

RESEARCH ARTICLE

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Cilacap Diponegoro

Received: 07 Oktober 2025
Accepted: 20 Desember 2025

Hendro Purnomo¹, Inngamul Wafi^{2*}

***Corresponding author:**
Inngamul Wafi
(STKIP Majenang)
E-mail: inngamulwafi@stkip-
majenang.ac.id

Abstract: This study was conducted to determine the effect of service quality using the dimensions of reliability, assurance, tangibles, empathy, and responsiveness on customer satisfaction at Bank Syariah Indonesia (BSI) Cilacap Diponegoro Sub-Branch in 2023. This research is quantitative in nature. The data collection technique used was a questionnaire. A sample of 100 respondents was selected based on the Slovin formula. The research method used was multiple linear regression analysis. The results obtained through the T-test (partial) showed that reliability, assurance, tangible, empathy, and responsiveness had a significant effect on customer loyalty at Bank Syariah Indonesia KCP Cilacap Diponegoro. Meanwhile, simultaneous testing (F test) of service quality, which consists of the dimensions of reliability, assurance, tangibles, empathy, and responsiveness, simultaneously has a significant effect on customer satisfaction at Bank Syariah Indonesia KCP Cilacap Diponegoro by 90.6%.

Keywords: Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Responsiveness, Customer Satisfaction.

Abstrak: Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan menggunakan dimensi kehandalan (reliability), jaminan (assurance), bukti fisik (tangible), empati (empathy), dan daya tanggap (responsiveness) terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Cilacap Diponegoro tahun (2023). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa kuesioner. Sampel yang dipilih sebanyak 100 responden berdasarkan rumus slovin. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian yang diperoleh melalui uji T (Parsial) menunjukkan bahwa reliability, assurance, tangible, empathy, dan responsiveness berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Cilacap Diponegoro. Adapun pengujian secara simultan (Uji F) kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi reliability, assurance, tangible, empathy, dan responsiveness secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Cilacap Diponegoro sebesar 90,6%.

Kata Kunci: Kehandalan (Reliability), Jaminan (Assurance), Bukti Fisik (Tangible), Empati (Empathy), Daya Tanggap (Responsiveness), Kepuasan Nasabah.

About Author

Hendro Purnomo, Inngamul Wafi, Pendidikan Ekonomi, STKIP Majenang.

To cite this article: Hendro Purnomo and Inngamul Wafi. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Cilacap Diponegoro. *Jurnal Syariah dan Hukum Islam*, 4(2),15-26.

1. Introduction

Perkembangan dari perbankan mempunyai peranan yang sangat penting dalam proses percepatan pembangunan nasional. Peranan yang sangat penting tersebut disebabkan oleh fungsi bank sebagai lembaga yang dapat menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat secara efektif dan efisien serta tepat sasaran dengan segala bentuk program-programnya. Segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya (Saleo,2017). Bank merupakan sebuah penghimpunan dana dari masyarakat untuk disalurkan kemasyarakat kembali melalui berbagai bentuk pembiayaan.

Keberadaan perbankan syariah yang ada di Indonesia merupakan suatu perwujudan dari keinginan masyarakat yang sebagian besar mengaunut agama Islam yang membutuhkan suatu sistem perbankan yang menyediakan jasa perbankan yang memenuhi prinsip syariah yang terbebas dari bunga dan riba. Menurut Hafizd (2020) lembaga keuangan yang bergerak dibidang jasa pelayanan dengan memberikan pembiayaan serta lalu lintas peredaran uang yang kegiatan operasionalnya disesuaikan dengan prinsip islam dengan menghindari perkara yang dilarang seperti bunga dan riba. Selain sistem perbankan yang bersifat syariah, kualitas pelayanan adalah hal yang sangat penting. Pelayanan bank kepada nasabah itu tidak cukup hanya memuaskan para nasabah atau hanya sekedar sesuai harapan nasabah, namun harus juga memberi pelayanan yang berkesan atau puas sehingga membuat nasabah senang. Kualitas pelayanan sangatlah penting untuk dimiliki dalam melakukan tugas seperti cekatan, ramah, santun dan memberikan pelayanan yang prima agar kesan positif dapat tertanam di benak nasabah. Kualitas pelayanan yang baik dari karyawan bank seperti ucap salam, sapaan, pelayanan, keramahan akan membuat nasabah menjadi betah dan nyaman serta bisa membuat nasabah untuk kembali datang pada bank tersebut (Gofur,2019).

