



**Pengaruh Kualitas Layanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Stabat**

<sup>1</sup> Tuni Sahdina, <sup>2</sup> Yaumul Khair Afif, <sup>3</sup> Sri Wahyuni

<sup>1, 2, 3</sup> STAI Jam'iyah Mahmudiyah, Langkat, Indonesia

Corresponding author.

E-mail addresses: [sadinatuni11@gmail.com](mailto:sadinatuni11@gmail.com)

**ABSTRACT**

*The results of statistical tests show that both partially and simultaneously the independent variable studied, namely service quality (X), has a significant effect on customer satisfaction (Y) at Muamalat KCP Stabat. The influence of service quality (X) and customer satisfaction (Y) customer satisfaction is 62%, while the remaining 38% (100% - 62%) is influenced by other variables. Service quality has a positive direction towards customer satisfaction at Muamalat KCP Stabat. This means that the higher the quality of service implemented, the more customer satisfaction at Muamalat KCP Stabat will increase. Likewise, if the quality of the service provided is not appropriate it will reduce customer satisfaction at Muamalat KCP Stabat. In order for Muamalat KCP Stabat customer satisfaction to remain high, the company must maintain good quality service to its customers. Future researchers regarding the quality of a bank's service need to look at other factors or develop more independent variables, for example work ethic, rewards and punishment and involve more respondents in conducting research that can influence customer satisfaction. This shows how important the quality of service provided by Muamalat KCP Stabat is. Because the marketing strategy provided is a form and form of effort to increase customer satisfaction, the better the quality of the service provided, the more it triggers customer satisfaction in a positive direction and vice versa.*

**Keywords:** Service Quality, Customer Satisfaction.

**ABSTRAK**

Hasil uji statistik menunjukkan bahwa baik secara parsial maupun secara simultan variabel bebas yang diteliti yaitu kualitas layanan (X) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) pada Muamalat KCP Stabat. Pengaruh Kualitas layanan (X) dan kepuasan nasabah (Y) kepuasan nasabah sebesar 62%, sedangkan sisanya sebesar 38% (100% - 62%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain. Kualitas layanan memiliki arah yang positif terhadap kepuasan nasabah pada Muamalat KCP Stabat. Artinya semakin kualitas layanan yang diterapkan maka akan semakin meningkatkan kepuasan nasabah pada Muamalat KCP Stabat. Begitupun sebaliknya, apabila kualitas layanan yang diberikan tidak sesuai maka akan mengurangi kepuasan nasabah pada Muamalat KCP Stabat. Agar kepuasan nasabah Muamalat KCP Stabat tetap tinggi, maka perusahaan tetap

harus mempertahankan kualitas layanan yang baik kepada nasabahnya. Untuk peneliti selanjutnya terkait kualitas layanan sebuah bank perlu melihat faktor-faktor lain atau mengembangkan lebih banyak menggunakan variabel independen, misalnya etos kerja, reward dan punishment serta melibatkan lebih banyak responden dalam melakukan penelitian yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya kualitas layanan yang diberikan Muamalat KCP Stabat. Karena strategi Pemasaran yang diberikan merupakan wujud dan bentuk upaya meningkatkan kepuasan nasabah, semakin baik kualitas layanan yang diberikan maka memicu kepuasan nasabah kearah yang positif begitupun sebaliknya.

**Kata Kunci:** Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah

---

## PENDAHULUAN

Pelayanan kepada nasabah dengan baik akan memberikan kepuasan pada nasabah. Hasil observasi yang peneliti lakukan di bank Muamalat KCP Stabat diketahui bahwa pelayanan seluruh karyawan khususnya bagian customer service kepada nasabah yang dituntut untuk mencapai kepuasan pada nasabah belum maksimal dilakukan dimana hanya ada satu customer service yang melayani nasabah sehingga nasabah mengikuti antrian yang lama (Diva et al., 2022). Tingkat keunggulan dalam memenuhi keinginan nasabah belum mampu diberikan dengan baik oleh bank Muamalat KCP Stabat. Hal ini tentu mencerminkan kurang baiknya layanan kepada nasabah dan tentu akan membuat nasabah berpindah ke bank lainnya baik bank syariah maupun konvensional yang dianggap lebih baik.

Melihat kondisi di lapangan tersebut maka penting memberikan kualitas layanan yang diutamakan oleh bank Muamalat KCP Stabat sehingga kepuasan nasabah dapat dicapai secara maksimal. Nasabah yang pindah ke bank lainnya tentu akan merugikan bank Muamalat KCP Stabat dan akan mempengaruhi pertumbuhan bank (D Lubis, 2023). Permasalahan lainnya yang harus diperhatikan bank adalah dalam memberikan layanan terkait informasi keunggulan dan produk yang ada pada bank Muamalat KCP Stabat. Pemahaman masyarakat terhadap keunggulan bank muamalat sebagai bank syariah belum sepenuhnya dipahami oleh masyarakat maupun nasabah itu sendiri sehingga tingkat kepuasan nasabah masih rendah terhadap bank Muamalat KCP Stabat. Memberikan pelayanan terbaik akan meningkatkan kepuasan pada nasabah (Sari et al., 2023).

