

ANALISIS PENERAPAN NILAI-NILAI SYARIAH DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH (STUDI PADA PT. BANK ACEH SYARIAH KCP DARUSSALAM)

Wiwin Utari

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh
wiwinutari2015@gmail.com

Inayatillah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh
inayatillah@ar-raniry.ac.id

Ismuadi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh
ismuadi@ar-raniry.ac.id

Abstract

This study aims to examine and analyze the effect of the application of Islamic values and service quality on customer satisfaction (a study at PT. Bank Aceh Syariah KCP Darussalam). Data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 customers. The results showed that partially the variable application of Islamic values has no effect on customer satisfaction and service quality variables have a positive and significant effect on customer satisfaction. Simultaneously the application of sharia values and service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. This shows that syariah values and service quality are mutually related in influencing customer satisfaction at PT. Bank Aceh Syariah KCP Darussalam.

Keywords: *Islamic values, service quality, and customer satisfaction.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh penerapan nilai-nilai syariah dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah (studi pada PT. Bank Aceh Syariah KCP Darussalam). Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 orang nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel penerapan nilai-nilai syariah tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara simultan penerapan nilai-nilai syariah dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa nilai-nilai syariah dan kualitas layanan secara bersama-sama saling berhubungan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP Darussalam.

Kata Kunci: *Nilai-nilai syariah, kualitas layanan, dan kepuasan nasabah.*

PENDAHULUAN

Pasal 1 huruf 1 Undang-Undang No 10 Tahun 1998 menyatakan bahwa perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup tentang kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Sementara itu pasal 1 huruf 2 menyatakan bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat

dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (UU Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998). Bank sebagai lembaga perantara (*intermediary institution*) yang menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat. Dana dari masyarakat yang disimpan dalam bentuk

rekening giro, deposito, dan tabungan kemudian dihimpun dan dikelola oleh bank. Dengan adanya lembaga perbankan, masyarakat dapat dengan mudah melakukan transaksi bisnis (Wangsawidjaja, 2012).

Bagi suatu negara bank dapat dikatakan sebagai darahnya perekonomian suatu negara. Maka dari itu, peranan perbankan sangat memengaruhi kegiatan ekonomi suatu negara. Dengan kata lain kemajuan suatu bank di suatu negara dapat pula dijadikan ukuran kemajuan negara yang bersangkutan. Semakin maju suatu negara, maka semakin besar peranan perbankan dalam mengendalikan negara tersebut. Artinya, keberadaan dunia perbankan semakin dibutuhkan pemerintah dan masyarakat (Kasmir, 2005). Sejalan dengan perkembangannya, kehidupan ekonomi yang melibatkan dunia perbankan tidak terbatas pada perbankan konvensional. Dewasa ini perbankan dengan konsep sistem syariah menjadi fenomena baru yang mulai menggema di dunia internasional. Pada Tahun 1998 Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 diubah dengan Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 yang secara tegas mengakui keberadaan bank yang berdasarkan prinsip syariah di samping bank konvensional. Dengan perkembangan yang signifikan perbankan syariah di Indonesia, maka pemerintah mengeluarkan Undang-Undang tersendiri tentang perbankan syariah, yaitu melalui Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 (Mardani, 2015).

Salah satu Bank Syariah yang ada di Aceh yaitu Bank Aceh Syariah, dalam menarik dan mempertahankan nasabah tentunya bank ini harus mampu menerapkan nilai-nilai syariah yang menekankan pada prinsip hukum perjanjian islam di antaranya yaitu *al-hurriyah* (kebebasan), *al-musawah* (persamaan dan kesetaraan), *al-'adalah* (keadilan), *ash-shidq*

(kebenaran dan kejujuran), *al-ridha* (kerelaan), *al-kitabah* (tertulis) yang merupakan prinsip dasar dalam hukum perjanjian islam. Dengan penerapan nilai-nilai syariah tersebut, akan meningkatkan kepuasan dan kepercayaan nasabah untuk menempatkan dananya ataupun menggunakan pembiayaan pada perbankan syariah tersebut (Djamil, 2001).

