

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Sejarah Bank Muamalat

PT Bank Muamalat Indonesia berdiri pada tanggal 1 Mei 1992. Berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) dipelopori oleh beberapa tokoh yakni MUI, Persatuan Ulama Indonesia, ICMI, Pengusaha Muslim Indonesia serta masyarakat Indonesia. Yang kemudian mendapatkan dukungan penuh dari Pemerintah Republik Indonesia.

Bank Muamalat Indonesia terus berkembang dalam menciptakan produk-produk keuangan syariah seperti Asuransi Syariah, dana pension, dan keuangan syariah dan semua produk tersebut sukses. Kemudian pada tahun 2004 Bank Muamalat mengeluarkan produk Shar-e yang merupakan tabungan praktis pertama di Indonesia. Dan juga ada produk Visa Debit Shar-e Gold pada tahun 2011 yang mendapatkan penghargaan dari MURI sebagai Kartu Debit Syariah pertama dengan teknologi chip di Indonesia. (Muamalat, t)

Bank Muamalat Indonesia diizinkan menjadi Bank Devisa pada Tahun 27 Oktober 1994. Pada tahun 2003 Bank Muamalat merupakan lembaga perbankan pertama di Indonesia yang menerbitkan Sukuk Subordinasi Mudharabah. Aksi korporasi ini memantapkan posisi Bank Muamalat Indonesia di peta industri perbankan Indonesia. (Muamalat,)

Seiring dengan dikenalnya Bank Muamalat Indonesia oleh masyarakat banyak, Bank Muamalat Indonesia memperluas bisnisnya dengan membuka cabang diseluruh Indonesia bahkan pada tahun 2009 Bank Muamalat juga membuka kantor cabang di Malaysia dan hal ini menjadikan Bank Muamalat sebagai satu-satunya yang melakukan ekspansi bisnis di Malaysia sampai sekarang Bank Muamalat memiliki 325 kantor layanan juga termasuk 1 kantor cabang di Malaysia. (Muamalat, t)

Mulai tahun 2015, Bank Muamalat Indonesia mulai berkembang menjadi suatu entitas yang lebih baik untuk mencapai tujuan jangka panjang serta Bank Muamalat akan terus berkembang maju demi menuju visi "*The Best Islamic Bank and Top 10 Bank in Indonesia with Strong Regional Presence*" melalui strategi bisnis yang terfokus. (Muamalat, t)

2. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah 94 orang nasabah PT. Bank Muamalat, Tbk KCP Barabai pada bulan September hingga Oktober tahun 2021, selanjutnya peneliti memberikan kuisisioner yang akan diisi oleh responden tersebut. Karakteristik responden digunakan untuk menguraikan tentang identitas responden yang terdiri dari umur, jenis kelamin dan pekerjaan yaitu sebagai berikut :

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Karakteristik responden berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel VII Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No.	Umur	Jawaban Responden	
		Jumlah (Org)	Persen (%)
1	20 tahun-25 tahun	11	11,70%
2	26 tahun-30 tahun	16	17,02%
3	31 tahun-35 tahun	9	9,57%
4	36 tahun-40 tahun	30	31,91%
5	41 tahun-45 tahun	15	15,96%
6	>45 tahun	13	13,83%
Jumlah		94	100,00%

Sumber: Data Primer (2021)

Berdasarkan Tabel 4.1 menunjukkan sebanyak 11 orang (11,70%) berumur 20 tahun-25 tahun, sebanyak 16 orang (17,02%) berumur 26 tahun-30 tahun, sebanyak 9 orang (9,57%) berumur 31 tahun-35 tahun, sebanyak 30 orang (31,91%) berumur 36 tahun-40 tahun, sebanyak 15 orang (15,96%) berumur 41 tahun-45 tahun, dan sebanyak 13 orang (13,83%) berumur >45 tahun.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menjadi nasabah PT. Bank Muamalat, Tbk KCP Barabai masuk dalam kategori umur dewasa dan produktif yaitu rentang 36 tahun-40 tahun dimana pada umur tersebut seseorang memiliki pola pikir yang jauh lebih matang untuk melakukan tindakan yang mampu membawa perubahan ke arah yang jauh lebih baik seperti halnya menabung untuk kepentingan masa depan dirinya dan keluarganya.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel VIII Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jawaban Responden	
		Jumlah (Org)	Persentase (%)
1	Perempuan	25	26,60%
2	Laki-laki	69	73,40%
Jumlah		94	100,00%

Sumber: Data Primer (2021)

Berdasarkan Tabel 4.2 menunjukkan bahwa sebanyak 25 orang (26,60%) merupakan perempuan dan sebanyak 69 orang (73,40%) laki-laki. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa laki-laki memiliki peran yang jauh lebih besar dalam menabung dikarenakan laki-laki merupakan tulang punggung keluarga dan sifatnya sebagai pemimpin sehingga perlu mempersiapkan masa depan dirinya dan keluarganya.

c. Pendidikan Terakhir

Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan Terakhir dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IX Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Jawaban Responden	
		Jumlah (Org)	Persen (%)
1	Tidak Sekolah	6	6,38%
2	SD	14	14,89%
3	SMP	15	15,96%
4	SMA/SMK	50	53,19%
5	Diploma	3	3,19%
6	Sarjana	6	6,38%
Jumlah		94	100,00%

Sumber: Data Primer (2021)

Berdasarkan Tabel 4.3 menunjukkan bahwa sebanyak 6 orang (6,38%) berpendidikan terakhir Tidak Sekolah, sebanyak 14 orang (14,89%) berpendidikan terakhir SD, sebanyak 15 orang (16,96%) berpendidikan terakhir

SMP, sebanyak 50 orang (53,19%) berpendidikan terakhir SMA/SMK, sebanyak 3 orang (3,19%) berpendidikan terakhir Diploma, sebanyak 6 orang (6,38%) berpendidikan terakhir Sarjana.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden berpendidikan menengah atas dimana sebagian besar responden merupakan pengusaha yang tidak terlalu memerlukan tingginya tingkat pendidikan. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa tingkat pendidikan bukan menjamin tolak ukur seseorang dalam menjadi nasabah Bank.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jawaban Responden	
		Jumlah (Org)	Persen (%)
1	Tidak Bekerja	8	8,51%
2	Petani	39	41,49%
3	Nelayan	8	8,51%
4	Karyawan Swasta	13	13,83%
5	Pedagang	5	5,32%
6	Pegawai	7	7,45%
7	Buruh	14	14,89%
Jumlah		94	100,00%