Oleh karena itu berdasarkan kajian literatur kepuasan nasabah secara intensif, Gise & Cote (2000) dalam buku Fandy Tjiptono (2008:48) mengidentifikasi 20 definisi yang diacu dalam riset kepuasan nasabah selama periode waktu 30 tahun. Dengan adanya kemudahan yang diperoleh dari komunikasi dan informasi muncul kompetisi yang sangat ketat yang berakibat nasabah atau customer semakin banyak pilihan dan sangat sulit untuk dipuaskan karena telah terjadi pergeseran yang semula hanya untuk memenuhi kebutuhan, meningkat menjadi harapan untuk memenuhi kepuasan.

Kini semakin disadari bahwa pelayanan dan kepuasan nasabah atau Nasabah merupakan aspek vital dalam rangka bertahan didalam arena bisnis dan memenangkan persaingan. Meskipun demikian, tidaklah gampang untuk mewujudkan kepuasan nasabah atau Nasabah secara menyeluruh. Dimana nasabah yang dihadapi pada saat ini berbeda dengan nasabah pada beberapa dasawarsa lalu. Kini nasabah semakin terdidik dan menyadari akan hak – haknya.

Oleh karena itu dapatlah dipahami bila ada kalangan atau pakar pemasaran yang berpendapat bahwa tidak realistis bila suatu perusahaan mengharapkan tidak ada nasabah yang tidak puas. Namun, tentu saja setiap perusahaan harus berusaha meminimalkan ketidakpuasan nasabah dan memberikan pelayanan yang semakin hari semakin baik. Berdasarkan hal tersebut berikut ini data nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Cilacap Diponegoro selama 3 tahun terakhir:

Tabel 1. 1

Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Cilacap Diponegoro

PERIODE	TOTAL
Januari – Desember 2021	2689
Januari – Desember 2022	2013
Januari – Desember 2023	3105
Januari – Juli 2024	1791

Sumber : Bank Syariah Indonesia KCP Cilacap Diponegoro

Dilihat dari table 1.1 diketahui bahwa total terbanyak nasabah BSI KCP Cilacap Diponegoro adalah pada tahun 2023. Dan dapat dilihat dari pertumbuhan setiap tahunnya yakni mengalami kenaikan.

Maka dari itu, menurut dugaan peneliti terdapat faktor yang menyebabkan kenaikan nasabah di BSI KCP Cilacap Diponegoro yakni kualitas pelayanan yang diberikan dan kepuasan nasabah di BSI KCP Cilacap Diponegoro.

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada nasabah atau Nasabah untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan nasabah atau nasabah serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan nasabah atau Nasabah dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman nasabah atau Nasabah yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman nasabah yang kurang menyenangkan. Perusahaan yang gagal memuaskan pelayanannya akan menghadapi masalah yang kompleks. Umumnya nasabah yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan suatu perusahaan memuaskan nasabah.

Sebagaimana diketahui, bahwa dalam rangka pencapaian laba yang optimal, tentunya terlebih dahulu perusahaan harus mampu merebut pangsa pasar (market share) lebih besar dan ini hanya mungkin tercapai bila perusahaan cukup jeli melihat needs and wants (kebutuhan dan keinginan) dari calon konsumen, selain jangkauan tingkat ekonomi masyarakat juga perlu diperhatikan. Menurut Indana Almas Azhar, Ribut Suprpto, Nila Alfiatul Fuad Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Banyuwangi kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap keputusan menabung pada nasabah. Dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat, pelayanan yang diberikan oleh setiap karyawan harus mampu memberikan kepuasan terhadap jasa pelayanan yang dihasilkan. Keberhasilan ini hanya akan didapatkan jika karyawan tersebut merasa pekerjaannya adalah merupakan tanggung jawab yang harus diemban dan memiliki kedisiplinan diri yang tinggi dalam melaksanakan pekerjaannya (Muhammad Ridlo, 2019).