Dalam penelitian tersebut terdapat empat dimensi layanan customer service yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah yaitu tangible, reliability, assurance, dan empathy sedangkan dimensi responsiveness berpengaruh positif namun tidak signifikan (Agia, 2022). Keempat dimensi tersebut secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Besarnya pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah sebesar 70% sedangkan sisa 30% dipengaruhi oleh variabel lainnya (Eriyanti, 2021).

Layanan utama harus diperhatikan adalah customer service pada bank yang harus mampu memberikan solusi atas setiap permasalahan yang dihadapi nasabah sehingga nasabah memperoleh kepuasan sehingga akan meningkatkan kepercayaan publik. Secara umum pengertian customer service merupakan setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditunjukan untuk memberikan kepuasan pada nasabah, melalui pelayanan yang bermutu

yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah (Aulia & Hafasnuddin, 2021). Pelayanan bermutu dari sudut pandang nasabah, yaitu nasabah cenderung memberikan penilaian dari dua cara pandang, “yaitu : 1) mencangkup sistem dan prosedur yang telah tertata, guna menyampaikan produk dan atau layanan. 2) Berhubungan dengan bagaimana penyedia pelayanan dalam menggunakan sikap, prilaku, dan kemampuan lisan dalam beriteraksi dengan pelanggan (Novani, 2022).

Layanan yang diberikan bank kepada nasabah disebut dengan Customer Service (Reza Nurul Ichsan, 2021). Kepuasan pelanggan merupakan tujuan utamanya. “Customer Service dalam arti umum berarti orang atau bagian yang berhadapan langsung dengan pelanggan, selain teller dan security” (Setiawan et al., 2022). Jadi, intinya Customer Service melayani segala keperluan nasabah secara memuaskan. Pelayanan yang diberikan termasuk menerima keluhan atau masalah yang sedang dihadapi dengan nasabah. Customer Service meliputi berbagai aktivitas di area bisnis yang berusaha mengkombinasikan antara penjualan jasa untuk memenuhi kepuasan pelanggan mulai dari pemesanan, pemrosesan, hingga pemberian hasil jasa melalui komunikasi untuk mempererat kerja sama dengan pelanggan (Lubis et al., 2022).

Saat bank memberikan pelayanan, bank selalu di tuntut agar dapat memuaskan nasabah tanpa melanggar harga diri atau etika. Adanya pelayanan yang baik itu membuat nasabah merasa senang dan dihargai, sehingga nasabah akan kembali lagi dan melanjutkan hubungan bisnis dengan perusahaan tersebut. kemudian nasabah tersebut akan menceritakan kepuasan dan kebaikan pelayanan yang diperoleh kepada rekannya sehingga memberikan informasi citra yang baik atas bank tersebut (Reza Nurul Ichsan, 2021). Disinilah dibutuhkan adanya komunikasi yang baik dari setiap karyawan bank khususnya bagian customer service.

Aktivitas komunikasi dalam perbankan kita mengenal adanya public relations yang merupakan jembatan penghubung antara organisasi dan ruang publik. Bila dikaitkan dengan bank maka public relations merupakan sarana penghubung antara pihak bank dengan publik yang harapannya akan menjadi customer pada bank tersebut. Peran public relations sebagai jembatan baik terkait dengan publik internal maupun eksternal, dalam sebuah proses komunikasi agar tercipta hubungan yang efektif berdasarkan landasan mutual understanding (pemahaman bersama) guna mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan.

Public relations memiliki peran yang penting dalam pergerakan sistem yang ada pada manajemen lembaga atau organisasi. Oleh sebab itu, perlu adanya riset public relations agar pencapaian sasaran lebih mudah dan efektif. “Secara umum riset dalam public relations (PR Research) yang berkaitan dengan ilmu pengetahuan komunikasi ilmiah, opini publik, sikap (perilaku) dan motivasi individual atau kelompok. Termasuk riset yang dipergunakan secara aplikatif menetapkan rencana kerja dan pelaksanaan program yang menjadi tolak ukur efektifitas dari keberhasilan kegiatan public relations”. Public relations atau juga dapat kita katakan sebagai bidang hubungan masyarakat berperan sebagai proses dari perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program-program yang mendorong minat beli serta kepuasan konsumen, melalui penyampaian informasi dan kesan yang meyakinkan, dalam usaha memperlihatkan bahwa perusahaan dan produk-produknya sesuai dengan kebutuhan, keinginan, kepentingan, dan minat konsumen (Andriyani & Ardianto, 2020). Dengan adanya public relations, diharapkan mampu meningkatkan pelayanan pada pelanggan (customer service) yang telah menjadi nasabahnya.