Sumber: Data Primer (2021)

Berdasarkan Tabel 4.4 menunjukkan bahwa sebanyak 8 orang (8,51%) Tidak Bekerja, sebanyak 39 orang (41,49%) bekerja sebagai Petani, sebanyak 8 orang (8,51%) bekerja sebagai Nelayan, sebanyak 13 orang (13,83%) bekerja sebagai Karyawan Swasta, sebanyak 5 orang (5,32%) bekerja sebagai Pedagang, sebanyak

7 orang (7,45%) bekerja sebagai Pegawai, dan sebanyak 14 orang (14,89%) bekerja sebagai Buruh.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden yang bekerja sebagai petani jauh lebih banyak menjadi nasabah PT. Bank Muamalat, Tbk KCP Barabai. Hal ini disebabkan petani di Kota Barabai banyak yang memiliki usaha sampingan selain bertani seperti memiliki usaha garmen, usaha dagang dan lain sebagainya dalam mengisi waktu luang mereka menunggu panen padi tiba.

3. Hasil Analisis Deskriptif

a. Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Muamalat, Tbk Kantor Cabang Pembantu Barabai

Berdasarkan hasil kuesioner mengenai Tanggapan Responden tentang Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Muamalat, Tbk Kantor Cabang Pembantu Barabai (Y), maka dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5
Tanggapan Responden tentang Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Muamalat, Tbk Kantor Cabang Pembantu Barabai

No.	STS		TS		KS		S		SS		Mean
	f	f*1	f	f*2	f	f*3	F	f*4	f	f*5	
Y1.1	19	19	23	46	29	87	2	8	21	105	2,82
Y1.2	13	13	31	62	20	60	11	44	19	95	2,91
Y1.3	21	21	18	36	18	19	9	36	27	135	3,03
Y1.4	16	16	33	66	24	72	3	12	18	90	2,72
Y1.5	18	18	24	48	26	78	9	36	17	85	2,82
Total Mean Skor											24,6
Rerata Mean Skor											2,73

Sumber: Data Primer (2021)

Pernyataan mengenai “Pelayanan sesuai dengan harapan” diketahui bahwa rata-rata responden menyatakan kurang setuju dengan mean skor sebesar 2,82.

Pernyataan mengenai “Kepercayaan nasabah terhadap produk dan jasa yang diberikan” diketahui bahwa rata-rata responden menyatakan kurang setuju dengan mean skor sebesar 2,91. Pernyataan mengenai “Rasa senang setelah mendapatkan pelayanan” diketahui bahwa rata-rata responden menyatakan kurang setuju dengan mean skor sebesar 3,03. Pernyataan mengenai “Merekomendasikan orang lain untuk ikut memakai barang dan jasa yang dibeli” diketahui bahwa rata-rata responden menyatakan kurang setuju dengan mean skor sebesar 2,72. Pernyataan mengenai “Nasabah selalu datang kembali dan percaya untuk menabung dan melakukan transaksi dengan Bank Muamalat” diketahui bahwa rata-rata responden menyatakan kurang setuju dengan mean skor sebesar 2,82.

b. *Customer Service* (X_1) pada PT. Bank Muamalat, Tbk Kantor Cabang Pembantu Barabai

Berdasarkan hasil kuesioner mengenai Tanggapan Responden tentang *Customer Service* (X_1) pada PT. Bank Muamalat, Tbk Kantor Cabang Pembantu Barabai, maka dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6
Tanggapan Responden tentang *Customer Service* (X_2)
pada PT. Bank Muamalat, Tbk Kantor Cabang Pembantu Barabai

No.	STS		TS		KS		S		SS		Mean
	f	f*1	f	f*2	f	f*3	f	f*4	f	f*5	
X1.1	30	30	19	38	6	19	4	16	35	175	2,95
X1.2	26	26	23	46	10	19	7	28	28	140	2,87
X1.3	18	18	23	46	33	19	2	8	18	90	2,78
X1.4	14	14	33	66	20	60	9	36	18	90	2,83
X1.5	18	18	24	48	26	78	9	36	17	85	2,82
Total Mean Skor											14,25
Rerata Mean Skor											2,85

Sumber: Data Primer (2021)

Pernyataan mengenai “Saat melayani nasabah, pegawai tidak pernah menggaruk badan, menggigit kuku ataupun melipat tangan diatas meja.” diketahui bahwa rata-rata responden menyatakan kurang setuju dengan mean skor sebesar 2,95. Pernyataan mengenai “Pegawai menyambut nasabah yang datang dengan menjabat tangan nasabah menggunakan tangan kanan, genggam selama 3-5 detik, senyum dan kontak mata, mengucapkan nama anda/selamat datang dan juga kabar.” diketahui bahwa rata-rata responden menyatakan kurang setuju dengan mean skor sebesar 2,87. Pernyataan mengenai “Berdiri saat tamu datang, sapa, senyum dan kontak mata, tanyakan dengan sopan apakah nasabah tersebut telah memiliki janji, jika anda orang yang dituju persilahkan nasabah duduk dan perkenalkan nama.” diketahui bahwa rata-rata responden menyatakan kurang setuju dengan mean skor sebesar 2,78. Pernyataan mengenai “Menggunakan kelima jari dengan telapak tangan terbuka, menggunakan ujung pena untuk menunjukkan brosur atau formulir.” diketahui bahwa rata-rata responden menyatakan kurang setuju dengan mean skor sebesar 2,83. Pernyataan mengenai “Pegawai berdiri dengan tegap.” diketahui bahwa rata-rata responden menyatakan kurang setuju dengan mean skor sebesar 2,82.

c. Loyalitas Pelayanan (X₂) PT. Bank Muamalat, Tbk Kantor Cabang Pembantu Barabai