Adapun nilai-nilai syariah yang berasal dari prinsip-prinsip (asas-asas) ke islaman tersebut tentunya tidak hanya menjadi simbol saja, akan tetapi harus diaplikasikan dengan nyata dalam setiap aktivitas perbankan syariah. Sehingga perbankan syariah dapat senantiasa berada dalam koridor nilai-nilai syariah guna mencapai pengembangan ke arah yang lebih baik lagi. Tidak hanya dalam penerapan nilai-nilai syariah saja, kualitas layanan juga hal yang menentukan tingkat kepuasan nasabah pada suatu bank. Menurut Tjiptono (dalam Pananrangi, 2017), menyatakan bahwa pelayanan merupakan proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas *intangible* yang biasa (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan, jasa dan sumber daya, fisik atau barang, dan sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan.

Berbagai macam bentuk pelayanan yang diberikan turut mempengaruhi kepuasan nasabah. Nasabah akan memberikan penilaian baik secara langsung ataupun tidak langsung terhadap layanan yang diberikan oleh bank. Nasabah akan menilai kualitas layanan suatu bank berdasarkan penilaian keseluruhan antara apa yang diterima dan dialami dibandingkan dengan harapannya (Suryani, 2017). Untuk meningkatkan kinerja perbankan dan kepercayaan nasabah, dikarenakan perbankan merupakan bank jasa maka pelayanan yang diberikan harus dapat memberikan kepuasan terhadap nasabahnya.

Pelayanan adalah suatu jalan untuk mempertahankan bank agar selalu didekati dan di ingat oleh nasabahnya. Adapun pelayanan yang harus diberikan kepada nasabah ialah pelayanan terbaik sehingga nasabah tidak akan pindah ke bank lain (Atmadjati, 2018).

Nasabah pada zaman sekarang adalah nasabah yang kritis dan sangat berhati-hati dalam membelanjakan dan menginvestasikan uang. Mereka mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk atau jasa termasuk jasa perbankan. Fasilitas menjadi salah satu pertimbangan nasabah dalam menentukan pilihan. Pada tingkat harga yang hampir sama, semakin lengkap fasilitas yang disediakan pihak bank, maka akan semakin puas nasabah dan dia akan terus memilih bank tersebut sebagai pilihan prioritas berdasarkan persepsi yang dia peroleh terhadap fasilitas yang tersedia (Afifah, 2018).

Setelah menjalankan penerapan nilai-nilai syariah dan kualitas layanan dengan baik, maka selanjutnya adalah harus memperhatikan kepuasan nasabah. Kepuasan adalah penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri yang menyediakan tingkat kesenangan pelanggan berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi pelanggan. Kepuasan nasabah (pelanggan) dapat diciptakan melalui kualitas pelayanan maupun nilai yang diberikan oleh perusahaan, sehingga kepuasan nasabah hanya dapat dinilai berdasarkan pengalaman nasabah yang pernah berinteraksi langsung dengan perusahaan (Nuralam, 2017).

Adapun literatur yang berkaitan dengan penelitian penulis yaitu penelitian (Susanti dan Syahrian, 2019) dengan judul “pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah (pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Pondok Pinang)” dalam penelitian

ini membahas bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Pondok Pinang. Penelitian (Fransiska, 2019) dengan judul “pengaruh kualitas layanan bank terhadap kepuasan nasabah (studi pada Bank Syariah Mandiri KCP Curup)” dalam penelitian ini membahas bahwa sebagian besar nasabah merasa puas terhadap pelayanan yang telah diberikan sehingga kualitas layanan di Bank Syariah Mandiri KCP Curup cukup berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian (Nadhiroh, 2016) dengan judul “pengaruh kualitas produk dan penerapan nilai islam terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung” dalam penelitian ini membahas bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, kemudian variabel penerapan nilai islam berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Akan tetapi, dari hasil uji t ternyata penerapan nilai islam merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Tulungagung dibandingkan kualitas produk. Penelitian (Aliah, 2011) dengan judul “pengaruh kualitas pelayanan dan penerapan prinsip-prinsip syariah terhadap kepuasan nasabah KPR di BNI Syariah Cabang Semarang)” dalam penelitian ini membahas bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah KPR di BNI Syariah Cabang Semarang, sedangkan variabel penerapan prinsip-prinsip syariah mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah KPR di BNI Syariah Cabang Semarang.

Melihat penerapan nilai-nilai syariah dan kualitas layanan mempunyai peranan yang sangat penting terhadap kepuasan

nasabah dalam menggunakan jasa keuangan bank syariah dan juga masih terjadi perbedaan pendapat berpengaruh atau tidaknya terhadap kepuasan nasabah, maka dari itu tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji lebih lanjut apakah penerapan nilai-nilai syariah dan kualitas layanan berpengaruh atau tidak terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP Darussalam.

