

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *COSTUMER VALUE*
TERHADAP KEPUASAN NASABAH MENABUNG DI
BANK SYARIAH INDONESIA (BSI)
KOTA LANGSA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepda Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Sebagai Sallah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)**

Oleh:

FARIZAH
NIM 4012019055



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
2023**

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *COSTUMER VALUE* TERHADAP
KEPUASAN NASABAH MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA
(BSI) KOTA LANGSA**

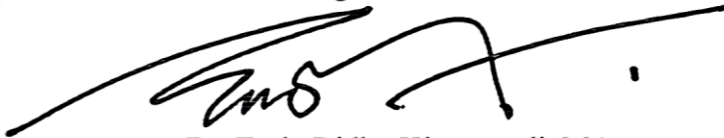
Oleh:

Farizah
Nim. 4012019055

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Program Studi Perbankan Syariah

Langsa, 28 Desember 2023

Pembimbing I



Dr. Early Ridho Kismawadi, MA
NIDN. 2011118901

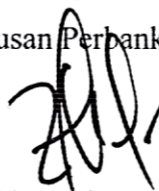
Pembimbing II



Friska Anggi Siregar, S.H., M.H
NIP. 19861225 202012 2 014

Mengetahui

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Zefri Maulana, M.Si
NIP. 19861001 201903 1 006

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi Yang Berjudul “**Pengaruh Service Quality Dan Costumer Value Terhadap Kepuasan Nabasah Menabung Di Bank Syariah Indonesia (Bsi) Kota Langsa**”, Atas Nama Farizah Dengan Nim.4012019055 Program Perbankan Syariah Telah Dimunaqasyahkan Dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Langsa, Pada Tanggal 07 Februari 2024. Skripsi Telah Diterima Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE) Pada Program Studi Perbankan Syariah.

Langsa, 07 Februari 2024

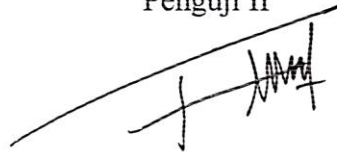
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Langsa

Penguji I



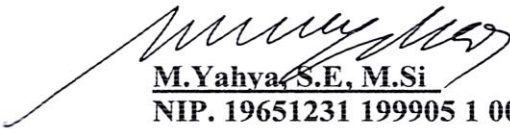
Dr. Early Ridho Kismawadi, S.E.I,MA
NIDN. 2011118901

Penguji II



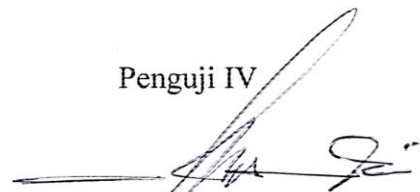
Friksa Anggi Siregar,SH.MH
NIP. 19861225 202012 2 014

Penguji III



M. Yahya, S.E, M.Si
NIP. 19651231 199905 1 001

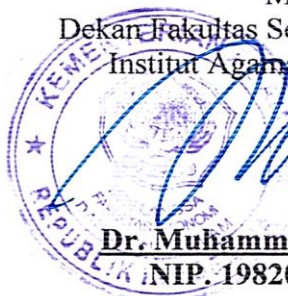
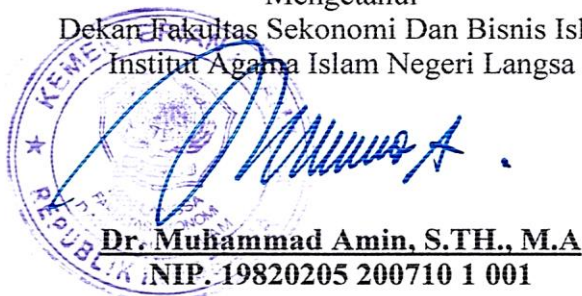
Penguji IV



Nasruddin, M.Pd
NIDN.2004098303

Mengetahui

Dekan Fakultas Sekonomi Dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Langsa



Dr. Muhammad Amin, S.TH., M.A
NIP. 19820205 200710 1 001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Farizah
Nim : 4012019055
Tempat/tgl. Lahir : Seunebok Rawang, 10-April-2002
Pekerjaan : Mahasiswi
Alamat : Seunebok Rawang, Kec. Peureulak Timur
Kab. Aceh Timur.

