



Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keunggulan Produk terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Bandung

Muthia Anggraeni*

Prodi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

ARTICLE INFO

Article history :

Received : 4/4/2022

Revised : 6/7/2022

Published : 9/7/2022



Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Volume : 2

No. : 1

Halaman : 59 - 64

Terbitan : **Juli 2022**

ABSTRAK

Menerapkan pelayanan yang terbaik, Bank Muamalat Kota Bandung selalu berupaya untuk memberikan produk yang berkualitas dan unggul dibandingkan produk yang dimiliki bank-bank lain sebagai pesaingnya. Keunggulan produk diciptakan Bank Muamalat Kota Bandung agar nasabahnya tetap setia memakai dan menikmati jasa yang diberikan Bank Muamalat tersebut. Rumusan masalah dari penelitian ini adalah apakah ada pengaruh faktor pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Kota Bandung, apakah ada keunggulan produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Kota Bandung. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari hasil angket yang telah diisi oleh nasabah Bank Muamalat Kota Bandung yang menjadi sampel penelitian. Pada penelitian ini menggunakan uji normalitas data, uji regresi berganda dan uji hipotesis. Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa, variabel pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Muamalat Kota Bandung dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000, selanjutnya variabel keunggulan produk mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Muamalat Kota Bandung dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000.

Kata Kunci : Pelayanan; Keunggulan Produk; Kepuasan Nasabah.

ABSTRACT

Applying the best service, Bank Muamalat Bandung always strives to provide quality products and superior to products owned by other banks as competitors. Product excellence created Bank Muamalat Bandung so that customers remain loyal to use and enjoy the services provided by the Bank Muamalat. The formulation of the problem of this study is whether there is an influence of Service factors on customer satisfaction in Bank Muamalat Bandung, whether there is an advantage of products affect customer satisfaction of Bank Muamalat Bandung. The data used is the primary data obtained from the results of questionnaires that have been filled by customers of Bank Muamalat Bandung which became the research sample. In this study using data normality test, multiple regression test and hypothesis test. From the analysis it can be concluded that, service variables affect customer satisfaction of Bank Muamalat Bandung with a level of significance of 0.000, then Product Excellence variables affect customer satisfaction of Bank Muamalat Bandung with a level of significance of 0.000.

Keywords : Service; Product Excellence; Customer Satisfaction.

@ 2022 Jurnal Riset Ilmu Ekonomi dan Bisnis Unisba Press. All rights reserved.

A. Pendahuluan

PT Bank Syariah Muamalat Indonesia Tbk adalah bank umum pertama di Indonesia yang menerapkan prinsip Syariah Islam dalam menjalankan operasionalnya (Irawan, 2008). Didirikan di Republik Indonesia pada tanggal 1 November 1991 atau 24 Rabiul Tsani 1412 H berdasarkan akta Notaris Yudo Paripurno, S.H., No. 1. Akta pendirian ini telah disahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia dalam Surat Keputusan No.C2-2413.HT.01.01.Th.92 tanggal 21 Maret 1992 dan diumumkan dalam Berita Negara No. 34 tanggal 28 April 1992, Tambahan No. 1919A. Bank Muamalat mulai beroperasi tanggal 27 Syawwal 1412 H atau 1 Mei 1992. (Bank Muamalat KC Bandung, 2021).

Tabel 1. Data Nasabah Bank Muamalat di Kota Bandung

Tahun	Jumlah Nasabah
2018	345.890
2019	456.098
2020	567.900

(Sumber: Bank Muamalat KC Bandung, 2021)

Berdasarkan data yang diperoleh bahwasannya jumlah nasabah yang aktif. Dari tahun 2018 sampai 2020 terus mengalami peningkatan. Pada tahun 2018, nasabah Bank Muamalat meningkat 25%. Hal yang sama terjadi pada tahun 2019, peningkatan nasabah menjadi 33%. Dan pada akhir 2020, ada peningkatan 41% Bank Muamalat

Bank Muamalat kota Bandung selalu berusaha dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabahnya agar merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, namun tetap saja ada keluhan yang muncul dari nasabah, jumlah nasabah yang menyampaikan keluhan seperti pada tabel 2:

Tabel 2. Jumlah keluhan Nasabah

Tahun	Jumlah keluhan nasabah	Jangka waktu
2019	55	Januari-Desember
2020	70	Januari-Desember

(Sumber: Bank Muamalat KC Bandung, 2021)

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa jumlah keluhan nasabah dari tahun 2019-2020 semakin meningkat, nasabah yang mengeluh terhadap pelayanan Bank Muamalat, salah satu yang nasabah keluhkan mengenai pelayanan yang terlalu lama mengantri ketika berhubungan dengan customer servis dan teller, nasabah hanya dapat memaklumi menunggu sekitar 15 menit dan selebih dari itu nasabah biasanya akan memberikan respon yang kurang baik terhadap pelayanan bank tersebut.

