

# siti khumairoh

*by* Siti Khumairoh

---

**Submission date:** 16-May-2024 02:10PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2380845725

**File name:** Bismillah\_JURNAL\_KHUMAIROH-1.docx (112.21K)

**Word count:** 4579

**Character count:** 29012



## **PENGARUH PELAYANAN PERBANKAN SYARIAH DAN PRODUK TABUNGAN iB SiAga TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK KB BUKOPIN SYARIAH**

**Siti Khumairoh<sup>1</sup> Masruchin<sup>2</sup>**

<sup>1&2</sup>*Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*  
 Email: [sitikhumairoh251@gmail.com](mailto:sitikhumairoh251@gmail.com), [masruchin@umsida.ac.id](mailto:masruchin@umsida.ac.id)

### **Abstrak**

Perkembangan pesat dan persaingan yang semakin ketat di dunia perbankan telah mendorong institusi keuangan untuk bersaing dalam memberikan pelayanan terbaik kepada nasabahnya. Masalahnya pengaruh pelayanan perbankan syariah dan produk tabungan yang menjadi pertimbangan kepuasan nasabah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan dan pengaruh pelayanan perbankan syariah dan produk tabungan iB SiAga terhadap kepuasan nasabah Bank KB Bukopin Syariah. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah Bank KB Bukopin Syariah yang menabung di bank tersebut sebanyak 1000 orang sesuai dengan wawancara dari pihak yang bersangkutan. Sedangkan sampel penelitian ini berjumlah 100 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Pelayanan Perbankan Syariah berpengaruh langsung dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank KB Bukopin Syariah, Variabel Produk Tabungan iB SiAga berpengaruh langsung dan signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank KB Bukopin Syariah dan variabel Pengaruh Pelayanan Perbankan Syariah dan Produk Tabungan iB SiAga berpengaruh secara simultan dan signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank KB Bukopin Syariah.

**Kata Kunci:** Pengaruh Pelayanan, Produk Tabungan iB SiAga, Kepuasan Nasabah.

### **Abstract**

*Rapid developments and increasingly fierce competition in the banking world have encouraged financial institutions to compete in providing the best service to their customers. The problem is the influence of sharia banking services and savings products which are taken into consideration for customer satisfaction. The aim of this research is to determine the relationship and influence of sharia banking services and iB SiAga savings products on customer satisfaction at Bank KB Bukopin Syariah. The type of research used in the research is quantitative research. The population used in this research were 1000 KB Bukopin Syariah Bank customers who saved at the bank according to interviews with the parties concerned. Meanwhile, the sample for this research was 100 people. The results of the research show that the Sharia Banking Service variable has a direct and significant effect on Bank KB Bukopin Syariah Customer Satisfaction, the iB SiAga Savings Product variable has a direct and significant effect on Bank KB Bukopin Syariah Customer Satisfaction and the Influence of Sharia Banking Services and iB SiAga Savings Product variables have a simultaneous effect and significant to Bank KB Bukopin Syariah Customer Satisfaction.*

**Keywords:** Influence of Service, iB SiAga Savings Products, Customer Satisfaction.

## PENDAHULUAN

Perkembangan pesat dan persaingan yang semakin ketat di dunia perbankan telah mendorong institusi keuangan untuk bersaing dalam memberikan pelayanan terbaik kepada nasabahnya. Pada era globalisasi ini, kebutuhan akan pelayanan perbankan yang unggul tidak hanya menjadi keinginan, tetapi juga keharusan. Peningkatan kualitas pelayanan dan berbagai produk yang inovatif menjadi kunci utama bagi bank untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar mereka. Bank-bank saat ini tidak hanya fokus pada kuantitas produk yang ditawarkan, tetapi juga pada kualitas pelayanan yang dapat memberikan kepuasan maksimal kepada nasabah. Kepuasan nasabah merupakan indikator utama dari efektivitas layanan perbankan (Latifah, 2023).

Kepuasan nasabah dapat diukur sebagai evaluasi purna beli atas penggunaan barang atau jasa, dan merupakan faktor krusial dalam mempertahankan hubungan jangka panjang antara bank dan nasabahnya. Dalam perspektif bisnis, kepuasan nasabah bukan hanya merupakan tujuan yang harus dicapai, tetapi juga menjadi fondasi utama untuk pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan di pasar yang kompetitif. Salah satu sektor perbankan yang mengalami pertumbuhan pesat adalah perbankan syariah. Pilihan untuk mengikuti prinsip-prinsip syariah semakin diminati oleh nasabah yang ingin memadukan kegiatan finansial mereka dengan nilai-nilai etika Islam (Anjelina & Masruchin, 2023).