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Service Quality* dan *Costumer Value* Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa”** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Langsa, 28 Desember 2023

Yang membuat pernyataan



Farizah

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Secara bertahap, Allah akan mengangkat derajat orang-orang yang menerimamu dan orang-orang yang mendapat petunjuk”

(QS Al Mujadallah : 11)

“Barangsiapa yang dipilih Allah, maka dialah yang dianugerahi hikmah.

Dan barangsiapa yang dikaruniai akal, maka sesungguhnya dia telah dikaruniai karunia yang banyak. Dan hanya orang-orang yang berakal saja yang dapat melihat (dari firman Allah)”

(QS Al Baqarah : 269)

“Dan ketahuilah bahwa bantuan memerlukan kesabaran, bahwa masalah memerlukan solusi, dan bahwa kesulitan menghasilkan kemudahan.”

(HR Tirmidzi)

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan petunjuk-Nya, sehingga saya diberikan kekuatan, kesehatan, pemahaman, dan kesabaran untuk menyelesaikan skripsi ini.

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana kepuasan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa dipengaruhi oleh kualitas layanan dan nilai nasabah. Strategi yang digunakan adalah metodologi kuantitatif. Penelitian ini menggunakan uji likelihood dengan strategi *random sampling*. Sampel yang digunakan adalah nasabah yang memiliki rekening tabungan di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa sebanyak 96 responden. Metode pengumpulan data menggunakan angket. Strategi pengumpulan data menggunakan uji regresi linier berganda, uji dugaan klasik, dan uji spekulasi (uji t, uji F, dan R²). Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa, penelitian uji t menunjukkan bahwa variabel bebas kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah menabung. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji statistik (X1) $t_{hitung} 5,882 > 1,661$ dengan taraf signifikansi 0,000 0,05. Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa, kepuasan nasabah menabung dipengaruhi secara signifikan oleh nilai nasabah. Hal ini ditunjukkan dengan akibat uji fakta diperoleh nilai t_{hitung} (X2) sebesar $3,438 > 1,661$ dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Akibat telaah uji F menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara bersama-sama antara faktor kualitas pelayanan dan harga diri terhadap loyalitas nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa dengan nilai sebesar $185,724 > F_{tabel} 3,09$. Berdasarkan analisis koefisien determinasi (adjusted R²) penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan nilai nasabah menyumbang 79,5 persen terhadap variasi skor kepuasan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa. Sedangkan sisanya sebesar 20,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam persamaan di atas.

Kata Kunci: Bank Syariah Indonesia, *Customer Value*, Kepuasan Nasabah, *Service Quality*

Abstract

The goal of this study was to find out how customer value and service quality affect customer satisfaction when saving at Bank Syariah Indonesia (BSI) Langsa City. Quantitative methodology is the method used. A random sampling strategy and a likelihood test are used in this study. The example utilized was clients who have investment accounts at Bank Syariah Indonesia (BSI) Langsa City upwards of 96 respondents. A questionnaire was used for the data collection process. The information assortment system utilized different direct relapse tests, old style guess tests, and hypothesis tests (t-test, F-test, and R²). The t-test study at Bank Syariah Indonesia (BSI) Langsa City revealed that customer satisfaction in saving was significantly influenced by the independent variable of service quality. This is shown by the consequences of the measurable test (X1) t count $5.882 > 1.661$ with an importance level of $0.000 < 0.05$. Customer value has a significant impact on customer savings satisfaction at Bank Syariah Indonesia (BSI) Langsa City. This is demonstrated by the consequences of the reality test got a t-esteem (X2) of $3.438 > 1.661$ with an importance worth of $0.001 < 0.05$. The consequences of the F test review demonstrate that there is a positive and huge impact together between the variables of administration quality and confidence on client devotion to save at Bank Syariah Indonesia (BSI) Langsa City with a worth of $185.724 > F_{table} 3.09$. In light of the examination of the assurance coefficient (changed R²), this study presumes that assistance quality and client esteem contribute 79.5 percent to the variety in consumer loyalty scores for saving at Bank Syariah Indonesia (BSI) Langsa City. While additional variables that are not included in the equation above have an impact on the remaining 20.5%.