KERANGKA BERPIKIR

Kerangka berpikir dalam penelitian ini menjelaskan bagaimana pengaruh nilai-nilai syariah dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah. Nilai-nilai syariah sangat berpengaruh terhadap aktivitas perbankan syariah dalam proses perkembangan perbankan kedepannya. Penerapan nilai-nilai syariah yang baik dan benar dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan jasa perbankan. Adapun dampak dari penerapan nilai-nilai syariah tersebut, akan meningkatkan kepuasan dan kepercayaan nasabah untuk menempatkan dananya dan menggunakan pembiayaan untuk usaha ke perbankan syariah. (Agustin, 2019).

Kemudian kualitas layanan juga sangat memberikan pengaruh terhadap kepuasan nasabah pada suatu bank. Kunci untuk menjaga agar nasabah loyal pada bank adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas agar nasabah tersebut tetap terus merasa puas dan senang. Nasabah yang merasa puas terhadap kualitas layanan maka nasabah tersebut akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk menjadi nasabah yang loyal terhadap bank. Akan tetapi, apabila nasabah yang tidak puas maka dampak yang dirasakan oleh bank adalah nasabah tersebut dapat melakukan berbagai tindakan yang dapat merugikan perusahaan dan merusak citra perusahaan. (Setiawan, 2019).

Pengaruh Nilai-nilai Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah

Prinsip nilai-nilai syariah yang ada pada setiap perusahaan atau bank yang berbasis syariah harus memiliki beberapa prinsip-prinsip sesuai dengan hukum islam sebagai titik acuan perusahaan. Berikut adalah beberapa indikator penerapan nilai-nilai syariah yang sesuai dengan hukum islam pada perusahaan di antaranya yaitu (Anshori, 2018):

1. *Al-Hurriyah* (Kebebasan)

Yaitu suatu prinsip dasar dalam hukum perjanjian islam, dalam artian para pihak bebas membuat suatu perjanjian akad (*freedom of making contract*). Bebas dalam menentukan objek perjanjian dan bebas dalam menentukan dengan siapa ia akan membuat perjanjian, serta bebas menentukan bagaimana cara menentukan penyelesaian sengketa jika terjadi dikemudian hari. Dalam membuat hukum perjanjian tidak boleh ada unsur paksaan, kekhilafan, dan penipuan. Adapun ayat al-quran yang menjelaskan tentang kebebasan dalam perjanjian.

2. *Al-Musawah* (Persamaan atau Kesetaraan)

Yaitu bahwa para pihak mempunyai kedudukan (*bargaining position*) yang sama, sehingga dalam menentukan *term and condition* dari suatu akad /perjanjian setiap pihak mempunyai kesetaraan atau kedudukan yang seimbang.

3. *Al-'Adalah* (Keadilan)

Pelaksanaan asas ini dalam suatu perjanjian/akad menuntut para pihak untuk melakukan yang benar dalam mengungkapkan kehendak dan keadilan, memenuhi semua kewajibannya. Perjanjian harus senantiasa mendatangkan keuntungan yang adil dan seimbang, serta tidak boleh

mendatangkan kerugian bagi salah satu pihak.

4. *Al-Ridha* (Kerelaan)

Yaitu bahwa segala transaksi yang dilakukan harus atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak, harus di dasarkan pada kesepakatan bebas dari para pihak dan tidak boleh ada unsur paksaan, tekanan, penipuan, dan *mis-statement*.

5. *Ash-Shidq* (Kebenaran dan Kejujuran)

Yaitu bahwa di dalam Islam setiap orang dilarang melakukan kebohongan dan penipuan, karena dengan adanya penipuan/kebohongan sangat berpengaruh dalam keabsahan perjanjian/akad.

6. *Al-Kitabah* (Tertulis)

Yaitu bahwa setiap perjanjian hendaknya dibuat secara tertulis, lebih berkaitan demi kepentingan pembuktian jika dikemudian hari terjadi sengketa.

