

PENGARUH *SERVICE EXCELLENCE* OLEH *CUSTOMER SERVICE* TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK MUAMALAT KCP STABAT

Nurul Akmalia¹

Azhar²

Anjur Perkasa³

Nurulakmala855@gmail.com¹

azharmedan518@gmail.com²

anjurpohan@gmail.com³

^{123.} Sekolah Tinggi Agama Islam Jam'iyah Mahmudiyah Langkat

Abstrak

Terdapat berbagai tantangan dalam mencapai keberhasilan perusahaan. Untuk mengantisipasinya, perusahaan dituntut untuk dapat bekerja dengan baik, yaitu dengan menggunakan berbagai macam sumber daya yang dimiliki agar dapat diterima di pasar. Salah satu hal yang perlu diperhatikan perusahaan dalam mencapai keberhasilan adalah kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah merupakan manifestasi dan kelanjutan agar terciptanya loyalitas nasabah dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, serta untuk tetap setiap menjadi nasabah dari perusahaan tersebut. Kepuasan nasabah dapat diraih dengan adanya pelayanan yang memuaskan sesuai dengan harapan nasabah atau bahkan melebihi dari harapan nasabah. Kepuasan nasabah merupakan indikator utama dari standar suatu fasilitas dan sebagai suatu ukuran mutu pelayanan yang diberikan. Kepuasan nasabah dapat dicapai melalui kinerja terbaik dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Pemberian pelayanan terbaik terjadi bila perusahaan mampu menjaga atau meningkatkan kualitas jasa atau pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Oleh karena itu, setiap perusahaan atau usaha yang dijalankan harus dapat terus membaca apa yang menjadi kebutuhan nasabah guna mencapai tingkat kepuasan nasabah yang tinggi.

Perusahaan harus mampu membuat nasabah merasa nyaman dan puas melalui pelayanan-pelayanan yang disuguhkan kepada nasabah. *Customer service* sangat berperan aktif dalam suatu pelayanan disuatu Bank, terlebih jika *customer service* dapat melakukan *service excellence*. Karena dari *service* yang *excellence* akan mendatangkan dan mempertahankan nasabahnya. Dari latar belakang diatas, maka penulis ingin mengetahui dan menjelaskan tentang *service excellence* yang dilakukan oleh *customer service* Bank Muamalat tepatnya di KCP Stabat. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Terdapat hubungan yang positif atau sejalan antara *service excellence* yang dilakukan *customer service* dengan kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Stabat, semakin bagus *service excellence* yang dilakukan *customer service* maka semakin tinggi kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Stabat, begitupun sebaliknya semakin kurang *service excellence* yang dilakukan *customer service* maka semakin rendah kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Stabat.

Kata kunci : *Service Excellence, Customer Service, Kepuasan Nasabah, Bank*

Abstract

There are various challenges in achieving company success. To anticipate this, companies are required to be able to work well, namely by using a variety of available resources in order to be accepted in the market. One of the things that need to be considered

by companies in achieving success is customer satisfaction. Customer satisfaction is a manifestation and continuation in order to create customer loyalty in using the facilities and services provided by the company, as well as to remain every time a customer of the company. Customer satisfaction can be achieved by providing satisfactory service in accordance with customer expectations or even exceeding customer expectations. Customer satisfaction is the main indicator of the standard of a facility and as a measure of the quality of services provided. Customer satisfaction can be achieved through the best performance in providing services to customers. The best service delivery occurs when the company is able to maintain or improve the quality of services or services provided to customers. Therefore, every company or business that is run must be able to continue to read what the customer needs in order to achieve a high level of customer satisfaction.

Companies must be able to make customers feel comfortable and satisfied through the services provided to customers. Customer service plays an active role in a service in a bank, especially if customer service can perform service excellence. Because of the service excellence will bring and retain customers. From the background above, the author wants to know and explain about service excellence carried out by customer service Bank Muamalat, precisely at KCP Stabat. The type of research used in this research is quantitative research. There is a positive or consistent relationship between service excellence by customer service and customer satisfaction at Bank Muamalat KCP Stabat, the better service excellence by customer service, the higher customer satisfaction at Bank Muamalat KCP Stabat, and vice versa, the less service excellence performed by customer service, the lower the customer satisfaction of Bank Muamalat KCP Stabat.

