
Ervin Kumala Aziz (kamilaervin14@gmail.com)
Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam,
Universitas Muhammadiyah Malang

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah “Tabungan BSM” Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri KC. XXX Kota Malang

Abstract:

This research tries to reveal about the quality of service and its effect on customer loyalty of product tabungan BSM in Bank Syariah Mandiri KC. XXX Malang city. In this study used a quantitative approach to the type of explanatory research and conducted through surveys. The samples used were 100 respondents, using simple random sampling technique, using service quality dimension including compliance, reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles as independent variable and customer loyalty of product tabungan BSM as independent variable. Data analysis using IKP (Index of Service Quality) as well as simple linear regression processed with the help of microsoft excel and SPSS 21.

The results of this study, seen from the level of service quality indicates that the quality of service at Bank Syariah Mandiri KC. XXX Malang city is satisfactory. This is indicated by the mount IKP of all

dimensions with an average of IKP of 4,05, if converted to 81.00. The results of simple linear regression analysis on R square show that 37.6% of service quality variables are able to endowment or contribute to customer loyalty of product tabungan BSM, and the remaining 62,4% is explained by other reasons beyond the variables studied in this study. Simple linear regression test shows loyalty = $-4,629 + 0,254$ service, which means if all independent variables are worth (0) then the value of -4,629, if the value of service quality increases 1% then customer loyalty up 25,4% and vice versa. While the hypothesis test, through T test and F test shows the quality of service influence on customer loyalty product tabungan BSM KC. XXX Malang city, with t-count 7,683 > t-table 1,98, and f-count 59,035 > f-table 3,94.

Keyword: Quality of Service, Customer Loyalty, Tabungan BSM

Pendahuluan

Salah satu fungsi perbankan sebagai lembaga keuangan adalah menghimpun dana dan menyalurkan dana masyarakat. Bank dalam hal ini disebut juga sebagai lembaga perantara keuangan atau *intermediary*,¹ yang dimaksud *intermediary* adalah dimana bank menghubungkan kebutuhan dua nasabah yang berbeda-beda. Di satu pihak merupakan nasabah yang memiliki dana, dan pihak lainnya merupakan nasabah yang membutuhkan dana.² Artinya bank menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana dalam bentuk simpanan, kemudian bank menyalurkan dana tersebut ke masyarakat yang membutuhkan dana untuk mengembangkan usahanya atau memenuhi kebutuhan pribadi.

Dalam praktiknya bank umum melaksanakan kegiatan usahanya seperti memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, terbagi menjadi dua yaitu berlandaskan konvensional dan ada yang berlandaskan syariah.³ Mereka memiliki beberapa perbedaan, perbedaan yang paling umum, terletak pada bunga dan sistem bagi hasil. Dalam pandangan Islam bunga kerap kali dianggap riba, dan hal tersebut merupakan larangan yang tidak diperbolehkan dalam Islam, baik bunga itu sedikit ataupun banyak.⁴ Adapun Bank yang menggunakan landasan Syariah adalah Bank Syariah Mandiri, Bank Muamalat Indonesia, Bank Jabar Banten Syariah, Bank Syariah Bukopin, Bank BNI Syariah, Bank BRI Syariah dan lain-lain,⁵ yang mana dalam

¹ Ismail, *Manajemen Perbankan* (I, Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 8-9.

² *Ibid Ismail*, hlm. 8.

³ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (rev. ed.; Jakarta, 2004), hlm. 352.

⁴ Muhammad Syafi'Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik* (Jakarta: 2001), hlm. 49.

⁵ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (red. Ed.; Jakarta, 2004), hlm. 165.

pelaksanaan operasionalnya berdasarkan sistem bagi hasil dan dalam setiap aktivitasnya harus berlandaskan prinsip syariah.

Dilihat dari banyaknya jumlah jaringan kantor perbankan umum syariah, dapat dilihat pada tabel berikut:⁶

Tabel 1 Jumlah Jaringan Kantor Perbankan Umum Syariah (BUS)

No	Bank Umum Syariah	KC	KCP	KK	Jumlah
1	Bank Syariah Mandiri	130	437	54	621
2	Bank Muamalat Indonesia	83	191	80	354
3	Bank BRI Syariah	52	205	12	269
4	Bank BNI Syariah	68	171	18	257

Pada tabel di atas, bank yang memiliki jumlah jaringan kantor terbanyak adalah Bank Syariah Mandiri, dengan jumlah 621, yaitu 130 Kantor Cabang (KC), 437 Kantor Cabang Pembantu (KCP), 54 Kantor Kas (KK), kemudian Bank Muamalat Indonesia sebesar 354, yaitu 83 Kantor Cabang (KC), 191 Kantor Cabang Pusat, 80 Kantor Kas (KK), BRI Syariah sebesar 269, yaitu 52 Kantor Cabang (KC), 205 Kantor Cabang Pembantu, dan 12 Kantor Kas (KK), urutan ke empat adalah BNI Syariah dengan jumlah sebesar 257, yaitu 68 Kantor Cabang (KC), 171 Kantor Cabang Pembantu (KCP), 18 Kantor Kas (KK).