Pelayanan menjadi kunci utama dalam memberikan kepuasan kepada nasabah. Orientasi pada kebutuhan dan harapan nasabah harus menjadi komitmen utama dalam setiap langkah yang diambil oleh Bank Syariah. Pentingnya pelayanan tidak hanya tercermin dalam kepuasan nasabah yang positif, tetapi juga dalam terciptanya loyalitas. Nasabah yang merasa puas dengan layanan perbankan syariah cenderung akan tetap menggunakan jasa perusahaan tersebut. Selain itu, kepuasan nasabah juga memiliki potensi untuk

menciptakan efek domino melalui rekomendasi kepada orang lain mengenai pengalaman positif mereka.

Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah dan pengaruh pelayanan menjadi krusial dalam strategi pertumbuhan perbankan syariah. Di samping pengaruh pelayanan, produk tabungan juga memiliki peran penting dalam menjaga tingkat kepuasan nasabah. Produk tabungan mencakup aspek keawetan, kehandalan, kemudahan penggunaan, dan faktor lainnya yang memengaruhi pengalaman nasabah. Dalam konteks perbankan syariah, di mana kepatuhan terhadap prinsip syariah menjadi fokus utama, kualitas produk haruslah mencerminkan nilai-nilai etika Islam, kepuasan nasabah juga sangat dipengaruhi oleh produk tabungan atau barang-barang yang diberikan oleh bank (Agustina & Krisnaningsih, 2023).

Dalam konteks ini, Bank KB Bukopin Syariah tidak hanya menawarkan pelayanan perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah, tetapi juga berbagai produk inovatif yang mencakup kebutuhan nasabah secara holistik. Salah satu produk yang menonjol adalah Tabungan iB Siaga. Produk ini telah menjadi pilihan populer bagi nasabah yang menginginkan solusi finansial sesuai dengan prinsip syariah. Kemudahan pengelolaan dana dengan tetap mematuhi aturan syariah membuat Tabungan iB Siaga menjadi alternatif menarik bagi mereka yang peduli dengan aspek kehalalan dalam aktivitas finansial mereka. Pentingnya kepuasan nasabah tidak hanya berlaku dalam konteks perbankan konvensional, tetapi juga menjadi aspek penting dalam perbankan syariah.

Penelitian yang dilakukan Rahatul Zahrah Rahfizah menemukan adanya pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan dan kualitas produk tabungan terhadap kepuasan nasabah (Rahfizah et al., 2020). Penelitian Rafika Sari juga berhasil menemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan atau berarti baik secara parsial maupun secara simultan antara kualitas pelayanan dan kinerja produk tabungan



terhadap kepuasan nasabah (Sari et al., 2023). Penelitian Rizal Zulkarnain menemukan adanya pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan dan kualitas produk tabungan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah (Zulkarnain et al., 2020).

Pentingnya memahami sejauh mana pelayanan perbankan syariah dan produk Tabungan Siaga memengaruhi tingkat kepuasan nasabah menjadi dasar untuk penelitian ini. Penelitian sebelumnya telah mengidentifikasi bahwa faktor-faktor tersebut memiliki potensi besar untuk memengaruhi kepuasan nasabah, namun masih diperlukan penelitian lebih lanjut untuk menggali informasi lebih mendalam dan spesifik. Sebelumnya telah menunjukkan bahwa pelayanan perbankan syariah dan produk-produk seperti Tabungan iB Siaga memiliki potensi besar untuk memengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Meskipun demikian, ada kebutuhan untuk penelitian lebih lanjut guna memahami secara mendalam sejauh mana pengaruh pelayanan perbankan syariah dan produk Tabungan iB Siaga terhadap tingkat kepuasan nasabah (Febriana, 2016).

## TINJAUAN PUSTAKA

### Pelayanan

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Definisi ini relevan dengan prinsip-prinsip perbankan syariah yang menekankan transaksi yang sesuai dengan etika Islam, di mana kepemilikan dan tanggung jawab bersama menjadi pokok. Pelayanan didefinisikan sebagai serangkaian aktivitas hasil dari interaksi antara pemberi dan penerima pelayanan. Pelayanan memiliki peranan penting dalam strategi perusahaan, membantu mempertahankan reputasi dan mencapai kesuksesan di pasar yang semakin kompetitif (Yulindawati et al., 2022).