Penelitian Aziz (2017) menemukan bahwa nilai syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan penelitian Aliah (2011) yang menyatakan bahwa penerapan prinsip syariah tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

H_{a1} : Nilai-nilai syariah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

H_{o1} : Nilai-nilai syariah tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berikut ini faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu (Arif, 2012):

a. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan, kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan lingkungan sekitar adalah bukti fasilitas/gedung dan lain sebagainya.

b. Keandalan (*Reliability*)

Yaitu suatu kemampuan perusahaan (bank) dalam menunjukkan eksistensinya pada pelanggan. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan (bank) dan lingkungan sekitarnya.

c. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Yaitu daya tanggap perusahaan dalam memberi layanan bagi pelanggan untuk menolong pelanggan dan ketersediaannya untuk melayani nasabah dengan baik.

d. Jaminan (*Assurance*)

Yaitu suatu kemampuan karyawan bank untuk menumbuhkan rasa percaya nasabah kepada bank. Variabel ini terdiri dari beberapa komponen antara lain ialah komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan, kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*cortecy*).

e. *Empaty* (*Empathy*)

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada para nasabah dengan berupa memahami keinginan nasabah.

Penelitian Susanti dan Syahrin (2019) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

H_{a2} : Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

H_{o2} : Kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian dengan metode kuantitatif. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian survei yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Untuk memperoleh data dalam penelitian ini dilakukan dengan

menyebarkan kuesioner kepada 100 responden, yaitu nasabah PT. Bank Aceh Syariah KCP Darussalam. Populasi ialah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang ada pada PT. Bank Aceh Syariah KCP Darussalam pada tahun 2019 yaitu yang berjumlah 13.661 orang. Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016). Sampel dari penelitian ini adalah sebagian dari nasabah PT. Bank Aceh Syariah KCP Darussalam. Untuk menentukan jumlah sampel yang akan dijadikan objek dalam penelitian ini, maka digunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} \quad n = \frac{13.661}{1+13.661(10\%)^2} \quad n = 99,27$$

Dari hasil perhitungan tersebut, sampel yang dihasilkan adalah 99,27 dan dibulatkan menjadi 100 responden. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *convinience sampling* (sampel secara kebetulan) atau teknik ini sering disebut sebagai *accidental sampling*, yang merupakan suatu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan. Sumber data primer yang digunakan dapat langsung dari jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan kuesioner kepada sampel yang dibagikan kepada nasabah PT. Bank Aceh Syariah KCP Darussalam. Analisis data menggunakan alat bantu SPSS dan untuk membuktikan hipotesis dengan melihat hasil regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskripsi Variabel

Dalam penelitian ini ada dua variabel yaitu nilai-nilai syariah (X_1), kualitas layanan

(X_2) yang merupakan variabel independen serta kepuasan nasabah (Y) yang merupakan variabel dependen. Dimana variabel X_1 (6 pernyataan), variabel X_2 (12 pernyataan), dan variabel Y (7 pernyataan) semua menjadi 25 pernyataan.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika suatu pernyataan atau pernyataan pada kuesioner tersebut mampu untuk mengungkapkan suatu yang diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2013).

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan antara r hitung dengan r tabel. Sedangkan nilai r hitung dapat dilihat dalam *Corrected Item Total Correlation* pada output program SPSS. Kemudian untuk pengambilan keputusan Jika r hitung $>$ r tabel maka butir atau variabel yang diteliti adalah valid. Hasil uji validitas selengkapnya adalah sebagai berikut:

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

No Pernyataan	Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
1	NS1	0,730	0,1946	Valid
2	NS2	0,742		
3	NS3	0,787		
4	NS4	0,786		
5	NS5	0,680		
6	NS6	0,646		
7	KL1	0,514	0,1946	Valid
8	KL2	0,567		
9	KL3	0,551		
10	KL4	0,525		
11	KL5	0,648		
12	KL6	0,418		
13	KL7	0,691		
14	KL8	0,625		
15	KL9	0,691		
16	KL10	0,783		
17	KL11	0,777		
18	KL12	0,601		
19	KN1	0,656	0,1946	Valid
20	KN2	0,650		
21	KN3	0,763		

22	KN4		0,775		
23	KN5		0,726		
24	KN6		0,620		
25	KN7		0,665		

Sumber: Data diolah dari SPSS (2020)