Disinilah pentingnya keberadaan dan peran public relations dalam sebuah perusahaan sehingga mampu memperbaiki, mendukung dan meningkatkan layanan pelanggan (Customer Service). Dengan uraian di atas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh kualitas layanan customer service terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KCP Stabat”.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang menekankan pada pengujian teori-teori, dan atau hipotesis-hipotesis melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dalam angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik dan permodelan matematis. Variabel dalam penelitian ini adalah variabel independen (layanan customer service) dan variabel dependen (kepuasan nasabah). Penelitian ini dilakukan di Bank Muamalat KCP Stabat yang terletak di kota Stabat. Penelitian ini akan dilakukan pada bulan Agustus s/d November 2023. Sampel pada penelitian ini yaitu Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Stabat. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 50 orang yaitu Nasabah yang ada di Bank Muamalat KCP Stabat. Teknik analisa dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Profil Bank Muamalat**

Gagasan pendirian Bank Muamalat berawal dari lokakarya Bunga Bank dan Perbankan yang diselenggarakan Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada 18-20 Agustus 1990 di Cisarua, Bogor. Ide ini berlanjut dalam Musyawarah Nasional IV Majelis Ulama Indonesia di Hotel Sahid Jaya, Jakarta, pada 22-25 Agustus 1990 yang diteruskan dengan pembentukan kelompok kerja untuk mendirikan bank murni syariah pertama di Indonesia. Pendirian Bank Muamalat Indonesia juga digagas oleh Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia. PT Bank Muamalat Indonesia Tbk.

Bank Muamalat memulai perjalanannya sebagai Bank Syariah pertama di Indonesia pada 1 November 1991 atau 24 Rabi'us Tsani 1412 H yang ditandai dengan penandatanganan akta pendirian PT. Bank Muamalat Indonesia di Hotel Sahid Jaya berdasarkan Akta Notaris Nomor 1 November yang dibuat oleh Notaris Yudo Paripurno, S.H. dengan izin Menteri Kehakiman Nomor C2.2413.T.01.01 Tanggal 21 Maret 1992/Berita Negara Republik Indonesia Tanggal 28 April 1992 Nomor 34. Pada saat penandatanganan akta pendirian ini diperoleh komitmen dari berbagai pihak untuk membeli saham sebanyak Rp. 84 miliar. Kemudian diperoleh tambahan dana dari masyarakat Jawa Barat senilai Rp. 106 miliar sebagai wujud dukungan mereka.

Berdasarkan modal awal tersebut dan berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan RI Nomor 1223/MK.013/1991 tanggal 5 November 1991 serta izin usaha yang berupa Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 430/KMK.013/1992 tanggal 24 April 1992, Bank Muamalat mulai beroperasi pada 1 Mei 1992 bertepatan dengan 27 Syawal 1412 H. Sejak resmi beroperasi pada 1 Mei 1992 atau 27 Syawal 1412 H, Bank Muamalat Indonesia terus berinovasi dan mengeluarkan produk produk keuangan syariah seperti Asuransi Syariah (Asuransi Takaful), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan multifinance syariah (Al-Ijarah Indonesia Finance) yang seluruhnya menjadi terobosan di Indonesia.

Pada akhir tahun 90an, Indonesia dilanda krisis moneter yang memporak porandakan sebagian besar perekonomian Asia Tenggara. Sektor Perbankan nasional tergulung oleh kredit macet di segmen korporasi, Bank Muamalat pun terimbas dampak krisis. Di tahun 1998, rasio pembiayaan macet mencapai lebih dari 60%. Perseroan mencatat rugi sebesar Rp 105 miliar. Ekuitas mencapai titik terendah, yaitu 39,3 Miliar kurang dari sepertiga modal sektor awal. Dalam upaya memperkuat permodalannya, Bank Muamalat mencari pemodal yang potensial, dan ditanggapi secara positif oleh Islamic Develop Bank (IDB) yang berkedudukan di Jeddah, Arab Saudi. Pada RUPS tanggal 21 Juni 1999 IDB secara resmi menjadi salah satu pemegang saham Bank Muamalat.

Bank muamalat mengalami pertumbuhan baru memasuki tahun 2004 seterusnya. Pada tahun 2004 Bank Muamalat meluncurkan produk bank Share-e yang merupakan produk tabungan instan pertama di Indonesia. Produk Shar-e Gold Debit Visa yang diluncurkan pada tahun 2011 tersebut mendapatkan penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai Kartu Debit Syariah dengan teknologi chip pertama di Indonesia serta layanan e-channel seperti internet banking, mobile banking, ATM, dan cash management.

