

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ISLAMI TERHADAP KEPUASAN
NASABAH DALAM KONSEP EKONOMI ISLAM PADA PT. BANK SYARIAH
INDONESIA, TBK KCP STABAT**

Isabella Br PA¹

Abdullah Sani²

Anjur Perkasa Alam³

isabellabrpa123@gmail.com¹

abdullahsani@gmail.com²

anjurpohan@gmail.com³

¹²³. Sekolah Tinggi Agama Islam Jam'iyah Mahmudiyah Langkat

Abstrak

Di era persaingan yang semakin kompetitif ini, setiap perusahaan semakin menyadari pentingnya aspek pelayanan terhadap pelanggan untuk menjamin kelangsungan bisnis mereka. Seorang nasabah yang puas terhadap pelayanan pegawai Bank menjadi aset yang sangat bernilai bagi perusahaan. Dipertahankannya nasabah dapat mengurangi usaha mencari nasabah baru yang berarti memberikan umpan balik positif kepada perusahaan. Perusahaan dapat lebih melakukan penghematan biaya dalam mempertahankan nasabah yang lama dari pada mencari nasabah baru. Fokus pada penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan Islami yang diberikan PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Stabat terhadap kepuasan nasabah. Pada penelitian ini memiliki satu variabel bebas yaitu kualitas pelayanan Islami dan satu variabel terikat yaitu kepuasan nasabah. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif yang menekankan analisis data bersifat statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sumber data penelitian ini diperoleh dari jawaban angket yang diberikan kepada nasabah PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Stabat. Pengolahan dan pada penelitian ini menggunakan program komputer SPSS dan Microsoft Office Excel. Analisis data pada penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji t, uji r, dan analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan Islami terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk 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 $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($13,126 > 1,98447$) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Pelayanan Islami yang dilakukan PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Stabat mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 63,4%. Terdapat hubungan yang positif atau sejalan antara pelayanan Islami dengan kepuasan nasabah. artinya semakin bagus pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Stabat maka kepuasan nasabah di PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Stabat akan semakin meningkat, begitupun sebaliknya jika pelayanan yang diberikan kurang bagus maka kepuasan nasabah juga akan berkurang.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan Islami, Kepuasan Nasabah.*

Abstract

In this era of increasingly competitive competition, every company is increasingly aware of the importance of service aspects to customers to ensure the continuity of their business. A customer who is satisfied with the service of the Bank's employees becomes a very valuable asset for the company. The retention of customers can reduce the effort to find new customers which means providing positive feedback to the company. Companies can make more cost savings in retaining existing customers rather than finding new customers. The focus

of this study is to determine the effect of the quality of Islamic services provided by PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Stabat on customer satisfaction. This study has one independent variable, namely Islamic service quality and one dependent variable, namely customer satisfaction. The type of research carried out is quantitative research that emphasizes statistical data analysis, with the aim of testing the established hypothesis. The source of this research data was obtained from the answers to the questionnaire given to the customers of PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Stabat. Processing and in this study using computer programs SPSS and Microsoft Office Excel. The data analysis in this study used validity test, reliability test, normality test, t test, r test, and simple linear regression analysis. The results of the study explain that there is a significant influence between Islamic services on customer satisfaction of PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Stabat this is obtained from the results of the hypothesis test, namely the t-test which shows that the significance value is less than 0.05 ($0.000 < 0.05$) and the $t_{count} > t_{table}$ ($13.126 > 1.98447$) then there is an influence variable X to variable Y. Islamic services carried out by PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Stabat affect customer satisfaction by 63.4%. There is a positive or consistent relationship between Islamic services and customer satisfaction. means that the better the services provided by PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Stabat then customer satisfaction at PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Stabat will increase, and vice versa if the service provided is not good then customer satisfaction will also decrease.

Keywords: Islamic Service Quality, Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Bank adalah suatu lembaga yang mendapatkan izin untuk mengerahkan dana masyarakat berupa pinjaman sehingga sebagai perantara nasabah penyimpan dana dan pemakai akhir. Adapun perkembangan Perbankan Syariah saat ini meningkat, padahal sejak zama Rasulullah SAW sudah menggunakan lembaga keuangan yang berpedoman atau berprinsip syariah. (Hendi, 2015). Di era persaingan yang semakin kompetitif ini, setiap perusahaan semakin menyadari pentingnya aspek pelayanan terhadap pelanggan untuk menjamin kelangsungan bisnis mereka. Seorang nasabah yang puas terhadap pelayanan pegawai Bank menjadi aset yang sangat bernilai bagi perusahaan (Olivia, 2019). Dipertahankannya nasabah dapat mengurangi usaha mencari nasabah baru yang berarti memberikan umpan balik positif kepada perusahaan. Perusahaan dapat lebih melakukan penghematan biaya dalam mempertahankan nasabah yang lama dari pada mencari nasabah baru (Harmain et al., 2019), (Alam, 2021).

