
ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DENGAN PENDEKATAN MODEL CARTER PADA BPRS MUAMALAT HARKAT SUKARAJA

KUSTIN HARTINI

Institut Agama Islam Negeri Bengkulu

email : kustinhartini@gmail.com

GITA MEILANI

Institut Agama Islam Negeri Bengkulu

email : meilanigita68@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of the CARTER model on service quality at the BPRS Muamalat Harkat Sukaraja. The sampling technique used was purposive sampling. Data collection techniques in this study used primary data by distributing 98 questionnaires and using quantitative approaches. The questionnaire was processed by conducting a validity and reliability test. The data analysis method uses multiple linear analysis with the help of SPSS. From the analysis results obtained a regression equation $Y = 1.189 + 0.129X1 + 0.115X2 + 0.113X3 + 0.271X4 + 0.021X5 + 0.247X6 + e$. T Test results prove that the variable compliance (X1), assurance (X2), reliability (X3), tangibility (X4), empathy (X5), responsiveness (X6) significantly influence the quality of service at BPRS Muamalat Harkat Sukaraja, as well as Simultaneously with the F Test shows the overall variables together significantly influence the quality of service at BPRS Muamalat Harkat Sukaraja. Overall the independent variables used in this study showed a strong influence with an R Square value of 60.4% while the remaining 39.6% were influenced by the independent variables not included in the study

Keywords: service Quality, CARTER Model.

PENDAHULUAN

Kemajuan perekonomian mempengaruhi kehidupan masyarakat meningkatkan status sosial dan ekonomi masyarakat berakibat pada perubahan perilaku dan gaya hidup mereka. Perubahan tersebut pada akhirnya mempengaruhi selera kepuasan terhadap suatu produk. Masyarakat menginginkan produk dan layanan berkualitas yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa dari si pemberi jasa kepada konsumen sesuai dengan apa yang dipersepsikan konsumen. Oleh karena berbagai faktor, seperti subjektivitas yang dipersepsikan konsumen dan pemberi jasa, maka jasa sering disampaikan dengan cara yang berbeda dengan yang dipersepsikan oleh konsumen. Persepsi mengenai kualitas jasa yang disampaikan pun akan berbeda antara pelanggan dan penyedia jasa. Berdasarkan hal ini, mengetahui seberapa besar penilaian konsumen terhadap kualitas jasa yang disampaikan menjadi sangat perlu. (Hasan, 2010: 91)

Bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasarkan asas kepercayaan sehingga masalah kualitas layanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha. Kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima dengan tingkat layanan yang diharapkan. Perbankan syariah sebagai salah satu lembaga keuangan, tentunya dalam mempertahankan kelebagaannya harus dapat bersaing dengan lembaga keuangan lainnya, salah satu cara untuk dapat bersaing adalah melalui pelayanan, pelayanan ini dilakukan untuk memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah serta berusaha memenuhi harapan mereka, seorang nasabah tentunya menginginkan pelayanan dengan kualitas terbaik karena kualitas pelayanan yang diberikan merupakan kinerja terpenting bagi kepuasan nasabah.

Model CARTER yang dikembangkan Othman dan Owen merupakan hasil dari upaya untuk menerapkan pengukuran pencapaian kualitas pelayanan di bisnis perbankan syariah. Model CARTER menambahkan satu dimensi dari lima dimensi yaitu *Compliance*, yang didefinisikan sebagai kemampuan untuk memenuhi prinsip syariah dan beroperasi dengan menjalankan prinsip syariah dan beroperasi dengan menjalankan prinsip perbankan dan ekonomi syariah. Pendekatan pengukuran yang digunakan dalam Model CARTER yaitu membandingkan antara persepsi dan harapan. (Sulistyawan, 2008: 29-30)