Perkembangan total aset pada Bank Umum Syariah di Indonesia juga terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2014, total aset sebesar 204.961 triliun, selanjutnya pada tahun 2015 total aset sebesar 213.423 triliun. Dan pada tahun 2016 total aset bank umum syariah mencapai 254.184 triliun.⁷ perkembangan juga dialami oleh Bank Syariah Mandiri yang memiliki total aset sebesar 1.444 triliun pada tahun 2013, 1.513 triliun pada tahun 2014, dan 1.611 triliun pada tahun 2015.⁸

⁶ <http://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Documents/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Januari-2017/SPS%20Januari%202017.pdf>, Diakses Pada 31 Agustus 2017, Pukul 15:07.

⁷ *Ibid.*

⁸ <https://www.syariahamandiri.co.id/wp-content/uploads/2010/03/AR-BSM-2015-Lap-Kuangan.pdf> dan <http://www.syariahamandiri.co.id/wp-content/uploads/2010/03/AR-BSM-2015-laporan-keuangan-final.pdf>, diakses pada 29 September 2017, pukul 23:00.

Semakin berkembangnya industri perbankan, menimbulkan persaingan yang kompetitif dan ketat agar tetap bertahan atau eksis, Bank Syariah Mandiri (BSM) harus meningkatkan kualitas pelayanan, guna mempertahankan nasabah agar tetap loyal terhadap bank tersebut. Berkembangnya jumlah jaringan kantor Bank Syariah Mandiri (BSM) yang tidak diimbangi dengan kualitas pelayanan yang baik, akan mengakibatkan rasa kecewa nasabah, mengingat nasabah mempunyai harapan untuk dipenuhi dan dipuaskan, hal ini merupakan tuntutan bagi Bank Syariah Mandiri (BSM) untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan. Caceres dan Nicholous dalam Pawitra menjelaskan bahwa kualitas layanan dan produk yang baik akan membuat pelanggan setia terhadap produk ataupun jasa yang diberikan perusahaan.⁹

Loyalitas dapat dicapai dengan meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen dapat juga dengan adanya nilai positif yang tercipta dimata publik selama ini terhadap produk ataupun jasa yang ditawarkan di pasaran. Sehingga nantinya diharapkan konsumen akan merasa puas dan dengan sendirinya loyalitas konsumen dapat tercipta dalam benak konsumen.¹⁰ Keberhasilan sebuah perbankan terletak pada banyaknya nasabah yang menggunakan jasa pada perusahaan tersebut sehingga diharapkan loyalitas nasabah dapat tercipta. Loyalitas merupakan hal yang mutlak bagi perusahaan guna untuk meningkatkan kualitas produknya baik itu berupa barang ataupun jasa.

Parasuraman dalam Pawitra mendefinisikan kualitas layanan sebagai perbedaan antara kenyataan dengan harapan para nasabah atas layanan yang mereka terima.¹¹ Kualitas pelayanan menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Tjiptono terdiri dari kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan bukti fisik (*tangible*).¹² Sedangkan Pelayanan Islam dinilai dari enam dimensi yaitu kepatuhan (*compliance*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan bukti fisik (*tangible*). Kepatuhan atau *compliance* inilah yang membedakan antara kualitas pelayanan konvensional dengan Islam.¹³ Dengan demikian, perlu dilakukan kajian secara mendalam, yang secara khusus berusaha menjawab dua hal; pertama, bagaimana kualitas pelayanan Bank Syariah Mandiri KC. XXX Kota Malang? Kedua,

⁹ Tiya Gita Pawitra, Soni Harsono, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Emosional Terhadap Kualitas Hubungan dan Loyalitas Pelanggan KFC di Surabaya" *Journal Business and Banking*, Vol III, No. 1 (Mei, 2013), hlm. 20.

¹⁰ *Ibid*, hlm. 20.

¹¹ Bindi Febry Idham, "Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Implikasi Loyalitas Pada PT. Bank Tabungan Pensiun Nasional, TBK Cabang Kertajaya Surabaya," *Journal of Business and Banking*, Vol. III No. 1 (Mei, 2013), hlm. 94.

¹² Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction* (III. cet.; Yogyakarta: Andi offset, 2011), hlm. 198.

¹³ Veithzal Rivai Zainal, et al., *Islamic Marketing Management* (Jakarta: 2017), hlm. 179-186.

bagaimana pengaruhnya kualitas pelayanan Bank Syariah Mandiri KC. XXX Kota Malang terhadap loyalitas nasabah tabungan BSM?