Keywords: Bank Syariah Indonesia, Customer Value, Customer Satisfaction, Service Quality

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warahmatullah wabarakatuh

Mengingat hal ini, penulis diingatkan tentang kekuatan doa di tangan Allah SWT atas segala petunjuk dan ridho-Nya, tak lupa penulis sampaikan Kita biasanya menyampaikan permohonan dan kabar gembira kepada pemimpin kita, Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi tauladan bagi kita semua dan telah berjuang demi kehidupan umatnya, sehingga umatnya saat ini dapat menghayati keindahan Islam sebagai agama yang mempromosikan kebahagiaan baik di masa sekarang maupun masa depan. Sebagai salah satu keadaan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada program studi Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Langsa, maka dengan itu penulis menulis skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Service Quality* dan *Customer Value* Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa”**.

Bantuan moril dan material dari berbagai pihak sangat dibutuhkan demi keberhasilan penyelesaian tesis ini. Maka, penyusun ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ismail Fahmi Arrauf Nasution, MA selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Langsa
2. Bapak Dr. Muhammad Amin, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa.
3. Bapak Zefri Maulana, M.Si, selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa
4. Bapak Dr. Early Ridho Kismawadi, MA selaku pembimbing I yang telah banyak membantu penulis hingga skripsi ini dapat selesai.
5. Ibu Friska Anggi Siregar, S.H., M.H selaku pembimbing II yang telah banyak membantu penulis hingga skripsi ini dapat selesai.
6. Seluruh Dosen dan Staf IAIN Langsa.
7. Terimakasih buat orang tua yg selalu jadi support sistem pendukung terbaik dalam pilihan anaknya, yg selalu ada dan yg selalu mendoakan buat anaknya yg mampu merangkul sampai menyelesaikan pendidikan ini. Doa, restu,

rasa cinta dan kasih sayang yang kalian berikan mengalir dengan baik buat peneliti dalam menjalani kehidupan.

Saya sungguh berharap semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal kepada penulis atas bantuan dan dukungannya. Penulis menyadari bahwa proposal ini masih banyak kekurangannya. Maka, penulis sangat berharap adanya analisis yang bermanfaat dan ide-ide yang berharga. Kita yang membaca skripsi ini hanya bisa berharap semoga bermanfaat bagi khazanah ekonomi Islam.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Langsa, 28 Desember 2023

Farizah
4012019055

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	
 BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Beakang Masalah.....	1
1.2 IdentifikasiMasalah.....	8
1.3 Batasan Penelitian.....	8
1.4 RumusanMasalah.....	9
1.5 TujuanPenelitian	9
1.6 ManfaatPenelitian	10
1.7 PenjelasanIstilah	10
1.8 Sistematika Pembhasan.....	11
 BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Bank Syariah Indonesia (BSI).....	13
2.1.1 Pengertian Bank Syariah.....	13
2.1.2 Tujuan dan Peran Bank Syariah.....	14
2.1.3 Tujuan Pembentukan Bank Syariah Indonesia (BSI)	15
2.2 Kepuasan Nasabah	17
2.2.1 Pengertian Kepuasan Nasabah	17
2.2.2 Indikator Kepuasan Nasabah	19
2.2.3 Metode Mengukur Kepuasan Nasabah	19
2.2.4 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah	22
2.3 <i>Service Quality</i>	24
2.3.1 Pengertian <i>Service Quality</i>	24
2.3.2 Indikator <i>Service Quality</i>	25
2.3.3 Ciri Utama Dalam Pelayanan Jasa	26
2.3.4 Karakteristik <i>Service Quality</i> Dalam Pandangan Islam.....	28
2.4 <i>Customer Value</i>	28
2.4.1 Pengertian <i>Customer Value</i>	28
2.4.2 Indikator <i>Customer Value</i>	30
2.4.3 Manfaat <i>Customer Value</i>	31