Keywords: *Service Excellence, Customer Service, Customer Satisfaction, Bank*

PENDAHULUAN

Persaingan yang ketat atau tuntutan nasabah terhadap pelayanan Bank yang lebih sempurna merupakan faktor pendorong adanya inovasi dan adanya perubahan bisnis perbankan. Perusahaan yang bergerak di sektor jasa pemberian pelayanan (*service*) merupakan salah satu hal yang pasti dilakukan, karena perusahaan sektor jasa merupakan perusahaan yang salah satu perannya yaitu melayani. Dan *service excellence* pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan. Keberhasilan dari pemberian *service excellence* itu ditunjukkan para nasabah dengan adanya rasa puas dari nasabah. Semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah, itu berarti semakin baik pengelolaan kualitas pelayanan yang diberikan perbankan kepada nasabah (Nasution, 2015), (Alam, 2021), (Daud et al., 2020). Terdapat berbagai tantangan dalam mencapai keberhasilan perusahaan. Untuk mengantisipasinya, perusahaan dituntut untuk dapat bekerja dengan baik, yaitu dengan menggunakan berbagai macam sumber daya yang dimiliki agar dapat diterima di pasar. Salah satu hal yang perlu diperhatikan perusahaan dalam mencapai keberhasilan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Nasabah telah mengakui dan menyadari apa yang sesungguhnya di inginkan nasabah dan memilih apa yang terbaik. Masing-masing Bank berusaha menampilkan dirinya sebaik mungkin agar dapat menarik minat nasabah untuk menabung. Kualitas pelayanan merupakan jaminan terbaik dari kesetiaan pelanggan. Kualitas pelayanan yang lebih tinggi akan menghasilkan kepuasan nasabah yang tinggi pula. Kepuasan nasabah merupakan manifestasi dan kelanjutan agar terciptanya loyalitas nasabah dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, serta untuk

tetap setiap menjadi nasabah dari perusahaan tersebut. Kepuasan nasabah dapat diraih dengan adanya pelayanan yang memuaskan sesuai dengan harapan nasabah atau bahkan melebihi dari harapan nasabah. Kepuasan nasabah merupakan indikator utama dari standar suatu fasilitas dan sebagai suatu ukuran mutu pelayanan yang diberikan. Kepuasan nasabah dapat dicapai melalui kinerja terbaik dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Pemberian pelayanan terbaik terjadi bila perusahaan mampu menjaga atau meningkatkan kualitas jasa atau pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Oleh karena itu, setiap perusahaan atau usaha yang dijalankan harus dapat terus membaca apa yang menjadi kebutuhan nasabah guna mencapai tingkat kepuasan nasabah yang tinggi (Nasution, 2014).

Perusahaan harus mampu membuat nasabah merasa nyaman dan puas melalui pelayanan-pelayanan yang disuguhkan kepada nasabah. Kualitas layanan merupakan salah satu indikator bagi konsumen untuk menilai perusahaan yang bergerak di bidang jasa dan keuangan. Nasabah tentunya menginginkan pelayanan yang berkualitas (Olivia et al., 2020). Pelayanan yang berkualitas dapat tercermin oleh perusahaan yang menerapkan kinerjanya dari sebuah aspek-aspek seperti *tangibles*, *empathy*, *responsiveness*, *reliability* dan *assurance*. Jika kelima aspek kualitas ini diterapkan secara bersama-sama akan mendapatkan kualitas yang *excellence*. Variabel-variabel tersebut juga menentukan tingkat kepuasan dari nasabah. Oleh karena itu, pihak Perbankan harus mampu mengelola kelima variabel tersebut dengan baik apabila ingin memperoleh kepuasan nasabah (Huda, 2020). Kepuasan nasabah sangat dipengaruhi oleh kinerja karyawan. Karyawan dipandang dari sisi individu kemampuan kerja dapat mempengaruhi kinerja yang lebih handal dalam menyelesaikan pekerjaan. Karyawan dipandang dari sisi pendidikan dapat bekerja lebih terarah dengan skill yang dimilikinya sehingga mempengaruhi kinerja karyawan, disiplin kerja maka karyawan dapat menyelesaikan pekerjaannya dengan tepat dan teratur sehingga dapat mempengaruhi kinerja karyawan, reward akan mempengaruhi kinerja karyawan, semakin tinggi *reward* yang diberikan maka semakin optimal kinerja karyawan, serta *punishment* semakin tinggi jenjang karir karyawan akan mempengaruhi optimalisasi kerja karyawan tersebut (Alam, 2020). *Customer service* sangat berperan aktif dalam suatu pelayanan disuatu Bank, terlebih jika *customer service* dapat melakukan *service excellence*. Karena dari *service* yang *excellence* akan mendatangkan dan mempertahankan nasabahnya. Dari latar belakang diatas, maka penulis ingin mengetahui dan menjelaskan tentang *service excellence* yang dilakukan oleh *customer service* Bank Muamalat tepatnya di KCP Stabat.