1. Bank Umum dan Bank Syariah

Bank adalah sebuah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menerima simpanan giro, tabungan dan deposito.¹⁴ Bank juga dikenal sebagai tempat untuk meminjam uang (*kredit*) bagi masyarakat yang membutuhkannya. Disamping itu, bank juga dikenal sebagai tempat untuk menukar uang, memindahkan uang (transfer uang) atau menerima segala macam bentuk pembayaran dan setoran seperti pembayaran listrik, telepon, air, pajak, uang kuliah dan pembayaran lainnya.¹⁵

Sedangkan Bank Syariah menurut Heri Sudarsono dalam Akmalia, adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip Syariah.¹⁶ Perta-atmadja dan Antonio dalam Muhammad mengatakan bahwa yang dimaksud bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam dan bank yang tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-qur'an dan Hadist, sementara bank yang beroperasi sesuai prinsip syariah Islam adalah bank yang dalam beroperasinya itu mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalah secara Islam. Dikatakan lebih lanjut bermuamalah itu dijauhi praktek-praktek yang dikhawatirkan mengandung unsur-unsur riba untuk diisi dengan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan.¹⁷

2. Definisi Kualitas Pelayanan dan Kualitas Pelayanan

Kotler dalam Tjiptono mendefinisikan pelayanan sebagai tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.¹⁸ Lewis dan Booms dalam Tjiptono mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan

¹⁴ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (rev. ed.; Jakarta, 2014), hlm. 24.

¹⁵ Suhrawadi K Lubis, Farid Wajdi, *Hukum Ekonomi Islam* (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2012), hlm. 67-68.

¹⁶ Ikfi Akmalia, "Analisis Kepuasan Nasabah Atas Dimensi Kualitas Pelayanan Bank Syariah Mandiri Malang" *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. III No 1 (April 2012), hlm. 74.

¹⁷ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: 2002), hlm. 13-14.

¹⁸ Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction* (III. cet.; Yogyakarta: Andi ofset, 2011), hlm. 17.

yang diberikan mampu sesuai dengan ekpektasi pelanggan.¹⁹ Dalam al-qur'an surat Ali Imran [4]; 159, Allah telah memberikan petunjuk untuk lemah lembut kepada seseorang:

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

Artinya: *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 maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya. (Qs.Ali-Imron [3]; 159)²⁰*

3. Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan

Penelitian ini terdiri dari enam dimensi yang kemudian akan dijadikan indikator dalam menilai kualitas pelayanan, dimensi kualitas pelayanan tersebut adalah: *compliance, reability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles*. Dimensi kualitas pelayanan akan dijelaskan sebagai berikut:²¹

Pertama, kepatuhan (*compliance*), kepatuhan berkenaan dengan kepatuhan pelaku bisnis terhadap aturan atau hukum yang telah ditetapkan oleh Allah SWT atau dapat pula disebut syariat.

Kedua, kehandalan (*reability*), kehandalan adalah kemampuan yang dapat diandalkan, akurat dan konsisten dalam mengerjakan jasa sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen.

Ketiga, daya tanggap (*responsiveness*), daya tanggap adalah kemauan untuk memberikan pelayanan dan membantu konsumen dengan segera kepada konsumen.

¹⁹ *Ibid*, 180.

²⁰ Qs. Ali-Imron [3]: 159.

²¹ Veithzal Rivai Zainal, *et al.*, *Islamic Marketing Management* (Jakarta: 2017), hlm. 181-186.

Keempat, jaminan (*assurance*), menurut parasuraman dalam Tjiptono jaminan adalah perilaku karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelangganya.²²

Kelima, empati (*empaty*), empati adalah adanya perhatian yang bersifat pribadi kepada pelanggan, melakukan kontak, hubungan dan komunikasi dengan pelanggan serta adanya upaya untuk memahami kebutuhan dan keinginan para pelanggan.

Keenam, penampilan fisik (*tangibles*), penampilan fisik dimaksudkan bahwa penampilan sarana dan fisik, perlengkapan atau peralatan, penampilan personil, dan media komunikasi yang dapat diandalkan, merupakan bukti nyata pelayanan yang diberikan.

Berikut ini adalah dimensi dan indikator yang akan dijadikan ukuran dalam menilai kualitas pelayanan, sebagaimana berikut ini:

Tabel 2.1 Indikator Kualitas Pelayanan Islam²³

Dimensi & Indikator	Dimensi & Indikator
<p>Kepatuhan (<i>Compliance</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Berjalan sesuai hukum dan prinsip-prinsip Islam 2. Tidak ada bunga yang dibayarkan atau dipungut 3. Produk-produk yang sesuai Syariah 4. Penyediaan keuntungan tanpa bunga 5. Penyediaan produk investasi bagi hasil 	<p>Jaminan (<i>Assurance</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 12. Memberikan jaminan keamanan atas simpanan uang 13. Keamanan ketika bertransaksi 14. Karyawan berpengetahuan luas, sehingga mampu menjawab pertanyaan nasabah
<p>Kehandalan (<i>Reliability</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 6. pengetahuan Tim manajemen 7. Kenyamanan (Waktu yang sikat pada pelayanan) 8. Memiliki layanan ATM yang mudah digunakan 	<p>Empati (<i>Emphaty</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 15. Memahami kebutuhan nasabah 16. Karyawan yang memberikan perhatian personal kepada nasabah

²² Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, *Servie, Quality & Satisfaction (III. cet.;* Yogyakarta: Andi ofset, 2011), hlm. 198.

