

# Influence of Service Quality and Customer Trust on Customer Satisfaction at Bank BSI KCP Ahmad Yani Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah Bank BSI KCP Ahmad Yani

Affandy Yuana Putra<sup>1)</sup>, Fitri Nur Latifah<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

<sup>2)</sup> Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

\*Email Penulis Korespondensi: [fitri.latifah@umsida.ac.id](mailto:fitri.latifah@umsida.ac.id)

**Abstract.** *The purpose of this study is to see how service quality and customer trust impact customer satisfaction at Bank BSI KCP Ahmad Yani. Service quality is assessed based on factors such as reliability, responsiveness, assurance, empathy, and physical evidence. On the other hand, customer trust is based on the integrity, ability, and honesty of the bank. The quantitative method used in this research is a survey. Data were collected through questionnaires distributed to one hundred customers who have used banking services for at least one year. The independent and dependent variables were evaluated through multiple linear regression analysis. The results show that service quality and customer trust affect customer satisfaction significantly and positively. Service quality, such as reliability and assurance, as well as integrity and the ability to attract customer trust, are the most important factors.*

**Keywords** - Service Quality, Customer trust, Customer Satisfaction, Bank BSI KCP Ahmad Yani.

**Abstrak.** *Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah di Bank BSI KCP Ahmad Yani. Kualitas layanan dinilai berdasarkan faktor-faktor seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Di sisi lain, kepercayaan nasabah didasarkan pada integritas, kemampuan, dan kejujuran bank. Metode kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar kepada seratus nasabah yang telah menggunakan jasa perbankan minimal satu tahun. Variabel independen dan dependen dievaluasi melalui analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan pelanggan mempengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan dan positif. Kualitas layanan, seperti keandalan dan jaminan, serta integritas dan kemampuan untuk menarik kepercayaan pelanggan, merupakan faktor yang paling penting.*

**Kata Kunci** - Kualitas Layanan, Kepercayaan Nasabah, Kepuasan Nasabah, Bank BSI KCP Ahmad Yani

## I. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi telah menciptakan persaingan bisnis yang semakin kuat dan menantang di tingkat global. Munculnya beragam pesaing baru dalam industri yang sama menjadi ancaman serius bagi perusahaan yang menjalankan operasionalnya. Kehadiran perbankan syariah di Indonesia mendorong perbankan tradisional untuk memperbaiki kualitas layanan mereka agar tidak kehilangan pangsa pasar. Aksesibilitas yang mudah terhadap layanan perbankan memungkinkan konsumen untuk dengan cepat membedakan kualitas layanan antara bank satu dengan yang lainnya. Oleh karena itu, perbankan syariah perlu bersaing ketat untuk meningkatkan kualitas layanan demi mencapai kepuasan nasabah.

Kesetiaan nasabah 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 (Mellroy & Barnet, 2000). Sejalan dengan itu, Oliver (1997) juga mengartikan kesetiaan sebagai komitmen dari nasabah 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 nasabah atau nasabah. (Yuli Andesra, 2016).

Kepuasan nasabah menjadi tujuan utama yang harus diperhatikan oleh setiap institusi keuangan di tengah persaingan yang ketat dalam sektor perbankan saat ini. Untuk mencapai kepuasan nasabah, 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).

Beberapa faktor yang melatarbelakangi preferensi nasabah dalam memilih bank syariah berasal dari luar maupun dari nasabah itu sendiri. Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi menabung nasabah dapat terbagi menjadi dua kelompok besar, antara lain faktor emosional dan faktor rasional. Faktor emosional mengandung arti bahwa nasabah memilih sasaran produk berdasarkan kriteria subjektif seperti kebanggaan atau status, sedangkan faktor rasional berdasarkan kriteria objektif seperti ukuran, berat dan harga. (Fadhilatul Hasanah, 2019).

