

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK BTN SYARIAH CABANG ARIFIN AHMAD PEKANBARU

Norhayati¹, Arizal, N², Efrita soviyanti³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning

Jln. D.I. Panjaitan KM 8 Rumbai Pekanbaru

E-mail : arizal@unilak.ac.id (Korespondensi)

Abstract: The purpose of this study was to determine the effect of service quality on customer satisfaction at Bank BTN Syariah Arifin Ahmad Pekanbaru Branch. The research method used in this research is descriptive with a quantitative approach, by describing the respondent's condition and the description of the research variables".

The object of research in writing this thesis is the customer of Bank BTN Syariah, Arifin Ahmad Branch Pekanbaru, a population of 1,650 people and a sample of 96 people. The tests used are as follows Validity Test, Reliability, Classical Assumption Test, Multilinearity Test, Heterokedastisity Test, Hypothesis Test, Statistical Test (t test), Statistical Test (f Test), Multiple Linear Analysis, and the coefficient of determination (R²) using the help of the IBM SPSS Statistics Version 16 program".

The results of this study indicate that the independent variables tested jointly have a positive and significant effect on the dependent variable through the t test, from the calculation of the sample size formula of 95.9 and rounded up to 96 respondents. The results of this study state that it is known that the sig value for the effect of X1 on Y is 0.000 <0.05 and the calculated t value is 5.994 > 1.98552 so it can be concluded that the hypothesis is accepted which means that there is an effect of X1 on Y, with a determination value of 28% in the medium category. The results showed that the quality of service partially and simultaneously has a positive and significant influence on customer satisfaction at Bank BTN Syariah Arifin Ahmad Pekanbaru Branch".

Keywords: *Service Quality and Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

“Kualitas layanan dalam perusahaan jasa merupakan hal yang sangat penting dari sudut pandang nasabah. Nasabah tidak hanya menilai dari hasil jasa, tetapi juga dari proses penyampaian jasa tersebut. Kualitas pelayanan untuk kepuasan nasabah merupakan langkah awal keberhasilan perusahaan dimasa yang akan datang. Setiap perusahaan agar dapat berkembang harus secara berkelanjutan mengembangkan strategi pemasaran yang didasarkan pada kebutuhan, kepuasan pelanggan, sumber daya perusahaan dengan pesaing. Dengan memuaskan nasabah, perusahaan dapat meningkatkan tingkat keuntungan dan

mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas.

“Adapun kepuasan nasabah bergantung dengan bagaimana perusahaan tersebut memberikan pelayanan. Pelayanan menurut bahasa adalah perbuatan, yaitu perbuatan untuk menyediakan segala yang diperlukan orang lain atau nasabah. Salah satu tindakan untuk memuaskan nasabah dengan cara memberikan pelayanan kepada nasabhdengan sebaik-baiknya.”

“Adapun jumlah nasabah yang dapat menjelaskan fenomena dalam penelitian ini sebagai berikut”:

Tabel 1 Jumlah Nasabah Bank BTN Syariah Cabang Arifin Ahmad Pekanbaru Tahun 2017-2021

No	Tahun	Target	Jumlah Nasabah	Persentase
1	2017	1.100	1.134	103,1%
2	2018	1.100	1.389	126,3%
3	2019	1.100	925	84,1%
4	2020	1.100	1.201	109,2%
5	2021	1.100	1.650	150,0%

Sumber: Bank BTN Syariah Cabang Arifin Ahmad Pekanbaru, 2022

Dapat dilihat dari data jumlah nasabah pada Bank BTN Syariah Pekanbaru data tersebut berfluktuasi setiap tahun nya, pada tahun 2017 jumlah nasabah pada Bank BTN Syariah Pekanbaru berjumlah 1.134 orang atau 103,1%, pada tahun 2018 terjadi kenaikan jumlah nasabah yaitu menjadi 1.389 orang atau 126,3% , pada tahun 2019 kembali menurun sebanyak 925 orang atau 84,1%, pada tahun 2020 terjadi kenaikan nasabah yaitu 1.201 orang atau 109,2% dan jumlah nasabah kembali meningkat yaitu 1.650orang atau 150,0%”.

Dapat disimpulkan bahwa terjadi peningkatan dan penurunan jumlah nasabah ini dapat menunjukkan seberapa tinggi tingkat kepuasan yang dirasa nasabah dalam memperoleh pelayanan dari Bank BTN Syariah Cabang Arifin Ahmad Pekanbaru”.

TINJAUAN PUSTAKA

Pelayanan menurut (Kasmir;2017: 47) adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan.

Rusydi (2017;39) berpendapat bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibandingkan dengan pesaingnya.

Menurut Arianto (2018:83) kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan”.

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah tindakan dan kemampuan karyawan dalam suatu perusahaan yang dilakukan dengan penuh komitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan bermutu kepada konsumen, sesama karyawan, maupun pimpinan perusahaan”.

