian, daya tahan, servis, estetika dan kualitas di bandingkan BRI Syariah dan Bank Syariah Mandiri.
2. Secara keseluruhan, terdapat perbedaan yang signifikan penilaian konsumen tentang kualitas pelayanan Bank NTB Syariah, BRI Syariah dan Bank Syariah Mandiri di kabupaten Lombok Timur, dimana secara keseluruhan konsumen lebih cenderung memilih Bank NTB Syariah dibanding dengan BRI Syariah dan Bank Syariah Mandiri.

DAFTAR RUJUKAN

- Ghozali, Imam. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Guesperes Uincent, Cefrim, Ciga, 2002, *Total Quality Manajemen*, PT Geramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Hair, Joseph. F, Jr., R. E. Anderson., R. L. Tatham, and W. C. Black. (1998). *Multivariate Data Analysis*. Fifth Edition. New Jersey: Prentice-Hall, Inc
- Indriantoro, Supomo, 2002 *Metodologi Penelitian Untuk Akuntansi Dan Manajemen*, BPFE Yogyakarta.
- Kotler, Philip, dan Susanto, 1999, *Manajemen Pemasaran di Indonesia Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, Salemba, Empat, Jakarta.
- Malayu, dan Hasibuan, 2001, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- NCSS Statistical Software (1995). <http://www.icw.com/ncss>
- Prawisantono Suryadi, 2002, *Manajemen Mutu Terpadu Abad 21*, PT Buki Aksara Jakarta.
- PS, Djarwanto, 1994, *Statistik Induktif*, BPFE. Yogyakarta.
- Sudjana, (2001). *Metode Statistika*. Edisi ke-6. Penerbit Tarsito, Bandung
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Bisnis*, CV Alfa Beta Bandung.
- Sumiyati, 2006, *Perbandingan Penilaian Pasien Tentang Kualitas Kinerja Pelayanan Medis, Paramedis, Penunjang Medis Dengan Non Medis Di Rumah Sakit Daerah Panembahan Senopati Bantul Yogyakarta*, Skripsi Sarjana Ekonomi STIE "IEU" Yogyakarta.
- Sunarto, 2004, *Manajemen pemasaran*, AMUS Yogyakarta, Universitas sarjanawiyata Tamansiswa PRESS, percetakan CV. Ngeksigodo MSU.

Supranto, 2001, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, PT Asdi Mahasatya Jakarta.

Swastha Dh. Basu dan Handoko Hani, 2000, *Manajemen Pemasaran*, edisi 1 BPFE. Yogyakarta.