2.5 Menabung.....	31
2.5 Penelitian Terdahulu	34
2.6 Kerangka Pemikiran.....	39
2.7 Hipotesis Penelitian	40
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Pendekatan Penelitian	42
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	42
3.3 Populasi dan Sampel	42
3.3.1 Populasi	42
3.3.2 Sampel	43
3.4 Sumber Data Penelitian.....	44
3.5 Instrumen Pengumpulan Data	45
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	46
3.7 Teknik Analisis Data.....	47
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	48
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	49
3.7.3 Pengujian Hipotesis.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	54
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	54
4.2 Karakteristik Responden	55
4.3 Hasil Uji Analisis Data.....	58
4.3.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	58
4.3.1.1 Uji Validitas	58
4.3.1.2 Uji Reliabilitas	60
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	61
4.3.2.1 Uji Normalitas	61
4.3.2.2 Uji Multikolinearitas	63
4.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas	64
4.3.2.4 Uji Autoorelasi	65
4.3.2.5 Uji Linearitas.....	66
4.3.3 Analisis Regresi Berganda	67
4.3.4 Uji Hipotesis.....	69
4.3.4.1 Uji t	69
4.3.4.2 Uji F	70
4.3.4.3 Analisis Koefisien Determinasi.....	71
4.4 Interpretasi Hasil Penelitian	72
4.4.1 Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa.....	72
4.4.2 Pengaruh <i>Customer Value</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langs	74
4.4.3 Pengaruh <i>Service Quality</i> dan <i>Customer Value</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa..	76

BAB V PENUTUP	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA.....	79
DAFTAR LAMPIRAN	82

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1	Skala Pengukuran Kuesioner	45
Tabel 3.2	Operasional Variabel.....	46
Tabel 4.1	Karakteristik Respon den Berdasrkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.2	Karakteristik Respon den Berdasakan Usia	56
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdaarkan Pendidikan	57
Tabel 4.4	Karakteristik Respn den Berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas.....	58
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 4.7	Hasil Uji Normalitas	63
Tabel 4.8	Hasil Uji Multikolinearitas	64
Tabel 4.9	Hasil Uji Autokorelasi	66
Tabel 4.10	Hasil Uji Linearitas <i>Service Quality</i>	67
Tabel 4.11	Hasil Uji Linearitas <i>Customer Value</i>	67
Tabel 4.12	Hasil Regresi Linear Berganda	68
Tabel 4.13	Hasil Uji t	69
Tabel 4.14	Hasil Uji F	70
Tabel 4.15	Hasil Uji Determinasi.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 4.1	Kurva Normal P - Plot.....	62
Gambar 4.2	Histogram.....	62
Gambar 4.3	Hasil Uji Heterokedastisitas	65

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Menabung sangat penting untuk pengamalan prinsip-prinsip Islam yang telah dibuktikan oleh kaum Nabi Yusuf yang telah diabadikan oleh Allah SWT dalam Al-Qur'an. Hal ini tertuang dalam ayat 47-48 Surat Yusuf:¹

قَالَ تَزْرَعُونَ سَبْعَ سِنِينَ دَأْبًا فَمَا حَصَدْتُمْ فَذَرُوهُ فِي سُنْبُلِهِ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تَأْكُلُونَ - ٤٧ - ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ سَبْعٌ شِدَادٌ يَأْكُلْنَ مَا قَدَّمْتُمْ لَهُنَّ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تُخْصِنُونَ - ٤٨ -

Artinya:” Yusuf berkata, "Kamu harus menanam tanaman untuk jangka waktu yang cukup lama tanpa membuat orang terkejut. Jadi apa pun yang kamu panen, berikan kepada gandum kecuali sedikit untuk kamu makan. 7 tahun yang sangat sulit berikutnya akan mengabiskan semua yang telah kamu persiapkan untuk itu, kecuali beberapa benih gandum yang dijaga dengan hati-hati”. (QS Yusuf: 47-48)

Berdasarkan ayat 47-48 Surat Yusuf dalam Al-Quran diketahui bahwa Allah SWT telah memerintahkan untuk senantiasa menabung untuk dapat mengantisipasi hal-hal yang tidak baik untuk keuangan.² Selain itu, kegiatan menabung tidak boleh mengandung unsur riba yang merupakan praktik bertentangan dengan ajaran Islam. Hal ini sebagaimana dalam Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 1 Tahun 2004 yang menyebutkan bahwa praktik pembungaan uang (riba) hukumnya adalah haram,

¹ Ibnu Muhammad dan Guntoro, *Dunia Perbankan Dalam Teropong Lembaga Keuangan Syariah Dalam Bingkai Deskripsi Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Guepedia, 2021), h. 23.