Pada dasarnya nasabah mengharapkan segala apa yang diinginkan terhadap pemberi layanan, maka dari itu bagi perusahaan maupun badan usaha hendaknya memiliki kualitas pelayanan yang berbeda sehingga membedakan usahanya dengan usaha orang lain (Alam, 2020). 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 (Moenir, 2018). 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 Kepuasan nasabah menjadi sangat penting bagi suatu perusahaan (Suginam et al., 2020), 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. (Winarsih, 2015)

Peningkatan aset membuktikan pula semakin meningkatnya pengguna jasa Perbankan Syariah di Indonesia. Peningkatan jumlah nasabah Bank syariah harus diimbangi dengan peningkatan kualitas Bank syariah dalam melayani nasabahnya. Bank-Bank syariah telah mengakui pentingnya kualitas pelayanan untuk mempertahankan nasabah yang ada dan untuk menarik nasabah baru dalam lingkungan yang kompetitif. Kualitas pelayanan telah menjadi satu faktor yang penting untuk kesuksesan sebuah bisnis. (Abedniya, 2011)

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah kualitas pelayanan. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi yang melebihi harapan. Pelayanan yang baik dapat menimbulkan sisi positif bagi perusahaan. Karena pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Pelayanan yang buruk tentu akan dapat berakibat fatal bagi sebuah perusahaan, pada akhirnya perusahaan tidak akan mendapatkan kepercayaan dari para pelanggannya, perlahan-lahan pelanggan akan meninggalkan perusahaan tersebut apabila pelayanan yang diberikan tidak baik.

Melihat ketatnya persaingan yang dilakukan oleh berbagai perusahaan Perbankan saat ini, terutama PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Stabat harus dapat bersaing dan bertahan didalam pasar maka perusahaan harus peka akan kualitas layanan yang diberikan kepada nasabahnya sehingga dapat menciptakan kepuasan nasabah. Sebuah perusahaan dikatakan bijaksana kalau mengukur kepuasan nasabahnya secara teratur, karena kunci untuk mempertahankan nasabah adalah menciptakan suatu kepuasan. Nasabah yang sangat puas umumnya lebih lama setia, membeli lebih banyak ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan meningkatkan produksi yang ada, membicarakan hal-hal yang menyenangkan tentang perusahaan dan produk-produknya, tidak banyak memberi perhatian pada jenis produk pesaing dan tidak terlalu peka terhadap suku bunga. Menawarkan ide produk atau layanan kepada perusahaan, dan lebih sedikit pemberian produk baru untuk melayani nasabah yang sudah lama dibandingkan nasabah baru karena transaksinya bersifat rutin. PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Stabat dan petugas pelayanan tetap berusaha menjaga proses pelayanan sehingga akan tertanam di dalam hati nasabah, yang pada akhirnya nasabah akan setia. Hal ini ditunjukkan nasabah dengan pemakaian jasa dan melakukan pemakaian jasa ulang. Dengan kata lain, pelayanan Islami yang diterapkan oleh petugas mampu memberikan kepuasan tersendiri yang akan membuat nasabah yakin dan akan selalu kembali. (Winarsih, 2015)

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa yang diterima atau disarankan sesuai dengan yang diharapkan, kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. (Sopiah, 2017). Kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain, terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa: jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dipersepsikan (*perceived service*). (Tjiptono, 2014) Kualitas pelayanan dipengaruhi oleh sumber daya manusia di perusahaan tersebut. Sumber daya manusia merupakan salah satu aset terpenting bagi perusahaan. Peran sumber daya manusia bagi perusahaan tidak hanya dilihat dari hasil produktivitas kerja tetapi juga dapat dilihat dari kualitas kerja yang dihasilkan, dari sumberdaya manusia suatu perusahaan akan semakin kuat daya saing perusahaan tersebut. (Alam, 2010)

Konsep kualitas pelayanan dalam perspektif Islam adalah bentuk evaluasi kognitif dari konsumen atas penyajian jasa oleh organisasi jasa yang menyandarkan setiap aktivitasnya kepada nilai-nilai moral dan sesuai kepatuhan yang telah dijelaskan oleh syariat Islam. Terdapat tiga karakteristik etika pemasaran dari perspektif Islam. *Pertama*, etika pemasaran Islam didasarkan pada Al-Qur'an dan tidak meninggalkan ruang untuk interpretasi yang ambigu. *Kedua*, perbedaan utama adalah aspek transedental dari kemutlakan dan sifat non-lunak. *Ketiga*, pendekatan Islam yang menekankan pemaksimalan nilai dalam pandangan kebaikan di masyarakat daripada mengejar sifat egois pribadi dengan memaksimalkan keuntungan. Memberikan pelayanan terbaik kepada umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya. Dan sekarang tiba saatnya bagi kita untuk menelaah "sebagian kecil" ayat Al-Qur'an dan Hadis-Hadis yang mendorong umat manusia untuk memberikan pelayanan terbaik kepada sesama.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. (Kotler, 2009) 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. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan dan kunci untuk mempertahankan pelanggan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Sedangkan bila kinerja sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan puas, dan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas.

