
Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Prioritas Bank BJB Syariah Cabang Serang

Dede Rahmatu Zahra, Fani Fauziah, Nurkomalasari , Henny Saraswati
Wahyu Hidayat

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Sultan Maulana Hasanuddin, Banten

Email : dedezahra603@gmail.com, faniifauziah@gmail.com,
sarinurkomala645@gmail.com

Abstract

The purpose of this study was to determine the quality of service related to customer satisfaction at the Serang branch of Bank BJB Syariah. This research is a quantitative research that focuses on testing hypotheses for bipolar data. Data collection techniques through questionnaires are used as a sampling method. To measure each test, the results of 55 main customers of the Serang Branch of the BJB Syariah bank were used which consisted of 22 questions. The results of hypothesis testing show that the quality of service perceived by priority customers of Bank BJB Syariah Serang Branch is very good, influencing customer satisfaction by 87%.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction, Priority Customers*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan terkait kepuasan nasabah Bank BJB Syariah cabang Serang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang difokuskan pada pengujian hipotesis untuk data bipolar. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner digunakan sebagai metode pengambilan sampel. Untuk mengukur setiap pengujian digunakan hasil dari 55 nasabah utama bank BJB Syariah Cabang Serang yang terdiri dari 22 pertanyaan. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang dirasakan oleh nasabah prioritas Bank BJB Syariah Cabang Serang sangat baik, mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 87%.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Nasabah Prioritas

PENDAHULUAN

Saat ini, sistem keuangan setiap negara terdiri dari bank, terutama bank komersial. Bank menjalankan fungsi utamanya dengan menghimpun dana dari pihak yang memiliki uang lebih dan mengembalikan dana tersebut kepada pihak yang tidak memiliki uang dalam jangka waktu tertentu. Pertumbuhan bank ditentukan oleh fungsi mencari dan kemudian menghimpun dana dalam bentuk simpanan, karena jumlah dana yang berhasil diperoleh atau disimpan menentukan jumlah dana yang dapat dihasilkan bank dalam bentuk hasil investasi.

Perbankan, baik di sektor besar, menengah, maupun berpenghasilan rendah memiliki peran dan pengaruh yang sangat besar di Indonesia. Hal ini karena kebutuhan masyarakat akan bank yang baik untuk mendapatkan atau menyimpan modal menjadi semakin umum. Kehadiran bank syariah membantu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perbankan khususnya di Indonesia dengan melayani kebutuhan masyarakat dan membuat transfer bank menjadi lebih nyaman dan aman. Di Indonesia, produk perbankan yang berbasis pada sistem keuangan syariah atau dikenal juga dengan perbankan syariah saat ini sedang ramai diperbincangkan. Dengan runtuhnya sistem ekonomi kapitalis, banyak pihak yang menyerukan kepada pemerintah Indonesia untuk segera memperkenalkan sistem ekonomi Islam ke dalam kehidupan ekonomi Indonesia.

Bank berasal dari bahasa Italia, "banco", yang berarti "bangku", dan bangku ini adalah tempat para bankir melayani klien mereka. Istilah "bank" sekarang digunakan secara resmi dan umum. Pada awal berdirinya di Indonesia, perbankan didefinisikan sebagai perusahaan yang mengumpulkan uang dari orang-orang untuk simpanan dan kemudian memberikan uang tersebut kepada orang lain untuk membantu meningkatkan kualitas hidup mereka.¹

Sebagai lembaga keuangan yang bergerak di bidang jasa, bank dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi dan nyaman bagi pelanggan mereka. Pelayanan ini sangat penting untuk keberhasilan bisnis mereka. Keadaan dinamis yang terkait dengan produk, jasa, orang, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan disebut kualitas. Kualitas pelayanan yang diberikan tergantung pada seberapa baik pelayanan tersebut diberikan dan seberapa baik pelayanan tersebut ditunjukkan sesuai dengan harapan pelanggan. Memberikan layanan berkualitas tinggi secara konsisten adalah cara bagi perusahaan jasa untuk tetap kompetitif.

