

# Survei Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan dan Sarana Prasarana Bank BRI Syariah

Intan Nursaadah, Mohamad Andri Ibrahim, Intan Manggala

Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

Intannursaadah9d@gmail.com, andri.ibrahim@gmail.com, intanmanggala267@gmail.com

**Abstract**— The purpose of this study is to find out the factors of service quality that affect customer satisfaction, the service quality dimension (SERVQUAL) by Parasuraman consists of 5 tangible dimensions, tangibles, reliability, responsiveness, assurance and assurance, assurance and assurance Empathy (empathy). The variables in this study consisted of the independent variable Service Quality (X) consisting of Tangibles, Responsiveness, Assurance, Reliability, Emphaty, while the dependent variable in this study was Customer Satisfaction (Y). The analytical test tool used was SPSS 21 and Microsoft Excel with a simple regression analysis method. The conclusion from the results of the study showed that Tangibles, Responsiveness, Assurance, Reliability, Empathy had a positive and significant effect on customer satisfaction. Based on the descriptive description, it can be concluded that the quality of service in BRI Syariah Kanca Rancaekek according to the results of respondents' answers through questionnaires to 378 people shows that 87.30% agreed that the service of BRI Syariah KCP Rancaekek was very good and satisfying. Following is the description of the results of the calculation of Customer Satisfaction based on the indicators.

*Key words*— service quality, Customer Satisfaction

**Abstrak**— Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan nasabah, dimensi kualitas pelayanan (SERVQUAL) oleh Parasuraman terdiri dari 5 dimensi Berwujud (tangibles), Keandalan (reliability), Ketanggapan (reponsiveness), Jaminan dan Kepastian (assurance), Empati (empathy). Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen Kualitas Layanan (X) terdiri dari Tangibles, Responsiveness, Assurance, Reliability, Emphaty, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kepuasan Nasabah (Y). Alat uji analisis yang digunakan adalah SPSS 21 dan Microsoft Excel dengan metode analisis regresi sederhana. Kesimpulan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa Tangibles, Responsiveness, Assurance, Reliability, Emphaty berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan uraian deskriptif dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan di BRI Syariah KCP Rancaekek menurut hasil jawaban responden melalui kuesioner terhadap 378 orang diperoleh kesimpulan bahwa sebesar 87.30% yang menyatakan setuju pelayanan BRI Syariah KCP Rancaekek sangat baik dan memuaskan. Berikut uraian hasil penghitungan Kepuasan Nasabah berdasarkan indikatornya.

*Kata kunci*— Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah

## I. PENDAHULUAN

Sistem ekonomi Islam memiliki prinsip-prinsip dasar yang membedakannya dengan sistem ekonomi lainnya. Ekonomi Syariah adalah kumpulan norma hukum yang bersumber dari Al-Quran dan Al-Hadis yang mengatur perekonomian manusia. Salah satunya adalah kegiatan ekonomi perbankan. Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang memegang peranan penting dalam perekonomian. Bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasarkan kepercayaan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Usaha jasa perbankan yang merupakan usaha jasa yang berdasarkan pada azas kepercayaan mengutamakan masalah kualitas pelayanan (service quality).

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Kualitas pelayanan ini menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan suatu perbankan. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan.

Penelitian ini membahas bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI Syariah KCP Rancaekek. Terlihat bahwa jumlah NOA 3 tahun terakhir mengalami naik dan turun. Maka dari itu tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah pada Bank BRI Syariah KCP Rancaekek yang menyebabkan terjadinya kenaikan dan penurunan jumlah NOA. Tehnik pengambilan sampel menggunakan kuesioner dengan jumlah kuesioner 378 responden yang diambil dari populasi jumlah nasabah per tahunnya.

Adanya kenaikan dan penurunan jumlah NOA (Number Of Account). NOA adalah sebuah sistem standar penomoran rekening bank atau dalam bahasa perbankan adalah tingkat naik turun data rekening nasabah.