Bank Syariah Indonesia sebagai lembaga keuangan dalam menjalankan kegiatan bisnis tidak luput dari permasalahan yang sering dihadapi, yang tentu saja dapat berpengaruh pada sektor usaha. Maka, peran BSI di sektor jasa keuangan tentu memiliki peranan yang amat penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan bagi para nasabahnya. Untuk itu manajemen perbankan dapat memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan (Wijayanto, 2015).

2. Literature Review

Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan kunci bagi penyedia jasa layanan untuk bertahan di persaingan yang semakin kompetitif antara dunia jasa layanan. Bagi pihak penyedia jasa/layanan dalam mencapai kepuasan konsumen, kualitas menjadi hal penting dan layak untuk ditingkatkan dan diperbaiki terus-menerus, dengan dilakukan inovasi yang berkelanjutan (Sulistiyowati, 2018). Menurut Gaspersz, kualitas memiliki beberapa makna yang bervariasi, mulai dari yang konvensional sampai yang lebih strategik. Makna konvensional dari kualitas menggambarkan karakteristik langsung dari suatu jasa seperti kinerja (performance), keandalan (reliability), mudah dalam penggunaan (easy of use), estetika (esthetics). Perusahaan yang memberikan komitmen pada kualitas dan secara konsisten memberikan pelayanan kualitas akan menikmati keunggulan bersaing. Dampak dari hal itu adalah perusahaan dapat dengan mudah membina loyalitas nasabah dan mempertahankan relasi nasabah dengan sukses. Hal ini berarti kualitas jasa (quality service) merupakan salah satu aspek yang memberikan kontribusi pada keberhasilan organisasi (Sanurdi, 2021).

Sedangkan pelayanan atau jasa adalah suatu aktifitas atau kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen namun bentuk dari produk yang ditawarkan tersebut tidak terlihat sedangkan yang terjadi adalah interaksi antara pelayan dengan konsumen (Teddy Chandra, 2020). Pelayanan adalah suatu upaya yang diberikan oleh perusahaan dalam rangka memenuhi kebutuhan Nasabah untuk mencapai kepuasan (Wijaya, 2003:34). Sedangkan yang dimaksud dengan pelayanan menurut Sugiarto (2002:36), adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain (konsumen, nasabah, klien, tamu, dan lain-lain) yang tingkat pemuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani maupun yang dilayani. Menurut Tjiptono (2000:58-59), pelayanan adalah suatu sikap atau cara dalam melayani nasabah supaya nasabah mendapatkan kepuasan yang meliputi kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan.

Menurut Parasuraman kualitas pelayanan merupakan suatu kegiatan atau aktivitas yang sifatnya berwujud ataupun tidak berwujud yang dilakukan untuk melayani konsumen dengan memberikan barang atau jasa disertai atau tanpa disertai pemindahan kepemilikan atas suatu barang atau jasa tertentu. Kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai berapa jauh perbedaan antara kenyataan dengan harapan para nasabah atas layanan yang mereka terima (A. Parasuraman, 1994). Dalam riset awalnya, menurut Fandy Tjiptono (2017:158), Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985) meneliti sejumlah industri jasa (seperti perbankan, jasa kartu kredit, reparasi dan pemeliharaan, serta jasa telepon interlokal) dan berhasil mengidentifikasi sepuluh dimensi pokok kualitas pelayanan: reliabilitas, responsivitas atau daya tanggap, kompetensi, akses, kesopanan (courtesy), komunikasi, kredibilitas, keamanan, kemampuan memahami nasabah, dan bukti fisik (tangibles). Dalam riset berikutnya di tahun 1988, mereka menemukan adanya overlapping di antara beberapa dimensi di atas.

