

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus pada Tabungan Anak IB Masalah Bank BJB Syariah KC Pelajar Pejuang)

Effect of Service Quality for The Customer Loyalty (Case Study in Children Savings of IB Masalah of BJB Syariah Branch Office Pelajar Pejuang)

¹Riefan Asya Maulanna, ²Neneng Nurhasanah, ³Sri Suwarsi

^{1,2,3} Prodi Keuangan & Perbankan Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116
email : ¹riefan.7096@gmail.com

Abstract. Quality of service is one of the essential elements to be considered for customers to make purchases and use of the product. Quality of Service is a service quality standards applied by BJB Syariah with the purpose of providing services maximally to grant customer expectations (service excellent) more. The expectation is the better the quality of services bank provides, the better customer loyalty the bank gets. But the fact in the field after the survey showed that the reaction of customers to save has not been as expected. This is evidenced by the decrease in routine customer savings and also seen from the survey results Top Brand Award 2014-2016 period which showed that BJB Syariah became one of the top 5 in 2014, but for the next period its rate declined, even no longer to be one of the top 5 in 2015-2016. The purpose of this study was to determine the quality of service at the BJB Syariah in Branch Office Pelajar Pejuang, to determine customer loyalty at BJB Syariah Branch Office Pelajar Pejuang and to find out how the impact of service quality on customer loyalty in BJB Syariah Branch Office Pelajar Pejuang. The method used in this research is descriptive verification. The techniques for collecting the data were questionnaires and interviews. Testing is done with a simple regression analysis, to determine how big the impact of service quality on customer loyalty in BJB Syariah Branch Office Pelajar Pejuang. The results showed that: the quality of services performed by BJBS Branch Office Student Warriors measured by the assurance, reability, tangible, empathy, and responsiveness dimensions is considered good by customers. It can be seen from the cumulative score of 5032. This means the customers have experienced the quality of services provided by BJBS KC Pelajar Pejuang. The level of customer loyalty on a child's savings IB masalah is continuum score of 3941. This means that the customers have already had good loyalty to the child's savings ib masalah. It can be seen also on the five dimensions for measuring customer loyalty, namely repeat purchase, refers others, across product, immunity and spirituality. The test results indicated that the influence of service quality on customer loyalty at the child's savings ib masalah is 70.6%. This means there is a strong and significant influence between the two variables.

Keywords : Quality of Service, Customer Loyalty in Islamic Bank.

Abstrak. Kualitas Pelayanan merupakan salah satu elemen penting yang menjadi pertimbangan bagi nasabah dalam melakukan pembelian dan penggunaan suatu produk. Kualitas Pelayanan adalah standar kualitas layanan yang diterapkan oleh BJB Syariah dengan tujuan memberikan layanan secara maksimal agar terbentuknya harapan nasabah (*service excellent*) secara lebih. Diharapkan dengan semakin baik nya kualitas pelayanan yang diberikan, maka dapat terbentuk dan meningkatnya loyalitas nasabah dengan baik. Namun terdapat fakta di lapangan setelah dilakukan survey bahwa reaksi nasabah untuk menabung belum sesuai harapan. Hal ini dibuktikan dengan menurunnya rutinitas menabung nasabah dan dilihat juga dari hasil survey *Top Brand Award* periode 2014-2016 yang menunjukkan bahwa BJB Syariah pernah memasuki peringkat 5 besar pada 2014, namun untuk periode berikutnya mengalami penurunan peringkat, bahkan tidak lagi masuk kedalam peringkat 5 besar pada 2015-2016. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan di bank BJB Syariah KC Pelajar Pejuang, untuk mengetahui loyalitas nasabah bank BJB Syariah KC Pelajar Pejuang dan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di BJBS KC Pelajar Pejuang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif verifikatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah kuisioner dan wawancara. Pengujian dilakukan dengan analisis regresi sederhana, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di BJBS KC Pelajar Pejuang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : kualitas pelayanan yang dilaksanakan oleh BJBS KC Pelajar Pejuang dengan diukur oleh dimensi *assurance, reability, tangible, empathy, dan responsiveness* dinilai sudah baik oleh nasabah. Hal ini dilihat dari skor kumulatif sebesar 5032. Artinya

nasabah telah merasakan kualitas pelayanan yang diberikan oleh BJBS KC Pelajar Pejuang. Tingkat loyalitas nasabah pada tabungan anak ib masalah berada pada skor kontinum sebesar 3941. Artinya nasabah telah memiliki loyalitas yang sudah baik terhadap produk tabungan anak ib masalah. Hal ini bisa dilihat juga dari 5 dimensi untuk mengukur loyalitas nasabah, yaitu *repeat purchase*, *refers others*, *across product*, *immunity* dan *spiritualitas*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada produk tabungan anak ib masalah adalah sebesar 70,6%. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang kuat dan signifikan antara kedua variabel tersebut.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Loyalitas Nasabah Bank Syariah.