Berdasarkan hasil kuesioner mengenai Tanggapan Responden tentang Loyalitas Pelayanan (X₂) pada PT. Bank Muamalat, Tbk Kantor Cabang Pembantu Barabai, maka dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.7
Data primer Tanggapan Responden tentang Loyalitas Pelayanan (X₂)
PT. Bank Muamalat, Tbk Kantor Cabang Pembantu Barabai

No.	STS		TS		KS		S		SS		Mean
	F	f*1	f	f*2	f	f*3	F	f*4	f	f*5	
X2.1	10	10	6	12	58	19	5	20	15	75	3,1
X2.2	22	22	14	28	26	19	10	40	22	110	2,96
X2.3	16	16	23	46	33	19	2	8	20	100	2,86
X2.4	16	16	33	66	24	72	3	12	18	90	2,72
X2.5	18	18	24	48	26	78	9	36	17	85	2,82
Total Mean Skor											14,46
Rerata Mean Skor											2,892

Sumber: Data Primer (2021)

Pernyataan mengenai “kebutuhan nasabah yang berfokus pada fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan, sarana komunikasi serta penampilan pegawai.” diketahui bahwa rata-rata responden menyatakan kurang setuju dengan mean skor sebesar 3,1. Pernyataan mengenai “Pegawai mampu untuk memberikan jasa atau pelayanan sebagaimana yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya.” diketahui bahwa rata-rata responden menyatakan kurang setuju dengan mean skor sebesar 2,96. Pernyataan mengenai “Pegawai memiliki kemampuan untuk membantu nasabah dan memberikan jasa dengan cepat.” diketahui bahwa rata-rata responden menyatakan kurang setuju dengan mean skor sebesar 2,86. Pernyataan mengenai “Perilaku para pegawai mampu menumbuhkan kepercayaan nasabah dan mampu menciptakan rasa aman bagi nasabah.” diketahui bahwa rata-rata responden menyatakan kurang setuju dengan mean skor sebesar 2,72.

Pernyataan mengenai “Pegawai memiliki perasaan prihatin terhadap kesusahan yang dialami oleh nasabah.” diketahui bahwa rata-rata responden menyatakan kurang setuju dengan mean skor sebesar 2,82.

4. Hasil Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji apakah kuesioner layak dilakukan sebagai instrumen penelitian. Bila harga korelasi di bawah 0,30, maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut tidak valid sehingga harus diperbaiki atau dibuang. Syarat tersebut menurut Sugiyono (2017), yang harus dipenuhi yaitu harus memiliki kriteria sebagai berikut:

- a. Jika $r \geq 0,30$ dan memiliki tingkat signifikansi $< 0,05$., maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah valid.
- b. Jika $r \leq 0,30$ dan memiliki tingkat signifikansi $> 0,05$.maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah tidak valid.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item (Butir)	Pearson Correlation	Sig	Kesimpulan
		(r_{hitung})>(r _{tabel})		
Kepuasan Nasabah (Y)	1	0,745>0,300	0,000	Valid
	2	0,629>0,300	0,000	Valid
	3	0,790>0,300	0,000	Valid
	4	0,684>0,300	0,000	Valid
	5	0,725>0,300	0,000	Valid
Customer Service (X ₁)	1	0,861>0,300	0,000	Valid
	2	0,771>0,300	0,000	Valid
	3	0,694>0,300	0,000	Valid
	4	0,582>0,300	0,000	Valid

	5	0,701>0,300	0,000	Valid
Loyalitas Pelayanan (X ₂)	1	0,700>0,300	0,000	Valid
	2	0,808>0,300	0,000	Valid
	3	0,755>0,300	0,000	Valid
	4	0,730>0,300	0,000	Valid
	5	0,785>0,300	0,000	Valid

Sumber: Hasil Output Analisis SPSS Versi 22 (2021)

Hasil uji validitas yang dilakukan terhadap responden apabila hasil nilai sig. seluruh item pernyataan $<0,05$ atau nilai *Pearson Correlation* $>0,300$ maka dapat dinyatakan pernyataan valid (Ghozali, 2016:154). Berdasarkan tabel diatas, dari uji validitas yang dilakukan terhadap semua pernyataan yang digunakan dalam kuesioner, menunjukkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid.

Hasil uji validitas dapat dilihat dari pernyataan variabel *Customer Service* (X₁), Loyalitas Pelayanan (X₂) dan Kepuasan nasabah (Y) pada PT. Bank Muamalat, Tbk Kantor Cabang Pembantu Barabai dapat dikatakan valid karena memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu $> 0,30$ dan memiliki tingkat signifikansi $< 0,05$.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018) reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Menurut Sugiyono (2012:173) uji reliabilitas bertujuan untuk menguji sejauh mana alat pengukur bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama.

Adapun pengukuran reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *koefisien alpha cronbach* (α). Statistik ini berguna untuk mengetahui apakah pengukuran

yang akan kita buat andal, dimana biasanya reliabilitas suatu instrumen dapat diterima jika memiliki *alpha cronbach* di atas 0.60 (Ghozali, 2018).

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Item (Butir)	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
Kepuasan Nasabah (Y)	1	0,867>0,600	Reliable
	2		Reliable
	3		Reliable
	4		Reliable
	5		Reliable
Customer Service (X ₁)	1	0,775>0,600	Reliable
	2		Reliable
	3		Reliable
	4		Reliable
	5		Reliable
Loyalitas Pelayanan (X ₂)	1	0,745>0,600	Reliable
	2		Reliable
	3		Reliable
	4		Reliable
	5		Reliable

Sumber: Hasil Output Analisis SPSS Versi 22 (2021)

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat dari variabel *Customer Service* (X₁), *Loyalitas Pelayanan* (X₂) dan *Kepuasan nasabah* (Y) pada PT. Bank Muamalat, Tbk Kantor Cabang Pembantu Barabai dapat dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

5. Analisis Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui kondisi data yang dipergunakan dalam penelitian. Hal tersebut dilakukan agar diperoleh

model analisis yang tepat. Penelitian ini menggunakan empat pengujian asumsi klasik yaitu uji normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas, dan linieritas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model dalam regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal (Ghozali, 2016:154). Uji normalitas residual dilakukan dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test* dengan taraf signifikansi 5%. Dasar yang digunakan dalam pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai Sig >0,05 maka dikatakan berdistribusi normal atau ada perbedaan nyata.
- 2) Jika nilai Sig < 0.05 maka dikatakan berdistribusi tidak normal atau tidak ada perbedaan nyata.