²³ Dimensi dan Indikator diatas, digunakan Untuk Meneliti Variabel X, Yaitu Kualitas Pelayanan, Yang Meliputi: *Copliance*, *Reliability*, dan *Responsivenes*, indikator nomer 4 dan 10 Mengalami Modivikasi. Lihat: Ambardi Juniawan, "Kualitas Pelayanan Islami dan Kepuasan Nasabah Pada Bank Umum Syariah di Jakarta," *Jurnal Liquidity*, Vol. III No. 1 (Januari-Juni, 2014), 58. Dimensi dan Indikator *Assurance*, *Empaty*, dan *Tangibles*, Lihat: Ikfi Akmalia, "Analisis Kepuasan Nasabah Atas Dimensi Kualitas Pelayanan Bank Syariah Mandiri Malang," *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. II No. 1 (April, 2012), hlm. 76.

Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	Tampilan Fisik (<i>Tangibles</i>)
9. Dapat memenuhi kebutuhan personal nasabah	17. Penggunaan teknologi modern
10. Cara Karyawan memperlakukan nasabah	18. penampilan rapi karyawan
11. Bagi hasil atas dana simpanan dengan jangka waktu yang menguntungkan	

4. Difinisi Loyalitas

Kesetiaan (*loyalitas*) adalah sebuah kata bergaya kuno yang mendeskripsikan keadaan di mana seseorang menyerahkan seluruh jiwa dan raganya pada suatu negara, keluarga, atau teman-temannya.²⁴ Oliver dalam Ismail mengungkapkan definisi loyalitas adalah komitmen yang dipegang teguh untuk membeli ulang atau berlangganan dengan produk atau jasa yang disukai secara konsisten di masa datang sehingga menimbulkan pembelian merek atau rangkaian merek yang sama secara berulang, meskipun pengaruh situasional dan upaya pemasaran berpotensi untuk menyebabkan perilaku beralih merek.²⁵

5. Karakteristi Loyalitas dan Indikator Loyalitas

Pelanggan yang loyal merupakan asset yang penting bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya, sebagaimana yang diungkapkan Griffin, dalam Janita, pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut:²⁶ *Pertama*, melakukan pembelian secara teratur *Kedua*, membeli diluar line produk atau jasa, *Ketiga*, menunjukkan kekebalan dari tarikan persaingan tidak terpengaruh oleh tarikan persaingan produk sejenis lainnya, *Keempat*, menolak produk lain, *Kelima*, merekomendasikan kepada orang lain.

Berikut ini adalah variabel dan indikator yang akan dijadikan ukuran dalam menilai loyalitas nasabah, sebagaimana berikut ini:

²⁴ Philip Kotler, *Marketing Insights From A to Z* (Jakarta: 2003), hlm. 111-112.

²⁵ Muhammad Ismail, *Strategi Pemasaran Untuk Membangun Citra dan Loyalitas Merek* (Bogor: 2013), hlm. 70.

²⁶ Inka Janita, et al., "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan MC Donald's MT. Haryono Malang), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. XV No. 1 (Oktober, 2014), hlm. 04.

Tabel 2.2 Indikator Loyalitas Nasabah:²⁷

Indikator Loyalitas Nasabah
1. Mempertimbangkan BSM KC. XXX sebagai bank pilihan utama diantara bank lainnya
2. BSM KC. XXX adalah bank yang pertama kali nasabah ingat saat harus memilih bank
3. Nasabah menggunakan lebih dari satu produk yang ada di BSM KC. XXX
4. Nasabah mengajak orang lain untuk menabung di BSM KC.XXX

6. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, artinya suatu penelitian atau metode yang didasari oleh falsafah positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.²⁸ Adapun jenis penelitian ini adalah eksplanasi, artinya penelitian yang menjelaskan suatu generalisasi sampel terhadap populasinya atau menjelaskan hubungan, perbedaan, atau pengaruh, satu variabel dengan variabel yang lain. Penelitian eksplanasi dapat dilakukan melalui survei.²⁹ Penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan untuk mengumpulkan informasi yang dilakukan dengan cara menyusun daftar pertanyaan yang diajukan pada responden melalui kuisioner.³⁰ Populasi pada penelitian ini kurang lebih 3.000 nasabah yang menggunakan tabungan BSM.³¹ Sampel yang digunakan adalah sebesar 96.774, dan dibulatkan menjadi 100, didasarkan pada rumus Slovin.³²

Uji instrument yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, Validitas yaitu mampu menunjukkan sampai sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur

²⁷ Variabel Y digunakan untuk Meneliti Loyalitas nasabah, nomer 1 dan 2 lihat : Yunita Arum Safitri, "Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, Penanganan Konflik, dan Perannya Terhadap Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BCA di Surabaya" *Journal Of Business and Banking*, Vol. I No. 2 (November, 2011), 122. Nomer 3 dan 4 lihat: Lutfi Tian Wibrianto, "Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada BPRS Risalah Ummat)" (Skripsi Sarjana Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta 2008), hlm. 88-90.