KAJIAN PUSTAKA

Pelayanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dengan mewujudkan kepuasannya agar mereka selalu royal terhadap perusahaan (Daryanto, 2014). Pelayanan prima mengandung tiga hal pokok, yaitu adanya kaitan pendekatan sikap yang berkaitan dengan kepedulian kepada pelanggan, upaya melayani dengan tindakan terbaik, dan adanya tujuan untuk memuaskan pelanggan yang berorientasi dengan standart layanan tertentu. Pelayanan prima memiliki ciri khas kualitas yang baik meliputi kemudahan, kecepatan, ketepatan, kehandalan, dan empathy dari petugas pelayanan dalam pemberian dan penyampaian kepada pelanggan. Keberhasilan program pelayanan prima tergantung pada penyelarasan sikap, perhatian, tindakan, dan tanggung jawab dalam pelaksanaannya (Mulyadi, 2015). Berikut ini dijelaskan beberapa pengertian/definisi mengenai pelayanan prima yang seringkali diungkap oleh para pelaku bisnis.

- a. Pelayanan prima adalah membuat pelanggan merasa penting
- b. Pelayanan prima adalah melayani pelanggan dengan ramah, tepat dan cepat
- c. Pelayanan prima adalah pelayanan yang mengutamakan kepuasan pelanggan
- d. Pelayanan prima adalah menempatkan pelanggan sebagai mitra

- e. Pelayanan prima adalah pelayanan optimal yang menghasilkan kepuasan pelanggan
- f. Pelayanan prima adalah upaya layanan terpadu untuk kepuasan pelanggan (Freddy Rangkuti, 2017).

Customer service memegang peranan yang sangat penting. Dalam dunia perbankan tugas utama seorang *customer service* adalah memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. *Customer service* bank dalam melayani para nasabah selalu berusaha menarik dengan cara merayu para calon nasabah menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara. *customer service* juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank (Ubaid, 2020), (Olivia et al., 2021). Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Oleh karena itu, setiap transaksi akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian, kepuasan nasabah mempunyai dimensi waktu karena hasil akumulasi. Karena itu, siapa pun yang terlibat dalam urusan keputusan nasabah, ia telah melibatkan diri dalam urusan jangka panjang. Upaya memuaskan nasabah adalah pengalaman panjang yang tidak mengenal batas akhir.

Instrumen Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Defenisi	Indikator
Service excellence oleh Customer service (X)	Pelayanan yang diberikan oleh <i>customer service</i> kepada nasabah yang dapat memenuhi bahkan melebihi apa yang diharapkan oleh s nasabah yang merasakan <i>service</i> itu sendiri.	<ul style="list-style-type: none"> a. <i>Tangible</i> (Bukti Fisik) b. <i>Empathy</i> (Empati) c. <i>Responsiveness</i> (Cepat Tanggap) d. <i>Reliability</i> (Kehandalan) e. <i>Assurance</i> (Jaminan)
Kepuasan Nasabah (Y)	Perasaan dimana nasabah menyatakan hasil perbandingan antara hasil pelayanan yang diterima dengan apa yang diharapkan dari <i>customer service</i> .	<ul style="list-style-type: none"> a. Kepuasan nasabah b. Minat menggunakan jasa c. Rekomendasi nasabah d. Sesuai kebutuhan e. Nasabah mendapat kepercayaan

Dalam Islam, kepuasan seorang muslim disebut dengan *qana'ah*. Kepuasan dalam Islam (*qana'ah*) merupakan cerminan kepuasan seseorang baik secara lahiriah maupun batiniah. Kepuasan dalam Islam mendorong seorang konsumen Muslim bersikap adil. Konsep kepuasan dalam Islam berkaitan dengan keimanan yang melahirkan rasa syukur. Jadi kesimpulannya adalah “jika” seandainya umat Islam mau menerapkan ajaranajaran diatas, maka bisa dipastikan bahwa umat Islam adalah umat yang paling menjunjung tinggi profesionalisme kerja dan pelayanan prima. Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau yang tidak berkualitas kepada orang lain (Tanjung, 2018).

