
JURNAL EKONOMI RABBANI

Volume: 1 Nomor. 1, Mei 2021, Hal: 63 – 69

E-ISSN: xxxxxx – P-ISSN: xxxxxx

<http://jurnal.steirisalah.ac.id/index.php/rabbani/index>

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN BANK TERHADAP KEPUASAN NASABAH TABUNGAN MUDHARABAH DI BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG TASIKMALAYA

Yazid Muhammad^{a*}, Ganjar Santika^b

^a STEI Ar-Risalah Ciamis, Indonesia

^b STEI Ar-Risalah Ciamis, Indonesia

ABSTRACT

This study aims to analyze and determine the effect of bank service quality on savings customer satisfaction mudharabah in Bank Syariah Mandiri Branch Office Tasikmalaya. In this research, the research method used is descriptive quantitative method. Sources of data used in this study are primary data in the form of data collection in the form of questionnaires and secondary data. The data analysis used is simple linear regression analysis by first testing the research instruments in the form of validity tests, reliability tests and classical assumption tests. Based on the results of the study, it is stated that there is a positive and significant influence between the quality of bank services on customer satisfaction of savings mudharabah in Bank Syariah Mandiri Branch Office Tasikmalaya. This is supported by the existence of modern transaction tools, complete, fast and accurate services and clear information related to Bank Syariah Mandiri products. The recommendations that can be given are the need for improvement in employee knowledge in answering customer questions and transaction convenience in Bank Syariah Mandiri Branch Office Tasikmalaya.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan bank terhadap kepuasan nasabah tabungan mudharabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tasikmalaya. Dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode Deskriptif Kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer berupa pengumpulan data berupa kuesioner dan data sekunder. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana dengan terlebih dahulu dilakukan pengujian instrumen penelitian berupa uji validitas, uji reliabilitas dan pengujian asumsi klasik. Berdasarkan hasil penelitian menyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan bank terhadap kepuasan nasabah tabungan mudharabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tasikmalaya. Hal tersebut didukung oleh adanya alat transaksi yang modern, pelayanan yang tuntas, cepat dan akurat serta informasi yang jelas terkait produk Bank Syariah Mandiri. Adapun rekomendasi yang dapat diberikan yaitu perlunya peningkatan dalam hal pengetahuan karyawan dalam menjawab pertanyaan nasabah dan kenyamanan bertransaksi di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tasikmalaya.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah

PENDAHULUAN

Islam mengajarkan umatnya, agar senantiasa selalu berihktiar dalam memperjuangkan kehidupannya agar hidup menjadi lebih baik. Sesuai dengan firman Allah dalam Surat Ar-Ra'd: 11

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

"...Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri" (QS Ar-Ra'd: 11).

Tidak dapat dipungkiri pada era globalisasi seperti ini, persaingan dunia usaha semakin ketat. Persaingan ini menuntut para pelaku bisnis khususnya di bidang perbankan syariah untuk memaksimalkan kinerja perusahaan agar dapat bersaing dipasaran.

Meningkatnya intensitas persaingan dan banyaknya jumlah pesaing menjadikan setiap perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan pasar atau keinginan konsumen (nasabah), sehingga sebisa mungkin perusahaan harus bisa memenuhi apa yang nasabah harapkan. Tingkat persaingan yang sangat kompleks pada suatu industri terutama industri jasa menyebabkan setiap perusahaan atau instansi harus selalu berusaha meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan nasabah dapat terwujud. Kualitas pelayanan yang ingin dipenuhi harus dilihat dari sudut pandang nasabah agar kualitas pelayanan nasabah menjadi lebih baik serta terciptanya tingkat kepuasan nasabah yang lebih baik. Terutama bagi nasabah Bank Syariah. yang jumlah nasabahnya sekitar 31,89 juta jiwa dan masih di bawah dibandingkan dengan jumlah nasabah Bank Konvensional (OJK, Oktober 2019).