Definisi ini mencerminkan komitmen perbankan syariah untuk memenuhi harapan

konsumen melalui interaksi yang tidak dapat diraba. Dimensi kualitas pada definisi pelayanan dengan menyatakan bahwa kualitas adalah keseluruhan fitur dan karakteristik suatu produk atau jasa yang mempengaruhi kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan. Dalam konteks perbankan syariah, kualitas pelayanan tidak hanya terkait dengan efisiensi dan akurasi tetapi juga sejalan dengan nilai-nilai moral dan etika islam. Pemahaman mendalam terhadap nilai-nilai syariah membantu perbankan syariah dalam menyusun layanan yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan nasabah (Purwita Sari & Achsa, 2021).

### Produk Tabungan

Produk adalah sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Produk tidak hanya bermanfaat untuk keperluan sehari-hari, tetapi juga dapat memenuhi kebutuhan jasmani dan rohani. Dengan kata lain, produk tabungan tidak hanya menjadi instrumen finansial, tetapi juga menciptakan keamanan dan kesejahteraan bagi pelanggan (Latifah & Maika, 2019).

Produk menjadi landasan utama bagi perusahaan, dan tanpa inovasi, perusahaan berisiko tenggelam dalam persaingan. Oleh karena itu, keberhasilan perusahaan tergantung pada sejauh mana mereka mampu menawarkan produk yang disukai oleh konsumen. Produk harus dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Inilah yang mendasar konsep pemasaran, dimana produk yang sesuai dengan preferensi konsumen akan lebih berhasil di pasaran (Fandi Tjiptono dan Gregorius Chandra, 2017).

### Kepuasan Nasabah

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas

terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan (Indrasari, 2019).

Kepuasan konsumen ini sangat tergantung pada persepsi dan harapan konsumen itu sendiri. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen ketika melakukan pembelian suatu barang atau jasa adalah kebutuhan dan keinginan yang dirasakan oleh konsumen tersebut pada saat melakukan pembelian suatu barang atau jasa, pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi barang atau jasa tersebut serta pengalaman yang telah mengkonsumsi barang atau jasa tersebut dan periklanan (Napitupulu, 2019).

4 Menurut Philip Kotler & Armstrong yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan (Kotler & Armstrong, 2008). Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono, penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian

yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori, membangun fakta, menunjukkan hubungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, menaksir hasilnya (Sugiyono, 2011).

Sedangkan sampel data yang diambil menggunakan rumus slovin sebagai berikut

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$
$$n = \frac{1.000}{1+(1.000 \times (0,1)^2)}$$
$$= 90,90 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ orang}$$

Ukuran sampel untuk penelitian ini adalah 100 orang. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan cara teknik sampling insidental. Penelitian ini menggunakan variabel independen pengaruh pelayanan perbankan syariah (X1), produk tabungan iB SiAga (X2). Juga variabel dependen dari penelitian ini adalah kepuasan nasabah pada Bank KB Bukopin Syariah.

Teknik analisis data adalah teknik yang digunakan untuk mengelola hasil penelitian guna memperoleh kesimpulan. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS 23.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Data yang dikumpulkan pada penelitian ini yaitu menggunakan data primer yang diambil secara langsung dilapangan.



Instrumen yang digunakan yaitu menggunakan kuisioner dalam Link Jotform. Penyebaran kuisioner dilakukan mulai tanggal Desember 2023 – Januari 2024 kepada seluruh Nasabah Bank KB Bukopin Syariah. Adapun jumlah kuisioner yang kembali sebanyak 91 Kuisioner. Berikut beberapa hasil pengujian pada penelitian ini guna memperoleh hasil penelitian.

Data variabel dinyatakan valid apabila memiliki nilai  $r$ -hitung lebih besar  $r$ -tabel dan nilai signifikansi  $<0,05$ . Dikatakan tidak valid jika  $r$ -hitung lebih kecil  $r$ -tabel dan nilai signifikansi  $>0,05$ .  $r$ -tabel pada penelitian ini dengan sampel 91 responden sebesar 0,2061 dengan menggunakan taraf nyata  $\alpha = 0.05$  atau 5%. Adapun hasil uji validitas kuisioner masing-masing variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