²⁸ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D* (Bandung: 2014), hlm. 8.

²⁹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif (II. ed.)*; Jakarta, 2005), hlm. 48.

³⁰ V. Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami* (Yogyakarta: 2014), hlm. 39.

³¹ Wawancara dengan Branch Manejer Bank Syariah Mandiri KC. XXX Kota Malang, Pada 08 Agustus 2017.

³² I'anut Thoifah, *Statistika Pendidikan dan Metode Penelitian Kuantitatif* (Malang: 2015), hlm. 18.

(mampu menjadi alat ukur objek penelitian).³³ Dan Uji reliabilitas yaitu suatu alat ukur yang mampu menunjukkan sampai sejauh mana alat ukur tersebut dapat dipercaya atau diandalkan.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *probability sampling*, artinya penarikan sampel didasarkan atas pemikiran bahwa keseluruhan unit populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel.³⁴ Dengan teknik yang digunakan adalah *simple random sampling* yaitu pengambilan sampel secara acak dari anggota populasi tanpa memperdulikan strata yang ada dalam populasi itu.³⁵

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode IKP (Indek Kualitas Pelayanan) untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan. dan analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui hubungan searah linier antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

7. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini responden ditetapkan sebanyak 100 responden, prosentase yang dihasilkan berdasarkan karakteristik responden ditinjau dari jenis kelamin, dapat diketahui bahwa responden wanita lebih banyak dari pada pria, yaitu wanita sebanyak 58% dan pria sebanyak 42% ditinjau dari usia responden, usia 29-39 tahun sebanyak 30%, 40-49 tahun sebesar 29%, 18-28 tahun 24%, usia lebih dari 50 tahun 17%. Karakteristik responden ditinjau dari tingkat pendidikan, S1 yaitu sebanyak 44 44%, SMA sebanyak 41%, S2 4% dan lain-lain sebanyak 2 responden (2%), yaitu berlatar pendidikan SD dan SMP, ditinjau dari jenis pekerjaan, pegawai swasta memiliki jumlah yang paling besar yaitu sebanyak 36%, diikuti dengan pekerjaan lain-lain yaitu selain pekerjaan pelajar/ mahasiswa, pegawai swasta, pegawai negeri, dan wiraswasta sebanyak 26%, wiraswasta sebanyak 24%, pelajar/ mahasiswa sebanyak 8%, dan pegawai negeri sebanyak 6%. Ditinjau dari tingkat pendapatan, prosentase terbesar adalah nasabah dengan gaji kurang dari Rp 1.800.000 sebanyak 32%, kemudian diikuti dengan pendapatan sebesar Rp.2.000.000-Rp.4.000.000 sebanyak 28%, pendapatan Rp.4.000.000-Rp.5.000.000 sebanyak 15%, pendapatan diatas Rp 5.000.000 14 14%, dan pendapatan sebesar Rp. 1.800.000-Rp. 2.000.000 sebanyak 11%. Ditinjau dari lamanya menabung, nasabah menggunakan jasa Bank Syariah Mandiri KC. XXX Kota Malang

³³ *Ibid*, hlm. 111.

³⁴ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif (II. ed.)*; Jakarta, 2005), hlm. 48.

³⁵ I'anutut Thoifah, *Statistika Pendidikan dan Metode Penelitian Kuantitatif* (Malang: 2015), hlm. 21.

lebih dari 12 bulan atau satu tahun sebesar 49% nasabah, kemudian kurang dari 6 bulan sebesar 33% responden, dan 6-12 bulan sebesar 18%.

8. Uji Validitas dan reliabilitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui apakah setiap butir pertanyaan yang diajukan kepada responden telah valid atau tidak. Skor total tingkat signifikansi yang diterima adalah $>0,3$ (lebih besar dari 0,3) yang dinyatakan Masrun dalam Sugiono.³⁶ Uraian hasil pengujian validitas instrumen disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Variabel X

Pertanyaan	R-hitung	Pertanyaan	R-hitung	Sig	Ket
Butir 1	0,643	Butir 10	0,739	0,3	Valid
Butir 2	0,783	Butir 11	0,610	0,3	Valid
Butir 3	0,700	Butir 12	0,655	0,3	Valid
Butir 4	0,615	Butir 13	0,659	0,3	Valid
Butir 5	0,553	Butir 14	0,596	0,3	Valid
Butir 6	0,579	Butir 15	0,730	0,3	Valid
Butir 7	0,572	Butir 16	0,737	0,3	Valid
Butir 8	0,472	Butir 17	0,579	0,3	Valid
Butir 9	0,720	Butir 18	0,547	0,3	Valid

Tabel 2, uji validitas variabel X atau variabel independen yang terdiri dari 18 butir pertanyaan dinyatakan valid, karena r-hitung lebih besar dari 0,30. Sedangkan uji validitas variabel Y dapat dilihat pada tabel 3 berikut ini:

³⁶Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D* (Bandung: 2014), hlm. 134.