A. Pendahuluan

Kualitas Pelayanan merupakan salah satu elemen penting yang menjadi pertimbangan bagi nasabah dalam melakukan pembelian dan penggunaan suatu produk. Kualitas Pelayanan adalah standar kualitas layanan yang diterapkan dengan tujuan memberikan layanan secara maksimal agar terbentuknya harapan nasabah (*service excellent*) secara lebih. Diharapkan dengan semakin baik nya kualitas pelayanan yang diberikan, maka dapat terbentuk dan meningkatnya loyalitas nasabah dengan baik.

Program dari Bank BJB Syariah KC Pelajar Pejuang yang telah berjalan sampai saat ini dalam rangka meningkatkan minat masyarakat khususnya pelajar yaitu program *Goes To School* dengan produk Tabungan Anak iB Masalah. Tujuan diluncurkannya program ini adalah untuk mendidik pelajar agar terbiasa menabung sedini mungkin. Disamping itu, agar pelajar tertarik pada program ini, pihak BJBS pun mengemas berbagai kemudahan pada produk ini seperti kelengkapan persyaratan yang mudah, fasilitas kartu ATM yang menarik dengan model *Co-Branding*, tidak adanya biaya administrasi, penyetoran yang mudah melalui *pick up service* dan pemberian *reward* kepada nasabah jika menabung dengan jumlah yang besar.

Namun terdapat fakta di lapangan setelah dilakukan survey bahwa reaksi nasabah untuk menabung belum sesuai harapan. Hal ini dibuktikan dengan menurunnya rutinitas menabung nasabah dan dilihat juga dari hasil survey *Top Brand Award* periode 2014-2016 yang menunjukkan bahwa BJB Syariah pernah memasuki peringkat 5 besar pada 2014, namun untuk periode berikutnya mengalami penurunan peringkat, bahkan tidak lagi masuk kedalam peringkat 5 besar pada 2015-2016.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada produk tabungan anak ib masalah di Bank BJB Syariah KC Pelajar Pejuang”?, Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Mengetahui kualitas pelayanan di Bank BJB Syariah KC Pelajar Pejuang.
2. Untuk mengetahui bagaimana loyalitas nasabah pada produk tabungan anak ib masalah di Bank BJB KC Pelajar Pejuang.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada produk tabungan anak ib masalah di Bank BJB Syariah KC Pelajar Pejuang.

B. Landasan Teori

Kualitas pelayanan merupakan salah satu elemen penting yang menjadi pertimbangan bagi pelanggan dalam melakukan pembelian suatu produk. Menurut Parasuraman, Zeithmal dan Berry, kualitas pelayanan merupakan penilaian atau sikap global berkenaan dengan superioritas suatu pelayanan.

Kualitas pelayanan menurut Zeithaml et al (2016;57) yang menyatakan bahwa *service quality* adalah :

“*The extent of discrepancy between customer expectations or desires and their perceptions*” atau dapat dikatakan kualitas pelayanan merupakan manfaat yang dirasakan berdasarkan evaluasi konsumen atas sesuatu interaksi dibandingkan dengan manfaat yang diharapkan sebelumnya.

