

Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BSI KCP Ahmad Yani

Oleh: Affandy Yuana Putra

Nama Dosen Pembimbing: Fitri Nur Latifah,SE,M,E,Sy

Fakultas Agama Islam
Prodi Perbankan Syariah
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
11 Desember 2024



Pendahuluan

Kesetiaan pelanggan atau nasabah merupakan suatu komitmen dari konsumen untuk tetap terhubung dengan perusahaan melalui penggunaan ulang layanan yang ditawarkan serta ketulusan dalam merekomendasikannya kepada orang lain agar menggunakan layanan yang serupa (McIlroy & Barnet, 2000). Sejalan dengan itu, Oliver (1997) juga mengartikan kesetiaan sebagai komitmen dari pelanggan untuk melakukan pembelian ulang dan kesediaan untuk terus bertransaksi dengan sebuah perusahaan dalam jangka waktu panjang serta merekomendasikannya kepada teman-teman dan orang lain secara sukarela. Kotler (2003) menyatakan bahwa dalam kondisi persaingan yang ketat, kunci keberhasilan suatu perusahaan untuk meraih kemenangan dalam persaingan terletak pada kemampuannya untuk meningkatkan kesetiaan pelanggan atau nasabah. (Yuli Andesra, 2016)

Kepuasan pelanggan menjadi tujuan utama yang harus diperhatikan oleh setiap institusi keuangan di tengah persaingan yang ketat dalam sektor perbankan saat ini. Untuk mencapai kepuasan pelanggan, setiap institusi keuangan saling berkompetisi dalam mempersiapkan diri agar dapat menembus pasar dengan cara memahami kebutuhan dan harapan masyarakat. Sebagai negara berkembang, kebutuhan masyarakat di Indonesia tidak hanya terfokus pada aktivitas penyimpanan dan penyaluran dana, tetapi juga pada mutu layanan yang diberikan oleh bank. (Masruchin, 2023)



Rumusan Masalah

1. Apakah Kualitas Layanan Bank Syariah Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah BSI di KCP Ahmad Yani?
2. Apakah Kepercayaan Nasabah Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah BSI di KCP Ahmad Yani?
3. Apakah Kombinasi Kualitas Layanan dan Kepercayaan Nasabah Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah BSI di KCP Ahmad Yani?



Metode

Studi ini menerapkan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini mengumpulkan informasi dengan menggunakan alat penelitian dan menganalisisnya secara kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan. Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori, menghasilkan fakta, menunjukkan hubungan antara variabel, dan memberikan deskripsi statistik. Apa yang diambil dari sampel itu, kesimpulan yang dihasilkan akan dapat diterapkan pada populasi. Oleh karena itu, sampel yang diambil dari populasi harus sungguh-sungguh mencerminkan (representatif). Teknik yang diterapkan dalam pengambilan sampel adalah melalui random sampling. Random sampling adalah metode sampling yang memberikan kesempatan yang sama kepada anggota populasi untuk dipilih sebagai bagian dari sampel. Dengan demikian, penentuan sampel dapat dirumuskan menggunakan rumus slovin berikut

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Keterangan:,909

n = Banyaknya Sampel

N = Populasi

e = Standar Error

Maka Besar Sampel merujuk pada rumus di atas, maka penentuan jumlah sampel dapat dirumuskan sebagai berikut:



Referensi

- Abdul Gofur. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)*, 4(1), 37–44.
- Aditya Okta Viandhy, R. T. R. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Ulang Dengan Menggunakan Produk Yang Lain Melalui Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Boulevard Di Surabaya. *Jurnal JESTT*, 1(8), 546–564.
- Agustina, D. A., & Krisnaningsih, D. (2023). Pengaruh Penggunaan BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah di BSI Cabang Jenggolo. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 6, 179–191.
- Aris Zulianto. (2019). Pengaruh Pengetahuan dan Brand Image Terhadap Minat Memilih Produk Tabungan Mudharabah pada Koperasi Syariah BTM Dinar Nasyiah 2 Sumberrejo. *Jurnal Kajian Keislaman Dan Pendidikan*, 11(2), 17–34.
- Fadhilatul Hasanah. (2019). Pengaruh tingkat religiusitas, pengetahuan, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap preferensi menabung mahasiswa universitas muhammadiyah palembang pada bank syariah. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 05, 485–495.
<https://doi.org/https://doi.org/10.32502/jab.v4i1.1815>
- Fitri Nur Latifah & M. Ruslianor Maika. (2019). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. UMSIDA Press.
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Masruchin, J. D. A. &. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Antar Jemput dan Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Tabungan PT . BPRS. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 1430–1437. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.8477>



Referensi

- Meliana Utami, Tati Handayani, P. (2019). Pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah. *Journal Conference on Islamic Management, Accounting and Economics (CIMAE)*, 2, 170–178.
- Muhamad Nafik Hadi Ryandono, R. W. (2018). *Manajemen Bank Islam*. UAD Press.
- Muhammad Assydk Fauzan, S. (2022). Keunggulan Produk Dan Penerapan Nilai Islam Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Cabang Makassar). *Islamic Banking, Economic and Financial Journal*, 2, 103–118.
- Muhammad Zakiy, E. P. A. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(1), 26–38.
- Putri Dwi Cahyani. (2016). Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 6(September), 151–162. <https://doi.org/10.15408/ess.v6i2.3570>
- Siti Raihana, R. A. A. (2019). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya). *Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(2), 110–123.
- Sugiyono. (2011). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan kombinasi (mixed methods)*. Alfabeta.
- Suryadi Syabatullah, K. T. (2024). Kompetensi Custumer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Nasabah Pada Kantor Bank Syariah Indonesia KC Padangsidiimpuan. *Jurnal Sains Student Research*, 2(1), 342–361. [https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jssr.v2i1.565](https://doi.org/10.61722/jssr.v2i1.565)



Referensi

Syahrum, & Salim. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Citapustaka Media.

Winasih, T., & Hakim, L. (2021). Peran Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Kualitas Layanan dan Kepercayaan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 8, 205–221. <https://doi.org/10.1905/iqtishadia.v8i2.4152>

Yohana Neysa Setyawan dan Edwin Japarianto. (2014). Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–8.

Yuli Andesra. (2016). Peran Kualitas Pelayanan Dalam Mebangun Kepercayaan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Simpang Empat. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 4, 139–150