Dalam penelitian Cahyani (2016) yang berjudul “ *Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta*”, dimana hasil penelitiannya adalah menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tentang kualitas pelayanan di bank syariah telah di atas moderat (cukup tinggi). Faktor yang memberikan efek besar bagi kepuasan pelanggan di perbankan syariah adalah faktor *responsiveness*, *compliance*, dan *empathy*. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengkaji tentang analisis kualitas pelayanan dengan pendekatan *CARTER* pada BPRS Muamalat Harkat Sukaraja Kabupaten Seluma Kota Bengkulu.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Secara parsial, apakah kepatuhan (*compliance*), jaminan (*assurance*), kehandalan (*realibility*), bukti fisik (*tangibles*), empaty (*empathy*), ketanggapan (*responsiveness*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan BPRS Muamalat Harkat Sukaraja?
2. Apakah secara simultan model CARTER berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan BPRS Muamalat Harkat Sukaraja?

TINJAUAN PUSTAKA

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas (*Quality*) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. (Kotler: 2008). Pelayanan merupakan suatu yang diberikan oleh pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan mengakibatkan terjadinya perpindahan kepemilikan. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.

Secara garis besar kualitas pelayanan terdiri dari:

1. Menciptakan perhatian calon pembeli
2. Menggugah minat calon pembeli
3. Menanamkan keyakinan calon pembeli
4. Memperlakukan calon pembeli sebagai raja yang harus dihormati, dilayani dan dipuaskan.

Jika layanan jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa yang dipersepsikan sebagai kualitas yang “ideal” (unggul). Sebaliknya jika layanan jasa yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas jasa yang dipersepsikan sebagai pelayanan buruk. Maka dengan demikian baik-buruknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia layanan suatu jasa dalam upaya untuk memenuhi harapan pelanggan yang konsisten, tepat, dan memuaskan.

Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen, jadi adanya kesesuaian antara persepsi atas harapan konsumen dengan standar kerja karyawan, adanya kesesuaian antara pelayanan yang diberikan dengan pelayanan yang dijanjikan dan adanya kesesuaian antara pelayanan yang diterima dengan yang diharapkan oleh konsumen. (Sunyoto: 2004)

2. Dimensi Pelayanan

Abdul Qowi Othman dan Owen mengembangkan model pengukuran kualitas jasa untuk kualitas jasa yang dijalankan dengan prinsip syariah, khususnya pada perbankan syariah. Model ini dinamakan CARTER yang merupakan suatu pengukuran kualitas layanan bank syariah dengan enam dimensi, yaitu: (Othman dan Owen, 2013: 10)

- a. *C (Compliance* atau Kepatuhan), Adalah tingkat kepatuhan dari Bank dalam memberikan layanan dan menjalankan proses bisnis berdasarkan prinsip syariah.
- b. *A (Assurance* atau Jaminan), Jaminan adalah kemampuan penyediaan jasa dalam hal ini

perbankan islam untuk meyakinkan kepada nasabahnya.

- c. R (*Reability* atau Kehandalan), Reability yaitu dinilai dari kemampuan perusahaan (Bank) untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan (konsisten).
- d. T (*Tangibles* atau Bentuk Fisik), Yaitu kemampuan perusahaan (Bank) dalam menunjukkan ekstensinya pada pelanggan.
- e. E (*Empaty* atau Empati), Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada para nasabah dengan berupa memahami keinginan nasabah.
- f.R (*Responsiveness* atau Ketanggapan), Yaitu kemampuan bank untuk menyoong pelanggan dan ketersediaan untuk menolong nasabah dengan baik.

Hipotesis

Berdasarkan kerangka berfikir diatas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H_1 = *Compliance* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.

H_2 = *Assurance* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.

H_3 = *Reliability* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.