² *Ibid.*

bagus sekali lembaga keuangan maupun yang dilakukan oleh individu.³

Masyarakat di dunia sangat membutuhkan bank sebagai tempat pertukaran mata uang yang berbeda. Mereka menganggap bank adalah tempat yang aman untuk menghabiskan uang. Kegiatan moneter yang sering dilakukan oleh masyarakat setempat adalah tabungan dan giro.⁴

Bank syariah muncul sebagai alternatif lain selain bank konvensional untuk menyimpan uang masyarakat yang memiliki kelebihan dana (menabung). Struktur operasional bank Islam tidak sama dengan bank biasa. Bank Islam memberikan administrasi bebas pendapatan kepada nasabahnya. Bank Islam tidak mengenal kerangka premi, baik premi yang diperoleh dari nasabah yang mendapatkan pendanaan maupun premi yang dibayarkan kepada kontributor di bank Islam.⁵

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) berdasarkan Surat Edaran tertanggal 27 Januari 2021 Nomor: SR-3/PB.1/2021 telah mengeluarkan izin akan kelahiran PT Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai entitas baru yang merupakan hasil merger dari 3 yaitu PT Bank Syariah Mandiri, PT Bank Nasional Indonesia Syariah, dan PT Bank Rakyat Indonesia Syariah merupakan bank syariah milik negara. Diharapkan BSI akan menjadi bank terbesar di Indonesia dan diharapkan dapat meningkatkan pasar keuangan syariah melalui berbagai *platform* ekosistem

³ Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 1 Tahun 2004 Tentang Bunga (*Interest/Fa'idah*), mui.or.id, Diakses Pada Tanggal 20 Mei 2023

⁴ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2013), h. 24.

⁵ *Ibid.*

keuangan syariah yang digarap dengan inovasi dan juga sesuai dengan bisnis halal, serta membina jaringan usaha kecil di daerah.⁶

Keberadaan Bank Syariah Indonesia (BSI) juga dapat ditemui di Kota Langsa Provinsi Aceh. Hal tersebut dikarenakan kantor-kantor cabang sebelumnya dari PT Bank Syariah Mandiri (BSM), PT Bank Nasional Indonesia Syariah (BNIS) dan PT Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS) menjadi satu kesatuan yaitu kantor cabang Bank Syariah Indonesia (BSI). Jumlah kantor cabang Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kota Langsa yaitu sebanyak 4 cabang yaitu KCP Langsa Iskandar Muda, KCP Gampong Jawa, KC Langsa 1, dan KCP Langsa A Yani 1.⁷

Pada perusahaan jasa seperti perbankan, maka kepuasan nasabah menjadi faktor penentu dari keberhasilan perbankan tersebut. Kepuasan nasabah merupakan hasil pemeriksaan yang dilakukan oleh klien yang membandingkan derajat keuntungan yang dirasakan dan keuntungan yang diharapkan oleh klien. Kepuasan nasabah merupakan perasaan nasabah atas suatu jenis pelayanan yang didapatkan. Kepuasan nasabah ini akan berhubungan secara langsung dengan kesetiaan nasabah, pangsa pasar dan keuntungan. Dalam rangka menciptakan kepuasan nasabah, maka perusahaan harus mampu menawarkan kualitas dari pelayanannya (*service quality*).⁸

⁶ Arif Wicaksono, *Kehadiran BSI Bikin Struktur Perbankan Nasional Lebih Kompetitif*, m. medcom. Id, diakses pada tanggal 25 Oktober 2022.

⁷ Bank Syariah Indonesia, *Jaringan Kami*, bankbsi.co.id, Diakses Pada Tanggal 28 Oktober 2022.

⁸ Candrianto, *Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar*, (Malang: Literasi Nusantara, 2021), h. 45.