Tabel 4.9
Hasil Uji Normalitas

Keterangan	X1	X2	Y
Sampel	94	94	94
Mean	14,24	14,46	14,31
Std. Deviation	5,401	4,992	4,995
Absolute	0,141	0,102	0,087
Positive	0,141	0,102	0,087
Negative	-0,089	-0,065	-0,071
Kolmogorov-Smirnov Z	1,366	0,989	0,839
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,148	0,281	0,482
Kesimpulan	Normal	Normal	Normal

Sumber: Hasil Output Analisis SPSS Versi 22.0 (2021)

Hasil uji normalitas dengan uji *Kolmogorov-Smirnov Test* menunjukkan bahwa data terdistribusi normal jika *Asymp. Sig. (2-*

tailed) < 0,05. Hal tersebut menyatakan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* variabel Customer Service (X_1) tidak mengalami gangguan distribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas karena $0,144 > 0,050$, nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* variabel Loyalitas Pelayanan (X_2) tidak mengalami gangguan distribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas karena $0,178 > 0,050$.

b. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Pada model regresi yang baik seharusnya antar variabel independen tidak terjadi korelasi. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolonieritas dalam model regresi dapat dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF) (Ghozali, 2016:101). Untuk mendeteksi ada dan tidaknya multikolonieritas dalam regresi yaitu sebagai berikut:

- 1) Tolerance < 0,10 dan VIF > 10 maka terjadi multikolonieritas.
- 2) Tolerance > 0,10 dan VIF < 10 maka tidak terjadi multikolonieritas

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolonieritas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
X1	,249	4,010
X2	,249	4,010

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Output Analisis SPSS Versi 22.0 (2021)

Hasil uji multikolonieritas dilihat pada nilai *tolerance* variabel Customer Service (X_1) > 0,10 dan VIF < 10 sehingga dapat dikatakan tidak terjadi multikolonieritas, nilai *tolerance* variabel Loyalitas Pelayanan (X_2) > 0,10 dan VIF < 10 sehingga dapat dikatakan tidak terjadi multikolonieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* sari residual suatu pengamatan satu dengan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut dengan heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2016:134). Heteroskedastisitas dapat diketahui dengan uji *Glester*. Jika probabilitas masing-masing variabel independen > 0,05 maka disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

Tabel 4.11
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,453	,531		2,735	,008
X1	,015	,068	,048	,219	,827
X2	,059	,186	,129	,315	,753

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Output Analisis SPSS Versi 22.0 (2021)

Hasil uji glejser dapat diketahui bahwa variabel *Customer Service* (X1) dan Loyalitas Pelayanan (X2) tidak terjadi heteroskedastisitas karena nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolute residual lebih dari 0,05.

6. Analisis Regresi Linier Berganda

Peneliti menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan pertimbangan: (1) Variabel independen (X) lebih dari 1 variabel, (2) Skala data adalah ordinal, (3) adanya hubungan kausalitas antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah variabel independen berhubungan positif atau negatif.

Tabel 4.12

Rangkuman Hasil Analisis Regresi Berganda

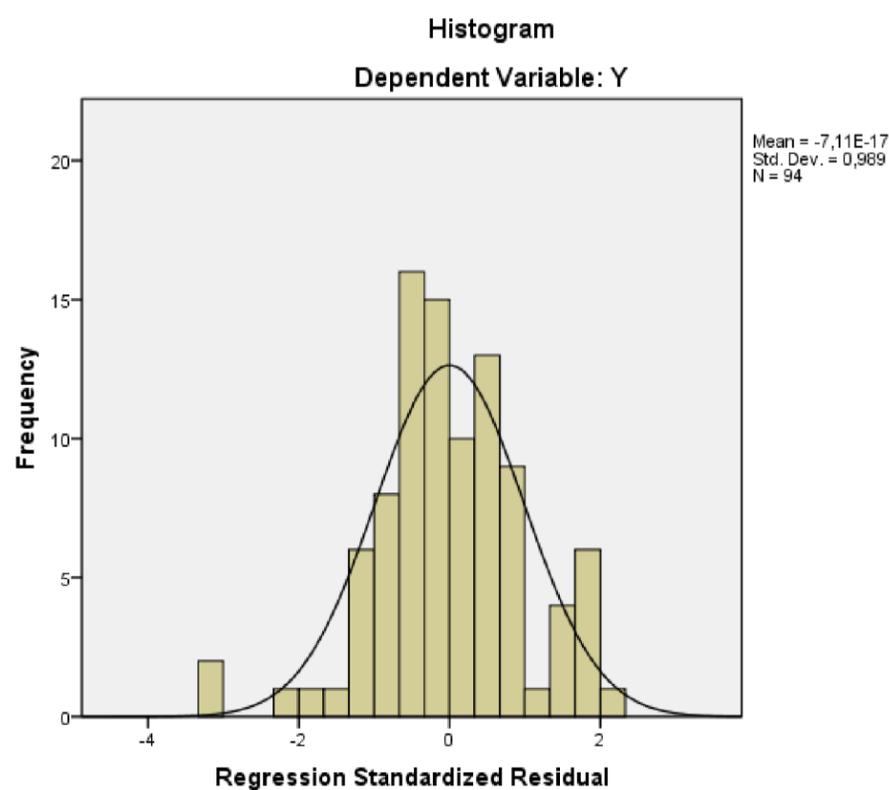
Variabel Terikat	Variabel Bebas	B	t _{hitung}	Sig	Keterangan
kepuasan nasabah (Y)	Customer Service (X ₁)	0,653	10,664	0,000	Positif dan Signifikan
	Loyalitas Pelayanan (X ₂)	0,269	4,065	0,000	Positif dan Signifikan
a (Constanta) = 1,113 R = 0,949 R Square = 0,900 Adjusted R Square = 0,898 SEE = 1,593				F _{hitung} 411,761 Sig F = 0,000 F tabel = 3.947 t _{tabel} = 1.662	

Sumber: Data diolah kembali (2021)