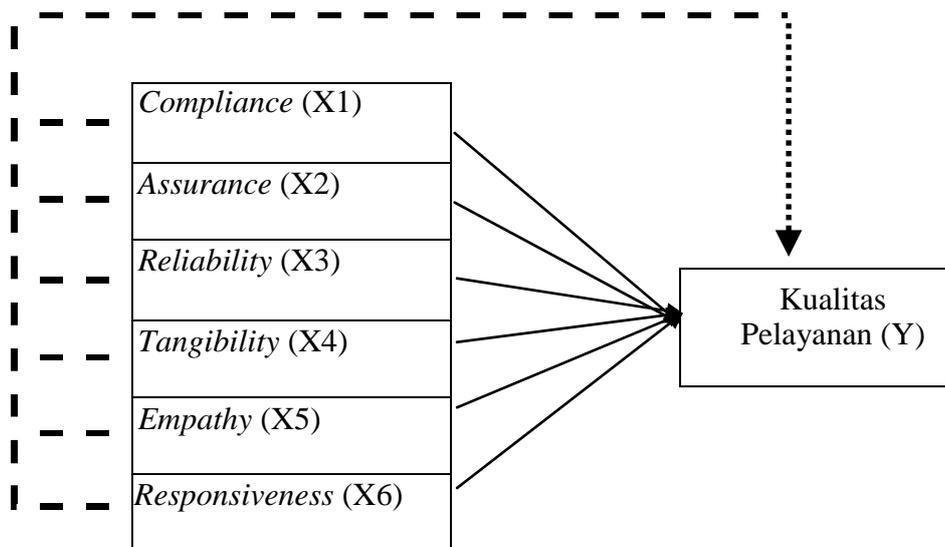
H_4 = *Tangibility* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.

H_5 = *Empathy* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.

H_6 = *Responsiveness* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.

H_7 = Secara simultan model CARTER berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.

Kerangka Berfikir



Gambar .1. Kerangka Berfikir

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan pada BPRS Muamalat Harkat Seluma. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Penelitian ini menggunakan data primer dengan menyebarkan kuisioner. Teknik pengukuran dengan menggunakan skala Likert. Kuisioner diolah dengan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas terlebih dahulu.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis linier berganda dengan bantuan program aplikasi SPSS. Analisis ini untuk menguji pengaruh pendekatan model CARTER terhadap kualitas pelayanan pada BPRS Muamalat Harkat Sukaraja. Persamaan regresi linier berganda adalah: (Sugiono, 2014:276)

$$Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + \beta_6X_6 + e$$

$$Y = \text{Kualitas Pelayanan } X_1 = \text{Compliance } X_2 = \text{Assurance } X_3 = \text{Reliability}$$

$$X_4 = \text{Tangibility } X_5 = \text{Empathy } X_6 = \text{Responsiveness } \beta_0 = \text{Konstanta } e = \text{Error Estimasi}$$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden Penelitian

Tabel. 1. Deskripsi Responden Penelitian

	Responden	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	20	20 %
	Perempuan	78	80 %
Usia	≤ 20 tahun	10	10 %
	21-40 tahun	68	70 %
	41-50 tahun	15	15 %
	> 51 tahun	5	5 %
Tingkat Pendidikan	SMP Ke Bawah	5	5 %
	SMA	57	59 %
	Diploma	14	14 %
	Sarjana (S1/S2/S3)	22	22 %
Pekerjaan	PNS	12	12 %
	Pegawai Swasta	40	40 %
	Pelajar/Mahasiswa	10	10 %
	Lain-lain	36	38 %
Penghasilan	≤ Rp. 500.000	4	4 %
	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000	28	29 %
	Rp. 2.000.000 – Rp. 3.000.000	45	46 %
	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.000.000	8	8 %
	> Rp. 4.000.000	13	13 %

Berdasarkan Tabel 1 di atas menunjukkan bahwa 98 responden dapat diketahui mayoritas lebih banyak berjenis kelamin wanita. Responden yang berjenis kelamin pria dengan persentase 20% dan wanita dengan persentase sebesar 80%. Usia responden 21 sampai 40 tahun dengan jumlah responden sebanyak 68 orang nasabah dan besar persentasenya yaitu 70%. Responden berusia ≤ 20 tahun sebanyak 10 orang dengan persentase 10%. sementara usia 41 sampai 50 tahun dengan jumlah 15 orang nasabah dan besar persentasenya yaitu 15%. Untuk usia lebih dari 51 tahun dengan jumlah 5 orang dan besar persentasenya yaitu 5%.