Bank Muamalat yang semakin diakui, Bank Muamalat semakin melebarkan sayap dengan terus menambah jaringan kantor cabangnya di seluruh Indonesia. Pada tahun 2009, Bank mendapatkan izin untuk membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia dan menjadi bank pertama di Indonesia serta satu-satunya yang mewujudkan ekspansi bisnis di Malaysia. Hingga saat ini, Bank telah memiliki 325 kantor layanan termasuk 1 (satu) kantor cabang di Malaysia. Operasional Bank juga didukung oleh jaringan layanan yang luas berupa 710 unit ATM Muamalat, 120.000 jaringan ATM Bersama dan ATM Prima, serta lebih dari 11.000 jaringan ATM di Malaysia melalui Malaysia Electronic Payment (MEPS).

Menginjak usianya yang ke-20 pada tahun 2012, Bank Muamalat Indonesia melakukan rebranding pada logo Bank untuk semakin meningkatkan *awareness* terhadap *image* sebagai Bank syariah Islami, Modern dan Profesional. Hingga saat ini, Bank beroperasi bersama beberapa entitas anaknya dalam memberikan layanan terbaik yaitu Al-Ijarah Indonesia Finance (ALIF) yang memberikan layanan pembiayaan syariah, (DPLK Muamalat) yang memberikan layanan dana pensiun melalui Dana Pensiun Lembaga Keuangan, dan Baitulmaal Muamalat yang memberikan layanan untuk menyalurkan dana Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS). Sejak tahun 2015.

### **Karakteristik Responden**

Penelitian ini dilakukan pada sebahagian dari nasabah bank Muamalat KCP Stabat yaitu pada 50 orang responden. Gambaran umum tentang kondisi dari responden yang menjadi subjek penelitian dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut : Pertama berdasarkan Jenis Kelamin. Distribusi jawaban responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat berdasarkan tabel berikut:

**Tabel 1: Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	JenisKelamin	Jumlah Responden	Persentase
1	Laki-laki	35	70 %
2	Perempuan	15	30 %
<b>Jumlah</b>		<b>50</b>	<b>100 %</b>

Sumber: Data Diolah

Responden pada bank Muamalat KCP Stabat peneliti sajikan berdasarkan jenis kelamin dimana didominasi oleh laki-laki yaitu sebanyak 35 orang, sedangkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin perempuan sebanyak 15 orang. Selanjutnya peneliti sajikan data responden berdasarkan pendidikan. Responden penelitian tentunya memiliki latar belakang pendidikan dan jenjang pendidikan yang berbeda. berikut ini peneliti sajikan data pendidikan responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat berdasarkan tabel berikut:

**Tabel 2: Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pendidikan**

No	Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase
1	SI	25	50 %
2	SMA	15	30 %
3	SMP	10	20 %
<b>Jumlah</b>		<b>50</b>	<b>100 %</b>

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tingkat pendidikan terakhir di dominasi oleh tamatan sarjana atau SI sebanyak 25orang dan SMA sebanyak 15 orang dan tamatan SMP sebanyak 10 orang. Umumnya yang menjadi nasabah berpendidikan sekolah sarjana karena mereka lebih memahami produk dan keunggulan dari bank Muamalat. Klasifikasi responden selanjutnya adalah berdasarkan pekerjaan yang tekuni selama ini.

**Tabel 3: Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Jabatan	Jumlah Responden	Persentase
1	PNS/TNI/Polri/BUMN	6	12 %
2	Karyawan Swasta	15	30 %
3	Wiraswasta/Wirusaha	24	48 %
4	Buruh/petani/nelayan	5	10 %
<b>Jumlah</b>		<b>50</b>	<b>100 %</b>

Sumber: Data Diolah

Dari tabel di atas karakteristik responden berdasarkan pekerjaan di dominasi oleh wiraswasta atau wirusaha yang memiliki usaha sendiri. Sedangkan karyawan swasta menempati posisi kedua dengan jumlah 15 orang, diikuti PNS/TNI, Polri yaitu 6 orang, lalu bagian buruh/petani 5 orang.

**Tabel 4: Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Usia**

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1	< 20 Tahun	2	4%
2	21-30 Tahun	10	20%
3	31-40 Tahun	30	60%
4	4-50 Tahun	7	14%
5	> 50 Tahun	1	2%
<b>Jumlah</b>		<b>50</b>	<b>100%</b>

Dari tabel di atas terlihat bahwa usia dari responden yang dijadikan sampel, yang usianya kurang dari 20 tahun ada 2 orang yakni sebesar 4%. Yang usianya 21-30 ada 10 orang yakni sebesar 20%. Yang usianya antara 31 s/d 40 tahun ada 30 orang yakni 60%. Yang usianya antara 41 s/d 50 tahun ada 7 orang yakni 14%. Dan yang usianya lebih dari 50 tahun ada 1 orang yakni 2%. Hal ini menunjukkan sebagian besar minat nasabah menabung di Bank muamalat KCP Stabat usianya antara 31 s/d 40 tahun.