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Variabel Y

Pertanyaan	R-hitung	Signifikan	Keterangan
Butir 1	0,693	0,3	Valid
Butir 2	0,720	0,3	Valid
Butir 3	0,687	0,3	Valid
Butir 4	0,575	0,3	Valid

Dari hasil perhitungan pada tabel 3, uji validitas variabel Y, yang terdiri dari 4 butir pertanyaan dan merupakan variabel dependen, semua pertanyaan yang ada dinyatakan valid. Karena R-hitung lebih besar dari 0,3.

Sedangkan uji reliabilitas yang digunakan adalah *Alpha Cronbach*, bila alpha lebih kecil dari 0,6 maka dinyatakan tidak reliabel dan sebaliknya bila lebih besar dari 0,6 maka dinyatakan reliabel.³⁷ Pengujian menggunakan alat bantu komputer pada program *SPSS 21* maka dapat diketahui nilai alpa sebagai berikut:

Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

No	Variabel	Alpha	Signifikan	Keterangan
1	Pelayanan	0,927	0,6	Reliabel
2	Loyalitas	0,836	0,6	Reliabel

Tabel 4, hasil uji reliabilitas variabel X dan Y dapat diketahui bahwa semua pertanyaan adalah reliabel. Hal ini dapat dilihat dari nilai *alpha* (α), nilai *alpha* lebih besar dari 0,6. maka dari itu kuisioner yang telah dibuat dapat dipercaya serta dapat dipakai untuk mendukung penelitian ini.

³⁷Yanatur Thoifah, *Statistika Pendidikan dan Metode Penelitian Kuantitatif* (Malang: 2015), hlm. 114.

9. Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini meliputi analisis kualitas pelayanan dengan menggunakan IKP (Indek Kualitas pelayanan), dan analisis regresi linier sederhana, yang akan dijelaskan dibawah ini:

a. Kualitas Pelayanan

Skor kualitas pelayanan diperoleh dengan menggunakan skala likert yaitu skala 1-5, diantaranya: 1 sangat tidak setuju, 2 tidak setuju, 3 netral, 4 setuju, 5 sangat setuju. Untuk mengetahui kategori kualitas pelayanan, diperlukan skala interval sebagaimana berikut ini:

Tabel 5 Kategori Penentuan Kualitas Pelayanan

No	Nilai Interval IKP ³⁸	Nilai Interval Konversi IKP ³⁹	Nilai	Kinerja Unit Kualitas Pelayanan
1	1,00-1,80	2,00-36,00	E	Sangat Tidak Memuaskan
2	1,81-2,60	36,20-52,00	D	Tidak memuaskan
3	2,61-3,40	52,20-68,00	C	Cukup Memuaskan
4	3,41-4,20	68,20-84,00	B	Memuaskan
5	4,21-5,00	84,20-100,00	A	Sangat Memuaskan

Dari skor kualitas pelayanan yang diperoleh melalui skala likert yang dimasukkan dalam penilaian IKP dan IKP dikonversi akan menghasilkan nilai sebagai berikut:

³⁸ Nilai IKP ini Berasal dari Data Mentah yang di Peroleh dari Skala Linkert 1-5 yang Kemudian di desimalkan, Karena dalam Rata-Rata Nanti Akan Muncul Nilai dengan Angka Koma, Lihat: l'anutut Thoifah, *Statistika Pendidikan dan Metode Penelitian Kuantitatif* (Malang: 2015), 132. Dalam Nazir yaitu Data 1,00, 1,80 , 2,00, 3,00, 4,00, 5,00 Merupakan Data Mentah, Jika di Jadikan 1,00-1,80 dan 1,81-2,60 Merupakan Kelas Interval, 1,00 dan 1,81 Merupakan Limit Atas Kelas, 1,80 dan 2,60 Merupakan Limit Bawah Kelas, Jadi Interval Kelas Memiliki Limit Atas dan Limit Bawah. Besar Interval Kelas Harus Sama, Jumlah Interval Kelas Adalah Selisih Antara Limit Bawah Dari Interval Berikutnya dengan Limit bawah Interval Mula-Mula atau Selisih dari Limit Atas Interval yang Berurutan. Lihat: Moh Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: 2011), hlm. 379.

³⁹ Nilai Interval Konversi IKP diperoleh dengan Cara, Nilai Interval IKP dikali 20, Jika Menggunakan Skala 5, dan Nilai Interval Konversi IKP dimulai dengan 20. Lihat: Algifari, *Mengukur Kualitas Pelayanan dengan Indeks Kepuasan: Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Metode Kano* (rev. Ed.; Yogyakarta: 2016), hlm. 66.