## II. 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. Dalam penelitian kuantitatif, hubungan antara variabel dan objek penelitian dianggap lebih bersifat sebab dan akibat. Oleh sebab itu, penelitian ini menggunakan variabel independen dan dependen, lalu menghitung seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dampak variabel X1 (Kualitas Layanan) dan X2 (Kepercayaan Nasabah) terhadap Y (Kepuasan Nasabah). Peneliti memilih jenis studi ini karena ingin mengetahui seberapa besar pengaruh dan ekspektasi nasabah terhadap kepuasan nasabah. (Sugiyono, 2011).

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:

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)} \quad n = \frac{1000}{1 + (1.000 \times (0,1)^2)} \quad n = 90,90$$

Tipe sumber informasi ini tergolong ke dalam penelitian yang bersifat numerik. Jenis informasi yang dipakai dalam penelitian ini merupakan data primer, di mana peneliti mengumpulkan data secara langsung dari sumber utama atau lokasi penelitian yang dilakukan. Sumber informasi yang digunakan dalam penelitian ini berupa subjek, yaitu data yang diperoleh dari responden melalui angket, atau data hasil wawancara peneliti dengan para nasabah. Data yang didapat dari data primer ini perlu diproses lebih lanjut. Sumber informasi yang langsung memberikan data untuk pengumpulan informasi.

Peneliti mengumpulkan data untuk mengungkap atau mengumpulkan informasi kuantitatif dari responden sesuai dengan ruang lingkup penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Alat ukur dalam penelitian biasa disebut instrumen penelitian. Jadi, instrumen penelitian adalah sesuatu yang digunakan untuk mengukur fenomena alam dan sosial yang diamati. Agar kuesioner yang dibagikan kepada responden benar-benar dapat mengukur apa yang ingin diukur, maka kuesioner tersebut harus valid dan reliabel (Syahrums & Salim, 2012)

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Informasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu memakai informasi primer yang didapatkan secara langsung di tempat penelitian. Instrumen yang pakai yaitu menggunakan kuisisioner dalam Link Jotform Penyebaran kuisisioner dilakukan mulai tanggal 25 Desember 2024 - 10 Januari 2025 kepada seluruh Nasabah Bank Syariah Indonesia. Jumlah kuisisioner yang didapat sejumlah 100 Kuisisioner. Dibawah ini adalah beberapa hasil pengujian yang dilakukan untuk memperoleh hasil penelitian:

### A. Uji Instrumen Penelitian

#### Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner benar-benar mengukur apa yang ingin diukur. Dengan kata lain, uji validitas bertujuan untuk mengukur ketepatan dan kecermatan alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini.

Data variabel dinyatakan valid jika mempunyai nilai r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Dikatakan tidak valid apabila r hitung lebih kecil r tabel dan nilai signifikansi lebih dari 0,05. r tabel pada

tabel yang dicantumkan dalam riset yang dilakukan oleh peneliti dengan jumlah sampel  $n = 100$  senilai 0,1966 dengan memakai nilai signifikansi  $\alpha = 0.05$

Teknik yang digunakan adalah dengan melakukan korelasi antar point pernyataan dengan keseluruhan variabel. Teknik ini membandingkan nilai  $r$  tabel. Nilai tersebut dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji sisi jumlah data ( $n$ ) = 100, dimana  $df = n - 2$  sehingga  $df = 98$  maka  $r$  tabel 0,1966

Dalam penelitian ini hasil uji validitas dan realibilitas menggunakan program SPSS. Hasil yang diperoleh sebagai berikut:

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X1)**

No.	r hitung	r tabel	Nilai Sig.	Keterangan
1	0,496	0,1966	0,000	Valid
2	0,373	0,1966	0,000	Valid
3	0,445	0,1966	0,000	Valid
4	0,589	0,1966	0,000	Valid
5	0,409	0,1966	0,000	Valid
6	0,404	0,1966	0,000	Valid
7	0,581	0,1966	0,000	Valid
8	0,392	0,1966	0,000	Valid
9	0,406	0,1966	0,000	Valid
10	0,470	0,1966	0,000	Valid
11	0,514	0,1966	0,000	Valid
12	0,473	0,1966	0,000	Valid
13	0,433	0,1966	0,000	Valid
14	0,426	0,1966	0,000	Valid
15	0,409	0,1966	0,000	Valid