Klien akan puas dengan layanan perbankan yang baik. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Tidak dapat dipungkiri bahwa pelanggan atau pelanggan sering kali kecewa dengan pelayanan yang buruk, yang biasanya mengurangi jumlah pelanggan atau pelanggan yang masih ada. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil atau kinerja yang dialaminya dengan harapannya. Sikap pelanggan terhadap barang dan jasa didasarkan pada pengalaman pelanggan saat menggunakannya. Jika

¹ "Perkembangan Bank Syariah di Indonesia,"

layanan yang diberikan oleh produk atau jasa menyenangkan pelanggan, pelanggan akan puas. Dari penjelasan sebelumnya,

LANDASAN TEORI

Kualitas Layanan

Menurut Kotler (2002:83), jasa dapat didefinisikan sebagai setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak relevan dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Produk fisik mungkin atau mungkin tidak terkait dengan produksi. Perilaku produsen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan untuk mencapai kepuasan pelanggan disebut layanan. Menurut Kotler, tindakan tersebut dapat terjadi selama, sebelum atau sesudah perdagangan

1. Kualitas menyiratkan upaya untuk memenuhi atau melampaui harapan pelanggan.
2. Kualitas meliputi produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan
3. Kualitas adalah keadaan perubahan konstan.

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai segala jenis tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan. Dalam hal ini, kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai pelayanan yang diberikan oleh pemilik pelayanan atau sebagai pelayanan dalam hal kenyamanan, kecepatan, hubungan, kemampuan, dan keramahan yang diperlakukan dengan sikap dan karakteristik dalam memberikan pelayanan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Hubungan antara produsen dan pembeli berlanjut setelah pembelian dan layanan purna jual, bahkan setelah produk dimiliki.

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh pelayanan perusahaan, menurut Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2009). Lima dimensi kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

- A. Bukti langsung: Ini termasuk penampilan fasilitas fisik, seperti bangunan dan tata letak ruangan, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian, dan kenyamanan ruang, kelengkapan alat komunikasi, dan penampilan pegawai.
- B. Keandalan: Ini adalah kemampuan untuk memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan. Layanan yang dijanjikan termasuk informasi yang akurat, bantuan dalam memecahkan masalah, dan layanan yang dapat diandalkan.

Kepuasan pelanggan

Kepuasan berasal dari kata latin *satis* yang berarti cukup baik, cukup, dan *facio*, bermaksud melakukan atau melakukan sesuatu. “Mencoba mencapai sesuatu” atau “melakukan sesuatu dengan benar” adalah beberapa definisi kepuasan. Kotler mengatakan bahwa kepuasan

pelanggan atau konsumen adalah kesenangan atau kekecewaan seseorang yang berasal dari membandingkan citra keefektifan atau hasil yang diharapkan dari suatu produk dengan hasil yang sebenarnya. Jika pelayanan tidak sesuai harapan, berarti kualitas pelayanan buruk. Namun jika hasilnya sesuai dengan yang diharapkan, maka pelayanan yang diberikan kepada nasabah Bank Syariah dapat dinilai memuaskan. Pelanggan puas bahkan ketika layanan melebihi harapan mereka.

Ketidakpuasan pelanggan muncul ketika produk yang dipilih tidak memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, sedangkan kepuasan pelanggan muncul ketika produk yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Manfaat transaksi produk perbankan melebihi atau setidaknya melebihi ekspektasi.

Kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat.

1. Ini termasuk hubungan yang harmonis antara perusahaan dan pelanggan (Tjiptono, 1994, p. 9).
2. Berikan alasan yang baik untuk pembelian berulang.
3. Dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.
4. Memberikan rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.
5. Untuk meningkatkan reputasi perusahaan di mata pelanggan.
6. Meningkatkan keuntungan