Indikator kualitas pelayanan menurut Kotler dalam Arni Purwani dan Rahma Wahdiniwaty (2017: 65) adalah sebagai berikut:

- 1) Bukti Langsung (*Tangibles*) meliputi bukti fisik, perlengkapan pegawai/karyawan dan sarana komunikasi. Indikator : peralatan dan fasilitas yang lengkap dan nyaman , gedung yang memadai dan nyaman, profil petugas yang ramah dan rapi.
- 2) Empati (*Empathy*) meliputi kemudahan dalam perlakuan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan nasabah. Indikator : kemudahan memperoleh layanan, kejelasan informasi, pemahaman nasabah.
- 3) Daya Tanggap (*Responsiveness*) meliputi keinginan para karyawan untuk membantu nasabah dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Indikator : respon petugas atas keluhan nasabah, kecepatan pelayanan, dan kemampuan melayani nasabah.
- 4) Keandalan (*Reability*) meliputi kemampuan memberikan pelayananyang dijanjikan segera

dan akurat. Indikator : ketepatan pelaksanaan layanan, kesesuaian pelaksanaan dengan prosedur, konsisten dalam memberikan jawaban setiap pelayanan kepada nasabah.

- 5) Jaminan (Assurance) meliputi pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan dapat dipercaya dan memiliki para karyawan bebas dari bahaya, resiko atau keraguan – keraguan. Indikator : kemampuan petugas, keramahan petugas, kepercayaan nasabah”.

Kepuasan nasabah menjadi sangat perlu dikarenakan pada dasarnya perusahaan akan berhadapan dengan dua konsumen yakni konsumen baru dan konsumen lama. Untuk mempertahankan nasabah baru sangat memerlukan biaya banyak dari pada mempertahankan nasabah lama. Oleh karena itu, mempertahankan konsumen lebih penting dari pada menarik konsumen baru.

Menurut Kotler (2017;196) Kepuasan adalah *Satisfaction reflects a persons judgement of a products perceived performance in relationship to expectations. If the performance fall short of expectations, the customer is dissapointed. If it matches expectation, the customer is satissfied. If it exceeds them, the customer is delighted.* Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan”.

Menurut (Kotler;2014;353) kepuasan nasabadalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang merupakan hasil perbandingan dari persepsi kinerja produk dan harapannya. Nasabah tidak akan pernah merasa puas apabila nasabah masih mempunyai persepsi bahwa harapannya belum terpenuhi.

Menurut Dutka dalam (Subroto;2013;42) Terdapat tiga dimensi dalam mengukur kepuasan konsumen secara universal yaitu:

- 1) Atribut yang berhubungan dengan produk (*Attributes related to product*)

Dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari nilai yang didapatkan dengan harga, kemampuan produk menentukan kepuasan, benefit dari produk tersebut. Indikator : ketepatan waktu buka dan tutup jam pelayanan, bank memiliki jumlah ATM dan jaringan ATM yang banyak dan mudah diterima, suasana Bank BTN Syariah Cabang Arifin Ahmad sesuai dengan harapan.

- 2) Atribut yang berhubungan dengan layanan (*Attributes related to service*)

Dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari pelayanan misalnya dengan garansi yang dijanjikan, proses pemenuhan pelayanan atau pengiriman dan proses penyelesaian masalah yang diberikan. Indikator : bank memiliki ruang tunggu yang mencukupi, proses pelayanan yang cepat, ketanggapan petugas dalam mengisi mesin ATM yang telah kosong.

- 3) Atribut yang berhubungan dengan tingkat pembelian (*Attributes related to purchase*)

Dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari keputusan untuk membeli atau tidaknya dari konsumen seperti kemudahan mendapat informasi, kesopanan karyawan dan juga pengaruh reputasi perusahaan. Indikatornya : kemudahan mendapatkan informasi yang dibutuhkan, kemudahan dalam mendapatkan pelayanan bank, penggunaan

teknologi dalam sistem pelayanan yang baik.

METODE PENELITIAN

Penelitian memilih *nonprobability sampling* dengan menggunakan metode sampel berdasarkan kemudahan (*Accidental/Convenience Sampling*). *Accidental Sampling* merupakan teknik pemilihan sampel berdasarkan kebetulan saja, elemen populasi yang ditemui peneliti dan bersedia menjadi responden akan dijadikan sampel (Bahri;2018;65);

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis deskriptif dapat dilakukan dengan cara menyusun data, mengelompokkannya dan dianalisis sehingga diperoleh gambaran yang sebenarnya mengenai kondisi perusahaan dan masalah yang sedang dihadapi (Sugiyono;2015;254). Selanjutnya akan dianalisa menggunakan metode deskriptif dengan analisa data kuantitatif , yaitu suatu cara yang menjelaskan dan menguraikan secara terperinci dengan mengumpulkan, mengelompokkan, mentabulasi data serta menghubungkan dengan konsep-konsep teoritis yang relevan dengan masalah penelitian ini dan kemudian menarik kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelayanan menurut (Kasmir;2017: 47) adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan.

Menurut kotler dan keller dalam donni juni priansah (2017:196). Menyatakan bahwa kepuasan konsumen

adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) n yang diharapkan.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa diketahui nilai sig untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $5,994 > 1,98552$ sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 terhadap Y, dengan nilai determinasi 28% berkategori sedang.