Pada tabel 1 menunjukkan hasil uji validitas kuisioner dari variabel Kualitas Pelayanan (X1). Dari hasil uji validitas yang didapatkan pada tabel 1 dapat dilihat bahwa setiap item pernyataan dinyatakan valid karena  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel ( $r$  hitung  $> 0,1966$ ) dan nilai signifikansinya kurang dari 0,05

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Nasabah (X2)**

No.	r hitung	r tabel	Nilai Sig.	Keterangan
1	0,482	0,1966	0,000	Valid
2	0,484	0,1966	0,000	Valid
3	0,476	0,1966	0,000	Valid
4	0,494	0,1966	0,000	Valid
5	0,541	0,1966	0,000	Valid
6	0,326	0,1966	0,001	Valid
7	0,588	0,1966	0,000	Valid
8	0,483	0,1966	0,000	Valid
9	0,463	0,1966	0,000	Valid

Pada tabel 2 menunjukkan hasil dari uji validitas kuisioner pada variabel Kepercayaan Nasabah (X2). Dari hasil uji validitas yang didapatkan pada tabel 2 dapat dilihat bahwa setiap item pernyataan dinyatakan valid karena  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel ( $r$  hitung  $> 0,1966$ ) dan nilai signifikansinya kurang dari 0,05.

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

No.	r hitung	r tabel	Nilai Sig.	Keterangan
1	0,480	0,1966	0,000	Valid
2	0,425	0,1966	0,000	Valid
3	0,440	0,1966	0,000	Valid
4	0,471	0,1966	0,000	Valid
5	0,503	0,1966	0,000	Valid

6	0,365	0,1966	0,000	Valid
7	0,427	0,1966	0,000	Valid
8	0,497	0,1966	0,000	Valid
9	0,540	0,1966	0,000	Valid
10	0,414	0,1966	0,000	Valid
11	0,420	0,1966	0,000	Valid
12	0,376	0,1966	0,000	Valid
13	0,467	0,1966	0,000	Valid
14	0,603	0,1966	0,000	Valid
15	0,355	0,1966	0,000	Valid
16	0,445	0,1966	0,000	Valid
17	0,358	0,1966	0,000	Valid
18	0,516	0,1966	0,000	Valid

Pada tabel 3 menunjukkan hasil dari uji validitas kuisioner pada variabel Kepuasan Nasabah (Y). Dari hasil uji validitas yang didapatkan pada tabel 3 dapat dilihat bahwa setiap item pernyataan dinyatakan valid karena  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel ( $r$  hitung > 0,1966) dan nilai signifikansinya kurang dari 0,05.

#### Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*, karena koefisien model ini digunakan untuk menentukan reliabilitas variabel di semua dimensi. Apabila koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,60 atau lebih tinggi, maka instrumen penelitian mempunyai tingkat reliabilitas yang cukup. Berikut tabel hasil dari uji reliabilitas yang telah dilakukan:

**Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	72,6%	reliabel
Kepercayaan Nasabah (X2)	57,5%	reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	76,8%	reliabel

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach Alpha variabel* Kualitas Pelayanan (X1) yaitu 85,6% > 60%, variabel Kualitas Produk (X2) yaitu 85,6% > 60% dan variabel Tingkat Kepuasan Nasabah (Y) yaitu 89,4% > 60%. Maka setiap variabel yang diujikan reliabel atau konsisten, memiliki tingkat realibilitas yang baik sehingga data yang diperoleh dari angket yang disebar dikatakan dapat dipercaya dan dianalisa.