Bank syariah merupakan bank yang beroperasi sesuai dengan Prinsip-Prinsip Syariah. Implementasi prinsip syariah inilah yang menjadi pembeda utama dengan bank konvensional. Pada intinya prinsip syariah tersebut mengacu kepada syariah Islam yang berpedoman utama kepada Al Quran dan Hadist. Beberapa ayat al-quran yang dijadikan rujukan dalam bertransaksi syariah antara lain :

Surat An-Nisa: 161

وَأَخَذِهِمُ الرِّبَا وَقَدْ نُهُوا عَنْهُ وَأَكْلِهِمْ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَأَعْتَدْنَا لِلْكَافِرِينَ مِنْهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا

"Dan disebabkan mereka memakan riba, padahal sesungguhnya mereka telah dilarang daripadanya, dan karena mereka memakan harta benda orang dengan jalan yang batil. Kami telah menyediakan untuk orang-orang yang kafir di antara mereka itu siksa yang pedih" (QS.An-nisa: 161).

Berdasarkan ayat tersebut, Alloh SWT memberikan jalan kemaslahatan bagi umat manusia dengan menjalankan transaksi secara syariah dan menjauhi transaksi yang bersifat riba. Karena konsep syariah memberikan kemaslahatan bagi semua pihak. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Ibnu Qayyim Al-Jauziyyah bahwa Syariat Islam dibangun berdasarkan asas hikmah dan kemaslahatan manusia di dunia dan akhirat. Ia merupakan keadilan yang bersifat mutlak, kasih sayang, kemaslahatan, dan hikmah. Oleh karena konsep syariah yang begitu baik harus sejalan dengan pelayanan yang baik pula.

Pada dasarnya pelayanan merupakan kegiatan yang ditawarkan oleh perusahaan atau instansi kepada konsumen (nasabah). Secara umum, pelayanan perusahaan yang ada di indonesia belum begitu maksimal, hal tersebut dikarenakan birokrasi yang panjang serta rumit sehingga permasalahan tersebut yang harus diperbaiki oleh perusahaan atau instansi agar dapat merubah citra buruk menjadi lebih baik. Begitu juga dengan halnya dunia Perbankan Syariah, perkembangan teknologi yang semakin pesat membuat keunggulan suatu produk sulit untuk dipertahankan, pada dasarnya karena produk lebih mudah untuk ditiru. Maka dari itulah

pelayanan yang baik dan berkualitas sangat diperlukan supaya dapat memberikan pelayanan yang prima dan berkualitas sehingga akan menciptakan kepuasan nasabah.

Salah satu cara untuk menciptakan kepuasan nasabah ialah melalui peningkatan kualitas, karena nasabah adalah fokus utama ketika mengungkap tentang kepuasan dan kualitas nasabah. Persoalan kualitas sudah menjadi harga yang harus dibayar oleh perusahaan atau intansi agar dapat bertahan dalam bisnisnya. Oleh karena tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh signifikan pelayanan bank terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan *Mudharabah* di Bank Syariah Mandiri KC Tasikmalaya.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan sumber data primer. Objek penelitian ini bertempat di Bank Syariah Mandiri KC Tasikmalaya dengan sampel sebanyak 95 responden. Teknik penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan *simple random sampling*. Untuk menunjang data penelitian ini, maka dilakukan dengan teknik penyebaran kuesioner dan studi pustaka. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana, dengan terlebih dahulu dilakukan uji validitas, reliabilitas dan uji asumsi klasik. Analisis data menggunakan bantuan SPSS versi 24.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model analisis regresi yang bagus hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Distribusi data normal, apabila data menyebar pada garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Dalam penelitian ini, uji normalitas ini menggunakan aplikasi SPSS Statistic 24. Berikut adalah hasil dari uji normalitas:

Tabel 1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,36217228
Most Extreme Differences	Absolute	,071
	Positive	,071
	Negative	-,068
Test Statistic		,071
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 1, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini terdistribusi normal, karena data menyebar pada garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Maka model regresi ini layak untuk digunakan analisis selanjutnya.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Untuk menguji multikolinieritas digunakan Variance Inflation Factor (VIF). Data penelitian dinyatakan bebas multikolinieritas apabila $VIF < 10$. Uji multikolinieritas variabel penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS Statistic 24.