Tabel 6 IKP Dimensi Kualitas Pelayanan⁴⁰

Dimensi Kualitas Pelayanan	IKP	IKP Konversi	Nilai	Kategori Unit Kualitas Pelayanan
Kepatuhan	3,95	79,00	B	Memuaskan
Kehandalan	4,07	81,40	B	Memuaskan
Daya Tanggap	4,00	80,00	B	Memuaskan
Jaminan	4,10	82,00	B	Memuaskan
Kepedulian	4,04	80,80	B	Memuaskan
Tampilan Fisik	4,15	83,00	B	Memuaskan

Tabel 6, IKP dimensi kualitas pelayanan, dapat disimpulkan, bahwa pelayanan yang diberikan Bank Syariah Mandiri KC. XXX Kota Malang, dari semua dimensi, yaitu kepatuhan (*compliance*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*asurance*), kepedulian (*empaty*), tampilan fisik (*tangibles*), masuk dalam kategori memuaskan. Di mana dimensi kualitas pelayanan tampilan fisik (*tangibles*) dengan IKP konversi terbesar yaitu 83,00. jaminan (*asurance*) dengan IKP konversi sebesar 82,00, kehandalan (*reability*) dengan IKP konversi sebesar, 81,40, kepedulian (*empaty*) dengan IKP konversi sebesar 80,80, daya tanggap (*responsiveness*) dengan IKP konversi sebesar 80,00, dan kepatuhan (*compliance*) dengan IKP sebesar 79,00.

Untuk menilai keseluruhan kinerja kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri KC. XXX Kota Malang, digunakan nilai rata-rata semua dimensi kualitas pelayanan.⁴¹ jumlah skor total dimensi adalah 24,31 dan dibagi dengan enam dimensi diperoleh nilai sebesar 4,05, jika dikonversi adalah 81,00, hal ini menunjukkan, bahwa kualitas pelayanan Bank Syariah Mandiri KC. XXX Kota Malang dalam kategori memuaskan.

⁴⁰ Nilai Interval Konversi IKP diperoleh dengan Cara Nilai Interval IKP dikali 20, Jika Menggunakan Skala 5, dan Nilai Interval Konversi IKP dimulai dengan 20. Lihat: Algifari, *Mengukur Kualitas Pelayanan dengan Indeks Kepuasan: Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Metode Kano* (rev. Ed.; Yogyakarta: 2016), hlm. 66.

⁴¹ Algifari, *Mengukur Kualitas Pelayanan dengan Indeks Kepuasan: Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Metode Kano* (rev. Ed.; Yogyakarta: 2016), hlm. 66.

b. Analisis Regresi Linier Sederhana

Nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,376. untuk mengetahui berapa besar persentase kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah tabungan BSM dengan rumus: $R\ square \times 100\%$, hal ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan sebesar 37,6%, selebihnya yaitu 62,4% dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

Model analisis regresi linier sederhana adalah $Loyalitas = -4,629 + 0,254 \text{ Layanan}$, jadi berdasarkan rumus regresi linier sederhana, nilai konstanta sebesar -4,629, hasil ini menunjukkan apabila semua variabel independen bernilai (0), maka diperoleh sebesar -4,629. apabila nilai kualitas pelayanan naik 1%, maka loyalitas nasabah naik 25,4%, begitu juga sebaliknya, apabila nilai kualitas pelayanan turun 1%, maka loyalitas nasabah turun 25,4%. Dan memiliki pengaruh signifikan positif yang berhubungan antara variabel X dan variabel Y

Berdasarkan hasil uji parsial atau uji t diperoleh t-hitung sebesar 7,683 dan dengan nilai t-tabel $\alpha = 5\%$, atau 0,05 untuk uji dua sisi menjadi $5\% / 2 = 2,5\%$, diperoleh t-tabel sebesar 1,98. Hasil uji tersebut menunjukkan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$), yaitu ($7,683 > 1,98$), sehingga dapat disimpulkan, bahwa H_0 ditolak atau kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan BSM, dan H_1 diterima atau kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan BSM.

Dari uji F, menunjukkan F-hitung sebesar 59,035 dan F-tabel dengan nilai $\alpha = 5\%$, atau 0,05, menunjukkan bahwa F-tabel sebesar 3,94. Maka F-hitung $59,035 > F\text{-tabel } 3,94$ (F-hitung lebih besar dari F-tabel). Maka dapat disimpulkan bahwa $H_0 =$ kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan BSM (ditolak) dan $H_1 =$ kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan BSM (diterima).