Untuk tingkat pendidikan SMA dengan jumlah responden 57 orang dengan persentase 59%. sementara itu untuk tingkat pendidikan SMP ke bawah dengan jumlah responden sebanyak 5 orang dengan jumlah persentase 5%. Untuk tingkat pendidikan Diploma dengan jumlah responden sebanyak 14 orang dengan persentase sebesar 14% . untuk responden dengan tingkat pendidikan sarjana sebanyak 22 orang dengan persentase sebesar 22%. Responden banyak bekerja pada tingkatan pegawai swasta dengan jumlah responden 40 orang dengan persentase yaitu 40%, tingkatan pekerjaan lain-lain 36 responden dengan persentasi yaitu 38%, tingkatan pekerjaan

pelajar/mahasiswa 10 responden dengan persentase 10%, sementara tingkatan pekerjaan PNS dengan 12 responden dengan persentase yaitu 12%. Dengan penghasilan responden Rp. 2.000.000 – Rp. 3.000.000 dengan jumlah responden 45 orang dengan persentase sebesar 46%, sementara dengan penghasilan Rp. 1.000.00 – Rp. 2.000.000 sebanyak 28 responden dengan persentase sebesar 29%, untuk penghasilan > Rp.4.000.000 sebanyak 13 responden dengan persentase sebesar 13%, untuk penghasilan Rp. 3.000.000 – Rp. 4.000.000 sebanyak 8 responden dengan persentase sebesar 8%, dan untuk penghasilan Rp. \leq 500.000 sebanyak 4 responden dengan persentase sebesar 4%.

Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji Validitas dengan SPSS dapat diketahui bahwa semua pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner adalah valid, semua item pertanyaan dalam variable *compliance* (X1), *assurance* (X2), *reliability* (X3), *tangibility* (X4), *empathy* (X5), *responsiveness* (X6), dan kualitas pelayanan (Y) menunjukkan bahwa nilai *person correlation* lebih besar dari pada nilai *r-kritis*. Dan semua item pertanyaan dalam variable X1, X2, X3, X4, X5, X6, dan Y menunjukkan signifikansi pada level 5%, sehingga tidak ada item yang dihapus dan semua item pertanyaan dapat digunakan pada keseluruhan model pengujian.

Uji Reliabilitas

Dari hasil uji reliabilitas dengan olah data SPSS menunjukkan bahwa masing- masing variable memiliki *Croancbach's Alpha* > 0,600, sehingga hal ini menunjukkan bahwa semua item pada variable *Compliance*, *Assurance*, *Reability*, *Tangibility*, *Empathy*, *Reliability*, dan Kualitas Pelayanan adalah reliable dan layak digunakan sebagai alat ukur.

Analisis Regresi Berganda

Analisis dalam penelitian ini menggunakan model regresi berganda untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen serta untuk mengetahui arah hubungan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian ini seperti pada tabel berikut.

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi

Variabel	Standardized Coefficients (Beta)	T	Sig.
<i>Compliance</i> (X1)	0,129	2,146	0,000
<i>Assurance</i> (X2)	0,115	1,800	0,003
<i>Reliability</i> (X3)	0,113	2,291	0,004
<i>Tangibility</i> (X4)	0,271	4,234	0,001
<i>Empathy</i> (X5)	0,021	0,293	0,070
<i>Responsiveness</i> (X6)	0,247	2,794	0,002
F hitung	16,415		0,000
R		0,721	
R Square		,604	

Sumber: Olah data SPSS

Berdasarkan tabel diatas dapat dirumuskan persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = 1,189 + 0,129X_1 + 0,115X_2 + 0,113X_3 + 0,271X_4 + 0,021X_5 + 0,247X_6 + e$$

Pengujian Hipotesis

Uji t

Pengujian hipotesis *Compliance*

Berdasarkan hasil regresi yang dilihat dari tabel diatas dapat diketahui nilai signifikan (sig) adalah 0,000. Berarti nilai signifikan (sig) (0,000) < (α) 0,05, menunjukkan bahwa H_1 yang menyatakan *Compliance* berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan BPRS Muamalat Harkat Seluma diterima.