Oleh sebab itu, mereka menyederhanakan sepuluh dimensi tersebut menjadi lima dimensi pokok. Kompetensi, kesopanan, kredibilitas, dan keamanan disatukan menjadi jaminan (assurances). Sedangkan akses, komunikasi, dan kemampuan memahami nasabah diintegrasikan menjadi empati (empathy). Sehingga untuk dimensinya menjadi 5 yaitu diantaranya reliability, responsiveness, tangibles, assurances, empathy. Berdasarkan beberapa indikator atau dimensi yang dikemukakan oleh beberapa ahli di atas, yaitu diantaranya teori dari Kotler dalam Arni Purwani dan Rahma Wahdiniwati (2017: 65), dan teori dari Parasuraman dalam Etta Mamang Sangadji (2013: 100), dan menurut Fandy Tjiptono (2017:158) yang menyatakan bahwa bahwa indikator dari kualitas pelayanan yaitu reliabilitas (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy), bukti fisik (tangibles). Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa

pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan atau dikerjakan oleh PT. BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) KCP CILACAP DIPONEGORO dalam rangka memikat para nasabah agar mereka mau menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan dengan tujuan akhir terjadinya transaksi.

Kepuasan Nasabah

Mempertahankan kepuasan konsumen dari waktu ke waktu akan membina hubungan yang baik dengan konsumen. Hal ini dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang. Namun demikian, perusahaan harus berhati-hati agar tidak terjebak pada keyakinan bahwa konsumen harus dipuaskan tak peduli berapapun biayanya. Menurut teori equity, seseorang akan merasa puas bila rasio hasil (outcome yang diperolehnya dibandingkan dengan input yang digunakan, dirasakan fair atau adil. Dengan kata lain, kepuasan terjadi apabila konsumen merasakan bahwa rasio hasil terhadap inputnya (outcome dibandingkan dengan input) proporsional terhadap rasio yang sama yang diperoleh orang lain (Rifa'i, 2023).

Kepuasan Nasabah Menurut (Irawan,2002:3) Dalam konteks teori consumer behavior, kepuasan lebih banyak didefinisikan dari perspektif penilaian Nasabah setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa. Sebagai mana yang disebutkan oleh Richard Oliver: "Kepuasan adalah respon dari pemenuhan dari Nasabah bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Menurut (Rangkuti, 2004:23) Kepuasan nasabah merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara pengalamannya atas kinerja suatu produk dan harapan-harapannya. Sedangkan Wilkie (Tjiptono, 2001:102) mengatakan kepuasan nasabah adalah sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap penilaian konsumsi suatu produk atau jasa. Sedangkan pengertian lain menyebutkan bahwa kepuasan nasabah adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (*perceived*) sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah. Jadi dapat dikatakan bahwa kepuasan merupakan sebuah fungsi dari kinerja dan harapan. Jika kinerja dibawah harapan, nasabah merasa tidak puas. Tetapi, sebaliknya apabila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan merasa puas.

3. Method

Jenis Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini pada praktiknya akan mengkuantifikasikan data kualitas pelayanan Bank Syariah Indonesia KCP Cilacap Diponegoro. Penelitian ini dilakukan pada PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Cilacap Diponegoro. Waktu penelitian dilaksanakan kurang lebih 10 hari kerja. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 100 orang. Teknik penarikan Responden yang digunakan adalah teknik aksidental. Accidental sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja nasabah yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai responden, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2016).

4. Result

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan berikut nilai dari uji analisis deskriptif yang telah diuji menggunakan SPSS:

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	td. Deviation
KUALITAS PELAYANAN	129	39	95	74.06	11.371
KEPUASAN NASABAH	129	6	25	21.00	2.891
Valid N (listwise)	129				

Berdasarkan hasil analisis deskriptif dapat digambarkan distribusi data yang didapat oleh peneliti antara lain sebagai berikut :

- Variabel kualitas pelayanan (X). Dari data tersebut dapat dideskripsikan bahwa nilai minimum sebesar 39, nilai maksimum sebesar 95 dan rata-rata 74.06 serta standar deviasi sebesar 11.371.
- Variabel kepuasan nasabah (Y). Dari data tersebut tersebut dapat dideskripsikan bahwa nilai minimum sebesar 6, nilai maksimum sebesar 25 dan rata-rata 21.00 serta standar deviasi sebesar 2.891.