Layanan yang baik dalam sebuah perbankan memberikan kepuasan terhadap nasabah itu sendiri. Begitu pula kualitas produk yang ditawarkan bank kepada nasabahnya yang banyak memberikan manfaat dalam setiap kegiatan transaksinya (Kurniawan, 2013). Dalam jangka panjang kepuasan nasabah dapat dijadikan tujuan utama bagi perencanaan strategi jasa perbankan. Oleh karena itu, sebuah perbankan harus memperhatikan masalah kepuasan nasabahnya. Karena dalam menciptakan kepuasan nasabah terhadap perusahaan itu tidak mudah (Hafiz et al., 2021; Wulandari, 2016).

Keunggulan produk didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan pelanggan, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi pelanggan. Produk yang ditawarkan Bank Muamalat berupa Tabungan Muamalat Prima, Tabungan Muamalat Gold, TabunganKu, KPR Muamalat IB, Deposito Muamalat dan Tabungan Muamalat Wisata dan Tabungan Muamalat Regular. Setiap produk-produk tersebut mempunyai fasilitas yang berbeda satu dengan yang lainnya. Diantara produk tersebut yang

merupakan produk unggulan Bank Muamalat yaitu Tabungan Muamalat Prima, Tabungan Muamalat Gold dan KPR Muamalat IB (Bank Muamalat KCP Bandung, 2021).

Kualitas pelayanan dan keunggulan produk hal yang penting pada sebuah bank (Tjiptono, 2008). Produk-produk yang dihasilkan bank harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabahnya. Dengan terpenuhinya kebutuhan, maka nasabah akan tetap memilih bank tersebut dan tidak akan pindah ke bank lainnya. maka nasabah akan tetap memilih bank tersebut dan tidak pindah ke bank lainnya. Selain itu nasabah akan tertarik untuk memilih bank tersebut jika nasabah merasa bahwa produk perbankan dapat memenuhi kebutuhannya. Nasabah akan menyenangi produk yang menawarkan mutu dan kinerja yang baik serta keistimewaan yang mencolok. Produk perbankan yang ditawarkan oleh bank pada umumnya bermacam-macam, (Teuku Edyansyah, 2014).

Untuk mengetahui permasalahan dengan lebih jelas maka disusunlah pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut: (1) Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Kota Bandung; (2) Bagaimana pengaruh Keunggulan Produk terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Kota Bandung.

B. Metode Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode metode kuantitatif dengan jenis penelitian analisis regresi berganda (Sugiyono, 2011). Model hubungan yang dihubungkan baik dari mulai yang berjumlah variabel satu dengan variabel yang lain yang bermanfaat sebagai gambaran dalam menganalisis adanya hubungan antara variabel yang mempengaruhi atau dipengaruhi. Berfungsi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pelayanan dan keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah di bank muamalat kota Bandung.

C. Hasil dan Pembahasan

Hasil dari penelitian yang sudah dilakukan berdasarkan rumusan masalah. Pembahasan ini akan diawali dengan uji instrumen penelitian berupa validitas dan reliabilita.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan (X1)

Variabel	Nomor Item	Corrected Item-Total Correlation	Keterangan
Faktor Pelayanan (X1)	X1	0,907	Valid
	X2	0,880	Valid
	X3	0,906	Valid
	X4	0,930	Valid
	X5	0,852	Valid
	X6	0,642	Valid
	X7	0,447	Valid
	X8	0,608	Valid
	X9	0,495	Valid
	X10	0,500	Valid
	X11	0,623	Valid

(Sumber:Data olahan penulis 2021)

Berdasarkan tabel 3, dapat diketahui bahwa Variabel Pelayanan (X_1) adalah valid karena nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dibanding 0,1654. Dalam penelitian ini berarti semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Keunggulan Produk (X_2)

Variabel	Nomor Item	Corrected Item-Total Correlation	Keterangan
Keunggulan produk (X_2)	X1	0,625	Valid
	X2	0,799	Valid
	X3	0,690	Valid
	X4	0,797	Valid
	X5	0,671	Valid
	X6	0,710	Valid
	X7	0,690	Valid
	X8	0,669	Valid