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara dengan responden yang ada di bank Muamalat KCP Stabat terkait kualitas layanan customer service terhadap kepuasan nasabah. Berikut ini peneliti sajikan hasil jawaban wawancara yang dilakukan sesuai dengan alternative jawaban yang telah diberikan responden terkait kualitas layanan customer service terhadap kepuasan nasabah. Berikut ini jawaban responden terkait pertanyaan yang diberikan yaitu:

### Hasil Jawaban Responden

Selanjutnya langkah dalam penelitian ini yaitu mentabulasi data hasil jawaban quisioner yang diberikan responden yang sebelumnya telah diberikan skor masing-masing jawaban sebagaimana yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Berdasarkan jawaban responden dari dua variabel penelitian yaitu kualitas layanan customer service yang memuat delapan pernyataan dan kepuasan nasabah yang memiliki tujuh pernyataan.

### Variabel *kualitas Layanan* (X)

Berdasarkan data tabulasi di atas, maka selanjutnya peneliti akan menguraikan jumlah jawaban responden pada masing-masing alternative jawaban dari delapan pernyataan yang telah ditentukan yaitu sangat setuju (SS), Setuju (S), kurang setuju (KS), tidak setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS). Berikut ini adalah tabel distribusi jawaban responden berdasarkan variabel kualitas layanan *customer service* pada bank muamalat KCP Stabat:

**Tabel 5: Distribusi Jawaban Responden variabel kualitas layanan (X)**

Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS	Total
1	38	8	4	-	-	50
2	41	5	4	-	-	50
3	42	8	-	-	-	50
4	42	8	-	-	-	50
5	42	8	-	-	-	50
6	41	9	-	-	-	50
7	45	5	-	-	-	50
8	41	9	-	-	-	50

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan jawaban mengenai *kualitas layanan* (X), menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju dimana hasil terbanyaknya terdapat pada item pertanyaan X yaitu terdapat 45 responden yang menyatakan bahwa kualitas layanan customer service sangat baik.

### Variabel kepuasan nasabah (Y)

Berdasarkan data tabulasi pada variabel kepuasan Nasabah, maka masing-masing alternative jawaban dari tujuh pernyataan yang telah ditentukan yaitu sangat setuju (SS), Setuju (S), kurang setuju (KS), tidak setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS). Berikut tabel distribusi jawaban :

**Tabel 6: Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Nasabah (Y)**

Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS	Total
1	41	9	-	-	-	50
2	41	9	-	-	-	50
3	41	3	6	-	-	50
4	41	9	-	-	-	50
5	36	6	8	-	-	50
6	41	9	-	-	-	50
7	41	9	-	-	-	50

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan jawaban mengenai kepuasan Nasabah (Y), menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju dimana hasil terbanyaknya terdapat pada item pertanyaan variabel Y pada item jawaban yaitu terdapat 41 responden yang menyatakan bahwa kepuasan responden pada bank Muamalat dengan sangat baik.

### Hasil Analisis Data

#### Uji Validitas

Sebelum menentukan sebuah angket valid atau tidak, terlebih dahulu harus diketahui nilai  $r_{tabel}$ . Nilai  $r_{tabel}$  yang diperolehakan dibandingkan nilai  $r_{hitung}$  yang diperoleh menggunakan SPSS 22. Berdasarkan rumus, maka nilai  $r_{tabel}$  pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$r_{tabel} = r(\alpha/2; n-k-1)$$

$$r_{tabel} = r(0,05/2; 50-2-1)$$

$$r_{tabel} = r(0,025; 47)$$

$$r_{tabel} = 0,2816 \text{ (lihat tabel distribusi tabel } r \text{ pada lampiran)}$$

Berikut adalah hasil uji validitas dan reliabilitas angket dengan menggunakan program SPSS 22.0 yang dilakukan penelitian kepada 50 responden dengan jumlah item pertanyaan 8 untuk variabel X, dan 7 untuk variabel Y sebagai berikut:

**Tabel 7: Ringkasan Uji Validitas**

Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$ $\alpha = 0,05 ; n =$ 47	Keputusan
<b>Kualitas layanan (X)</b>			
1	0,645	0,2816	Valid



2	0,704	0,2816	Valid
3	0,749	0,2816	Valid
4	0,723	0,2816	Valid
5	0,749	0,2816	Valid
6	0,645	0,2816	Valid
7	0,787	0,2816	Valid
8	0,645	0,2816	Valid
<b>Kepuasan nasabah (Y)</b>			
1	0,980	0,2816	Valid
2	0,980	0,2816	Valid
3	0,920	0,2816	Valid
4	0,980	0,2816	Valid
5	0,753	0,2816	Valid
6	0,980	0,2816	Valid
7	0,980	0,2816	Valid

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa seluruh item nilainya lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,2816 maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrument tersebut valid.