Pengujian hipotesis *Assurance*

Berdasarkan hasil regresi yang dilihat dari tabel diatas dapat diketahui nilai signifikan (sig) (0,003). Berarti nilai signifikan (sig) (0,003) < (α) 0,05, menunjukkan bahwa H_2 yang menyatakan *Assurance* berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan BPRS Muamalat Harkat Seluma diterima.

Pengujian hipotesis *Reability*

Berdasarkan hasil regresi yang dilihat dari tabel diatas dapat diketahui nilai signifikan (sig) 0,004. Berarti nilai signifikan (sig) (0,004) < (α) 0,05, menunjukkan bahwa H_3 yang menyatakan *Reability* berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan BPRS Muamalat Harkat Seluma

diterima.

Pengujian hipotesis *Tangibility*

Berdasarkan hasil regresi yang dilihat dari tabel diatas dapat diketahui nilai signifikan (sig) 0,001. Berarti nilai signifikan (sig) $(0,001) < (\alpha) 0,05$, menunjukkan bahwa H_4 yang menyatakan *Tangibility* berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan BPRS Muamalat Harkat Seluma diterima.

Pengujian hipotesis *Empathy*

Berdasarkan hasil regresi yang dilihat dari tabel diatas dapat diketahui nilai signifikan (sig) 0,070. Berarti nilai signifikan (sig) $(0,070) > (\alpha) 0,05$, menunjukkan bahwa H_5 yang menyatakan *Empathy* berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan BPRS Muamalat Harkat Seluma ditolak.

Pengujian hipotesis *Responsiveness*

Berdasarkan hasil regresi yang dilihat dari tabel diatas dapat diketahui nilai signifikan (sig) 0,002. Berarti nilai signifikan (sig) $(0,002) < (\alpha) 0,05$, menunjukkan bahwa H_6 yang menyatakan *Responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan BPRS Muamalat Harkat Seluma diterima.

Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui secara bersama-sama apakah variabel *compliance* (X1), *assurance* (X2), *reliability* (X3), *tangibility* (X4), *empathy* (X5), *responsiveness* (X6) berpengaruh terhadap kualitas pelayanan BPRS Muamalat Harkat Sukaraja (Y). Hasil penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Berdasarkan hasil uji F pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi $(0,000) < (\alpha) 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangibility*, *empathy*, *responsiveness* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.

PEMBAHASAN***Compliance* berpengaruh terhadap kualitas pelayanan di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.**

Semakin tinggi indikator *Compliance* maka akan semakin tinggi atau baik pula kualitas pelayanan dalam perbankan tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa indikator *Compliance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis 1 (H_1) yang menyatakan bahwa *Compliance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja diterima. Hasil ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fuad Bayu Irawan dengan judul “Kualitas Jasa Pada Asuransi Syariah Berdasarkan Model *Carter* Di Kabupaten Banyumas” yang menyatakan bahwa variabel *Compliance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan perusahaan.

***Assurance* berpengaruh terhadap kualitas pelayanan di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.**

Assurance, merupakan kemampuan penyediaan jasa dalam meyakinkan keamanan nasabah dengan sikap karyawan yang ramah dan sopan. Hal tersebut dapat menarik perhatian dan membentuk hubungan baik kedua belah pihak. Bagian tersebut merupakan bagian dari etika perdagangan yang harus dijalankan oleh setiap muslim.