Upaya yang dilakukan perusahaan dalam mewujudkan kualitas pelayanan yang baik dapat diukur melalui dimensi kualitas pelayanan. Pengukuran kualitas pelayanan dikembangkan suatu alat kualitas layanan yang disebut *SERVEQUAL* (*service quality*), *SERVEQUAL* (2004:48-60) ini merupakan skala multi item yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi pelanggan atas kualitas layanan yang meliputi lima dimensi, yaitu :

1. *Tangibles* (bukti langsung), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan perusahaan
2. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketetapan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.
3. *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu kemampuan untuk membantu memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan pelanggan menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negative dalam kualitas pelayanan.
4. *Assurance* (jaminan), adanya kepastian yaitu pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada pelayanan perusahaan yang memiliki beberapa komponen antara lain :
 - a. *Communication* (komunikasi), secara terus menerus memberikan informasi kepada nasabah dalam bahasa dan penggunaan kata yang jelas sehingga para pelanggan dapat dengan mudah mengerti di samping itu perusahaan hendaknya dapat secara cepat dan tanggap dalam menyikapi dan complain yang dilakukan oleh nasabah.
 - b. *Credibility* (kredibilitas), perlunya jaminan atas suatu kepercayaan yang diberikan kepada nasabah, sifat kejujuran. Menanamkan kepercayaan, memberikan kredibilitas yang baik bagi perusahaan pada masa yang akan datang.
 - c. *Security* (keamanan), adanya suatu kepercayaan yang tinggi dari nasabah akan pelayanan yang diterima. Tentunya pelayanan yang diberikan memberikan suatu jaminan kepercayaan yang maksimal.
 - d. *Competence* (kompetensi) yaitu keterampilan yang dimiliki dan dibutuhkan agar dalam memberikan pelayanan kepada nasabah dapat dilaksanakan dengan optimal.
 - e. *Courtesy* (sopan santun), dalam pelayanan ada suatu nilai moral yang dimiliki oleh perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Jaminan akan kesopanan santunan yang ditawarkan kepada nasabah sesuai dengan kondisi dan situasi yang ada.
5. *Empathy* (empati), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individu atas pribadi yang diberikan kepada para nasabah dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian

dan pengetahuan tentang nasabah, memahami kebutuhan nasabah secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi nasabah.

Saat ini tugas dan kewajiban perusahaan tidaklah ringan, mereka dihadapkan pada tuntutan tidak hanya membuat para konsumen tertarik, namun juga membuat konsumen tersebut menjadi sumber laba bagi perusahaan tetapi juga membuat pelanggannya setia.

Loyalitas adalah sikap dari nasabah dalam menentukan pilihannya untuk tetap menggunakan produk atau jasa dari suatu perusahaan. Loyalitas akan terbentuk apabila perusahaan mampu melahirkan ikatan emosional kepada nasabahnya. Menurut Ratih Huriyyati (2005:134) terdapat ciri-ciri nasabah yang loyal terhadap suatu produk atau jasa yaitu :

1. Melakukan pembelian ulang secara teratur (*repeat purchase*).
2. Melakukan pembelian lini produk yang lainnya dari perusahaan (*Across product*).
3. Memberi referensi kepada orang lain (*refers other*).
4. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing atau tidak mudah terpengaruh oleh bujukan pesaing lain (*immunity*)
5. Spiritualitas (keyakinan akan produk) menjadi alasan konsumen loyal, karena mereka meyakini bahwa dengan menggunakan produk adalah hal yang sudah melekat yang tidak bisa dilepaskan dalam dirinya, layaknya seperti agama.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

Kualitas Pelayanan dalam penelitian ini meliputi dimensi *assurance* (Jaminan), *reliability* (Kehandalan), *tangible* (bukti fisik), *empathy* (perhatian), dan *responsiveness* (ketanggapan). Sedangkan Loyalitas Nasabah meliputi dimensi *repeat purchase* (pembelian ulang), *refers others* (penciptaan prospek), *across product* (lini produk), *immunity* (kekebalan) dan *spiritualitas* (keyakinan).

Dari hasil pengolahan kuisioner didapatkan hasil dari seluruh total indikator Variabel X (kualitas pelayanan) yang terdiri dari 15 pernyataan, maka diperoleh hasil akhir sebesar 5032 ini artinya secara umum pelaksanaan kualitas pelayanan dinilai baik oleh nasabah. Sedangkan total Variabel Y (Loyalitas Nasabah) yang terdiri dari 13 item pernyataan berada pada skor kontinum sebesar 3941. Artinya nasabah telah memiliki loyalitas yang sudah baik terhadap produk tabungan anak ib masalah

Berikut adalah penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah yang diuji menggunakan teknik analisis *simple regression*. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel berikut.