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil penelitian dapat diartikan bahwa kepuasan nasabah (Y) dengan variabel *Customer Service* (X1) dan *Loyalitas Pelayanan* (X2) adalah sebesar 1,113 berpengaruh nyata artinya dimulai dari titik positif atau kepuasan nasabah (Y) sebelum dilakukan penelitian sudah baik. Konstanta sebesar 1,113 artinya apabila *Customer Service* (X1) dan *Loyalitas Pelayanan* (X2) tidak ada atau nilainya adalah 0, maka kepuasan nasabah (Y) nilainya sebesar a (constant) = 1,113. Adapun grafik hasil uji sttaistik dapat dilihat pada gambar berikut :

Gambar 4.1 Grafik Uji Regresi



Sumber : Sumber: Hasil Output Analisis SPSS Versi 22.0 (2021)

Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi berganda pada Tabel 4.12 maka model persamaan regresi berganda yang dapat dituliskan adalah sebagai berikut :

$$Y = 1,113(a) + 0,653(X_1) + 0,269(X_2) + e$$

Koefisien regresi variabel Customer Service (X_1) sebesar 0,653 atau 65,3%, artinya apabila Customer Service meningkat 1 satuan, maka kepuasan nasabah (Y) mengalami kenaikan yang relatif kecil yaitu sebesar 0,653 satuan (65,3%). Koefisien bernilai positif artinya ada hubungan searah antara Customer Service (X_1) dengan kepuasan nasabah (Y). Apabila *Customer Service* (X_1) ditingkatkan dan diperbaiki bisa jadi kepuasan nasabah (Y) meningkat.

Koefisien regresi variabel Loyalitas Pelayanan (X_2) sebesar 0,269 atau 26,9% artinya apabila Loyalitas Pelayanan ditingkatkan 1 satuan, maka kepuasan nasabah (Y) mengalami kenaikan yang relatif sangat kecil yaitu sebesar 0,269 satuan (26,9%). Koefisien bernilai positif artinya ada hubungan searah antara Loyalitas Pelayanan dengan kepuasan nasabah (Y). Apabila Loyalitas Pelayanan ditingkatkan bisa jadi kepuasan nasabah (Y) meningkat.

7. Uji Simultan (Uji F)

Untuk uji simultan (bersama-sama), digunakan Uji F yang dimaksudkan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel-variabel independen X secara keseluruhan terhadap variabel Y. Uji F ini dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai F yang dihasilkan dari perhitungan F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} . Adapun cara mencari nilai F_{tabel} dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} F_{tabel} &= df_1 = k-1 = 2-1 = 1 \\ &= df_2 = n-k = 94-4 = 90 \\ &= 3,947 \end{aligned}$$

Hasil analisa menunjukkan bahwa $F_{hitung}(411,761) > F_{tabel}(3,947)$ atau (Sig.=0,000<0,05), H_0 ditolak dan H_a diterima, ini berarti bahwa *Customer*

Service (X1) dan Loyalitas Pelayanan (X2) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah (Y) pada PT. Bank Muamalat, Tbk Kantor Cabang Pembantu Barabai (Sig.=0,000<0,05).

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka hipotesis yang berbunyi “*Customer Service* (X1) dan Loyalitas Pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) pada PT. Bank Muamalat, Tbk Kantor Cabang Pembantu Barabai” dinyatakan **diterima**.

Hasil analisis statistik dengan menggunakan SPSS Versi 22 diperoleh nilai R Square sebesar 0,900 (90%) yang artinya bahwa *Customer Service* (X1) dan Loyalitas Pelayanan (X2) berpengaruh sebesar 90% terhadap kepuasan nasabah (Y). Koefisien korelasi yang diperoleh atau untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi hubungan antara dua variabel diperoleh hasil bahwa pengaruh *Customer Service* (X1) dan Loyalitas Pelayanan (X2) dalam kategori 0,80-1,00 (Tinggi/amat tinggi) sehingga dapat disimpulkan bahwa *Customer Service* (X1) dan Loyalitas Pelayanan (X2) berpengaruh sebesar 90% terhadap kepuasan nasabah (Y) dengan kategori amat tinggi.

8. Uji Parsial (Uji t)

Pengaruh *Customer Service* terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Muamalat, Tbk Kantor Cabang Pembantu Barabai

Nilai prob. t_{tabel} dan (Sig.) dari variabel bebas *Customer Service* (X₁) sebesar t_{hitung} (10,664) > t_{tabel} (1.662) atau nilai (Sig.) dari variabel bebas sebesar 0,000<0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa ada pengaruh signifikan *Customer Service* (X₁) terhadap Kepuasan nasabah (Y), sehingga hipotesis 2 yang berbunyi

“Variabel *Customer Service* (X₁) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah (Y) pada PT. Bank Muamalat, Tbk Kantor Cabang Pembantu Barabai” dinyatakan diterima.

Pengaruh Loyalitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Muamalat, Tbk Kantor Cabang Pembantu Barabai

Nilai prob. t_{tabel} dan (Sig.) dari variabel bebas Loyalitas Pelayanan (X₂) sebesar t_{hitung} (4,065) > t_{tabel} (1.662) atau nilai (Sig.) dari variabel bebas sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa ada pengaruh signifikan Loyalitas Pelayanan (X₂) terhadap kepuasan nasabah (Y) pada PT. Bank Muamalat, Tbk Kantor Cabang Pembantu Barabai, sehingga hipotesis 2 yang berbunyi “Variabel Loyalitas Pelayanan (X₂) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah (Y) pada PT. Bank Muamalat, Tbk Kantor Cabang Pembantu Barabai” dinyatakan diterima.

9. Uji Determinan

Pembuktian variabel yang berpengaruh dominan terhadap variabel dependen Kepuasan kerja dapat dibuktikan dengan membandingkan nilai *Standardized Coefficients Beta* atau nilai t_{hitung} dari variabel *Customer Service* (X₁) dan Loyalitas Pelayanan (X₂) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah (Y) pada PT. Bank Muamalat, Tbk Kantor Cabang Pembantu Barabai.