### a. Uji Instrumen Penelitian

#### 1) Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan (X1)

No.	Pertanyaan	r-Hitung		r-Tabel	Nilai Sig.	Keterangan
1	g1.D1.1	0,674	>	0,2061	0,000	Valid
2	X1.D1.1	0,676	>	0,2061	0,000	Valid
3	X1.D1.3	0,707	>	0,2061	0,000	Valid
4	X1.D1.4	0,678	>	0,2061	0,000	Valid
5	g1.D1.5	0,737	>	0,2061	0,000	Valid
6	X1.D2.1	0,722	>	0,2061	0,000	Valid
7	X1.D2.2	0,767	>	0,2061	0,000	Valid
8	X1.D2.3	0,640	>	0,2061	0,000	Valid
9	X1.D2.4	0,683	>	0,2061	0,000	Valid
10	X1.D2.5	0,756	>	0,2061	0,000	Valid
11	X1.D3.1	0,752	>	0,2061	0,000	Valid
12	X1.D3.2	0,778	>	0,2061	0,000	Valid
13	X1.D3.3	0,780	>	0,2061	0,000	Valid
14	X1.D3.4	0,721	>	0,2061	0,000	Valid
15	g1.D3.5	0,696	>	0,2061	0,000	Valid
16	g1.D4.1	0,736	>	0,2061	0,000	Valid
17	X1.D4.2	0,663	>	0,2061	0,000	Valid
18	X1.D4.3	0,774	>	0,2061	0,000	Valid
19	X1.D4.4	0,722	>	0,2061	0,000	Valid
20	g1.D4.5	0,782	>	0,2061	0,000	Valid
21	X1.D5.1	0,757	>	0,2061	0,000	Valid
22	X1.D5.2	0,715	>	0,2061	0,000	Valid
23	X1.D5.3	0,715	>	0,2061	0,000	Valid
24	X1.D5.4	0,726	>	0,2061	0,000	Valid
25	X1.D5.5	0,739	>	0,2061	0,000	Valid

Pada diatas menunjukkan hasil uji validitas kuisioner untuk variabel Pelayanan (X1). Dari hasil yang didapatkan pada tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil uji validitas

setiap item pertanyaan dinyatakan valid dengan  $r$ -hitung lebih besar  $r$ -tabel ( $r$ -hitung  $> 0,2061$ ) dan nilai signifikansinya  $<0,05$ .

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Produk Tabungan (X2)

No.	Pertanyaan	r-Hitung		r-Tabel	Nilai Sig.	Keterangan
1	X2.D1.1	0,807	>	0,2061	0,000	Valid

2	X2.D1.2	0,723	>	0,2061	0,000	Valid
3	X2.D1.3	0,782	>	0,2061	0,000	Valid
4	X2.D1.4	0,796	>	0,2061	0,000	Valid
5	X2.D1.5	0,785	>	0,2061	0,000	Valid
6	X2.D2.1	0,801	>	0,2061	0,000	Valid
7	X2.D2.2	0,803	>	0,2061	0,000	Valid
8	X2.D2.3	0,764	>	0,2061	0,000	Valid
9	X2.D2.4	0,725	>	0,2061	0,000	Valid
10	X2.D2.5	0,734	>	0,2061	0,000	Valid
11	X2.D3.1	0,722	>	0,2061	0,000	Valid
12	X2.D3.2	0,746	>	0,2061	0,000	Valid
13	X2.D3.3	0,727	>	0,2061	0,000	Valid
14	X2.D3.4	0,669	>	0,2061	0,000	Valid
15	X2.D3.5	0,752	>	0,2061	0,000	Valid

Pada diatas menunjukkan hasil uji validitas kuisisioner untuk variabel Produk tabungan (X2). Dari hasil yang didapatkan pada tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil

uji validitas setiap item pertanyaan dinyatakan valid dengan  $r_{hitung}$  lebih besar  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} > 0,2061$ ) dan nilai signifikansinya  $< 0,05$ .

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

No.	Pertanyaan	r-Hitung	r-Tabel	Nilai Sig.	Keterangan	
1	Y.D1.1	0,683	>	0,2061	0,000	Valid
2	Y.D1.2	0,716	>	0,2061	0,000	Valid
3	Y.D1.3	0,741	>	0,2061	0,000	Valid
4	Y.D1.4	0,644	>	0,2061	0,000	Valid
5	Y.D1.5	0,774	>	0,2061	0,000	Valid
6	Y.D2.1	0,736	>	0,2061	0,000	Valid
7	Y.D2.2	0,745	>	0,2061	0,000	Valid
8	Y.D2.3	0,748	>	0,2061	0,000	Valid
9	Y.D2.4	0,754	>	0,2061	0,000	Valid
10	Y.D2.5	0,753	>	0,2061	0,000	Valid
11	Y.D3.1	0,731	>	0,2061	0,000	Valid
12	Y.D3.2	0,676	>	0,2061	0,000	Valid
13	Y.D3.3	0,730	>	0,2061	0,000	Valid
14	Y.D3.4	0,736	>	0,2061	0,000	Valid
15	Y.D3.5	0,743	>	0,2061	0,000	Valid

Pada diatas menunjukkan hasil uji validitas kuisisioner untuk variabel Kepuasan Nasabah (Y). Dari hasil yang didapatkan pada tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil uji validitas setiap item pertanyaan dinyatakan valid dengan  $r_{hitung}$  lebih besar  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} > 0,2061$ ) dan nilai signifikansinya  $< 0,05$ .