Uji Validitas

No.	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)			
1.	0,758	0,196	VALID
2.	0,772	0,196	VALID
3.	0,823	0,196	VALID
4.	0,789	0,196	VALID
5.	0,864	0,196	VALID
6.	0,606	0,196	VALID
7.	0,484	0,196	VALID
8.	0,414	0,196	VALID
9.	0,822	0,196	VALID
10.	0,486	0,196	VALID
11.	0,806	0,196	VALID
12.	0,841	0,196	VALID
13.	0,670	0,196	VALID
14.	0,646	0,196	VALID

15.	0,668	0,196	VALID
16.	0,621	0,196	VALID
17.	0,537	0.196	VALID
18	0,214	0,196	VALID
19.	0,200	0,196	VALID
Kepuasan Nasabah (Y)			
1.	0,870	0,196	VALID
2.	0,776	0,196	VALID
3.	0,898	0.196	VALID
4.	0,866	0,196	VALID
5.	0,869	0,196	VALID

Dari hasil diatas, diketahui bahwa seluruh pernyataan dari variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan nasabah (Y) dinyatakan valid.

Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach' Alpha	Jumlah Item	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	0,917	19	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,908	5	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas, variabel X dan Y memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,6 artinya semua variabel dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Predicted Value
N		129
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	21.0000000
	Std. Deviation	1.75536401
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.068
	Negative	-.059

Test Statistic	.068
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	
is a lower bound of the true significance.	

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai Asym. Sig (2-tailed) sebesar 0,200 yang artinya nilai tersebut lebih besar dari 0,05, maka data dinyatakan berdistribusi normal.

Uji Linieritas

ANOVA Table							
			of Squares	df	n Square	F	sig.
KEPUASAN NASABAH * x1	een Groups	(Combined)	05.667	83	9.707	652	34
		Linearity	7.101	1	7.101	.423	02
		tion from Linearity	38.565	82	9.007	533	60
	Within Groups		64.333	45	5.874		
			1070.000	128			

Dasar keputusan untuk mengetahui suatu keadaan hubungan variabel bebas dengan variabel terikat bersifat linier dapat dilihat sebagai berikut:

Jika signifikansi > 0,05 maka dikatakan bahwa terdapat hubungan linier antara variabel terikat dan variabel bebas.

Jika signifikansi < 0,05 maka dikatakan bahwa tidak terdapat hubungan linier antara variabel terikat dan variabel bebas.

Berdasarkan hasil uji diatas diketahui bahwa nilai sig pada variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah yakni 0,060 dan lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah linier.

Uji T

Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9.567	1.343		7.123	.000
KUALITAS PELAYANAN	.154	.018	.607	8.611	.000
a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH					

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa:

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X) Terhadap Kepuasan Nasabah BSI KCP Cilacap Diponegoro (Y)

Ho: Tidak adanya pengaruh Kualitas Pelayanan (X) Terhadap Kepuasan Nasabah BSI KCP Cilacap Diponegoro (Y)

Ha: Adanya pengaruh Kualitas Pelayanan (X) Terhadap Kepuasan Nasabah BSI KCP Cilacap Diponegoro (Y)

Terlihat bahwa (t) hitung pada variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 8,611 > (t) tabel 1,984 atau dengan taraf signifikansi $0,00 < 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis yang dihasilkan yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan (X) Terhadap Kepuasan Nasabah BSI KCP Cilacap Diponegoro (Y) artinya Ha diterima dan Ho ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan (X) Terhadap Kepuasan Nasabah BSI KCP Cilacap Diponegoro (Y).

Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.607 ^a	.369	.364	2.306
a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN				

Berdasarkan hasil diatas, diketahui bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,369. hasil tersebut menunjukkan bahwa besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Cilacap Diponegoro sebesar 36,9%.