Salah satu keharusan muslim adalah menjalin dua hubungan, yaitu *Hablum Minallah* (hubungan baik kepada allah) dan *Hablum Minannas* (hubungan baik dengan sesama manusia). Dalam konteks kepuasan nasabah, interaksi antara Bank dan nasabah (hubungan baik sesama manusia), Allah berfirman dalam Al-quran Surat Ali-Imran ayat 159 telah memberikan pedoman kepada mukmin (pihak bank) agar berlemah lembut (*Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Kemenag Press, 2018)

B. فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ إِنَّتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ (١٥٩)

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”. (Q.S. Ali-Imran: 159).

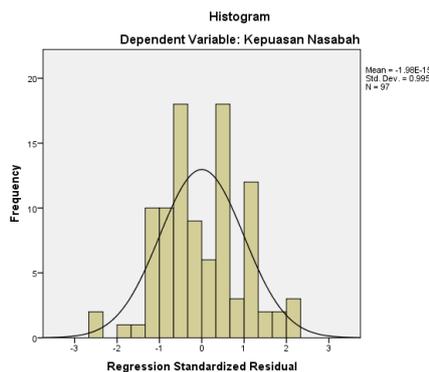
METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, Pendekatan pada penelitian ini merupakan pendekatan asosiatif atau hubungan.

HASIL PEMBAHASAN

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai *cronbach alpha* variabel *Service Excellence* (X) yaitu 76,4% > 60%, variabel *Kepuasan Nasabah* (Y) yaitu 81,3% > 60%. Maka setiap variabel yang diujikan reliabel atau konsisten, memiliki tingkat reliabilitas yang baik.

Gambar 4.2 Grafik Histogram

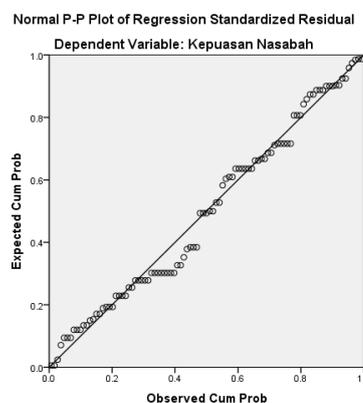


Sumber: Data Diolah

Berdasarkan gambar diatas histogram *Regression Residual* membentuk kurva seperti lonceng maka nilai residual tersebut dinyatakan normal atau data berdistribusi normal.

1) Uji Grafik P-P Plot

Gambar 4.3 Grafik P-P Plot

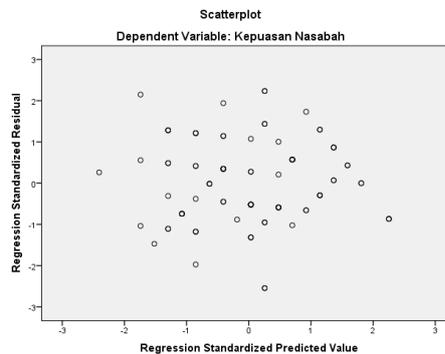


Sumber: Data Diolah

Berdasarkan grafik diatas, titik-titik mengikuti atau merapat ke garis diagonal maka data dalam penelitian ini normal atau berdistribusi normal.

a. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.4 Scatterplot



Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tampilan Scatterplot pada gambar 4.4 maka dapat disimpulkan bahwa plot menyebar secara acak diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu *regression studentized residual*. Oleh karena itu pada model regresi yang dibentuk dinyatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

b. Uji Otokorelasi

Tabel 4.8 Uji Otokorelasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.891 ^a	.794	.791	1.256	1.168

a. Predictors: (Constant), *Service Excellence*
 b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel 4.8 nilai Durbin-Watson = 1,168. Maka dapat disimpulkan pada model regresi ini tidak terdapat gejala otokorelasi karena nilai Durbin-Watson berada diantara -2 sampai +2 atau $-2 < 1,168 < 2$.

Setelah mengetahui nilai t_{tabel} maka langkah selanjutnya mencari t_{hitung} . Pada penelitian ini t_{hitung} diperoleh dari pengolahan data menggunakan program komputer SPSS. Berikut nilai t_{hitung} setelah penulis melakukan pengolahan data menggunakan program komputer SPSS :

Tabel 4.9 Uji t Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.097	1.140		-.962	.339
<i>Service Excellence</i>	.544	.028	.891	19.116	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 4.9 nilai t_{hitung} diperoleh 19,126 dengan nilai signifikansi 0,00 karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($19,126 > 1,98525$) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Hipotesis H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *service excellence* oleh *customer service* terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Stabat.

a. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi atau R square (R²) merupakan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikatnya.