Dalam penelitian ini, pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*, yang mana koefisien pada model ini digunakan untuk menentukan reliabilitas variabel di semua dimensi. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat realibilitas memadai jika koefisien *Cronbach Alpha* lebih besar atau sama dengan 0,60. Berikut tabel hasil dari uji reliabilitas yang telah dilakukan:

## 2) Uji Reabilitas



Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Pelayanan (X1)	0,962	Reliabel
Produk Tabungan (X2)	0,964	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,936	Reliabel

Dari tabel diatas, menunjukkan hasil uji reliabilitas dari tiga variabel (Pelayanan, Produk tabungan dan Kepuasan Nasabah) pada penelitian ini reliabel. Seluruhnya dinyatakan reliabel karena memenuhi syarat yaitu nilai koefisien *Cronbach Alpha* > 0,60.

#### b. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda ialah model regresi yang melibatkan lebih dari satu variable independent. Analisis regresi linier berganda pada penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh *Servant Leadership* dan Komitmen terhadap Kinerja karyawan.

Tabel 5. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig
1	(Constant)	7.303	2.698		2.707	.008
	Pelayanan	.183	.049	.312	3.733	.000
	Produk Tabungan	.594	.078	.635	7.608	.000

#### a. Dipendent Variabel: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil tabel 5 diatas bisa diketahui model persamaan regresinya sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 7,303 + 0,183 + 0,594$$

Berdasarkan persamaan diatas dapat diartikan sebagai berikut:

- 1) Nilai a sebesar 7,303 merupakan keadaan variabel Kepuasan Nasabah belum dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu variabel pelayanan dan Produk Tabungan, jika variabel independen tidak ada sehingga variabel dependen tidak terjadi perubahan.
- 2) b1 pada variabel Pelayanan (X1) senilai 0,183 menunjukkan bahwa

variabel X1 terdapat hubungan positif terhadap Kinerja Karyawan.

- 3) b2 pada variabel Produk tabungan (X2) nilai 0,594 sehingga memiliki hubungan yang positif. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa jika variabel Produk tabungan memiliki hubungan positif terhadap Kepuasan Nasabah

#### c. Uji Hipotesis

##### 1) Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (Uji t) ialah statistik inferensial yang digunakan untuk menentukan apakah terdapat perbedaan yang signifikan secara statistik antara rata-rata dua variabel. Dasar pengambilan keputusannya uji t bisa dilihat melalui nilai signifikansinya, apabila nilai sig.<0,05 maka dinyatakan terdapat pengaruh antara variabel

independent dengan variabel dependen dan dinyatakan adanya pengaruh. Diperoleh hasil membandingkan nilai t-hitung dengan t- uji sebagai berikut:  
tabel, apabila t-hitung > t-tabel maka

Tabel 6. Hasil Uji t  
Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	7.303	2.698		2.707	.008
Pelayanan	.183	.049	.312	3.733	.000
Produk Tabungan	.594	.078	.635	7.608	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

- a) Berdasarkan analisis variabel Pelayanan, diperoleh nilai t-hitung (3,733) > t-tabel (1,662) dan pada nilai sig. (0,000) < 0,05. Maka kesimpulannya terdapat pengaruh yang signifikan Pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank KB Bukopin Syariah.
- b) Berdasarkan analisis variabel Produk Tabungan, diperoleh nilai t-hitung (7,608) < t-tabel (1,662) dan pada nilai sig. (0,000) > 0,05. Maka kesimpulannya terdapat pengaruh yang signifikan Produk tabungan terhadap kepuasan nasabah di Bank KB Bukopin Syariah.