Berdasarkan tabel 1 di atas dengan jumlah responden sebesar 100 maka sesuai tabel nilai kritis 5% yaitu $N=100$ adalah sebesar 0,1946. Dengan demikian bahwa secara keseluruhan item pernyataan pada variabel nilai-nilai syariah (X_1), kualitas layanan (X_2), dan kepuasan nasabah (Y) menunjukkan bahwa nilai yang di dapatkan pada soal ke-1 hingga soal ke-6 adalah valid dikarenakan nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan r_{tabel} yaitu sebesar 0,1946.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas yaitu untuk menunjukan sejauh mana alat ukur tetap konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih. Hasil analisis reabilitas dapat dilihat pada output program SPSS dan ditunjukkan dengan melihat besarnya nilai α . Suatu variabel dikatakan reabilitas apabila nilai *coefficient cronbach alpha* $> 0,60$ maka butir pernyataan atas variabel yang diteliti tersebut adalah reliabel. Dimana hasilnya sebagai berikut:

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Minimal Cronbach Alpha	Cronbach Alpha
X_1	0,6	0,824
X_2		0,848
Y		0,817

Sumber: Data diolah dari SPSS (2020)

Berdasarkan tabel 2 di atas menjelaskan bahwa nilai *cronbach alpha* variabel Nilai-Nilai Syariah (X_1) yaitu sebesar 0,824, Kualitas Layanan (X_2) sebesar 0,848, danKepuasan Nasabah (Y) sebesar 0,817. Hal ini berarti nilai *cronbach alpha* dari tiap-

tiap variabel lebih besar dari nilai nominal *cronbach alpha* 0,6 atau nilai *cronbach alpha* $> 0,6$. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel independen yang terdiri dari Nilai-Nilai Syariah (X_1), Kualitas Layanan (X_2), dan variabel dependen yaitu Kepuasan Nasabah (Y) dapat dinyatakan bahwa alat ukur dalam penelitian ini reliabel atau handal.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui penyimpangan yang terjadi pada data yang digunakan untuk penelitian.

a. Uji Normalitas

Menurut Sugiyono (2016), uji normalitas bertujuan untuk menguji data variabel bebas dan data variabel terikat pada persamaan regresi yang dihasilkan, berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik *One Sample Kolmogorov-Smirnov*. Berikut hasil uji normalitas dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* seperti gambar di bawah ini:

Tabel 3
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal	Mean	0E-7
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	1,56936811
	Absolute	,053
Most Extreme	Positive	,053
Differences	Negative	-,031
Kolmogorov-Smirnov Z		,531
Asymp. Sig. (2-tailed)		,940

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data diolah dari SPSS (2020)

Berdasarkan tabel 3 di atas uji normalitas dilakukan dengan menggunakan statistik *Kolmogorov-Smirnov*, nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,531 dan nilai signifikansi sebesar 0,940 atau lebih besar

dari 0,05, sehingga H_0 tidak dapat ditolak dan dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan mengikuti distribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Uji multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factors* (VIF) dan *Tolerance*, untuk lebih jelas dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4
Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Konstanta		
Nilai-Nilai Syariah (X_1)	,998	1,002
Kualitas Layanan (X_2)	,998	1,002

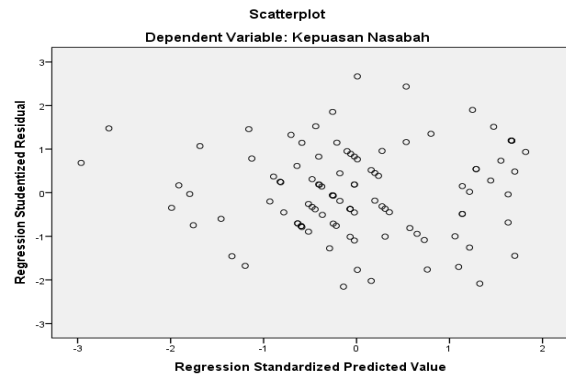
a. Dependen Variabel: Kepuasan Nasabah
Sumber: Data diolah dari SPSS (2020)

Berdasarkan uji multikolinearitas pada tabel 4 di atas menunjukkan bahwa diketahui nilai tolerance nilai-nilai syariah (X_1) dan kualitas layanan (X_2) lebih besar dari 0,10 sementara nilai VIF nilai-nilai syariah (X_1) dan kualitas layanan (X_2) lebih kecil dari 10,00 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan multikolinearitas antar variabel independen dengan variabel dependen.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara menguji asumsi heteroskedastisitas dengan melihat grafik *scatterplot*. Jika penyebaran data pada grafik teratur dan membentuk pola tertentu, maka menjadi masalah heteroskedastisitas. Sebaliknya jika penyebaran data pada grafik tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu, maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah

heteroskedestisitas. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat grafik *scatterplot*, di mana hasilnya sebagai berikut:



Sumber: Data diolah dari SPSS (2020)

Gambar 1
Grafik Scatterplot

Berdasarkan gambar 1 di atas menunjukkan bahwa penyebaran data pada grafik *scatterplot* tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi problem heteroskedastisitas. Sehingga model regresi layak digunakan untuk menganalisis hubungan nilai-nilai syariah, dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah.

Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2016), regresi linier berganda adalah metode analisis yang digunakan untuk memodelkan efek simultan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Tujuannya untuk menguji hubungan antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Model regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5
Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,926	1,777		,521	,603
1 Nilai-Nilai Syariah	,103	,069	,078	1,492	,139
Kualitas Layanan	,495	,030	,852	16,356	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah dari SPSS (2020)

Berdasarkan tabel 5 di atas, maka dapat dirumuskan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,926 + 0,103 X_1 + 0,495 X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan yang dihasilkan melalui analisis regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

- Nilai konstanta (α) yang diperoleh sebesar 0,926 menunjukkan bahwa jika variabel bebas (X_1 dan X_2) dinaikan dalam 1 skala likert maka variabel terikat (Y) akan naik sebesar 92,6%.
- Nilai koefisien variabel nilai-nilai syariah (X_1) adalah sebesar 0,103. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel nilai-nilai syariah (X_1) naik dalam 1 skala likert, maka variabel Y akan naik sebesar 10,3%.
- Nilai koefisien variabel kualitas layanan (X_2) adalah sebesar 0,495. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel kualitas layanan (X_2) naik dalam 1 skala likert, maka variabel Y akan naik sebesar 49,5%.

Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menunjukkan seberapa besar variabel independen menjelaskan variabel dependen. R^2 pada persamaan regresi rentan terhadap penambahan variabel independen, dimana semakin banyak variabel independen yang terlibat, maka semakin besar nilai R^2 pada analisis regresi berganda (Ghozali, 2013). Nilai koefisien determinasi (R^2) digunakan *R square*, untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6
Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^a				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,859 ^a	,738	,732	1,585

1	,859 ^a	,738	,732	1,585
---	-------------------	------	------	-------

a. Predictors: (Constant), Kualitas layanan, Nilai-Nilai Syariah
b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah dari SPSS (2020)

Dari hasil pengujian yang dilakukan dengan menggunakan SPSS, dapat dilihat pada tabel 6 menunjukkan bahwa nilai Koefisien Determinasi (R^2) yang diperoleh adalah sebesar 0,738 atau 73,8%. Hal ini berarti hanya 73,8% variabel independen (nilai-nilai syariah dan kualitas layanan) dapat mempengaruhi variabel dependen (kepuasan nasabah). Sedangkan sisanya sebesar 26,2% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Untuk menentukan menerima atau menolak hipotesis yang diajukan, maka dilakukan uji t dan uji f untuk melihat pengaruh penerapan nilai-nilai syariah dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dilakukan dengan membandingkan nilai t_{tabel} dan t_{hitung} dengan tingkat signifikan 5%.

Uji T (Uji Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Penelitian ini dilakukan dengan melihat langsung pada hasil perhitungan koefisien regresi melalui SPSS pada bagian *Unstandardized Coefficients* dengan membandingkan *Unstandardized Coefficients B* dengan *Standars error of estimate* sehingga akan didapatkan hasil yang dinamakan t hitung (Ghozali, 2013). Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengujianya yaitu apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $< (0,05$ atau 5%), maka H_0 ditolak dan H_a

diterima, artinya bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, dan begitu juga sebaliknya. Berdasarkan tabel 8 dapat dijelaskan bahwa:

a. Hipotesis 1

Uji statistik secara parsial pada tabel di atas, dapat diketahui variabel nilai-nilai syariah (X_1) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,492 dan t_{tabel} sebesar 1,661, sehingga t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($1,492 < 1,661$) dengan nilai signifikannya sebesar 0,139, nilai signifikan tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,139 > 0,05$). Maka H_0 diterima, artinya bahwa variabel nilai-nilai syariah (X_1) tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah (Y).

b. Hipotesis 2

Uji statistik secara parsial pada tabel di atas, dapat diketahui variabel kualitas layanan (X_2) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 16,356 dan t_{tabel} sebesar 1,661, sehingga t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($16,356 > 1,661$) dengan nilai signifikannya sebesar 0,000, nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka H_0 ditolak, artinya bahwa variabel kualitas layanan (X_2) berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah (Y). Nilai t hitungnya diperoleh positif yaitu sebesar 16,356, artinya berpengaruh positif dan signifikan.