Tabel 4.13
Ringkasan Hasil Uji Determinan

No.	Peringkat	Variabel	Koefisien Beta
1	1	Customer Service (X_1)	0,706
2	2	Loyalitas Pelayanan (X_2)	0,269

Sumber : Sumber: Hasil Output Analisis SPSS Versi 22.0 (2021)

Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Customer Service* (X_1) memiliki nilai Koefisien Beta sebesar 0,706 (70,6%) yang artinya memiliki pengaruh pertama (1) dalam kepuasan nasabah (Y) pada PT. Bank Muamalat, Tbk Kantor Cabang Pembantu Barabai, variabel Loyalitas Pelayanan (X_2) memiliki nilai Koefisien Beta sebesar 0,269 (26,9%) yang artinya memiliki pengaruh kedua (2) dalam kepuasan nasabah (Y) pada PT. Bank Muamalat, Tbk Kantor Cabang Pembantu Barabai.

B. Analisis Data

1. Pengaruh signifikan secara simultan *Customer Service* (X_1) dan Loyalitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada PT. Bank Muamalat, Tbk Kantor Cabang Pembantu Barabai

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Customer Service* (X_1) dan Loyalitas Pelayanan (X_2) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Muamalat, Tbk Kantor Cabang Pembantu Barabai. Sejalan dengan penelitian Nina Indah Febriana (2016), membuktikan bahwa secara simultan dimensi CARTER yang terdiri dari *compliance*, *assurance*, Loyalitas Pelayanan, *Customer Services*, *empathy*, dan *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Analisis servqual menunjukkan bahwa dari keseluruhan instrumen dimensi CARTER terdapat kesenjangan atau gap antara harapan nasabah dengan kualitas pelayanan. Analisis diagram kartesius menunjukkan bahwa ada beberapa hal yang perlu diprioritaskan untuk diperbaiki oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung, antara lain adalah tentang: sistem tabungan, ketepatan waktu pelayanan seperti yang telah dijanjikan, ketersediaan ATM, Peralatan yang digunakan, hubungan antara pegawai dengan nasabah, perhatian personal bank kepada nasabah, dan respon *Customer Service* dalam menanggapi keluhan nasabah.

Afiatun Nuzulullaeli (2020), menunjukkan bahwa secara simultan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah tabungan di Bank Muamalat Kantor Cabang XXX. Secara parsial, variabel bukti fisik (*Customer Service*), kehandalan (*Loyalitas Pelayanan*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empahty*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sementara variabel daya tanggap (*responsiveness*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hendrardi (2012), menunjukkan secara dominan diketahui bahwa *Responsiveness* (X3) memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah ($t_{hitung} = 0,000$, $\alpha=0,05$). Amelia (2018), menunjukkan ada hubungan mutu pelayanan dengan tingkat kepuasan nasabah di Bank Mandiri Medan. Mariam (2018) menunjukkan ada hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Mandiri, Tbk. KK Depok. Benjamin Schneider (2018), dengan hasil sebagai berikut: (a) Dukungan moderat

ditemukan untuk pekerjaan sebelumnya pada korelasi stres peran untuk karyawan peran batas (Parkington & Schneider, 1979), dan baik dukungan ditemukan untuk hubungan antara persepsi dan sikap layanan karyawan cabang dan pelanggan cabang (Schneider, Parkington, & Buxton, 1980); (b) beberapa hubungan signifikan dilaporkan antara persepsi karyawan cabang tentang praktik sumber daya manusia organisasi dan sikap pelanggan cabang tentang layanan; dan (c) sikap karyawan dan sikap pelanggan terkait dengan keinginan berpindah mereka sendiri dan satu sama lain. Hasil dibahas dari perspektif mempromosikan integrasi konsumen dan perilaku organisasi di sektor jasa.

Untuk melayani nasabah salah satu hal yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki bank. Meja dan kursi yang diduduki harus nyaman. Udara ruangan tenang dan sejuk, sehingga membuat nasabah betah untuk berurusan.

Kenyamanan nasabah juga sangat tergantung dari petugas customer service yang melayaninya. Petugas *customer service* harus ramah, sopan, dan menarik. Selain itu, petugas *customer service* harus cepat tanggap, pandai bicara, menyenangkan, serta pintar. Petugas *customer service* juga harus mampu memikat dan mengambil hati nasabah sehingga nasabah semakin tertarik. Demikian juga cara kerja harus cepat dan cekatan. Untuk ini semua sebelum menjadi *customer service* harus melalui pendidikan dan pelatihan khusus.

Dalam menjalankan kegiatan pelayanan petugas *customer service* harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai. Nasabah akan merasa puas jika nasabah bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkannya. Jika terjadi sesuatu maka segera petugas *customer service* yang dari semula mengerjakannya mengambil alih tanggung jawabnya

Dalam melayani nasabah diharapkan petugas *customer service* harus melakukannya sesuai prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah. 5

Petugas *customer service* harus mampu berbicara kepada setiap nasabah. Petugas *customer service* mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah. Artinya, petugas *customer service* harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Jangan menggunakan istilah yang sulit dimengerti. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi. Menjaga rahasia bank sama artinya dengan menjaga rahasia nasabah. Oleh karena itu, petugas *customer service* harus mampu menjaga rahasia nasabah terhadap siapa pun. Rahasia bank merupakan ukuran kepercayaan nasabah kepada bank.

Untuk menjadi *customer service* harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu. Karena tugas *customer service* selalu berhubungan dengan manusia, maka *customer service* perlu dididik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi nasabah atau kemampuan dalam bekerja.

Customer service harus cepat tanggap apa yang diinginkan oleh nasabah. Petugas *customer service* yang lamban akan membuat nasabah lari. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.

Kepercayaan calon nasabah kepada bank mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah bank yang bersangkutan. Demikian pula untuk menjaga nasabah yang lama agar tidak lari perlu dijaga kepercayaannya. Semua ini melalui pelayanan petugas customer service khususnya dan seluruh karyawan bank umumnya.