Tabel 4.10 Uji Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.891 ^a	.794	.791	1.256	1.168

a. Predictors: (Constant), *Service Excellence*

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah

Besarnya angka adjusted r square adalah 0,791 atau sebesar 79,1%. Dapat disimpulkan bahwa *service excellence* yang dilakukan oleh *service excellence* oleh *customer service* mempengaruhi Bank Muamalat KCP Stabat sebesar 79,1%, sedangkan sisanya sebesar 20,9% (100% - 79,1%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain seperti kualitas produk, promosi yang dilakukan, biaya, hadiah yang diberikan, dan lain sebagainya.

1. Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 4.11 Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.097	1.140		-.962	.339
<i>Service Excellence</i>	.544	.028	.891	19.116	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 4.11, maka diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -1.097 + .544X$$

Hasil penelitian melalui pengolahan dan analisa data menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *service excellence* oleh *customer service* terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Stabat. Hal ini diperoleh dari hasil uji hipotesis yaitu uji t yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($19,126 > 1,98525$) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Selain itu pada uji adjusted r square atau uji r menjelaskan bahwa *service excellence* yang dilakukan oleh *service excellence* oleh *customer service* mempengaruhi Bank Muamalat KCP Stabat sebesar 79,1%, sedangkan sisanya sebesar 20,9% (100% - 79,1%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain seperti kualitas produk, promosi yang dilakukan, biaya, hadiah yang diberikan, dan lain sebagainya. Koefisien pada regresi linear sederhana bernilai positif artinya terjadi hubungan positif atau sejalan antara *service excellence* yang dilakukan *customer service* dengan kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Stabat, semakin bagus *service excellence* yang dilakukan *customer service* maka semakin tinggi kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Stabat, begitupun sebaliknya semakin kurang *service excellence* yang dilakukan *customer service* maka semakin rendah kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Stabat.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat di ketahui bahwa *service excellence* yang dilakukan *customer service* memiliki pengaruh yang besar dan bersifat positif dengan dengan kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Stabat. Salah satu cara untuk menciptakan kepuasan nasabah melalui peningkatan kualitas, karena pelanggan adalah fokus utama ketika kita mengungkap tentang kepuasan dan kualitas nasabah. Persoalan kualitas sudah menjadi “harga

yang harus dibayar” oleh perusahaan agar tetap dapat bertahan dalam bisnisnya. Saat ini hampir semua perusahaan, terlebih perusahaan jasa dapat menghasilkan kualitas pelayanan dengan standar yang sama. Kepuasan nasabah merupakan indikator utama dari standar suatu fasilitas dan sebagai suatu ukuran mutu pelayanan yang diberikan. Kepuasan nasabah dapat dicapai melalui kinerja terbaik dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Pemberian pelayanan terbaik terjadi bila perusahaan mampu menjaga atau meningkatkan kualitas jasa atau pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Oleh karena itu, setiap perusahaan atau usaha yang dijalankan harus dapat terus membaca apa yang menjadi kebutuhan nasabah guna mencapai tingkat kepuasan nasabah yang tinggi.