Nasabah Prioritas

Dalam industri perbankan, yang dimaksud dengan “nasabah inti” adalah kelompok nasabah tertentu yang mendapatkan pelayanan dan perlakuan khusus dari bank atau lembaga keuangan. Klien utama seringkali memiliki kebutuhan keuangan dan kekayaan yang lebih kompleks daripada klien sesekali. Kriteria untuk menjadi nasabah utama bervariasi menurut bank dan lembaga keuangan, tetapi biasanya meliputi tingkat tabungan atau investasi yang tinggi, pendapatan, kredit yang baik, atau manajemen bisnis yang sukses. Nasabah perdana biasanya mendapatkan berbagai keuntungan dan keuntungan yang disesuaikan dengan kebutuhan finansial mereka yang lebih kompleks, seperti:

1) Manajer Relasi:

Klien utama biasanya memiliki manajer hubungan pribadi untuk membantu mereka dalam manajemen keuangan, nasihat investasi, dan pencapaian tujuan keuangan mereka.

2) Peningkatan layanan perbankan

Pelanggan utama seringkali memiliki akses ke layanan perbankan yang lebih baik, seperti layanan telepon eksklusif, telepon prioritas, atau titik layanan khusus.

3) Produk dan layanan keuangan yang disesuaikan.

Pelanggan utama sering menerima produk dan layanan keuangan yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka. Misalnya, suku bunga yang lebih tinggi pada rekening tabungan, kartu kredit dengan keuntungan khusus, atau solusi investasi yang lebih maju.

4) Acara dan seminar khusus

Bank dan lembaga keuangan sering menyelenggarakan acara dan seminar khusus untuk pelanggan terpenting mereka. Tujuan diadakannya acara ini biasanya untuk memberikan informasi terkini seputar manajemen keuangan, investasi atau peluang bisnis.

5.) Layanan perencanaan keuangan:

Klien premium juga dapat menerima layanan perencanaan keuangan yang komprehensif seperti perencanaan pensiun, perencanaan suksesi atau perencanaan pajak.

Penting untuk diperhatikan bahwa standar dan layanan yang ditawarkan kepada pelanggan Prime dapat berbeda dari satu lembaga keuangan ke lembaga keuangan lainnya. Oleh karena itu, jika Anda ingin menjadi Preferred Customer, ada baiknya Anda menghubungi bank atau lembaga keuangan pilihan Anda untuk mengetahui apa yang mereka tawarkan..²

METODE PENELITIAN

Karena datanya berupa angka dan dikontrol secara statistik, jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan memeriksa bagaimana suatu teori tertentu berhubungan dengan variabel-variabelnya. Hal ini termasuk dalam statistik deskriptif, yaitu teknik statistik yang digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data yang dikumpulkan sebagai informasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada hubungan antara kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan.³

² Gadis.

³ Sunyoto Danang, *Teori, Kuesioner & Analisis Data Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013, Tn

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Reliabilitas

Tabel 1.1 Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
.957	22

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji reliabilitas antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada Cronbach alpha lebih tinggi dari nilai dasar yaitu $0,95 > 0,74$. Hasil ini menyatakan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner dinyatakan reliabel dan layak untuk digunakan.

Uji Deskriptif

Tabel 1.2 Hasil Uji Deskriptif

Statistik deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mea	Std. Deviatation
Kualitas Layanan X	55	11.00	34.00	20.3091	5.47341
Y Kepuasan Pelanggan	55	11.00	33.00	20.2909	5.49974
Valid (listwiese)	55				

Sumber: Pengolahan data SPSS versi 18

Tabel 1 menunjukkan rata-rata kualitas pelayanan 20.3091 dan rata-rata kepuasan pelanggan 20.2909, dengan skor minimal 11.00 dan maksimal 34.00 dan 33.00 dengan standar deviasi 5.47341 dan 5.49974, sehingga dinilai kualitas dan kepuasan pelanggan

Tes normalitas**Tabel 1.3****Hasil Uji Normalitas**

		Unstandardized Residual
N		55
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.96592330
Most Extreme Differences	Absolute	.137
	Positive	.137
	Negative	-.111
Kolmogorov-Smirnov Z		1.018
Asymp. Sig. (2-tailed)		.251

A. Test distribution is Normal.

Sumber: Pengolahan data SPSS versi 18

Berdasarkan hasil pengujian Tabel 2 dari 55 responden diperoleh nilai Kolmogorov-Smirnov Z sebesar 1,018. Nilai signifikan $0,251 > 0,05$ berarti data yang diuji berdistribusi normal.