Vithya Leninkumar (2017), mengungkapkan korelasi positif yang signifikan antara kepercayaan pelanggan dan loyalitas; kepuasan dan loyalitas pelanggan; serta kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Kepuasan pelanggan telah diidentifikasi sebagai pengaruh penting pada loyalitas pelanggan. Selanjutnya, kepercayaan pelanggan dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan yang membuktikan bahwa kepuasan pelanggan merupakan antecedent dari kepercayaan pelanggan. Selain itu, hubungan tidak langsung antara kepuasan pelanggan dan loyalitas melalui kepercayaan pelanggan diamati. Studi masa depan dapat mereplikasi dalam konteks layanan lain dan perbandingan model bank pemerintah dan swasta akan memberikan pemahaman yang lebih.

Khan, Mubbsher Munawar; Fasih, Mariam (2018), menunjukkan bahwa kualitas layanan dan semua dimensinya memiliki hubungan yang signifikan dan positif dengan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Sektor perbankan adalah sektor yang signifikan dalam perekonomian

Pakistan dan telah mengalami pertumbuhan yang belum pernah terjadi sebelumnya dan persaingan yang mengamuk selama dekade terakhir. Oleh karena itu, penelitian ini secara khusus dilakukan untuk melihat fenomena tersebut dan mencari pembenaran empiris dalam hal ini dengan mempertimbangkan kualitas layanan sebagai faktor penyumbang utama terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Memberikan pelayanan terbaik kepada umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya. Sebagian kecil dari ayat al-Qur'an dan hadits-hadits yang mendorong umat manusia untuk memberikan pelayanan terbaik kepada sesama. Akan tetapi sebelum berbicara lebih jauh Islam meletakkan batasan yang difirmankan oleh Allah dalam salah satu surat al-Maidah ayat 2 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحِلُّوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا
 أَمِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا
 يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ أَن صَادُواكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ
 وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ .

“...dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.”

Islam juga mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberpelayanan merupakan jiwa dalam bisnis syariah. Alquran

memerintahkan dengan sangat ekspektif agar kaum muslim bersifat lembut dan sopan santun manakah berbicara dan melayani pelanggan. Akan tetapi sebelum berbicara lebih jauh Islam meletakkan batasan yang difirmankan oleh Allah dalam salah satu ayat yang berbunyi:

Melalui ayat diatas Allah memerintahkan kepada kita untuk saling menolong didalam koridor “mengerjakan kebajikan dan takwa” dan Allah melarang sebaliknya. Jika kita melanggar ketentuan Allah maka hukuman akan diberikan dan “Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”. Jadi interaksi itu boleh dilakukan kapanpun dan dengan siapapun selama tidak melanggar batasan diatas. Dalam salah satu haditsnya rasulullah SAW memerintahkan kepada kita agar berusaha untuk menjadi manusia yang bermanfaat bagi sesama, bahkan beliau menjadikan “bermanfaat bagi sesama” sebagai parameter baik tidaknya kualitas iman seseorang.

Kepuasan nasabah menjadi fokus perhatian dari bank-bank yang beroperasi, hal ini karena bank menyadari tentang pentingnya nasabah terhadap kemajuan bisnis mereka. Karena sebuah bank tanpa nasabah tentu akan berdampak terhadap usaha perbankan itu sendiri. Oleh sebab itu, persaingan antar bank sangatlah tinggi dalam memperebutkan calon nasabah baru supaya tertarik menjadi nasabah mereka. Sehingga apapun caranya selama masih layak dilakukan akan mereka perbuat demi pengembangan usaha.

Adapun tentang kepuasan nasabah menurut Tse dan Wilton (dalam Prasetyo, 2012) disebutkan bahwa kepuasan nasabah merupakan respon

dari nasabah terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan setelah pemakaiannya.(Saputra & Alwie, 2015) Selanjutnya dikatakan bahwa kepuasan nasabah merupakan harapan dari perusahaan terhadap tingkat keunggulan yang diberikan kepada nasabah dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan nasabah (Lovelock dalam Mutaqin, 2016).

2. Pengaruh signifikan secara parsial *Customer Service* (X1) dan Loyalitas Pelayanan (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) pada PT. Bank Muamalat, Tbk Kantor Cabang Pembantu Barabai

Pengaruh signifikan secara parsial *Customer Service* (X1) terhadap kepuasan nasabah (Y) pada PT. Bank Muamalat, Tbk Kantor Cabang Pembantu Barabai

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Customer Service* (X1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Muamalat, Tbk Kantor Cabang Pembantu Barabai. Dalam penelitian ini pula dijelaskan beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan. Alvi Naslia (2019) menuliskan penelitian dengan judul Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan *Customer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Darussalam). Reksa Jayengsari, dkk (2021), analisis penelitian menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan *Customer Service* terhadap kepuasan nasabah pada Bank BJB KCP Cipanas.

Customer service sebagai salah satu garis terdepan pada dunia perbankan harus bisa memberikan pelayanan yang terbaik dan semaksimal mungkin, agar nasabah merasa puas atas pelayanan yang diberikan dan lebih loyal lagi terhadap bank tersebut. Kepuasan nasabah merupakan hal yang dapat ditentukan nasabah berdasarkan pelayanan dan penyediaan produk Bank kepada nasabah. Pegawai seringkali tidak loyal sehingga menyebabkan pelayanan yang buruk atau kepuasan nasabah yang semakin menurun dari yang diharapkan pelanggan (Irnandha, 2016).

Adapun dalil tentang tanggung jawab seorang *Customer Service* di jelaskan di dalam Q.S. An-Nisa': 58.

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

" Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat".

Sehubungan dengan tugas dan fungsi dari *Customer Service*, maka seorang *Customer Service* memiliki wewenang. Wewenang inilah yang merupakan wujud konkrit tugas secara lebih khusus terhadap pekerjaan yang diembannya yaitu menyelesaikan setiap pekerjaan dan tugas samapai tuntas dengan baik (tidak ada yang tergantung atau pending, tidak ada masalah yang timbul dari pekerjaannya, kecuali memang hal itu terjadi diluar jangkauannya).

Berdasarkan pengamatan, ada saja keluhan nasabah terhadap kinerja petugas customer service pada PT. Bank Muamalat, Tbk Kantor Cabang Pembantu Barabai. Hal yang sering terjadi adalah ketidaktepatan pegawai dalam bekerja seperti salah menulis nama nasabah pada form, lupa meminta tanda tangan nasabah, salah menulis no kartu ATM ketika registrasi pembuatan ATM. Akibat dari hal tersebut membuat pegawai harus bolak-balik yang juga membutuhkan tenaga atau menelepon petugas lainnya yang mengakibatkan penggunaan waktu tidak efisien.