### Uji Reliabilitas

Adapun hasil dari perhitungannya dapat terlihat pada tabel hasil *output* SPSS 22 dibawah ini:

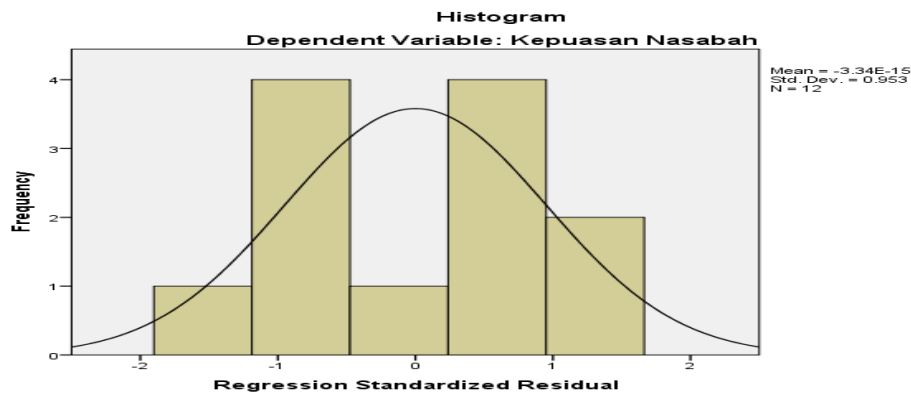
**Tabel 8: Ringkasan Uji Reliabilitas**

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha Yang Diisyaratkan</i>	Keterangan
1	<i>Kualitas Layanan (X)</i>	0,833	> 0,60	Reliabel
2	Kepuasan Nasabah (Y)	0,950	> 0,60	Reliabel

Sumber: Data Diolah

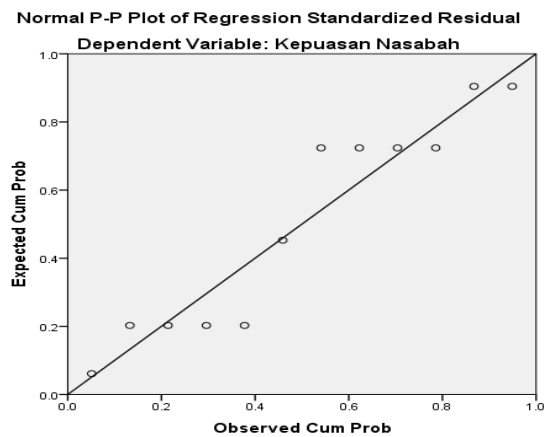
Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai *cronbach alpha* variabel *Kualitas layanan (X)* yaitu 0,833 > 0,60 dan variabel *Kepuasan nasabah (Y)* yaitu 0,950 > 0,60. Maka setiap variabel yang diujikan reliable atau konsisten, memiliki tingkat reliabilitas yang baik

## Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas



**Gambar 1: Grafik Histogram**

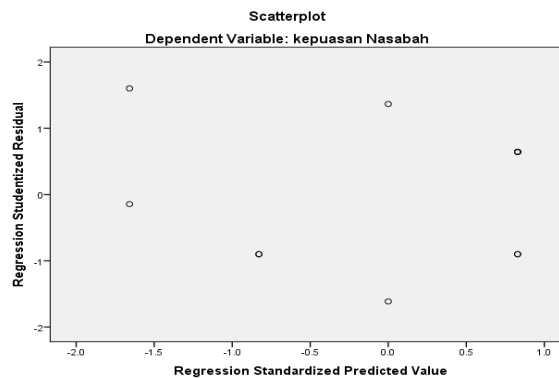
Berdasarkan gambar di atas histogram *Regression Residual* membentuk kurva seperti lonceng maka nilai residual tersebut dinyatakan normal atau data berdistribusi normal.



**Gambar 2: Grafik P-P Plot**

Berdasarkan grafik di atas, titik-titik mengikuti atau merapat ke garis diagonal maka data dalam penelitian ini normal atau berdistribusi normal.

## Uji Heteroskedastisitas



**Gambar 3: Scatterplot**

Berdasarkan tampilan *Scatterplot* pada gambar 4.3 maka dapat disimpulkan bahwa plot menyebar secara acak di atas maupun dibawah angka nol pada sumbu *regression studentizedresidual*. Oleh karena itu pada model regresi yang dibentuk dinyatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

## Uji Hipotesis

### Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikansi 0,05. Adapun dasar pengambilan keputusan pada Uji t adalah sebagai berikut :

- 1) Jika nilai  $\text{sig} < 0,05$  atau  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.
- 2) Jika nilai  $\text{sig} > 0,05$  atau  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$  maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.