Tabel 2. Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	13,372	2,625			5,095	,000		
Kualitas Pelayanan	,708	,061	,771		11,670	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: data diolah 2020

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas pada tabel 2, dapat dilihat bahwa $\text{tolerance} > 0,1$ dan $VIF < 10$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persamaan model regresi tidak mengandung masalah multikolinieritas yang artinya tidak ada korelasi diantara variabel-variabel bebas sehingga layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah ada model regresi ini terjadi ketidaksamaan varian dari residu satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residu pengamatan ke pengamatan lain berbeda berarti ada gejala heteroskedastisitas dalam model regresi tersebut. Metode yang dilakukan dengan menggunakan uji glejser, uji glejser adalah meregresikan antara variabel bebas dengan variabel residual absolute, dimana apabila nilai $\alpha > 0,1$ maka variabel bersangkutan dinyatakan bebas heteroskedastisitas Uji heterokedastisitas variabel penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS Statistic 24.

Tabel 3. Uji Heterokedastisitas

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	2,298	1,614			1,424	,158
Kualitas Pelayanan	-,028	,037	-,079		-,764	,447

Sumber: data diolah 2020

Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas pada tabel 4.16, diperoleh hasil signifikansi variabel X (Pelayanan) sebesar 0,447 lebih besar dari $\alpha 10\%$ atau 0,1 sehingga artinya tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi adalah sebuah analisis statistik yang dilakukan untuk mengetahui adakah korelasi variabel yang ada di dalam model prediksi dengan perubahan waktu. Dalam penelitian ini, uji autokorelasi menggunakan uji autokorelasi Durbin Watson. Berdasarkan hasil uji autokorelasi, didapatkan nilai Durbin-Watson sebesar 2,122. Nilai tersebut dibandingkan dengan tabel Durbin-Watson dengan alpha 0,1 atau 10%, maka nilai Durbin-Watson 2,122 berada diantara 4-DU dan DU. Berdasarkan hal tersebut maka penelitian ini terbebas dari autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel independen (Kualitas pelayanan) dengan variabel dependen (Kepuasan Nasabah). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel Kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel kepuasan nasabah apabila nilai variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan atau penurunan.

Tabel 4. Koefisien Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13,372	2,625	5,095	,000
	Kualitas Pelayanan	,708	,061	,771	,000

Sumber: data diolah 2020

Berdasarkan hal tersebut, maka regresi linier sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut.

$$Y = 13,372 + 0,708X$$

Konstanta a sebesar 13,372 mengatakan jika variabel kualitas pelayanan bernilai konstan atau sama dengan 0 kemudian tidak terjadi penurunan atau kenaikan, maka besarnya nilai kepuasan nasabah adalah sebesar 13,372.

Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,708 menunjukkan pengaruh positif atau searah antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah. Hal tersebut berarti setiap terjadi peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1 maka akan menaikkan kepuasan nasabah sebesar 0,708. Begitupun sebaliknya setiap terjadinya penurunan kualitas pelayanan sebesar 1 akan menurunkan kepuasan nasabah sebesar 0,708.

Pelayanan merupakan rasa yang menyenangkan yang diberikan kepada nasabah/konsumen yang diikuti dengan sikap keramahan dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan. Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau sikap seseorang atau perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah/pelanggan. Tidak dapat dihindari hampir semua produk yang ditawarkan di setiap perusahaan memerlukan pelayanan yang baik, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam prakteknya konsumen memerlukan bantuan pelayanan untuk memenuhi kepuasan kebutuhannya.

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, memuaskan nasabah adalah hal pokok yang tidak boleh diabaikan, dimana kepuasan nasabah merupakan faktor yang sangat strategis dalam memenangkan persaingan, mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas. Kepuasan konsumen ditentukan oleh kualitas produk dan layanan, untuk kepuasan konsumen terhadap layanan, ada dua hal pokok yang saling berkaitan erat yaitu harapan konsumen terhadap pelayanan dan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan. Pelanggan selalu menilai suatu layanan yang diterima dibandingkan dengan apa yang diharapkan atau diinginkan.

Upaya peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan Bank Syariah Mandiri KC Tasikmalaya terfokus pada berorientasi pasar atau masyarakat sebagai pengguna jasa perbankan. Hal ini berkaitan dengan harapan masyarakat, mereka ingin mendapatkan hubungan yang baik dengan bank yang nyaman dan mudah melakukan transaksi.