Menurut Parasuraman, terdapat beberapa dimensi dari kualitas pelayanan antara lain Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Tangibles. Dimensi-dimensi ini menentukan tingkat kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah sangat berkaitan erat. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan yang kuat dengan baik. Manfaat

penelitian dalam akademik adalah Sebagai pengembangan ilmu pengetahuan Ekonomi Islam mengenai Survei Kepuasan Nasabah. Manfaat bagi peneliti adalah sebagai wahana pengembangan ilmu yang telah diperoleh selama duduk dibangku perkuliahan Fakultas Syariah, program studi Hukum Ekonomi Syariah. Bagi BRI Syariah KCP Rancaekek diharapkan hasil penelitian ini mampu memberikan informasi dan gambaran yang berkaitan dengan tingkat kepuasan nasabah, sekaligus sebagai evaluasi atas kinerja pelayanan untuk mencapai pelayanan terbaik.

## II. LANDASAN TEORI

Penelitian ini dilakukan melalui perantara Bank Bri Syariah Kantor Cabang Pembantu Rancaekek yang

berlokasi di Jl. Cipasir No. 130C, Jelegong, Kec. Rancaekek, Bandung, Jawa Barat. Kode Pos 40394. BRI Syariah Rancaekek merupakan Kantor Cabang Pembantu yang merupakan Cabang dari Kantor Cabang Suniaraja. Penelitian ini menggunakan 378 responden. Pengambilan sample dilakukan dengan menyebar kuesioner secara langsung di Bank BRI Syariah KCP Rancaekek.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan analisis regresi sederhana. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang digunakan yaitu, variabel yang mempengaruhi (*independent*) dan variabel yang dipengaruhi (*dependent*). Variabel yang mempengaruhi (*independent variabel*) yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan (X). Variabel yang dipengaruhi (*dependent variabel*) yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kepuasan nasabah (Y).

TABEL 1. VARIABEL X DAN VARIABEL Y

Variabel	Indikator
<p>Kualitas pelayanan (X):</p> <p>Kualitas Pelayanan sebagai tingkat komponen sebagai tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Bukti Langsung (tangibles)</li> <li>Kehandalan (reliability)</li> <li>Ketanggapan (reponsiveness)</li> <li>Jaminan danKepastian (assurance)</li> <li>Empati (empathy)</li> </ol>
<p>Kepuasan Nasabah (Y):</p> <p>Menurut Kotler Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (<i>Overall Customer Satisfaction</i>)</li> <li>Dimensi Kepuasan Pelanggan</li> <li>Konfirmasi harapan (<i>Confirmation Of Expectations</i>)</li> <li>Niat Beli Ulang</li> <li>Kesediaan Untuk Merekomendasi</li> <li>Ketidakpuasan pelanggan</li> </ol>

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

TABEL 2. PROSENTASE KUALITAS LAYANAN BRI SYARIAH KCP RANCAEKEK

Indikator Kualitas Layanan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
Bukti Langsung (tangibles)	4.50	27.25	62.17	6.08
Kehandalan (reliability)	0.13	6.75	82.14	10.98
Ketanggapan (reponsiveness)	0.00	3.17	78.70	18.12
Jaminan danKepastian (assurance)	0.00	2.25	75.13	22.49
Empati (empathy)	0.00	1.06	67.81	31.13
Rata-rata prosentase Kualitas layanan	0.93	8.10	73.19	17.76

Berdasarkan uraian deskriptif dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan di BRI Syariah KCP Rancaekek menurut hasil jawaban responden melalui kuesioner terhadap 378 orang diperoleh kesimpulan bahwa 17,76% responden menyatakan kualitas layanan sangat baik, 73,19% menyatakan baik, 8,1% menyatakan kurang baik dan 0,93% menyatakan sangat tidak baik. Adapun prosentase kualitas

tertinggi menurut responden adalah pada indikator kehandalan (reliability) melalui pertanyaan bahwa pegawai selama melaksanakan tugasnya selalu melakukan 5S (senyum, sapa, salam, sopan, santun) dan melayani dengan tepat waktu, sebesar 82,14% menyatakan bahwa keandalan BRI Syariah KCP Rancaekek bagus.