Penutup

BSM KC. XXX Kota Malang yang berpedoman pada prinsip syariah diharuskan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan syariah, memberikan edukasi bagi masyarakat atau nasabah untuk mengetahui perbedaan bank konvensional dan bank syariah. Untuk meningkatkan pelayanan agar sangat memuaskan sebaiknya perlu penambahan wifi, kualitas pelayanan yang sangat memuaskan akan dirasakan oleh nasabah ketika karyawan BSM mampu memberikan pelayanan yang cepat. penambahan wifi merupakan sarana untuk mempercepat pelayanan dan ketanggapan karyawan dalam melayani nasabah, karena ketika wifi satunya offline maka dapat menggunakan wifi satunya lagi, sehingga nasabah tidak

perlu menunggu lama untuk pengimputan data ke dalam komputer, serta perlunya penambahan Sumber Daya Manusia (SDM) untuk menunjang aktifitas pelayanan yang cepat, handal, dan tanggap ketika banyak nasabah yang mengantri.

Untuk penelitian selanjutnya, yaitu bagi peneliti yang melakukan penelitian sejenis penelitian ini, kiranya perlu menambah sampel agar kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah berpengaruh cukup tinggi, sebaiknya sampel lebih dari 100, karena jumlah sampel mempengaruhi hasil yang akan diteliti. Dan untuk penelitian selanjutnya, perlu adanya penambahan data responden terkait agama yang dianutnya, mengingat BSM KC. XXX Kota Malang merupakan salah satu bank yang menggunakan prinsip syariah Islam, dengan tujuan agar mengetahui berapa persentase nasabah yang tertarik menabung di BSM KC. XXX Kota Malang dengan menganut agama Islam dan agama selain Islam.

References

- Akmalia, Ikfi. (2012, April) Analisis Kepuasan Nasabah Atas Dimensi Kualitas Pelayanan Bank Syariah Mandiri Malang. *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol 2, Nomor 1. 69-79.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. (2001) *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: gema insani press.
- Algifari. (2016). *Mengukur Kualitas Layanan: Dengan Indeks Kepuasan, Metode Importance-Performance Analysis (IPA), Dan Model Kano* (rev. ed.). Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta Anggota IKAPI.
- Burhan, Bungin. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. (Edisi Ke II). Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- <http://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Documents/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Januari-2017/SPS%20Januari%202017.pdf>, Diakses Pada 31 Agustus 2017, Pukul 15:07.
- <https://www.syariahmandiri.co.id/wp-content/uploads/2010/03/AR-BSM-2015-Lap-Kuangan.pdf>
- http://www.syariahmandiri.co.id/wp-content/uploads/2010/03/AR_BSM_2015_laporan_keuangan_final.pdf, diakses pada 29 September 2017, pukul 23:00.

- Idham, Bindi Febri. (2013, May). Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah dengan Implikasi Loyalitas Pada PT.Bank Tabungan Pensiun Nasional, Tbk Cabang Kertajaya Surabaya. *Journal of business and banking*, vol. 3, No 1. 93-108.
- Ismail. (2011). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Kencana
- Janita Inka, et al. (2014 Oktober). "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan MC Donald's MT. Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. V, Nomor 1. 04.
- Juniawan, Ambardi. (2014, Januari-Juni). Kualitas Pelayanan Islami dan Kepuasan Nasabah Pada Bank Umum Syariah di Jakarta. *Jurnal Liquidity*. Vol 3, Nomor 1. 51-59.
- Kasmir. (2004). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya (rev. ed.)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Kotler, Philip.(2003).*Marketing Insights From A to Z*. Jakarta: Erlangga.
- Lubis Suhrawadi K, Farid Wajdi, (2012). *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta: Sinar Grafika Offset.
- Muhammad Ismail. (2013). *Strategi Pemasaran Untuk Membangun Citra dan Loyalitas Merek*. Bogor:
- Pawitra, Tiya Gita, & Soni Harsono. (2013, Mai) Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Emosional Terhadap Kualitas Hubungan dan Loyalitas Pelanggan KFC Di Surabaya . *Journal Business And Banking*, Vol 3, No1. 17-30.
- Qs.Ali-Imron [3]:159.
- Safitri, Yunita Arum. (2011). Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, Penanganan Konflik, dan Perannya Terhadap kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BCA di Surabaya" *Journal Of Business and Banking*, Vol. 01 No. 2, (November 2011), 122.
- Sugiono, (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D* Bandung: Alfabeta.
- Sugiono, (2015). *Metode Penelitian Pendidikan: Kuantitatif Kualitatif dan R & D* Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustakabaru.
- Nazir, Moh. (2011). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Thoifah, l'anatut. (2015). *Statistika Pendidikan dan Metode Penelitian Kuantitatif*. Malang: Madani.

Tjiptono Fandy, Gregorius Chandra. (2011). *Service, Quality & Satisfaction*. (Cetakan ke III). Yogyakarta: Adi Offset.

Wawancara dengan Branch Manejer Bank Syariah Mandiri KC. XXX Kota Malang, Pada 08 Agustus 2017.

Wibrianto, Lutfi Tian. (2008). *Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Nasabah: Studi Kasus BPRS Risalah ummat*. Skripsi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Syarif hidayatullah, Jakarta 2008.

Zainal, Veithzal Rifai. *et al.* (2017). *Islamic Marketing Management*. Jakarta: IPB Press.