Uji F (Uji Simultan)

Uji Statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013). Cara untuk mengetahuinya yaitu dengan membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel yaitu apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $< (0,05$ atau 5%), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel

dependen, dan begitu juga sebaliknya.

Tabel 7
Uji Simultan (F)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	685,881	2	342,941	136,429	,000 ^b
Residual	243,829	97	2,514		
Total	929,710	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Nilai-Nilai Syariah

Sumber: Data diolah dari SPSS (2020)

Berdasarkan tabel 7 di atas menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 136,429 dengan nilai F_{tabel} sebesar 3,09, sehingga F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($136,429 > 3,09$) dengan nilai signifikannya 0,000, nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama (simultan) variabel nilai-nilai syariah dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan pengaruh nilai-nilai syariah dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah. Berikut ini adalah pembahasan dari masing-masing variabel yang terkait dalam penelitian ini.

Pengaruh nilai-nilai syariah terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Aceh Syariah KCP Darussalam

Berdasarkan hasil statistik parsial menunjukkan bahwa variabel nilai-nilai syariah (X_1) tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah (Y). Hal ini dapat diartikan bahwa penerapan nilai-nilai syariah yang ada di PT. Bank Aceh Syariah KCP Darussalam belum sesuai dengan harapan nasabah. Adapun hasil dari jawaban kuesioner yang telah diisi oleh responden hasil dari jawaban tersebut dominan sangat

setuju dan setuju. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penerapan nilai-nilai syariah yang ada di PT. Bank Aceh Syariah KCP Darussalam sudah bagus, tetapi ada faktor lain yang lebih membuat nasabah merasa puas, seperti kualitas pelayanan yang diberikan sangat bagus, produk yang ditawarkan berkualitas, atau karena kemudahan yang dirasakan oleh pihak nasabah dalam bertransaksi dengan bank.

Hal ini sejalan dengan penelitian Aliah (2011) yang menyatakan bahwa secara parsial penerapan prinsip syariah tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah KPR di BNI Syariah Cabang Semarang yang ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Sedangkan berbeda halnya dengan hasil penelitian Aziz (2017) yang menyatakan bahwa variabel nilai syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Pada Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo Yogyakarta.

Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Aceh Syariah KCP Darussalam

Berdasarkan hasil statistik parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X_2) berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah (Y). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang ada di PT. Bank Aceh Syariah KCP Darussalam sudah memberikan kepuasan pada nasabah. Dengan pelayanan yang dapat diandalkan, cepat tanggap, dapat dipercaya, menjalin komunikasi yang baik dan sopan sesuai syariah dapat memberikan nilai tersendiri dari pandangan nasabah. Hal ini terbukti dari hasil kuesioner berdasarkan indikator kualitas layanan menunjukkan jawaban responden terhadap variabel kualitas layanan sangat setuju dan setuju.

Perusahaan yang dapat diandalkan jika memiliki pengaruh yang baik terhadap kepuasan nasabah. Nasabah yang merasa

puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan maka akan mempengaruhi minat nasabah untuk terus menggunakan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP Darussalam dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diterapkan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Mubarokati (2017) yang menyatakan bahwa tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh BNI Syariah Cabang Medan secara keseluruhan dinilai sangat baik atau telah sesuai antara persepsi dan harapan nasabah selama ini. Penelitian Mubarak (2017) menyatakan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik dimensi kualitas layanan maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah. Penelitian Setiawan (2019) yang menyatakan variabel kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang. Kemudian juga sejalan dengan penelitian Susanti dan Syahrin (2019) yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Pondok Pinang.