Analisis Regresi

Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9.567	1.343		.123	.000
KUALITAS PELAYANAN	.154	.018	.607	.611	.000
a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH					

Berdasarkan hasil diatas, maka dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Cilacap Diponegoro adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1$$

$$Y = 9,567 + 0,154$$

Persamaan tersebut diartikan bahwa nilai konstanta sebesar 9,567 yang menyatakan jika tidak ada nilai kualitas pelayanan maka nilai kepuasan nasabah BSI KCP Cilacap Diponegoro sebesar 9,567. Koefisien (X) sebesar 0,154 yang berarti bahwa setiap

kenaikan variabel X sebesar 1% maka kepuasan nasabah BSI KCP Cilacap Diponegoro sebesar 0,154.

5. Discussion

Penelitian ini menguji variabel independen yaitu kualitas pelayanan terhadap variabel dependennya yaitu kepuasan nasabah BSI KCP Cilacap Diponegoro dengan melibatkan 100 responden. Pada uji validitas menunjukkan bahwa kuisioner yang disebar pada 100 responden dinyatakan valid, karena berdasarkan hasil penelitian dari uji validitas dan reliabilitas menunjukkan hasil uji validitas dan hasil reliabilitas variabel kualitas pelayanan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel pada setiap item diperoleh kesimpulan bahwa item-item pada pernyataan tersebut dinyatakan valid dan reliabel sehingga dapat digunakan dalam penelitian. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, berikut ini penjelasan mengenai pengaruh dari variabel independent terhadap variabel dependen: Dilihat dari hasil uji t diperoleh hasil koefisien sebesar 8,611 dengan nilai sig. sebesar 0,000 dimana hasil tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Cilacap Diponegoro dan mempunyai hubungan linier terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Cilacap Diponegoro.

Penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jubaidi yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penentu kepuasan yang dirasakan nasabah, hal tersebut dilihat dari hasil penelitiannya yang menunjukkan bahwa semua variable kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI. (Jubaidi, 2024) Selain itu penelitian relevan yang lainnya juga ditunjukkan dari penelitian yang dilakukan oleh Kholilah yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tangible, emphaty, reliability, responsiveness, dan assurance berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. (Kholilah Azkiyah Asyfiya, 2024) Berdasarkan hasil penelitian yang selaras dengan penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kepuasan nasabah akan meningkat apabila mengupayakan peningkatan pada kualitas pelayanan yang diberi untuk nasabah. Kepuasan nasabah sangat penting bagi bank, karena dapat mempengaruhi loyalitas, retensi, dan profitabilitas nasabah. Oleh karena itu, kualitas pelayanan ini berpengaruh secara positif terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Cilacap Diponegoro.

6. Conclusion

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Hal tersebut dibuktikan dengan hasil analisis regresi nilai konstanta sebesar 9,567 yang menyatakan jika tidak ada nilai kualitas pelayanan maka nilai kepuasan nasabah BSI KCP Cilacap Diponegoro sebesar 9,567 dan koefisien (X) sebesar 0,154 yang berarti bahwa setiap kenaikan variabel X sebesar 1% maka kepuasan nasabah BSI KCP Cilacap Diponegoro sebesar 0,154. Hasil tersebut juga diperkuat oleh uji t dengan nilai sebesar 8,611 > t tabel 1,984 atau dengan taraf signifikansi $0,00 < 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis yang dihasilkan yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan (X) Terhadap Kepuasan Nasabah BSI KCP Cilacap Diponegoro (Y) artinya H_a diterima dan H_0 ditolak. Maka berdasarkan hasil penelitian dan pengujian yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan jika semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan nasabah maka seseorang akan semakin tertarik untuk menjadi nasabah Bank BSI KCP Cilacap Diponegoro