Oleh karena itu, *service quality* merupakan faktor utama masyarakat dalam menggunakan Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai tempat untuk menyimpan uang (menabung). *Service quality* dianggap sebagai faktor yang sangat penting dalam bisnis, terutama bisnis yang menyediakan layanan seperti perbankan Islam.⁹

Service quality adalah suatu bekerja untuk mengatasi masalah dan keinginan pembeli dan ketepatan penyampaian dalam mengubah anggapan pembeli. *Service quality* penekanan lebih lanjut pada sisi loyalitas konsumen yang diberikan oleh bank yang menawarkan layanan keuangan. Kualitas layanan yang diberikan sangat penting bagi keberhasilan perusahaan dalam industri jasa.¹⁰

Salah satu aspek *service quality* dalam perbankan syariah adalah *reliability* (kehandalan) yaitu kemampuan memberikan jenis bantuan yang dijamin dengan cara yang sah dan dapat diandalkan, sehingga nasabah merasa bahwa kinerja bank tersebut tepat dan terjamin serta memberikan rasa nyaman kepada nasabahnya.¹¹ Nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia salah satunya demi mendapatkan kemudahan dalam bertransaksi. Akan tetapi, berdasarkan hasil wawancara awal ditemukan bahwa nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) yang menabung merasa kecewa dengan administrasi yang diberikan oleh bank karena kesalahan yang kerap terjadi pada pelayanan BSI *Mobile* pada fitur voucher HP.

⁹ Rafidah, "Kualitas Pelayanan Islami Pada Perbankan Syariah", *Jurnal Nalar Fiqh*, Vol. 10, No. 2, Desember 2014, h. 114.

¹⁰ Al Arif dan M Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 194.

¹¹ Soegeng Wahyoedi dan Saporso, *Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi Atas Religitas, Kualitas Layanan, Trust dan Loyalitas)*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), h. 35.

Hal ini terjadi ketika nasabah membeli pulsa melalui aplikasi BSI *Mobile* dengan nominal tertentu, namun pulsa tersebut gagal atau tidak masuk ke dalam nomor yang dituju sedangkan saldo tabungan nasabah mengalami pengurangan sesuai dengan nominal jumlah pulsa yang telah dibeli.¹² Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI) mempunyai kualitas belum maksimal kepada nasabah sehingga menyebabkan tingkat kepuasan nasabah menurun.

Dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Khaliq¹³ menunjukkan bahwa kualitas membantu mempengaruhi loyalitas konsumen, dan pemeriksaan yang dipimpin oleh Widyawati¹⁴ yang juga menunjukkan hasil bahwa *service quality* memiliki dampak signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Namun, hal ini tidak sama dengan penelitian yang diarahkan oleh Aldila¹⁵ bahwa salah satu aspek *service quality* yaitu *assurance*, Simpati dan daya tanggap tidak memengaruhi loyalitas konsumen. Dalam hal ini terdapat *gap research* diantara penelitian-penelitian terdahulu, sehingga membutuhkan penelitian lanjutan untuk memastikan pengaruh diantara *service quality* dengan kepuasan nasabah.

Berbagai variabel yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah *customer value*. Dalam sebuah bisnis, membangun relasi yang baik antar nasabah adalah hal yang perlu dilakukan agar tercipta suatu loyalitas nasabah terhadap jasa dan barang yang

¹² Hasil wawancara dengan 5 nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa Pada Tanggal 09 Juli 2023.

¹³ Restu Khaliq, "*Pengaruh Kualitas Administrasi terhadap Loyalitas Konsumen Bank Syariah Mandiri di Banjarmasin, Kalimantan Selatan*", Catatan Harian Eksekutif dan Bisnis, Vol. 2, No. 1, Juni 2019.

¹⁴ Dewi Retno Widyawati, "Pengaruh *Service Quality* dan *Customer Value* Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung di BRI Syariah KC Madiun", (Skripsi: IAIN Ponorogo, 2019).