#### B. Analisis Regresi Linier Ganda

Analisis ini adalah model analisis regresi yang mencakup variable dengan beberapa ndependent. Analisis ini dilakukan dalam penelitian dengan tujuan menentukan dampak *servant leadership* dan perjanjian pada performa pegawai.

**Tabel 5 Analisis Regresi Linier Berganda  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	14.616	4.735		3.087	.003
Kualitas Layanan	.246	.092	.212	2.665	.009
Kepercayaan Nasabah	1.212	.148	.654	8.211	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Dari hasil tabel 5 diatas dapat dilihat model persamaan regresinya seperti dibawah ini:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 14,616 + 0,246 + 1,212$$

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.812 <sup>a</sup>	.659	.652	3.32050

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan\_Nasabah, Kualitas\_Layanan

Menurut kesamaannya tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

- 1.) Nilai a adalah 14,616 adalah keadaan variabel Kepuasan Nasabah tidak terpengaruh dengan variabel yang lain yakni variabel Kualitas Layanan dan Kepercayaan Nasabah, apabila variabel independen tidak dicantumkan sehingga tidak ada yang berubah dari variabel dependen.
- 2.) b1 dalam variabel Pelayanan (X1) adalah 0,246 yang artinya mempunyai hubungan positif. Maka dapat diambil hasil yaitu variabel Kualitas Layanan berhubungan secara positif dengan Kepuasan Nasabah
- 3.) b2 dalam variabel Produk (X2) adalah 0,646 yang artinya mempunyai hubungan positif. Maka dapat diambil hasil yaitu variabel Kepercayaan Nasabah berhubungan secara positif dengan Kepuasan Nasabah

C. Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Adapun hasil dari uji t dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 6 Hasil Uji T  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	14.616	4.735		3.087	.003
Kualitas Layanan	.246	.092	.212	2.665	.009
Kepercayaan Nasabah	1.212	.148	.654	8.211	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

- a) Uji t terhadap variabel Kualitas Layanan (X1)

Hasil yang didapat dari tabel 6. Variabel kualitas pelayanan (X1) secara statistik menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau ( $0,00 < 0,05$ ) dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,665 > 1,660$ ) berarti terdapat pengaruh variabel X1 terhadap variabel Y. sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara Kualitas Layanan pada Kepuasan Nasabah di Bank BSI KCP Ahmad Yani.

- b) Uji t terhadap variabel Kualitas Produk (X2)

Hasil yang didapat pada tabel 6. Variabel Kualitas Produk (X2) secara statistik menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau ( $0,00 < 0,05$ ) dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $8,211 > 1,660$ ) berarti terdapat pengaruh variabel X2 terhadap variabel Y. sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara Kepercayaan Nasabah pada Kepuasan Nasabah di Bank BSI KCP Ahmad Yani.

**Tabel 7 Hasil Uji F  
ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2070.462	2	1035.231	93.892	.000 <sup>b</sup>
Residual	1069.498	97	11.026		
Total	3139.960	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan\_Nasabah, Kualitas\_Layanan

Berdasarkan tabel 7 nilai f hitung diperoleh 93,892 dengan nilai signifikasinya 0,000 karena nilai signifikasinya lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Dan nilai f hitung lebih besar dari f tabel ( $204,062 > 3,08$ ) maka variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap Variabel terikatnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan atau

bersama sama terdapat pengaruh yang signifikan atau berarti kualitas layanan dan kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah Bank BSI KCP Ahmad Yani.

#### D. Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi atau Uji R square merupakan besarnya kontribusi variabel bebas pada variabel yang terikat. Semakin tinggi koefisien determinasinya, semakin tinggi kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel yang terikat. Selengkapnya mengenai hasil uji R dapat dilihat pada tabel 8 di bawah ini:

Dari tabel tersebut dinyatakan uji koefisien determinasi berganda atau R square menghasilkan nilai 0,812 atau 81,2%. maka dapat dijabarkan variabel Kualitas Layanan dan Kepercayaan Nasabah mencerminkan variabel Kepuasan Nasabah senilai 81,2% pada riset ini dan sisanya sebesar 18,8% menjelaskan tentang variabel lain yang tidak menjadi tema pada riset yang dilakukan.