Kepuasan nasabah menjadi sangat penting bagi suatu perusahaan, yang dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa Perbankan, di mana pelayanan yang baik memegang peran utama dalam memberikan kepuasan kepada para nasabahnya. Dengan pelayanan ini maka akan memunculkan suatu tingkat kepuasan pada nasabah baik itu kepuasan positif maupun kepuasan negatif. Bagi perusahaan Perbankan suatu kepuasan nasabah sangat diperlukan khususnya dalam rangka eksistensi perusahaan tersebut, sehingga nasabah tersebut akan tetap menggunakan jasa perusahaan tersebut. Nasabah mengharapkan segala apa yang diinginkan terhadap pemberi layanan. Kualitas pelayanan sangat penting, tidak hanya sekedar pelayanan saja, tapi harus ada karakteristik yang membedakan. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Hal ini dapat berarti jika kinerja dibawah harapan, nasabah akan merasa tidak puas. Jika kinerja sama dengan harapan, nasabah merasa puas, dan jika kinerja melampaui harapan, nasabah akan sangat puas atau bahagia. Nasabah yang merasa puas, akan selalu memberikan komentar yang baik tentang perusahaan dan cenderung akan setia lebih lama pada perusahaan tersebut. Kepuasan nasabah sangat dipengaruhi oleh kinerja karyawan. Karyawan dipandang dari sisi individu kemampuan kerja dapat mempengaruhi kinerja yang lebih handal dalam menyelesaikan pekerjaan. Dalam dunia Perbankan karyawan yang memberikan pelayanan salah satunya yang kita kenal yaitu *customer service*. *Customer service* merupakan salah satu bagian penting dalam sebuah perusahaan dan menjadi ujung tombak bagi perusahaan yang bergerak dibidang keuangan, khususnya dibidang Perbankan dalam persaingan yang semakin meningkatnya bank harus aktif di dalam meningkatkan usahanya baik untuk mendapatkan nasabah baru yang potensial maupun mempertahankan nasabah lama. *Customer service* sangat berperan aktif dalam suatu pelayanan disuatu Bank, terlebih jika *customer service* dapat melakukan *service excellence*. Karena dari *service* yang *excellence* akan mendatangkan dan mempertahankan nasabahnya. Penelitian ini menjelaskan tentang *service excellence* yang dilakukan oleh *customer service* terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Stabat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di bahas, maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian ini:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *service excellence* oleh *customer service* terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Stabat. *Service excellence* yang dilakukan oleh *service excellence* oleh *customer service* mempengaruhi Bank Muamalat KCP Stabat sebesar 79,1%, sedangkan sisanya sebesar 20,9% (100% - 79,1%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain seperti kualitas produk, promosi yang dilakukan, biaya, hadiah yang diberikan, dan lain sebagainya.
2. Terdapat hubungan yang positif atau sejalan antara *service excellence* yang dilakukan *customer service* dengan kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Stabat, semakin bagus *service excellence* yang dilakukan *customer service* maka semakin tinggi kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Stabat, begitupun sebaliknya semakin kurang

service excellence yang dilakukan *customer service* maka semakin rendah kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Stabat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, A. P. (2020). Analisis Peningkatan Kinerja Karyawan Melalui Pelatihan dan Pengembangan pada Bank Muamalat Cabang Medan Balai Kota. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(2).
- Alam, A. P. (2021). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Medan. *Urnal Islamic Circle*, 2(1).
- Daryanto, I. S. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Gaya Media.
- Daud, A., Khair, Y., Sakdiah, K., Putri, S., & Anjani, U. (2020). Sosialisasi dan pelatihan implementasi produk perbankan syariah pada umkm pekan tanjung pura dalam peningkatan ekonomi berbasis syariah. *Jurnal ABDIMASA Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 60–65.
- Freddy Rangkuti. (2017). *Customer Care Excellent Meningkatkan Kinerja Perusahaan melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja*. Gramedia Pustaka Utama.
- Huda, S. D. A. dan B. (2020). Pengaruh Service Excellent Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan BSM Di Bank Syariah Mandiri KC Jatinangor. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 1(1).
- Mulyadi, D. (2015). *Studi Kebijakan Publik dan Pelayanan Publik, Konsep dan Aplikasi Proses Kebijakan Publik dan Pelayanan Publik*. Alfabeta.
- Nasution. (2014). *Manajemen Jasa Terpadu*. Ghalia Indonesia.
- Nasution, M. N. (2015). *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Ghalia Indonesia.
- Olivia, H., Athar, G. A., Nasution, T. A., & Hidayat, S. (2021). Kinerja Keuangan Perbankan Syariah: Tinjauan Dari Intellectual Capital Pada BNI Syariah. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(2), 97–103. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i2.1068>
- Olivia, H., Tanjung, D. F., & Sugianto. (2020). Pengaruh Margin Keuntungan dan Biaya Administrasi Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Kpr Syariah Pada PT Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Binjai. *Seminar Nasional Teknologi Komputer Dan Sains (SAINTEKS)*, 521–529. <http://seminar-id.com/prosiding/index.php/sainteks/article/view/490>
- Tanjung, H. (2018). *Manajemen Syariah dalam Praktik*. Gema Insani.
- Ubaid, M. S. (2020). Kinerja Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Keputusan Menabung Di Bank Konvensional (Study Kasus Bank Daerah Lamongan), *Jurnal Ekonomi Mahasiswa. (JEKMA)*, 1(6).