Hasil penelitian ini didukung oleh pendapat Novia Susanti.,SE.,M.M & Arsyad Syahrian (2019) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Pondok Pinang.

Hasil penelitian ini didukung oleh pendapat Bella Ifrianti, Sigit Santosa (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI Kantor Cabang Payakumbuh.

Hasil penelitian ini didukung oleh pendapat Ibrahim Adam, Made Sumartana (2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI Syariah KC Denpasar.

Hasil penelitian ini didukung oleh pendapat Poppy Alvianolita Sanistasya (2020) menyatakan H1 bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dari hasil pengujian H2 Menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dari hasil H3 menunjukkan hasil positif tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah terhadap loyalitas.

Hasil penelitian ini didukung oleh pendapat Hakim, Selamat Muliadi (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan

signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Adisucipto Yogyakarta.

Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BTN Syariah Cabang Arifin Ahmad Pekanbaru.

Hipotesis menduga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BTN Syariah Cabang Arifin Ahmad Pekanbaru.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BTN Syariah Cabang Arifin Ahmad Pekanbaru.

Dengan demikian, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima dimana “kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BTN Syariah Cabang Arifin Ahmad Pekanbaru.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil uji pada variabel kualitas pelayanan terdapat indikator yang mendukung yaitu Bukti Langsung (Tangibles) dengan rata-rata 4,53 berkategori sangat baik, hal ini menyimpulkan bahwa fasilitas yang disediakan oleh Bank BTN Syariah Cabang Arifin Ahmad Pekanbaru telah lengkap dan memberikan kenyamanan bagi nasabah.

Berdasarkan hasil uji pada variabel kepuasan nasabah terdapat indikator yang mendukung yaitu Atribut Yang Berhubungan Dengan Produk dengan rata-rata 4,44 berkategori sangat baik, hal ini menyimpulkan bahwa Bank BTN Syariah Cabang Arifin Ahmad Pekanbaru jam buka dan tutup sesuai dengan ketentuan.

Berdasarkan hasil penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BTN Syariah Cabang Arifin Ahmad Pekanbaru.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. 2015. Pengantar Manajemen. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Assauri, Sofian. (2013). Manajemen Pemasaran. Jakarta : Rajawali Pers.
- Bahri, S. (2018). Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap dengan teknik. Pengolahan Data SPSS. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Donni Juni Priansa. 2017. Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Ghozali, Imam. (2016). Aplikasi Analisis Multikveriete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8) Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- S.P,Hasibuan, Malayu. 2013. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Hasibuan, Malayu. (2016). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Kasmir. (2017). Costumer Service Excellent Teori Dan Praktik. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kristanto, P. 2013. Ekologi Industri. Yogyakarta: Andi offset.
- Kotler dan Keller. (2014) Manajemen Pemasaran Jilid 1.Edisi Ke 13 Jakarta; Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2017. Manajemen Pemasaran. Edisi 1.Alih bahasa: Bob sabran, MM. Jakarta :Erlangga
- Rusydi, Abubakar. (2017). Manajemen Pemasaran.Bandung: Alfabeta.
- Siregar, Syofian. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: PT Fajar. Interpratama Mandiri.

- Sugiyono . (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Tambajong, Gerald. (2013). Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Penjualan . Jakarta: EMBA.
- Tjiptono, Fandy. (2014). Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. (2014). Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- JURNAL**
- Arianto, N., Patilaya, E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Salt N Pepper Pada Pt Mitra Busana Sentosa Bintaro. Jurnal Kreatif: Pemasaran, Sumberdaya Manusia dan Keuangan, Vol. 6, No. 2
- Arni Purwanti dan Rahma Wahdiniwaty. 2017. Analisis Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Kewajaran Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cinderella School of English for Children di Bandung. Jurnal Ilmiah Magister Manajemen Unikom (JIMM Unikom). ISSN: 2460 089X. Pp. 62 – 74.
- Bella Ifrianti, Sigit Santosa. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Kantor Cabang Payakumbuh .Jurnal Bisnis dan Pemasaran, ISSN : 2087-3077.
- Hakim, Selamat Muliadi.(2020) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Adisucipto Yogyakarta.Jurnal Manajemen Dan Profesional/ vol 1 No 1,ISSN : 2775-5967.
- Ibrahim Adam, Made Sumartana. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Syariah KC Denpasar.Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium, ISSN : 2443-3934.
- Novia Susanti.,SE.,M.M & Arsyad Syahrian. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Pondok Pinang.Jurnal Ilmian Feasble Bisnis, Kewirausahaan & Koperasi, ISSN : 2656-1964.
- Poppy Alvianolita Sanistasya.(2020) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan Britama Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Samarinda.eJournal Administrasi Bisnis, Volume 8, Nomor 3, ISSN 2355-5408
- Saidani, Basrah dan Samsul Arifin, 2012. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market, Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI), Vol. 3, No. 1, 2012
- Subroto (2013). Pengaruh Market Orientation Terhadap Service Quality Satisfaction dan Loyalty Pelanggan, JMK, Vol. 15 No.1