#### Pembahasan

##### 1.) Kualitas Layanan berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah

Analisis pengujian yang dilakukan melalui pengukuran uji t menghasilkan nilai Kualitas Pelayanan dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) dan nilai thitung  $> t$  tabel atau ( $2,665 > 1,660$ ). Dilain itu hasil uji R pada variabel Kualitas Layanan adalah  $b = 0,246$ , maka dapat ditarik kesimpulan terdapat pengaruh positif dan parsial pada variabel X1 terhadap variabel Y. sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara Kualitas Layanan pada Kepuasan nasabah di Bank BSI KCP Ahmad Yani. Dan dapat diartikan Tingkat Kepuasan

Nasabah meningkat sebesar 24,6%.

Berdasarkan capaian riset yang dilaksanakan, menunjukkan yakni tingkat kepuasan nasabah bisa terwujud beberapa disebabkan oleh faktor kualitas pelayanan yang diberikan Bank Syariah Indonesia. Diantaranya:

##### 2.) Kepercayaan Nasabah berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah

Analisis pengujian yang dilakukan melalui pengukuran uji t menghasilkan nilai kualitas produk tabungan dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 > 0,05$ ) dan nilai t hitung  $> t$  tabel ( $8,211 > 1,660$ ). Dilain itu hasil uji R adalah  $b = 1,212$ . maka dapat ditarik kesimpulan terdapat pengaruh positif dan parsial pada variabel X terhadap variabel Y. sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara kualitas Produk Tabungan Mudharabah pada Tingkat Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia wilayah Sidoarjo. hingga dapat ditarik kesimpulan yakni kualitas produk tabungan mudharabah terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia wilayah Sidoarjo. dan ini berarti terjadi kenaikan nilai tingkat kepuasan nasabah sebesar 121,2%.

##### 3.) Kualitas Pelayanan Perbankan Syariah dan Produk Tabungan Mudharabah berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah

Analisa pengujian yang dilakukan melalui pengukuran uji f menghasilkan nilai Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Tabungan dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) dan fhitung  $> f$  tabel ( $93,892 > 3,087$ ). Hingga dapat ditarik kesimpulan yakni kualitas layanan dan kepercayaan nasabah secara bersamaan terdapat pengaruh atau bersamaan pada variabel kepuasan nasabah pada Bank BSI KCP Ahmad Yani. Hasil analisis uji koefisien determinasi menerangkan kemampuan Variabel Kualitas Layanan dan Kepercayaan Nasabah dalam menjelaskan variabel tingkat kepuasan nasabah adalah 81,2% dan sisanya yaitu 18,8% yang dijabakan dengan variabel selain variabel tersebut yang tidak menjadi tema dalam riset ini.

Dari hasil tersebut dapat menjelaskan jika riset ini relevan dengan teori yang menyampaikan jika kesuksesan dalam kepuasan nasabah dapat diwujudkan melalui pengembangan kualitas pelayanan dengan melakukan berbagai pendekatan. Hal ini berarti juga jika semakin baik kualitas produknya maka peningkatan kepuasan nasabah akan mengikutinya serta memiliki sifat dan ciri kepuasan sehingga dapat melengkapi keinginan dan kebutuhan nasabah dan puas dengan produk yang diambil, oleh karena itu, dengan saling memberikan keuntungan melalui pemanfaatan Kualitas Layanan dengan Kepercayaan Nasabah maka dapat mewujudkan dan meningkatkan Kepuasan Nasabah.