TABEL 3. PROSENTASE KEPUASAN NASABAH BRI SYARIAH KCP

RANCAEKEK

Indikator Kepuasan Nasabah	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (Overall Customer Satisfaction)	0	0.26	87.30	12.43
Kesediaan Untuk Merekomendasi	0	1.06	78.84	20.11
Dimensi Kepuasan Pelanggan	0	0.53	78.04	21.43
Niat Beli Ulang	0	0.79	75.93	23.28
Ketidakpuasan pelanggan	0	0.00	75.13	24.87
Konfirmasi harapan (Confirmation Of Expectations)	0	0.53	74.07	25.40
Kepuasan Nasabah	0	0.53	78.22	21.25

Berdasarkan uraian deskriptif dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Rancaekek menurut hasil jawaban responden melalui kuesioner terhadap 378 orang diperoleh kesimpulan bahwa 21.25% responden menyatakan sangat puas, 78.22% menyatakan puas, 0.53% menyatakan kurang puas dan 0% (tidak satupun)

menyatakan sangat tidak puas. Adapun prosentase kepuasan layanan tertinggi menurut responden adalah pada indikator Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (Overall Customer Satisfaction), sebesar 87.30% yang menyatakan setuju pelayanan BRI Syariah KCP Rancaekek sangat baik dan memuaskan.

TABEL 4. TABEL Uji T

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.116	.124		17.035	.000
KUALITAS	.351	.040	.414	8.822	.000

Sehingga model regresi yang terbentuk adalah:

$$Y = 2,116 + 0,351 X$$

atau

$$\text{Kepuasan} = 2,116 + 0,351 \text{ Kualitas}$$

Hal ini dapat diartikan bahwa Kepuasan nasabah dapat diperkirakan jika kita tahu nilai skor Kepuasan 2,116 akan meningkat sebesar 0,351 setiap peningkatan 1 skor kualitas layanan.

Berdasarkan definisi hipotesis dapat disimpulkan bahwa pengujian satu pihak, dalam pengertian bahwa hanya ada dua alternative, hubungan positif atau tidak ada hubungan positif, dengan tingkat signifikansi menggunakan  $\alpha = 5\%$  sebagai ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian.

Selanjutnya dilakukan penghitungan t (hitung), berdasarkan table distribusi t-student, dengan  $dk = n - k - 1$  atau  $dk = 378 - 2 - 1 = 375$ , dan  $\alpha = 5\%$  diperoleh nilai t (hitung) = 1,557625, apabila dibandingkan dengan nilai t pada table t (table) = 8,822 diperoleh kesimpulan bahwa nilai t (hitung) < nilai t (table), artinya  $H_0$  diterima, atau tidak ada alasan untuk menolak  $H_0$  bahwa ada pengaruh secara signifikan positif antara Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah, dengan kata lain bahwa ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas layanan terhadap Kepuasan Nasabah.

## IV. KESIMPULAN

Kesimpulan dalam penelitian ini, Dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah sangat berpengaruh positif. Faktor-faktor kualitas jasa yang memberikan kepuasan nasabah terbesar hingga yang terkecil adalah Keandalan (reliability), Ketanggapan (reponsiveness),

Jaminan dan Kepastian (assurance), Empati (empathy), dan Bukti Langsung (tangibles). Berdasarkan analisis yang telah diuji dalam penelitian ini, maka dapat dijelaskan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai korelasi sebesar 17,5%. Sehingga apabila kualitas pelayanan semakin meningkat maka kepuasan nasabah juga akan semakin meningkat sebesar 0,35 poin, dengan taraf kekeliruan sebesar 0,05 (5%).

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Panggih Rizki Dwi Istiarni dan P. Basuki Hadiprajitno, "Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris: Nasabah Layanan Internet Banking Di Indonesia)" (Fakultas Ekonomika dan Bisnis, 2014).
- [2] Prof. Dr. A. Muri Yusuf, M.Pd., Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan, 4 ed., pertama (Jakarta: Kencana, 2017).
- [3] Rambat Lupioadi dan A. HAmdalam, Manajemen Pemasaran Jasa (Jakarta: Salemba Empat, 2008).
- [4] Sangadji, Etta Mamang, dan Sopiah, Perilaku Konsumen (Yogyakarta: Andi Offset, 2013).
- [5] Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Bandung: ALFABETA, 2016).