Semakin tinggi indikator *Assurance* tersebut maka akan semakin tinggi atau baik pula kualitas pelayanan dalam perbankan tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa indikator *Assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis 2 (H_2) yang menyatakan bahwa *Assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja diterima. Hasil ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fuad Bayu Irawan dengan judul “Kualitas Jasa Pada Asuransi Syariah Berdasarkan Model *Carter* Di Kabupaten Banyumas” yang menyatakan bahwa variabel *Assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan perusahaan.

***Reability* berpengaruh terhadap kualitas pelayanan di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.**

Reability merupakan kemampuan perusahaan (bank) untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan. Seperti visi dan misi, ketepatan waktu, serta ketepatan janji. Semakin tinggi indikator *Reability* tersebut maka akan semakin tinggi atau baik pula kualitas pelayanan dalam perbankan tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa indikator *Reability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis 3 (H_3) yang menyatakan bahwa *Reability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap

kualitas pelayanan di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja diterima. Hasil ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fuad Bayu Irawan dengan judul “Kualitas Jasa Pada Asuransi Syariah Berdasarkan Model *Carter* Di Kabupaten Banyumas” yang menyatakan bahwa variabel *Reability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan perusahaan.

***Tangibility* berpengaruh terhadap kualitas pelayanan di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.**

Tangibility merupakan kemampuan perusahaan (bank) dalam menunjukkan eksistensinya pada pelanggan. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan (bank) dan lingkungan sekitarnya. Semakin tinggi indikator *Tangibility* tersebut maka akan semakin tinggi atau baik pula kualitas pelayanan dalam perbankan tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa indikator *Tangibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis 4 (H_4) yang menyatakan bahwa *Tangibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja diterima. Hasil ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fuad Bayu Irawan dengan judul “Kualitas Jasa Pada Asuransi Syariah Berdasarkan Model *Carter* Di Kabupaten Banyumas” yang menyatakan bahwa variabel *Reability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan perusahaan.

***Empathy* berpengaruh terhadap kualitas pelayanan di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.**

Empathy merupakan sikap yang diberikan oleh perusahaan (bank) dalam bentuk perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan pada para nasabah dengan memahami keinginan nasabah. Semakin tinggi indikator *Empathy* tersebut maka akan semakin tinggi atau baik pula kualitas pelayanan dalam perbankan tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa indikator *Empathy* tidak berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis 5 (H_5) yang menyatakan *Empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja ditolak. Hasil ini berbeda oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fuad Bayu Irawan dengan judul “Kualitas Jasa Pada Asuransi Syariah Berdasarkan Model *Carter* Di Kabupaten Banyumas” yang menyatakan bahwa variabel *Empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan perusahaan. Perbedaan tersebut terletak pada hasil regresi yang dilihat dari uji *T* yang dilakukan peneliti dapat diketahui nilai signifikan (sig) 0,070. Berarti nilai signifikan (sig) $(0,070) > (\alpha) 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Empathy* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan pada BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.

Responsivennes berpengaruh terhadap kualitas pelayanan di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.

Responsiveness yaitu kemampuan bank untuk menolong nasabah dan ketersediaan untuk melayani nasabah dengan baik. Semakin tinggi indikator *Responsivennes* tersebut maka akan semakin tinggi atau baik pula kualitas pelayanan dalam perbankan tersebut. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa indikator *Responsivennes* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis 6 (H_6) yang menyatakan bahwa *Responsivennes* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja diterima. Hasil ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fuad Bayu Irawan dengan judul “Kualitas Jasa Pada Asuransi Syariah Berdasarkan Model Carter Di Kabupaten Banyumas” yang menyatakan bahwa variabel *Responsivennes* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan perusahaan.

Model CARTER berpengaruh terhadap kualitas pelayanan di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.