Sebelum melakukan uji t, terlebih dahulu harus diketahui nilai  $t_{\text{tabel}}$ . Nilai  $t_{\text{tabel}}$  yang diperoleh akan dibandingkan nilai  $t_{\text{hitung}}$  yang diperoleh menggunakan SPSS 22. Nilai  $t_{\text{tabel}}$  pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

$$t_{\text{tabel}} = t (\alpha/2; n-k-1)$$

$$t_{\text{tabel}} = t (0,05/2; 50-2-1)$$

$$t_{\text{tabel}} = t (0,025; 47)$$

$$t_{\text{tabel}} = 2,01174 \text{ (lihat tabel distribusi tabel t pada lampiran)}$$

Setelah mengetahui nilai  $t_{\text{tabel}}$  maka langkah selanjutnya mencari  $t_{\text{hitung}}$ . Pada penelitian ini  $t_{\text{hitung}}$  diperoleh dari pengolahan data menggunakan program komputer SPSS 22. Berikut nilai  $t_{\text{hitung}}$  setelah penulis melakukan pengolahan data menggunakan program komputer SPSS 22:

**Tabel 9: Uji t  
One-Sample Test**

	Test Value = 35					
	T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
strategi-pemasaran	4.913	11	.000	3.500	1.93	5.07

Sumber: Data diolah

### Uji t Terhadap Variabel *Kualitas layanan* (X)

Hasil yang didapat pada tabel 9 variabel *Kualitas layanan* (X) secara statistik menunjukkan hasil signifikan lebih kecil dari 0,05 atau ( $0,01 < 0,05$ ) dan  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  ( $4,913 > 2,01174$ ) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y. Sehingga dapat disimpulkan  $H_0$  1 diterima yaitu terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara *kualitas layanan* terhadap kepuasan nasabah Muamalat KCP Stabat.

## Uji F

Uji  $F_{hitung}$  digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikatnya atau untuk menguji ketepatan model (*goodness of fit*). Adapun cara pengujian dalam uji F ini, yaitu dengan menggunakan suatu tabel yang disebut dengan Tabel ANOVA (*Analysis of Variance*) dengan melihat nilai signifikansi ( $Sig < 0,05$  atau 5 %). Selanjutnya dapat dilihat pada berikut.

Rumus/Dasar pengambilan keputusan Uji F:

- 1) Jika nilai  $sig < 0,05$  atau  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikatnya.
- 2) Jika nilai  $sig > 0,05$  atau  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikatnya.

Sebelum melakukan uji F, terlebih dahulu harus diketahui nilai  $F_{tabel}$ . Nilai  $F_{tabel}$  yang diperoleh akan dibandingkan nilai  $F_{hitung}$  yang diperoleh menggunakan SPSS 22.0. Nilai  $F_{tabel}$  pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$F_{tabel} = F(k; n-k)$$

$$F_{tabel} = F(2; 50-2)$$

$$F_{tabel} = F(2; 48)$$

$$F_{tabel} = 3,40 \text{ (lihat tabel distribusi tabel F pada lampiran)}$$

**Tabel 10: Uji f  
ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	68.004	1	68.004	19.478	.001 <sup>b</sup>
Residual	34.913	10	3.491		
Total	102.917	11			

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

b. Predictors: (Constant), kualitas layanan

Berdasarkan tabel 10 nilai  $F_{hitung}$  diperoleh 19,478 dengan tingkat signifikansi 0,01 karena tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,00 < 0,05$ ) dan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $19,478 > 3,40$ ), maka variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikatnya. Sehingga dapat disimpulkan  $H_a$  diterima yaitu terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara *kualitas layanan* terhadap kepuasan nasabah bank Muamalat KCP Stabat.

## Uji Adjusted r square ( $R^2_{adj}$ )

Koefisien determinasi atau R square ( $R^2$ ) merupakan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Semakin tinggi koefisien determinasi, semakin tinggi kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel terikatnya. Koefisien determinasi yang telah disesuaikan berarti bahwa koefisien tersebut telah dikoreksi dengan memasukkan jumlah variabel dan ukuran sampel yang digunakan. Dengan menggunakan koefisien determinasi yang disesuaikan maka nilai koefisien determinasi yang disesuaikan itu dapat naik atau turun oleh adanya penambahan variabel

baru dalam model. Selengkapnya mengenai hasil uji Adj R<sup>2</sup> dapat dilihat pada tabel 4.5 di bawah ini :

**Tabel 11: Uji Adjust R square (R<sup>2</sup>adj)**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.813 <sup>a</sup>	.661	.627	1.869

a. Predictors: (Constant), kualitas layanan

b. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Besarnya angka adjusted r square adalah 0,627 atau sebesar 62%. Dapat disimpulkan bahwa *kualitas layanan* (X) mempengaruhi kepuasan nasabah (Y) pada Muamalat KCP Stabat sebesar 62%, sedangkan sisanya sebesar 38% (100% - 62%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain.