(Sumber:Data olahan penulis 2021)

Berdasarkan Tabel 4, dapat diketahui bahwa variabel Keunggulan Produk (X_2) adalah valid karena nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dibanding 0,1654. Dalam penelitian ini berarti semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (X_2)

Variabel	Nomor Item	Corrected Item-Total Correlation	Keterangan
Kepuasan Nasabah (Y)	Y1	0,742	Valid
	Y2	0,721	Valid
	Y3	0,763	Valid
	Y4	0,728	Valid
	Y5	0,598	Valid
	Y6	0,623	Valid
	Y7	0,576	Valid
	Y8	0,607	Valid

(Sumber:Data olahan penulis 2021)

Tabel 6. Hasil Uji T (Uji Parsial)
Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,355	1,487		-.097	.923
Pelayanan	,190	.039	.350	4,852	.000
Keunggulan produk	,433	.056	.559	7,749	.000

Dependent Variable : Kepuasan Nasabah

Nilai tabel *coefficients* diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dibandingkan dengan taraf signifikan ($\alpha = 0,05\%$) 0,05 maka $0,000 < 0,05$ disimpulkan untuk menolak H_0 , yang berarti variabel keunggulan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (cara yang lainnya dengan). Membandingkan antara t hitung dengan t tabel). Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka disimpulkan untuk menolak H_0 , artinya variabel keunggulan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (begitu juga sebaliknya).

Tabel 7. Hasil Uji F (Uji Simultan)
ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1063,248	2	531,624	90,957	.000 ^b
	Residual	566,942	97	5,845		
	Total	1630,190	99			

Pedoman yang digunakan adalah: jika $Sig. < \alpha 0.05$ maka H_0 ditolak yang artinya ada hubungan yang linear antara pelayanan dan keunggulan produk dengan kepuasan nasabah. Cara lainnya dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel. Jika F hitung $> F$ tabel maka disimpulkan menolak H_0 , yang berarti ada hubungan linear antara pelayanan dan keunggulan produk dengan kepuasan nasabah

D. Kesimpulan

Berdasarkan Hasil Penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut, berdasarkan Pengujian Hipotesis yang pertama diketahui bahwa H_1 yang diajukan dapat diterima. Hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $4,852 > 1,667$, nilai signifikan $0,000 < 0,05$, sehingga dalam penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Temuan penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh, yang menyimpulkan bahwa pengaruh yang diberikan oleh kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan nasabah terbukti memiliki nilai yang signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Bank Muamalat mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah seperti, pelayanan yang cepat dan tepat waktu, pelayanan yang ramah dan baik, fasilitas yang lengkap dan pelayanan lainnya. Pelayanan merupakan hal yang penting bagi dunia perbankan. Kualitas pelayanan yang baik akan menimbulkan persepsi yang baik dari nasabah, semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan yang diberikan akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah

Berdasarkan pengujian hipotesis kedua diketahui bahwa H_2 yang diajukan dapat diterima. Hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $7,749 > 1,667$, nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Sehingga dalam penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan nasabah. Temuan penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian (Erdyansyah, 2014) pada hasil pengujian variabel bebas kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. yang memiliki tingkat signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ memenuhi syarat untuk menjadi variabel pendukung. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik keunggulan produk Bank Muamalat Bandung akan diikuti oleh peningkatan kepuasan nasabah serta memiliki sifat dan ciri produk yang khas sehingga nasabah dapat memenuhi.

Daftar Pustaka

- Erdyansyah, T. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri. *Siding Seminar Nasional Ekonomi Universitas Malikussaleh Aceh Utara*.
- Hafiz, E. A., Meidy Haviz, & Ria Haryatiningsih. (2021). Pengaruh PDRB, UMK, IPM terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Kabupaten/Kota Jawa Barat 2010-2020. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 55–65. <https://doi.org/10.29313/jrieb.v1i1.174>

Muthia Anggraeni. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keunggulan Produk terhadap,....*

Irawan, H. (2008). *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Penerbit Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia Jakarta.

Kurniawan, D. (2013). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Tjiptono, F. (2008). *Service Management*. Andi Offisett.

Wulandari, A. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Tabungan IB Hasanah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNISyariah Cabang Palembang Jl. Jendral Sudirman*. Universitas Islam Negeri Raden Fatah.