Sesuai dengan uji Koefisien Determinasi yang menunjukkan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,721 yang artinya terdapat hubungan yang kuat antara variabel independen terhadap variabel dependen karena nilai R mendekati angka 1. Nilai R^2 sebesar 0,604 yang berarti bahwa 60,4% variabel kualitas pelayanan dipengaruhi oleh variabel *Compliance*, *Assurance*, *Reability*, *Tangibility*, *Empathy*, dan *Reliability*. Hal ini menunjukkan bahwa *Compliance*, *Assurance*, *Reability*, *Tangibility*, *Empathy*, dan *Reliability* mempunyai pengaruh yang kuat terhadap kualitas pelayanan pada BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.

KESIMPULAN DAN SARAN**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari pengolahan data dan pembahasan tentang analisis dan pengujian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh faktor-faktor model *CARTER* yang terdiri dari variabel *compliance* (X_1), *assurance* (X_2), *reliability* (X_3), *tangibility* (X_4), *empathy* (X_5), *responsiveness* (X_6) terhadap kualitas pelayanan pada BPRS Muamalat Harkat Sukaraja, dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Uji signifikan persial (Uji T) membuktikan variabel *compliance* (X_1), *assurance* (X_2), *reliability* (X_3), *tangibility* (X_4), *empathy* (X_5), *responsiveness* (X_6) berpengaruh secara

persial terhadap kualitas pelayanan pada BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.

2. Uji signifikan silmultan (Uji F) membuktikan bahwa variable *compliance* (X1), *assurance* (X2), *reliability* (X3), *tangibility* (X4), *empathy* (X5), *responsiveness* (X6) secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan pada BPRS Muamalat Harat Sukaraja.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh dan keterbatasan yang ada dalam penelitian ini, maka mengharuskan peneliti untuk memberikan sarannya sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan evaluasi dan bahan pengembangan pengetahuan dalam mengambil keputusan terkait dengan kualitas pelayanan. Dan setelah mengetahui kurangnya *Empathy* dari pihak bank kepada nasabah maka penulis memberikan saran kepada pihak bank agar dapat mengatasi hal tersebut dengan melakukan pendekatan kepada nasabah dengan cara memahami keinginan nasabah, pimpinan harus melakukan pengawasan yang optimal, dan mampu bersaing dengan bank lain.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti mengenai kualitas pelayanan pada perbankan syariah, untuk lebih dapat menambah variabel-variabel yang berbeda dengan variabel sebelumnya atau menggunakan model perhitungan kualitas pelayanan yang lainnya untuk memperkaya dan memperbanyak pengetahuan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dan melibatkan jumlah responden yang lebih besar sehingga mendapatkan hasil yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, Dwi. Febrina Rosinta, 2010. “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan”. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*. Vol. 17, Vol. 2, h. 114-126.
- Cahyani, Putri Dwi, 2016. Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta”. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol. 6, No.2, h. 151-162.
- Ghozali, Imam, 2011. *Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, Rachmat, 2009. “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri”. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol.11, No.1. h. 59-72.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Kaller, 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*, Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad, 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga.

- Indriantoro, Nur, 2010. *Metodologi Penelitian Bisnis* buntut Akuntansi dan Manajemen, Yogyakarta: BPFE.
- Othman, Abdul Qhawi. Lyan Owen, 2013. Adopting and Measuring Costumor Service Quality (SQ) In Islamic Bank: A Case Study In Kuawit Finance House, “*International Journal Of Islamic Financial Service*”. Vol.32. h.10
- Rampai, Bunga, 2007. *Manajemen Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- Rianto, Nur, 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran*, Bandung: Alfabeta.
- Rusian, Rosadi, 2016. *Manajemen Publik Relations dan Media Komunikasi*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Suharso, Puguh, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis, Pendekatan Filosofis dan Praktis*, Jakarta: Indeks.
- Sulistiyawan, Andri, 2008. *Kualitas Jasa Pada Bisnis Perbankan Syariah Berdasarkan Model CARTER Di Kabupaten Banyumas*. Purwokerto: Universitas Jenderal Soedirman.
- Sunyoto, Danang, 2004. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publicing Service).