Tabel 3.1 Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.417	3.544		-.118	.907
Kualitas Pelayanan	.794	.057	.840	13.870	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Tabel 3.2 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.840 ^a	.706	.703	3.703

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Dari tabel di atas maka persamaan regresinya adalah

$$Y = -0.417 + 0.794 X$$

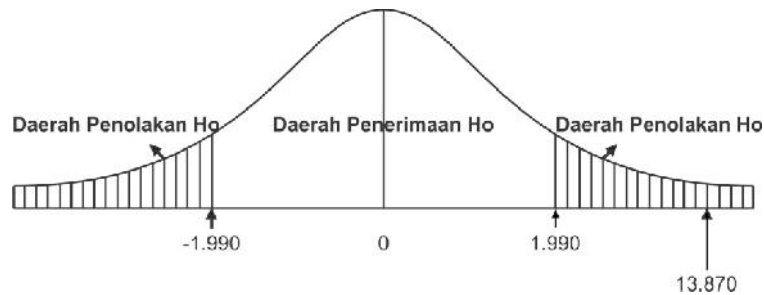
Dari persamaan dan hasil tabel diatas diatas dapat dijelaskan beberapa hal berikut ini :

1. Dari persamaan linier sederhana diatas dapat dilihat besarnya konstanta adalah -0.417, artinya nilai konstanta untuk variabel kualitas pelayanan berada dibawah nol.
2. Angka 0,794 menunjukkan nilai koefisien regresi variabel penelitian positif. Hal ini dapat diartikan bahwa jika kualitas pelayanan yang diberikan Bank BJB Syariah baik maka akan memberikan dampak positif yaitu meningkatnya loyalitas nasabah.
3. Konstanta atau intersep

Berdasarkan hasil data dalam model regresi diatas maka terdapat nilai konstanta sebesar -0.417 (negatif). Hal ini menunjukkan bahwa, loyalitas nasabah akan menurun ketika kualitas pelayanan tidak ada. Artinya apabila Bank BJBS KC Pelajar tidak ada upaya dalam meningkatkan kualitas pelayanannya maka loyalitas nasabah akan menurun, sehingga akan memberikan dampak negatif misalnya nasabah menjadi tidak setia atau tidak loyal, pembelian ulang terhadap produk menjadi menurun apalagi dengan membeli berbagai variasi produk BJBS, kemudian nasabah akan menyebarkan *word of mouth* yang negatif kepada orang lain. Bahkan di era modern ini jika nasabah tidak puas terhadap pelayanan yang telah diberikan BJBS maka akan mudah menyebarkannya melalui media sosial.

4. Hasil pengujian menunjukkan bahwa besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada produk tabungan anak ib masalah adalah sebesar 70,6%. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang kuat dan signifikan antara kedua variabel tersebut. Artinya bahwa kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan loyalitas nasabah atau loyalitas nasabah sangat bergantung seberapa besar perusahaan memberikan pelayanan kepada nasabah.

Dari tabel di atas juga dapat dilihat bahwa t hitung sebesar 13.870. Sedangkan t tabel untuk taraf nyata 5% dan derajat kebebasan (*degree of freedom*) $(n-2) = 80$, maka diperoleh $t_{(0,05,80)} = 1.990$.



Hasil penelitian terlihat bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima karena nilai t hitung (13.870) > dari t tabel (1,990), artinya terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada bank BJBS KC Pelajar Pejuang.

D. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian, kualitas pelayanan yang dilaksanakan oleh BJBS KC Pelajar Pejuang berdasarkan persepsi responden dinilai sudah baik. Hal ini ditunjukkan dengan skor kontinum sebesar 5032. Artinya perusahaan telah memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada nasabah, yang diukur dari 5 dimensi kualitas pelayanan, yang meliputi *assurance*, *reliability*, *tangible*, *empathy*, dan *responsiveness*.
2. Tingkat loyalitas nasabah terhadap produk tabungan anak ib masalah di BJBS KC Pelajar Pejuang berdasarkan persepsi responden berada pada skor kontinum sebesar 3941. Artinya nasabah telah memiliki loyalitas yang sudah baik terhadap produk tabungan anak ib masalah, yang diukur melalui 5 dimensi loyalitas nasabah, yang meliputi *repeat purchase*, *refers others*, *across product*, *immunity* dan *spiritualitas*.
3. Hasil pengujian menunjukkan bahwa besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada produk tabungan anak ib masalah adalah sebesar 70,6%. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang kuat dan signifikan antara kedua variabel tersebut. Artinya bahwa kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan loyalitas nasabah atau loyalitas nasabah sangat bergantung seberapa besar perusahaan memberikan pelayanan kepada nasabah.

Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian, meskipun kualitas pelayanan sudah dinilai baik oleh nasabah namun masih terdapat penilaian responden yang berada pada skor terendah yaitu pada dimensi :
 - *Tangible*. Salah satunya mengenai pernyataan kesesuaian penampilan karyawan BJBS dengan syariat Islam. Seharusnya karyawan khususnya muslimah tidak berhias secara berlebihan, mencolok dan berpakaian ketat apalagi sampai terlihat bentuk lekuk tubuh tentu hal ini sangat dilarang dalam Islam.
 - *Reliability*. Salah satunya mengenai pernyataan ketepatan waktu dalam bekerja. Maka karyawan BJBS harus terus berupaya mengoptimalkan waktu agar selalu disiplin ketika dalam bekerja khususnya dalam melakukan *pick up service* dana tabungan anak ib masalah kesetiap sekolah.
 - *Responsiveness*. Salah satunya mengenai pernyataan kecepatan karyawan BJBS dalam melayani nasabah. Layanan *Mobile Masalah* untuk melakukan *pick up service* dana tabungan anak ib masalah masih sangat terbatas sehingga perlu adanya penambahan unit untuk

- memberikan kemudahan kepada nasabah dalam melakukan transaksi melalui *Mobile Maslahah*.
- *Assurance*. Salah satunya mengenai pernyataan mengenai pengetahuan karyawan terhadap produk yang ditawarkan. Maka pihak BJBS harus terus berupaya melakukan evaluasi dan training secara *continue* terkait produk yang ditawarkan agar para karyawannya maksimal dalam menjelaskan informasi kepada nasabah.
 - *Empathy*. Salah satunya mengenai pernyataan keadilan nasabah dalam melayani setiap nasabah. Maka Pelayanan yang adil kepada setiap nasabah lebih diutamakan terutama pada sisi antrian nasabah harus berurutan dan menyediakan nomor antrian sehingga nasabah merasa puas atas pelayanan yang diberikan.
2. Hal serupa juga meskipun loyalitas nasabah sudah dinilai dengan baik, namun masih juga terdapat penilaian responden yang berada pada skor terendah yaitu pada dimensi :
- *Repeat purchase* dan *spiritualitas*. Salah satunya pernyataan mengenai rutinitas dan keyakinan nasabah terhadap menabung. Dikarenakan produk tabungan anak ib masalah ini ditujukan kepada kalangan anak SD, SMP dan SMA/SMK yang kebanyakan gaya hidup konsumtifnya tinggi. Maka pihak BJBS sebaiknya jangan langsung menawarkan produknya terlebih dahulu, tetapi diusahakan anak sedini mungkin telah di perkenalkan dahulu mengenai menabung, misalnya pihak BJBS bekerja sama dengan pihak sekolah membuat slogan untuk ditempel pada tiap mading sekolah mengenai manfaat menabung dan mudharatnya jika tidak menabung. Sehingga dengan adanya upaya ini, anak nantinya akan memiliki keinginan yang kuat untuk menabung, bahkan meyakini bahwa menabung itu merupakan suatu anjuran didalam Islam.
 - *Refers Others*, Salah satunya mengenai pernyataan nasabah untuk merekomendasikan produk tabungan anak ib masalah. Maka pihak BJBS harus terus berupaya semaksimal mungkin dalam memberikan kepuasan dan pelayanan yang lebih baik lagi sehingga jika hal ini sudah terbentuk maka nasabah akan memberikan dampak positif kepada BJBS seperti nasabah akan merekomendasikan produk tabungan anak ib masalah kepada orang lain, bersedia memesan berbagai variasi produk BJBS (*across product*) dan nasabah akan lebih memilih produk BJBS dibandingkan dengan produk sejenis dari pesaing (*Immunity*).

Daftar Pustaka

- Andriasan Sudarso, *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*, Deepublish, Yogyakarta, 2016.
- Utami, 2004. *Pengaruh Faktor-faktor Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Nasabah, Study Kasus di Bank Syariah Mandiri Cab Surakarta*. Jurnal Akuntansi dan Bisnis, Vol. IV, No. 1, Februari 2004.
- Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Alfabeta, Bandung, 2005. PT. Bank BJB Syariah KC Pelajar Pejuang