Berdasarkan analisis data yang telah di uji dalam penelitian ini, maka dapat dijelaskan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Jika kualitas pelayanan semakin meningkat maka kepuasan nasabah juga akan semakin tinggi. Hal ini terbukti dari hasil analisis yang menyatakan bahwa koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,708 menunjukkan pengaruh positif atau searah antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah. Hal tersebut berarti setiap terjadi peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1 maka akan menaikkan kepuasan nasabah sebesar 0,708. Begitupun sebaliknya setiap terjadinya penurunan kualitas pelayanan sebesar 1 akan menurunkan kepuasan nasabah sebesar 0,708. Dalam artian lain, Kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan nasabah. Apabila layanan yang diberikan sesuai dengan harapan nasabah, maka kualitas layanan tersebut akan dipersepsikan baik atau positif oleh nasabah. Begitu juga sebaliknya, apabila layanan yang dirasakan lebih jelek dari yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan negatif atau buruk.

Ini juga dibuktikan dengan Uji T yang menunjukkan hasil yang mengatakan perhitungan kualitas pelayanan memiliki nilai t hitung sebesar 5,095 dengan taraf signifikansi 0,000. Yang berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, dalam istilah lainnya pelayanan yang terbaik yang mana karyawan harus memperhatikan nasabahnya, baik itu kebutuhannya maupun juga dalam pemberiannya informasi harus jelas dan tepat sehingga memberikan rasa nyaman bagi nasabah.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Nina Indah Pebriani (2016), Mustaqim (2016) dan Fitri Madona (2017) yang menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Dengan demikian, dari penjelasan secara teori dan hasil statistik yang telah dijelaskan, diketahui bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri KC Tasikmalaya. Dengan adanya peningkatan kualitas pelayanan dari Bank Syariah Mandiri KC Tasikmalaya, maka hal tersebut dapat mempengaruhi kepuasan nasabah sehingga nasabah akan semakin merasa senang dan puas terhadap layanan yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri KC Tasikmalaya.

SIMPULAN

Simpulan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka terbukti bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri KC Tasikmalaya. Hal tersebut didukung oleh alat transaksi yang modern, pelayanan yang tuntas dan akurat. Kemudian layanan yang cepat dan memenuhi standar operasional serta informasi yang jelas terkait produk juga mendukung kepuasan nasabah. Untuk mendukung hasil analisis ini, maka sangat diperlukan adanya peningkatan pengetahuan karyawan dalam menjawab pertanyaan nasabah, dan kenyamanan bertransaksi di Bank Syariah Mandiri KC Tasikmalaya.

REFERENSI

- Antonio, Muhammad Syafi'i. (2001). *Bank Syariah Dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Barnes, James G. (2003). *Secrets Of Costumer Realitionsip Management*. Yogyakarta: ANDI.
- Bitner, Zeithaml. (2003). *Reassement Of Expectations As A Compaison Standar In Measuring Service Quality: Implication For Futher Research*, Jurnal Of Marketing, January (58) 111-124
- Djaslim, Saladin. (2003). *Manajemen Pemasaran Analisis,Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian*. Bandung: Linda Karya.
- Hardiyansyah. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gava Media.
- Irawan, Handi. (2002). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kotler, Philip. (2006). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I, Edisi Kesebelas, Jakarta: P.T Indeks Gramedia.
- Kotler, Philip dan Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi Kedua Belas. Jakarta: PT Indeks Gramedia.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- LoveLock, C, dan John Wirtz. (2011). *Pemasaran Jasa Perspektif Edisi 7*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nasution, M. N. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu: Total Quality Management*. Edisi Kedua. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ratminto dan Atik Septi Winarsih. (2005). *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Sugiono. (2016). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2000). *Manajemen Jasa*. Edisi Kedua. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono dan Chandra G. (2011). *Service, Quality, & Sanisfaction*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono. Fandy. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.
- Wiroso. (2011). *Akuntansi Transaksi Syariah*. Jakarta: Ikatan Akuntansi Indonesia