Kualitas pelayanan memiliki pengaruh atau hubungan yang erat dengan kepuasan nasabah. Pelayanan menjadi faktor utama seorang nasabah menjalin hubungan yang erat. (Tjiptono, 2014) Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk kepentingan orang lain, dan bukan sekedar bermaksud untuk melayani namun untuk membangun suatu kerja sama jangka panjang dengan prinsip saling menguntungkan. Kepuasan nasabah merupakan hal yang sangat penting ditengah persaingan bisnis yang tinggi, karena dengan menimbulkan suatu kepuasan kepada nasabah hal itu akan bermanfaat bagi perkembangan jangka panjang perusahaan. Dengan adanya kepuasan nasabah, akan membahwa suatu usaha barang atau jasa yang telah berdiri tersebut akan dapat mempertahankan nasabah yang datang melakukan pembelian atau melakukan transaksi di perusahaan tersebut. Kepuasan merupakan suatu rasa yang hadir dalam diri seseorang sehingga membuat serta mendorong terjadinya pembelian ulang. (Suprayogi, 2011)

Dalam ilmu ekonomi 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, 2006)

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₀: tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan islami terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Stabat.

H_a: terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan islami terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Stabat.

Instrumen penelitian untuk mengukur variabel pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tebel Instrumen Variabel Penelitian

No	Variabel Penelitian	Defenisi	Indikator	Pengukuran
1	Kualitas Pelayanan Islami (X)	Adanya pemberian layanan yang mudah, tidak berbelit-belit, dan layanan yang bersifar ramah serta penuh perhatian karyawan atas segala keinginan nasabah sehingga nasabah merasa puas atas layanan tersebut.	a. Tangibles (bukti fisik) b. Responsivitas (tanggung jawab dan kepedulian) c. Realiabilitas (kemampuan) d. Jaminan (kepastian waktu) e. Empati (sikap karyawan)	Skala Likert
2	Kepuasan Nasabah (Y)	Perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara kinerja atau hasil yang diterima oleh nasabah.	a. Kenyamanan nasabah b. Keyakinan nasabah atas layanan c. Minat menggunakan jasa d. Penjelasan atas layanan e. Nasabah mendapat kepercayaan	Skala Likert

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu (Efendi, 2020), (Susbiyani, 2016), (Arikunto, 1998). pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah bersifat asosiatif (hubungan), penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Variabel yang dimaksud pada penelitian ini adalah hubungan antara Kualitas Pelayanan Islami (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Stabat.

HASIL PEMBAHASAN

Koefisien determinasi atau R square (R^2) merupakan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikatnya.

**Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.798 ^a	.637	.634	1.866	1.383

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan Islami

b. Dependent Variabel: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah

Besarnya angka adjusted r square adalah 0,634 atau sebesar 63,4%. Dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan Islami (X) dan mempengaruhi Kepuasan Nasabah (Y) sebesar 63,4%, sedangkan sisanya sebesar 36,6% (100% - 63,4%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain

seperti kualitas produk, promosi yang dilakukan, biaya, hadiah yang diberikan, dan lain sebagainya.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Uji Regresi Linear Sederhana Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	8.340	1.613		5.171	.000		
Kualitas Pelayanan Islami	.723	.055	.798	13.126	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variabel: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 4.14, maka diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 8.340 + .723X$$

Dimana:

Y = Kepuasan Nasabah

X = Kualitas Pelayanan Islami

Adapun interpretasi statistik penulis adalah sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 8,340 artinya jika Kualitas Pelayanan Islami (X) nilainya adalah 0, maka Kepuasan Nasabah (Y) nilainya yaitu sebesar 8,340. Maksudnya adalah apabila PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Stabat tidak melakukan pelayanan islami maka kepuasan nasabah di PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Stabat sebesar 8,34%.
- Koefisien regresi variabel harga (X) sebesar ,723 artinya jika variabel kualitas pelayanan islami yang diberikan PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Stabat mengalami kenaikan 1 konstanta maka kepuasan nasabah di PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Stabat mengalami peningkatan sebesar 0,723 %.
- Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Kualitas Pelayanan Islami (X) dengan Kepuasan Nasabah (Y), semakin bagus pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Stabat maka kepuasan nasabah di PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Stabat akan tinggi.