**Pembahasan Hasil Penelitian**

Hasil penelitian yang dilakukan sesuai pengolahan data yang diperoleh maka diketahui bahwa seluruh item pernyataan yang dibuat dan telah diujikan pada responden menunjukkan validitas yang baik dimana hasil hitung menggunakan SPSS 22 diketahui seluruh item pernyataan di atas nilai  $r_{tabel} = 0,2816$  yang membuktikan bahwa setiap item soal atau pernyataan valid. Selanjutnya realibilitas soal juga terbukti reliabel dimana nilai *cronbach alpha* variabel *Kualitas layanan* (X) yaitu  $0,833 > 0,60$  dan variabel *Kepuasan nasabah* (Y) yaitu  $0,950 > 0,60$ . Maka setiap variabel yang diujikan reliable atau konsisten, memiliki tingkat reliabilitas yang baik.

Selanjutnya pada uji asumsi klasik juga terbukti bahwa data hasil penelitian atau hasil jawaban responden berdistribusi normal yang terlihat dari uji normalitas data di atas pada histogram uji normalitas. Sebaran data yang diperoleh sesuai uji plot terlihat bahwa berada pada sekitaran garis normal. Untuk melihat tingkat pengaruh masing-masing variabel independen (startegi pemasaran) dan variabel dependen (kepuasan nasabah)) dapat dijelaskan sebagai berikut:

**Pengaruh Variabel kualitas layanan (X) Terhadap Kinerja (Y)**

Berdasarkan hasil pengolahan software SPSS 22 secara statistik menunjukkan hasil signifikan lebih kecil dari 0,05 atau ( $0,01 < 0,05$ ) dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,913 > 2,01174$ ) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y. Sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Muamalat KCP Stabat.

Hal ini menunjukkan betapa pentingnya kualitas layanan yang diberikan Muamalat KCP Stabat. Karena startegi Pemasaran yang diberikan merupakan wujud dan bentuk upaya meningkatkan kepuasan nasabah, semakin baik kualitas layanan yang diberikan maka memicu kepuasan nasabah kearah yang positif begitupun sebaliknya.

Besarnya angka adjusted r square adalah 0,627 atau sebesar 62%. Dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan (X) mempengaruhi kepuasan nasabah (Y) pada Muamalat KCP Stabat sebesar 62%, sedangkan sisanya sebesar 38% (100% - 62%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di bahas, maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian ini yaitu hasil uji statistik menunjukkan bahwa baik secara parsial maupun secara simultan variabel bebas yang diteliti yaitu kualitas layanan (X) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) pada Muamalat KCP Stabat. Pengaruh Kualitas layanan (X) dan kepuasan nasabah (Y) kepuasan nasabah sebesar 62%, sedangkan sisanya sebesar 38% (100% - 62%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain. Kualitas layanan memiliki arah yang positif terhadap kepuasan nasabah pada Muamalat KCP Stabat. Artinya semakin kualitas layanan yang diterapkan maka akan semakin meningkatkan kepuasan nasabah pada Muamalat KCP Stabat. Begitupun sebaliknya, apabila kualitas layanan yang diberikan tidak sesuai maka akan mengurangi kepuasan nasabah pada Muamalat KCP Stabat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agia, L. N. (2022). Analisis Kualitas Layanan Bank Syariah Indonesia Menggunakan. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 5, 1570–1574. <https://doi.org/https://doi.org/10.31539/costing.v5i2.3764>
- Andriyani, M., & Ardianto, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(02), 133–140. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i02.73>
- Aulia, M. R., & Hafasnuddin. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen TERAKREDITASI SINTA*, 4(1), 108–121. <http://www.jim.unsyiah.ac.id/EKM/article/view/16370>
- Darma yanti Lubis, S. L. (2023). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Mobile Banking. *JEKSya Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 2(2), 443–456. <https://jurnal.perima.or.id/index.php/JEKSya/article/view/226/195>
- Diva, I., Ashal, F. F., & Ridha, I. R. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh Syariah Di Kecamatan Kuta Alam. *Journal of Sharia Economics*, 3(2), 198–214. <https://doi.org/10.22373/jose.v3i2.2080>
- Eriyanti, hasnuna. (2021). Pengaruh Produk, Promosi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Simpanan PT. Bank Muamalah Indonesia, Tbk. Cabang Pangkalpinang. *Jurnal Manajemen Dan Investasi*, 3(1), 83–95. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31851/jmaninvestasi.v3i1.6408>
- Lubis, D., Annisa, C., & Salsabila, A. (2022). Pengaruh Pelayanan dan Merek Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan di Bank Sumut Syariah Stabat. *JEKSya: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(1), 19–25. <https://jurnal.perima.or.id/index.php/JEKSya/article/view/64>
- Novani, F. (2022). Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Jumlah Nasabah Menabung Pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk Kcp Stabat. *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1), 102–113. <https://doi.org/10.56114/al-sharf.v3i1.252>

- Reza Nurul Ichsan, A. K. (2021). Kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pt. Jasa raharja medan. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 6(1), 54–57. <https://doi.org/10.32696/jp2sh.v6i1.729>
- 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.
- Setiawan, F., Febria, M. F., & Sulaeman, E. (2022). Pengaruh Presepsi Nilai Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Terhadap Konsumen Indihome Kabupaten Karawang). *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4, 1349–1358.