2) Uji Simultan (Uji f)

Uji f bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama – sama (stimultan) mempengaruhi variabel dependen Dasar pengambilan Keputusan untuk uji f bisa dilihat melalui nilai signifikansinya, apabila nilai sig. < 0,05

maka dinyatakan terdapat pengaruh antara variabel independent dengan variabel dependen dan membandingkan nilai f-hitung dengan f-tabel, apabila f-hitung > f-tabel maka dinyatakan adanya pengaruh. Berikut hasil pengujian uji f yaitu

Tabel 7. Hasil Uji f  
ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	4812.313	2	2406.157	234.640	.000 <sup>b</sup>
Residual	902.412	88	10.255		
Total	5714.725	90			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Produk Tabungan, Pelayanan

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai f-hitung sebesar 234,640 dimana f-hitung > f-tabel (234,640 > 3,096) dan nilai sig. 0,000 < 0,05. Sehingga didapatkan

kesimpulan<sup>3</sup> terdapat pengaruh Variabel Pelayanan dan Produk Tabungan secara simultan atau bersamaan terhadap varibel Kepuasan



Nasabah pada Bank KB Bukopin Syariah.

### 3) Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi atau Uji R square bertujuan untuk mengukur

seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen . Berikut hasil pengujiannya :

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.918 <sup>a</sup>	.842	.839	3.202

a. Predictors: (Constant), Produk Tabungan, Pelayanan

Pada tabel diatas didapatkan hasil pengujian koefisien determinasi berganda atau R square adalah sebesar 0,842 atau 84,20%. Sehingga bisa dijelaskannya variabel Pelayanan dan Produk Tabungan bisa menggambarkan mengenai variabel Kepuasan Nasabah sebesar 84,20% dalam penelitian ini dan sisanya sebesar 15,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijadikan objek dalam penelitian ini.

#### d. Pembahasan

##### Pelayanan Perbankan Syariah berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil analisis hipotesis dengan menggunakan uji t didapatkan nilai variabel pelayanan yaitu diperoleh nilai t-hitung (3,733) > t-tabel (1,662) dan pada nilai sig. (0,000) < 0,05. Sementara hasil regresi berganda diperoleh koefisien regresi variabel Pelayanan yaitu  $b = 0,183$ , sehingga kesimpulannya terdapat pengaruh positif dan signifikan Pelayanan perbankan syariah terhadap kepuasan nasabah di Bank KB Bukopin Syariah. Artinya apabila terjadi kenaikan nilai variabel pelayanan sebesar 1 poin maka akan terjadi peningkatan nilai kepuasan nasabah sebesar 0,183.

Dari hasil penelitian yang dilakukan ditemukan bahwa kepuasan nasabah dapat terbentuk salah satunya dari factor pelayanan

yang diberikan Bank KB Bukopin Syariah diantaranya karena Bank KB Bukopin Syariah memiliki bukti fisik berupa Mesin ATM selalu beroperasi 24 jam, penampilan pegawai selalu menarik dan sopan, Tampilan display yang selalu inovatif dan informatif, fasilitas ruangan yang memadai dan area parkir yang cukup luas, tidak hanya itu Bank KB Bukopin Syariah juga memiliki sifat keadilan dimana pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang dipromosikan, pelayanan tepat waktu, jarang terjadi kesalahan, bisa diandalkan dalam menyelesaikan permasalahan nasabah dan pegawainya menerima complain dengan tepat dan cepat. Keunggulan lainnya ialah ketanggapan Bank KB Bukopin Syariah selalu tanggap dalam pemberian informasi mengenai produk dan layanannya, pegawai selalu memberikan bantuan kepada nasabah yang mengalami kesusahan dan semua keluhan nasabah diterima dengan baik, tidak hanya pegawai petugas satpam juga bersedia dalam memberikan bantuan dan solusi yang diberikan selalu cepat dan tanggap. Bank KB Bukopin Syariah juga memberikan sebuah jaminan seperti jaminan rasa aman kepada nasabah, menjamin kerahasiaan transaksi nasabah. Empati yang dimiliki oleh pegawai Bank KB Bukopin Syariah memberikan kepuasan kepada nasabah seperti selalu sopan dan responsive dalam menanggapi permasalahan nasabah dan menjelaskan semua hal mengenai produk-produk yang dimiliki, selalu memberikan informasi

apabila terjadi gangguan terhadap aplikasi mobile.

Sehingga dari semua pelayanan yang berkualitas itu membuat nasabah merasakan secara keseluruhan, pelayanan Bank KB Bukopin Syariah memuaskan, membuat nasabah merasakan pelayanan Bank KB Bukopin Syariah memenuhi harapan nasabah, dan membuat nasabah merasakan BSM mempunyai pelayanan dan produk yang ideal dibandingkan pesaing. Dari hasil penemuan diatas maka bisa disimpulkan bahwa pelayanan yang dibangun oleh Bank KB Bukopin Syariah bisa membuat nasabah puas, sehingga adanya pengaruh positif dan signifikan antara pelayanan perbankan Syariah dengan kepuasan Nasabah hal ini didukung oleh penelitian [3](#) Audhatul Zahrah Rahfizah menemukan adanya pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan dan kualitas produk tabungan terhadap kepuasan nasabah (Rahfizah et al., 2020).