Pengaruh Penerapan Nilai-nilai Syariah Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Aceh Syariah KCP Darussalam

Berdasarkan hasil statistik secara simultandidapatkan hasil bahwa penerapan nilai-nilai syariah dan kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama (simultan) variabel nilai-nilai syariah dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan

terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Aceh Syariah KCP Darussalam. Hal ini menunjukkan bahwa dari penerapan nilai-nilai syariah dan kualitas yang ada di PT. Bank Aceh Syariah KCP Darussalam sudah bagus dan sudah memberikan kepuasan kepada nasabah.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menjelaskan bahwa kepuasan yang dirasakan oleh nasabah dapat dibuktikan dari jawaban kuesioner yang telah dibagikan kepada nasabah PT. Bank Aceh Syariah KCP Darussalam, dari segi penerapan nilai-nilai syariah dan kualitas layanan menunjukkan bahwa jawaban kuesioner didominasi dengan jawaban sangat setuju dan setuju. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Aliah (2011) yang menyatakan bahwa secara simultan (bersama-sama) terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan penerapan prinsip-prinsip syariah terhadap kepuasan nasabah KPR di BNI Syariah Cabang Semarang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian variabel nilai-nilai syariah dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Aceh Syariah KCP Darussalam, kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sesuai dengan hasil hipotesis menunjukkan bahwa variabel penerapan nilai-nilai syariah menerima H_0 dan menolak H_a atau H_1 . Dapat diartikan bahwa penerapan nilai-nilai syariah tidak adanya pengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Aceh Syariah KCP Darussalam.
2. Sesuai dengan hasil hipotesis menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan menerima H_a atau H_1 dan menolak H_0 . Dapat diartikan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap
3. Sesuai dengan hasil hipotesis menunjukkan bahwa variabel independen (nilai-nilai syariah dan kualitas layanan) secara simultan (bersama-sama) menerima H_a atau H_1 dan menolak H_0 . Dapat diartikan bahwa variabel independen (nilai-nilai syariah dan kualitas layanan) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah) pada PT Bank Aceh Syariah KCP Darussalam.

REFERENSI

- Agustin, Hamdi. 2019. "Analisis Penerapan Nilai-Nilai Islam Pada Bank Syariah Di Pekanbaru". *Jurnal Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau (UIR)*.
- Aziz, Abdul. 2017. "Pengaruh Implementasi Nilai Syariah Dan Karakteristik Syariah Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo Yogyakarta" *Jurnal Skripsi Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*.
- Afifah. 2018. "Analisis Perbandingan Tingkat Kualitas Layanan, Fasilitas, Serta Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah Dan Konvensional." *Skripsi Ilmu Ekonomi Islam, Yogyakarta, 4*.
- Aliah, Himmatul. 2011. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penerapan Prinsip-prinsip Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah KPR Di BNI Syariah Cabang Semarang" *Skripsi Ilmu Ekonomi Islam IAIN Walisongo, Semarang*.
- Anshori, Abdul Ghofur. 2018. *Perbankan*

- Syariah Di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Arif, M. Nur Rianto Al. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Atmadjati, Arista. 2018. *Layanan Prima Dalam Praktik Saat Ini*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Djamil, Fathurrahman. 2001. *Hukum Perjanjian Syariah Dalam Kompilasi Hukum Perikatan*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Fransiska, Soniya. 2019. "Pengaruh Kualitas Layanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri KCP Curup)". *Skripsi Fakultas Syari'ah Dan Ekonomi Islam IAIN Curup (Bengkulu)*.
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kasmir. 2005. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Mardani. 2015. *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Mubarok, Much. Yai Lutfi. 2017. "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah dan Atribut Produk Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada BNI Syariah Cabang Yogyakarta)". *Skripsi Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*.
- Mubarokati, Maulani. 2017. "Analisis Kualitas Layanan Dan Kepuasan Nasabah PT. BNI Syariah Cabang Medan Dengan Metode SERVQUAL)". *Skripsi Ekonomi Islam UIN Sumatera Utara Medan*.
- Nadhiroh, Nila. 2016. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung". *Skripsi Perbankan Syariah IAIN Tulungagung Jawa Timur*.
- Nuralam, Inggang Perwangsa. 2017. *Etika Pemasar Dan Kepuasan Konsumen Dalam Pemasaran Perbankan Syariah*. Malang: UB Press.
- Pananrangi, Andi Rasyid. 2017. *Etika Birokrat*. Makassar: CV Sah Media.
- Setiawan, Bayu Fajar. 2019. "Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang)". *Skripsi Perbankan Syariah IAIN Surakarta*.
- Sugiyono. 2016. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, Tatik. 2017. *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global: Menciptakan Nilai Unggul Untuk Kepuasan Nasabah*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Susanti, Novia, dan Arsyad Syahrian. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Pondok Pinang)". *Jurnal Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang Tangerang*.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998. *Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan*.
- Wangawidjaja, A. 2012. *Pembiayaan Bank Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.