Adapun keluhan lain yaitu lamanya proses pelayanan dan kurangnya pengetahuan terhadap produk-produk bank. Padahal sebagai petugas front liner mereka harus mampu menguasai seluruh produk bank agar ketika ditanya mereka tidak kebingungan. Selain itu pegawai *customer service* kurang ramah dan sabar dalam melayani nasabah, sebab pelayanan yang kurang memuaskan dapat membuat nasabah kesal. Bahkan lebih parah lagi nasabah bisa saja memutuskan hubungannya dengan pihak bank.

Pengaruh signifikan secara *parsial* Loyalitas Pelayanan (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) pada PT. Bank Muamalat, Tbk Kantor Cabang Pembantu Barabai

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Loyalitas Pelayanan (X2) berpengaruh signifikan secara *parsial* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Muamalat, Tbk Kantor Cabang Pembantu Barabai. Loyalitas merupakan suatu konsep yang sangat penting dalam pemasaran, khususnya dalam persaingan usaha yang semakin ketat saat ini. Keberadaan konsumen yang loyal akan sangat dibutuhkan

oleh perusahaan, agar tetap bertahan hidup. Pegawai yang loyal adalah pegawai yang memegang sikap yang akan datang dari perusahaan, kesepakatan untuk membeli ulang barang atau jasa dan merekomendasikan produk ke yang lain.

Menurut *Oxford English Dictionary* (2020), loyalitas adalah *a strong feeling of support and alligience person shoeing firm and constant support*. Pandangan ini dipertegas Griffin (2020) yang mengatakan *loyalty is defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit*. Berdasarkan definisi tersebut, loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk rnelakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang/jasa suatu perusahaan yang dipilih.

Hasil peneelitian ini belum sepenuhnya mendukung teori lima dimensi kualitas pelayanan dari Parasuraman (2018) yang meliputi *tangibles, reliability, assurance, responsiveness, dan emphaty*. Karena dalam temuan ini ternyata hanya tiga dimensi yang terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, yaitu *reliability, assurance dan responsiviness*. Hal ini menunjukkan bahwa variable *tangibles* dan *emphaty* belum sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh nasabah, meskipun hal ini sangat penting bagi manajemen untuk menciptakan kepuasan nasabah.

Dunia perbankan dewasa ini bergerak dalam maju ke depan dengan sangat aktif dan dinamis. Pergerakan ini didukung dengan adanya tantangan yang semakin luas dan kompleks pada industri tersebut, serta perkembangan teknologi perbankan yang semakin maju. Bank sebagai salah satu lembaga pada industri keuangan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa, harus dapat memberikan

pelayanan terbaik (*Service excellent*) untuk dapat memenangkan persaingan dalam situasi yang bergerak maju dengan cepat serta semakin kompetitif. Untuk mempertahankan citra ini bank dapat membangunnya melalui peningkatan pada kuantitas dan kualitas produk perbankan yang dihasilkan, mampu melalui kualitas pelayanan yang diberikan nasabah. Untuk mendukung pencapaian tujuan tersebut, maka lembaga perbankan harus mempersiapkan karyawan yang kompeten, handal, dapat dipercaya, serta mampu menangani berbagai kebutuhan nasabahnya, terutama dalam hal ini yang menjadi salah satu ujung tombak perbankan adalah petugas *Customer Servicenya*. *Customer Service* memegang peranan penting dalam industri perbankan. Tugas utama *Customer Service* adalah memberikan pelayanan terbaik serta membina hubungan yang baik dengan nasabah / masyarakat. *Customer Service* bank dalam melayani para nasabah selalu berusaha untuk menarik perhatian dengan cara memberikan layanan prima (*service excellent*) kepada calon nasabah agar menjadi nasabah dari bank yang bersangkutan dengan cara layak sesuai pedoman layanan bank lama yang ada tetap menjadi nasabah yang loyal terhadap bank tersebut.

Dalam al-Qur'an surat Ali Imron ayat 159, telah memberikan petunjuk untuk lemah lembut kepada seseorang (Wakhid dan Elvrita, 2019:137).

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ.

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan

bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”

Menurut Othman dan Owen (2019:58), alasan bank syariah harus sadar akan pentingnya loyalitas pelayanan adalah produk dan layanan bank syariah harus diterima sebagai produk dan layanan yang berkualitas tinggi oleh konsumen. Allah senang melihat pekerjaan selesai pada tingkat Itqan yang artinya mempersiapkan dan memberikan hasil terbaik atau melakukan segala sesuatu dengan loyalitas tinggi. Menggunakan loyalitas layanan dalam bank syariah menjadi penting karena hubungannya dengan biaya, keuntungan, kepuasan konsumen, ingatan konsumen, serta kata-kata positif dari mulut konsumen..

Al-Qur'an dan Al Hadist tidak hanya sebagai panduan untuk melakukan ibadah tetapi juga memberikan panduan konsep pelayanan perbankan syariah. Konsep pelayanan berdasarkan Al-Qur'an: (a) karyawan bank syariah menjadi agen pelayanan perbankan syariah harus memperhatikan 3 konsep dasar pelayanan yakni : keikhlasan, kesuaian pelayanan dengan syariat, dan berusaha melayani dengan pelayanan terbaik (sungguh-sungguh), (b) pedoman yang terkandung dalam AlQur'an untuk memberikan pelayanan pada nasabah yakni : karyawan mencontoh Rasulullah SAW dalam melayani pelanggannya waktu berdagang, melayani nasabah dengan lemah lembut, memiliki sifat pemaaf, menyelesaikan masalah dengan musyawarah, dan memiliki tekad yang kuat dalam memberikan layanan, tawakkal terhadap hasil yang akan dicapai. Bank juga harus menerapkan metode dakwah Rasulullah SAW dalam menarik minat, dan

membina nasabah yaitu Al-hikmah, AlMau'idzah bil Hasanah dan Al-Mujadalah Bil Hasanah.