#### **Produk Tabungan SiAga berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil analisis hipotesis dengan menggunakan uji t didapatkan nilai variabel produk tabungan yaitu diperoleh nilai t-hitung ( $7,608$ ) < t-tabel ( $1,662$ ) dan pada nilai sig. ( $0,000$ ) >  $0,05$ . Sementara hasil regresi berganda diperoleh koefisien regresi variabel Pelayanan yaitu  $b = 0,594$ , sehingga kesimpulannya terdapat pengaruh positif dan signifikan signifikan Produk tabungan SiAga terhadap kepuasan nasabah di Bank KB Bukopin Syariah. Artinya apabila terjadi kenaikan nilai variabel Produk tabungan sebesar 1 poin maka akan terjadi peningkatan nilai kepuasan nasabah sebesar  $0,594$ .

Dari hasil penelitian yang dilakukan ditemukan bahwa kepuasan nasabah dapat terbentuk salah satunya dari factor produk tabungan SiAga yang diberikan Bank KB Bukopin Syariah diantaranya karena Bank KB Bukopin Syariah memiliki produk tabungan berkualitas dimana fitur yang dimiliki memudahkan nasabah dalam pengelolaan dana tabungannya, tidak hanya

mudah fitur yang dimiliki juga sangat mudah difahami, produk tabungan dengan setoran awa yang sangat terjangkau dan cocok untuk semua kalangan serta terdapat aplikasi bisa mobile yang sangat aman untuk digunakan. Keunggulan produk juga dapat memberikan kepuasan kepada nasabah diantara Tampilan awal (display) produk tabungan SiAga sangat simpel, menarik dan informatif, Produk tabungan SiAga dirancang dengan minim resiko untuk kenyamanan dan kemudahan nasabah dalam bertransaksi dan Produk tabungan SiAga dilengkapi dengan kartu ATM, buku rekening, juga kemudahan akses e-banking 24 jam di aplikasi Bisa mobile. Tidak hanya itu estetika produk seperti produk tabungan SiAga sesuai kebutuhan nasabah, keamanan transaksi yang dijamin, mudahnya persyaratan pembuatannya, penyimpanan dan pengolahan data yang mudah diakses nasabah serta Produk tabungan SiAga selalu memberikan layanan yang akurat dengan melampirkan buktisetoran di buku rekening nasabah.

Sehingga dari semua produk tabungan SiAga Bank KB Bukopin Syariah dapat memberikan kepuasan nasabah. Maka hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas produk tabungan SiAga Bank KB Bukopin Syariah akan diikuti oleh peningkatan kepuasan nasabah sehingga nasabah dapat memenuhi keinginan dan merasa puas dengan produk tabungan tersebut. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Rafika Sari juga berhasil menemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan atau berarti baik secara parsial maupun secara simultan antara kualitas pelayanan dan kinerja produk tabungan terhadap kepuasan nasabah (Sari et al., 2023).

#### **Pelayanan Perbankan Syariah dan Produk Tabungan SiAga berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil analisis hipotesis dengan menggunakan uji f didapatkan nilai Variabel Pelayanan dan Produk Tabungan yaitu dimana f-hitung > f-tabel ( $234,640$  >  $3,096$ )



dan nilai sig.  $0,000 < 0,05$ . Sehingga didapatkan kesimpulannya terdapat pengaruh Variabel Pelayanan perbankan Syariah dan Produk Tabungan SiAga secara simultan atau bersamaan terhadap variabel Kepuasan Nasabah pada Bank KB Bukopin Syariah. Hasil analisis uji koefisien determinasi menjelaskan kemampuan Variabel Pelayanan perbankan Syariah dan Produk Tabungan SiAga dalam menerangkan variabel kepuasan nasabah adalah 84,20% dan sisanya sebesar 15,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijadikan objek dalam penelitian ini. Hasil ini menunjukkan bahwa penelitian ini relevan dengan teori