References

- A. Parasuraman, V. A. (1994). Reassessment of Expectations as A Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research. *Journal of Marketing*.
- Aminatus Zahriyah, S. A. (2021). *Ekonometrika*. Jember: Mandala Press.
- Andika, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Dumai.
- Azhar. I. A, S. d. (t.thn.). Pengaruh Kualitas Pelayanan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung pada Nasabah di Bank Syariah Indonesia Cabang Rogo jampi.
- Azkia, T. d. (2022). Pengaruh Kinerja Karyawan, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Bank Syariah Indonesia: Studi Riset Bank Syariah Indonesia KCP Citeureup. 84-95.
- Dyah Budiastuti, A. B. (2018). *VALIDITAS DAN RELIABILITAS PENELITIAN*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Elia Septia Wati, M. I. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah. *Jurnal AMBITEK*.
- Greissela A. Sehangunaung, S. L. (2023). ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA APLIKASI LAZADA DI KOTA MANADO. *Jurnal EMBA*, 1-11.
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Methode*. Kuningsn: Hidayatul Quran.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Nasabah*. Surabaya: Unitomo Press.
- Januarisya Respati, E. Y. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah Tabungan Bank BCA KCU Pusat Kota Malang)". *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Journal, E. K. (2021). Analisis Pelayanan Bank Terhadap Keputusan Nasabah Sesuai Dengan Perspektif Islam. *Ecobankers: Journal of Economy Banking*, 68-74.
- Jubaidi, K. M. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Samarinda. *Jurnal Manajemen Ekonomi Sistem Informasi*.
- Kholilah Azkiyah Asyfiya, M. F. (2024). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAHBERDASARKAN DIMENSI TERRA (Tangibles, Emphaty, Reliability, Responsiveness, Assurance) Di BSI KCP CIREBON PLERED 1. *Jurnal Witana*, 7-18.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi Edisi 4*. Jakarta: Erlangga.
- Linda Rosalina, R. O. (2023). *Buku Ajar Statistika*. Padang: CV. MUHARIKA RUMAH ILMIAH.
- Maswar. (2017). *ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF NILAI UAS EKONOMETRIKA MAHASISWA DENGAN PROGRAM SPSS 23 & EVIEWS 8.1*. JPPII.
- Muhammad Ridlo, H. S. (2019). Leadership Influence, Discipline and Career Developmen On Work Satisfaction Impact On Work Productivity Of Employees (Study at Employees in PT. Gratia Husada Farma). *Journal of Management*.
- Nuryadi, T. D. (2017). *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: Gramasurya.
- Perdana, R. &. (2020). PerPengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Islami Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Bukopin KCP Gresik. . *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 188-197.
- Purwanto. (2018). *Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas dan Reliabilitas Penelitian Ekonomi Syariah (1nd ed)*. Magelang: Staial Press.
- Rifa'i, K. (2023). *Kepuasan Konsumen*. Jember: UIN Khas Press.

- Sanurdi. (2021). KUALITAS PELAYANAN ISLAMI DAN KEPUASAN KONSUMEN TEORI DAN PRAKTIK. Mataram: Sanabil.
- Sanusi, A. (2016). Metode Penelitian Bisnis. Jakarta: Salemba Empat.
- Sidik Priadana, D. S. (2021). METODE PENELITIAN KUANTITATIF. Tangerang: Pascal Books.
- Siregar, S. (2017). Statistika Terapan Untuk Perguruan Tinggi. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R dan D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif R&D. Jakarta: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, S. (2015). Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyowati, W. (2018). Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya. Sidoarjo: Umsida Press.
- Teddy Chandra, S. C. (2020). SERVICE QUALITY, CONSUMER SATISFACTION, DAN CONSUMER LOYALTY: TINJAUAN TEORITIS. Malang: CV IRDH.
- 'Ulum, M. (2017). Buku Statistik. Malang.
- Wahyudi, S. T. (2017). Statistika Ekonomi Konsep, Teori, dan Penerapan. Malang: UB Press.
- Wijayanto, K. (2015). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH BANK. DAYA SAING Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya.
- Zakaria. (2020). Pengaruh Pelayanan M-Banking Terhadap Keputusan Nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kota Prabumulih. Jurnal Pemikiran dan Pengembangan