HASIL PENELITIAN

Di era persaingan yang semakin kompetitif ini, setiap perusahaan semakin menyadari pentingnya aspek pelayanan terhadap pelanggan untuk menjamin kelangsungan bisnis mereka. Pada dasarnya nasabah mengharapkan segala apa yang diinginkan terhadap pemberi layanan, maka dari itu bagi perusahaan maupun badan usaha hendaknya memiliki kualitas pelayanan yang berbeda sehingga membedakan usahanya dengan usaha orang lain. 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. 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 standard yang sama.

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. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah kualitas pelayanan. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi yang melebihi harapan (Olivia et al., 2021).

Melihat ketatnya persaingan yang dilakukan oleh berbagai perusahaan Perbankan saat ini, terutama PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Stabat harus dapat bersaing dan bertahan didalam pasar maka perusahaan harus peka akan kualitas layanan yang diberikan kepada nasabahnya sehingga dapat menciptakan kepuasan nasabah. PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Stabat dan petugas pelayanan tetap berusaha menjaga proses pelayanan sehingga akan tertanam di dalam hati nasabah, yang pada akhirnya nasabah akan setia. Hal ini ditunjukkan nasabah dengan pemakaian jasa dan melakukan pemakaian jasa ulang. Dengan kata lain, pelayanan Islami yang diterapkan oleh petugas mampu memberikan kepuasan tersendiri yang akan membuat nasabah yakin dan akan selalu kembali melakukan transaksi-transaksi lainnya.

Hasil analisa data penulis yang bersumber dari angket yang disebar kepada nasabah PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Stabat. Hasil analisa data menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan islami yang diberikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk 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 $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($13,126 > 1,98447$) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Selain itu pada uji adjusted r square atau uji r menjelaskan bahwa pelayanan islami yang dilakukan PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Stabat mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 63,4%, sedangkan sisanya sebesar 36,6% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti kualitas produk, promosi yang dilakukan, biaya, hadiah yang diberikan, dan lain sebagainya. Koefisien pada regresi linear sederhana bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Kualitas Pelayanan Islami (X) dengan Kepuasan Nasabah (Y), artinya semakin bagus pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Stabat maka kepuasan nasabah di PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Stabat akan tinggi. Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan dapat dijelaskan pada pembahasan hasil penelitian ini bahwa pelayanan islami yang diberikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Stabat.

KESIMPULAN

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

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan Islami terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk 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 $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($13,126 > 1,98447$) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.
2. Pelayanan Islami yang dilakukan PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Stabat mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 63,4%, sedangkan sisanya sebesar 36,6%

dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti kualitas produk, promosi yang dilakukan, biaya, hadiah yang diberikan, dan lain sebagainya

3. Terdapat hubungan yang positif atau sejalan antara pelayanan Islami dengan kepuasan nasabah, artinya semakin bagus pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Stabat maka kepuasan nasabah di PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Stabat akan semakin meningkat, begitupun sebaliknya jika pelayanan yang diberikan kurang bagus maka kepuasan nasabah juga akan berkurang.

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).
- Arikunto, S. (1998). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Efendi, E. S. D. O. H. S. (2020). Pengaruh Iklim Organisasi, Pelatihan dan Kompensasi Terhadap Kinerja Pegawai Yayasan Mantab Al Hamid. *Jurnal Ilmiah MEA*, 4(2), 603.
- Harmain, H., Nurlaila, Olivia, H., & Syafina, L. (2019). *Akuntansi Syariah di Indonesia* (Arfan Ikhsan (ed.)). Madenatera.
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana. 2014.
- Kementerian Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Kemenag. 2019.
- Kotler Philip, dan Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. 2018.
- Kusuma, Rizal Wahyu. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI Surabaya Kota" dalam *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen* Vol 4 No. 12. 2015.
- Olivia, H. (2019). Penerapan Analisis Roi (Retrun On Investment) Untuk Memprediksi Pendapatan Perusahaan. *Kitabah*, 3(2), 211–218.
- 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>
- Suginam, S., Rohminatin, R., Olivia, H., & Yanny, A. (2020). *The Analysis of Factors Affect Timeliness Financial Statement of Indonesia Stock Exchange Company*.
<https://doi.org/10.4108/eai.11-12-2019.2290841>
- Susbiyani, A. (2016). *Determinan Kualitas Laporan Keuangan dan Dampaknya Terhadap Pendapatn Asli Daerah. (Studi Pada Pemerintah Kabupaten Dan Kota Di Indonesia*.
<http://library1.nida.ac.th/termpaper6/sd/2554/19755.pdf>