yang menyatakan bahwa pencapaian kepuasan nasabah dapat diciptakan melalui peningkatan kualitas pelayanan dengan beberapa pendekatan. Sama halnya dengan semakin baik kualitas produk akan diikuti oleh peningkatan kepuasan nasabah serta memiliki sifat dan ciri produk yang khas sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhannya dan merasa puas dengan produk tersebut, sehingga dengan saling memberikan keuntungan dengan memanfaatkan Pelayanan perbankan Syariah dengan produk tabungan SiAga maka dapat menimbulkan dan meningkatkan kepuasan nasabah.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan mengenai Pengaruh Pelayanan Perbankan Syariah dan Produk Tabungan iB SiAga Terhadap Kepuasan Nasabah Bank KB Bukopin Syariah diperoleh kesimpulan bahwa variabel Pelayanan Perbankan Syariah berpengaruh langsung dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank KB Bukopin Syariah, Variabel Produk Tabungan iB SiAga berpengaruh langsung dan signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank KB Bukopin Syariah dan variabel Pengaruh Pelayanan Perbankan Syariah dan Produk Tabungan iB SiAga berpengaruh secara simultan dan signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank KB Bukopin Syariah.

### DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, D. A., & Krisnaningsih, D. (2023). "Pengaruh Penggunaan Bsi Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bsicabang Jenggolo." *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance, Volume 6 N*, 180–185.
- Anjelina, J. D., & Masruchin, M. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Antar Jemput Dan Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Tabungan PT. BPRS Lantabur Tebu Ireng Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 1430–1437.
- Fandi Tjiptono dan Gregorius Chandra. (2017). Pemasaran Strategik. In *Pemasaran Strategik* (Edisi 3, p. 12). Andi.
- Febriana, N. I. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(1). <https://doi.org/10.21274/an.2016.3.1.145-168>
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). Prinsip-prinsip pemasaran jilid 1 / Philip Kotler, Gary Amstrong ; penerjemah: Bob Sabran ; editor: Adi Maulana, Devri Barnadi, Wibi Hardani .. In *Prinsip-prinsip pemasaran jilid 1 / Philip Kotler, Gary Amstrong ; penerjemah: Bob Sabran ; editor: Adi Maulana, Devri Barnadi, Wibi Hardani*, (p. 370). Erlangga.
- Latifah, F. N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Teknik Promositerhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance, Vol. 6*(No. 1).
- Latifah, F. N., & Maika, M. R. (2019). *BUKU AJAR Authors*.
- Napitupulu, F. (2019). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Ramayana Lestari Sentosa. *Kinerja*, 16(1), 1–9.
- Purwita Sari, D., & Achsa, A. (2021). Analisis Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan

- Pelanggan Pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Magelang. *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 2(3), 15–27. <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v2i3.36>
- Rahfizah, R. Z., Supaino, S., & Kholil, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Tabungan iB Hasanah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Medan. *Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 6(1), 23. <https://doi.org/10.30997/jn.v6i1.2837>
- Sari, R., Saleh, M., & Hasanah, N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Produk Tabungan Wadiah Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank SUMUT Syariah Cabang Stabat. *JEKSya: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 02(01), 43–51.
- Sugiyono. (2011). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan kombinasi (mixed methods)*. Alfabeta.
- Yulindawati, Tarigan, I. R. R., & Muhammad Ferdian, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Biaya Administrasi terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Faedah pada BRI Syariah Cabang Banda Aceh. *JIMEBIS –Scientific Journal of Students Islamic Economics and Business*, 3, No. 1(1), 5.
- Zulkarnain, R., Taufik, H., & Ramdansyah, A. D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu'amalah Cilegon). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1–24.

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

13%

INTERNET SOURCES

13%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://journal.uir.ac.id">journal.uir.ac.id</a> Internet Source	3%
2	<a href="http://repository.stiegici.ac.id">repository.stiegici.ac.id</a> Internet Source	2%
3	<a href="http://download.garuda.ristekdikti.go.id">download.garuda.ristekdikti.go.id</a> Internet Source	2%
4	<a href="http://docplayer.info">docplayer.info</a> Internet Source	2%
5	<a href="http://etheses.iainponorogo.ac.id">etheses.iainponorogo.ac.id</a> Internet Source	2%
6	<a href="http://id.123dok.com">id.123dok.com</a> Internet Source	2%
7	Yamul Furqaan Al Madani, Dewi Komala Sari. "Mengembangkan Digital Marketing, Citra Merek dan Brand Awaraness untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian Tas pada Pusat Grosir Tas Tanggulangin Sidoarjo", Innovative Technologica: Methodical Research Journal, 2024 Publication	2%

8

Yunita Maulidiyah Faha, Masruchin  
Masruchin, Fitri Nur Latifah. "The Influence of  
Religiosity and Customer Perception on  
Interest in Savings", Indonesian  
Interdisciplinary Journal of Sharia Economics  
(IIJSE), 2022

Publication

2%

---

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On