## IV. SIMPULAN

Studi ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan pelanggan sangat memengaruhi kepuasan pelanggan di Bank BSI KCP Ahmad Yani. Kehandalan dan jaminan adalah ukuran kualitas layanan yang paling penting, sedangkan integritas dan kemampuan menentukan pelanggan. Kedua kepercayaan variabel berkontribusi sebesar tersebut 81,2% terhadap kepuasan pelanggan secara keseluruhan, menurut hasil analisis regresi. Oleh karena itu, bank harus terus meningkatkan kualitas layanan dan menumbuhkan kepercayaan yang lebih kuat dengan pelanggan melalui transparansi, profesionalisme, peningkatan pengalaman pelanggan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu dalam penelitian ini, serta kepada reviewer yang telah memberikan masukan dan saran yang berharga.

## REFERENSI

- [1] A. Gofur, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah," *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)*, vol. 4, no. 1, pp. 37–44, 2019.
- [2] A. O. Viandhy and R. T. R., "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Ulang Dengan Menggunakan Produk Yang Lain Melalui Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Boulevard Di Surabaya," *Jurnal JESTT*, vol. 1, no. 8, pp. 546–564, 2014.
- [3] D. A. Agustina and D. Krisnaningsih, "Pengaruh Penggunaan BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah di BSI Cabang Jenggolo," *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, vol. 6, pp. 179–191, 2023.
- [4] A. Zulianto, "Pengaruh Pengetahuan dan Brand Image Terhadap Minat Memilih Produk Tabungan Mudharabah pada Koperasi Syariah BTM Dinar Nasyiah 2 Sumberrejo," *Jurnal Kajian Keislaman Dan Pendidikan*, vol. 11, no. 2, pp. 17–34, 2019.
- [5] F. Hasanah, "Pengaruh tingkat religiusitas, pengetahuan, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap preferensi menabung mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang pada bank syariah," *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, vol. 5, pp. 485–495, 2019, doi: 10.32502/jab.v4i1.1815.
- [6] F. N. Latifah and M. R. Maika, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Sidoarjo: UMSIDA Press, 2019.
- [7] D. M. Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Nasabah*. Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- [8] J. D. A. Masruchin and -, "Pengaruh Kualitas Layanan Antar Jemput dan Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Tabungan PT. BPRS," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, vol. 9, no. 1, pp. 1430–1437, 2023, doi: 10.29040/jiei.v9i1.8477.
- [9] M. Utami and T. Handayani, "Pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah," *Journal Conference on Islamic Management, Accounting and Economics (CIMAIE)*, vol. 2, pp. 170–178, 2019.
- [10] M. N. H. Ryandono and R. W., *Manajemen Bank Islam*. Yogyakarta: UAD Press, 2018.
- [11] M. A. Fauzan, "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*, vol. 2, pp. 103–118, 2022.
- [12] M. Zakiy and E. P. A., "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, vol. 3, no. 1, pp. 26–38, 2017.
- [13] P. D. Cahyani, "Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta," *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, vol. 6, Sep., pp. 151–162, 2016, doi: 10.15408/ess.v6i2.3570.
- [14] S. Raihana and R. A. A., "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Jeura," *Global Journal of Islamic Banking and Finance*, vol. 2, no. 2, pp. 110–123, 2019.
- [15] Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- [16] S. Syabatullah and K. T., "Kompetensi Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Nasabah Pada Kantor Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan," *Jurnal Sains Student Research*, vol. 2, no. 1, pp. 342–361, 2024, doi: 10.61722/jssr.v2i1.565.
- [17] Syahrur and Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media, 2012.
- [18] T. Winasih and L. Hakim, "Peran Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Kualitas Layanan dan Kepercayaan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah," *Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, vol. 8, pp. 205–221, 2021, doi: 10.1905/iqtishadia.v8i2.4152.
- [19] Y. N. Setyawan and E. Japariato, "Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya," *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, vol. 2, no. 1, pp. 1–8, 2014.
- [20] Y. Andesra, "Peran Kualitas Pelayanan Dalam Membangun Kepercayaan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Simpang Empat," *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, vol. 4, pp. 139–150, 2016.

### **Conflict of Interest Statement:**

*The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.*