Uji Beda**Tabel 1.4****KUALITAS LAYANAN * JENISKELAMIN Crosstabulation**

			JENIS KELAMIN		Total
			Laki-Laki	Perempuan	
KUALITAS LAYANAN	Sedang	Count	18	0	18
		% of Total	32.7%	.0%	32.7%
	Tinggi	Count	0	37	37
		% of Total	.0%	67.3%	67.3%
Total	Count	18	37	55	
	% of Total	32.7%	67.3%	100.0%	

Sumber : Pengolahan data SPSS versi 18

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa jumlah responden perempuan lebih banyak dibandingkan dengan jumlah responden laki-laki dengan persentase total perempuan sebanyak 67,3% atau 37 orang dan laki-laki sebanyak 18 orang atau sebanyak 32,7. Tingkat respons rata-rata adalah pada pria.

KEPUASAN PELANGGAN *JENISKELAMIN Crosstabulation

			JENIS KELAMIN		Total
			Laki-Laki	Perempuan	
KEPUASAN NASABAH	Sedang	Count	18	0	18
		% of Total	32.7%	.0%	32.7%
	Tinggi	Count	0	37	37
		% of Total	.0%	67.3%	67.3%
Total		Count	18	37	55
		% of Total	32.7%	67.3%	100.0%

Sumber : Pengolahan data SPSS versi 18

Uji hipotesis

Uji Signifikansi (Uji F)

Tabel 1.5

Hasil Uji Statistik F

ANOVA b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1422631	1	1422631	357.827	.000a
	Residual	210.715	53	3.976		
	Total	1633345	54			

A. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan X

B. Variabel Dependen : Kepuasan Pelanggan Y

Sumber: Pengelolaan data SPSS versi 18

Berdasarkan tabel 1.5 nilai signifikansi 0,000 kurang dari 0,05%, hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini fit sehingga data layak digunakan dalam pengambilan keputusan.

Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Tabel 1.6
Hasil Uji T Statistik

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Q	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constan)	1.246	1.042		1.196	.237
Kualitas Layanan X	.938	.050	.933	18.916	.000

A. Variabel Dependen: Kepuasan Pelanggan Y

Sumber: pengolahan data SPSS versi 18

Hasil pengujian pada Tabel 5 menunjukkan bahwa T hitung untuk variabel kualitas pelayanan sebesar $18,916 > T$ tabel $2,0695$ dan signifikan pada $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Kesimpulan yang dihasilkan adalah variabel kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Kantor Cabang BJB Syariah Serang.

Uji Korelasi

Tabel 1.7
Hasil Uji Korelasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.933a	.871	.869	1994

A. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan X

B. Variabel Dependen : Kepuasan Pelanggan Y

Sumber: Pengolahan data SPSS versi 18

Berdasarkan analisis koefisien korelasi (R) pada Tabel 1.7 menunjukkan koefisien korelasi (R) sebesar $0,933$ yang berarti bahwa koefisien korelasi atau hubungan antar variabel independen yaitu kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah korelasi yang tinggi.

..

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan mengenai Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Prioritas Bank BJB Syariah cabang Serang. Kesimpulan dari hasil pengolahan data yang diambil dari 55 responden dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan Bank BJB Syariah cabang Serang relatif tinggi, hal ini mempengaruhi kepuasan nasabah prioritas sebesar 87%, sehingga dalam hal ini perbankan syariah cukup baik dalam memberikan pelayanan. jasa. layanan kepada pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

“ANALISIS PERILAKU NASABAH PRIORITAS DALAM MENABUNG INVESTASI,”
“Perkembangan Bank Syariah di Indonesia,”
Putri, Nadya Aryani Laksana. "JURUSAN EKONOMI FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS BRAWIJAYA MALANG 2015,"
Sunyoto Danang, Teori, Kuesioner & Analisis Data Pemasaran dan Perilaku Konsumen,
Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013,