¹⁵ Siti Amelia Aldila, "*Ujian Kualitas Administrasi Terhadap Loyalitas Nasabah di BPRS Amanah Ummah Leuwiliang Bogor*", Jurnal Keuangan Islam, Vol. 04, No. 02, April 2018.

diberikan oleh organisasi. Jika klien merasa senang dengan apa yang ditawarkan organisasi, selain membuat pengabdian, klien dapat membawa lebih banyak keuntungan bagi organisasi, khususnya dengan mengundang orang-orang di sekitar mereka untuk merasakan dan mengalami acara yang sama dengan nasabah tersebut. Kepuasan nasabah tersebut adalah elemen yang sangat signifikan untuk mengukur kesuksesan sebuah perusahaan ini dapat disebut dengan *customer value*.¹⁶

Berdasarkan persepsi pelanggan terhadap produk yang diestimasikan dan produk yang benar-benar diterima pelanggan, perhitungan keseluruhan persepsi pelanggan tentang seberapa bermanfaat suatu produk. *Customer value* tercipta ketika benefit yang diterima oleh nasabah atas produk atau jasa melebihi dari pengeluaran yang dibayarkan oleh nasabah. Atau dengan kata lain *customer value* merupakan ikatan mendalam yang ada antara nasabah dan perusahaan saat mereka menyadari bahwa suatu produk atau layanan memiliki nilai tambah setelah menggunakannya.¹⁷

Salah satu alasan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) dikarenakan Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah bank terbesar keenam di Indonesia¹⁸. Hal inilah yang menjadi nilai tambah (*value*) bagi nasabah Kota Langsa untuk menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai bank syariah terbesar yang ada di Provinsi Aceh. Berdasarkan hasil wawancara awal kepada masyarakat yang berkontribusi pada Bank Syariah Indonesia (BSI) ditemukan

¹⁶ Amelia dan Ronald, *Paradigma Nilai Pelanggan: Produk vs Jasa*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), h. 1.

¹⁷ Amelia dan Ronald, *Paradigma Nilai Pelanggan: Produk vs Jasa*, ...h. 2.

¹⁸ CNN Indonesia, *Erick Thohir Sebut BSI Sudah Jadi Bank Terbesar ke-6 RI*, www.cnnindonesia.com, Diakses Pada Tanggal 11 Agustus 2023.

bahwa *value* (nilai tambah) yang melekat pada Bank Syariah Indonesia (BSI) tidak sesuai dengan pelayanan yang diberikan sehingga kepuasan nasabah menjadi menurun.¹⁹

Nasabah kerap mendapatkan permasalahan yang berakibat pada kesulitan nasabah dalam mengakses transaksi pada Bank Syariah Indonesia (BSI). Salah satunya yaitu seperti adanya dugaan kasus serangan *ransomware* (menuntut pembayaran atas data dan informasi pribadi yang telah dicuri) yang melanda Bank Syariah Indonesia (BSI) pada bulan Mei 2023 selama 3 hari. Berdasarkan pernyataan dari Kepala Lembaga Riset Keamanan Siber, Bapak Dr. Prtama Persadha bahwa pertahanan digital bank belum mampu mengatasi serangan siber yang semakin canggih.²⁰

Dari hasil pemeriksaan sebelumnya yang dipimpin oleh Heriyanto²¹ menunjukkan bahwa penghargaan klien mempengaruhi loyalitas konsumen, dan penelitian yang dilakukan oleh Budhihartini juga menunjukkan hasil bahwa penghargaan klien secara signifikan mempengaruhi loyalitas konsumen. Namun, hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Widyawati²² bahwa *customer value* tidak mempengaruhi loyalitas konsumen. Dalam hal ini terdapat *gap research* diantara penelitian-penelitian terdahulu, sehingga membutuhkan

¹⁹ Hasil wawancara dengan 5 nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa Pada Tanggal 09 Juli 2023.

²⁰ BBC News Indonesia, *BSI Diduga Kena Serangan Siber, Pengamat Sebut Sistem Pertahanan Bank Tidak Kuat*, www.bbc.com, Diakses Pada Tanggal 11 Agustus 2023.

²¹ Heriyanto, "Pengaruh *Customer Value* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Panin TBK KCU Pontianak", *Equator Journal of Management and Entrepreneurship*, Vol. 5, No. 1, 2017.

²² Dewi Retno Widyawati, "Pengaruh *Service Quality* dan *Customer Value* Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung di BRI Syariah KC Madiun", (Skripsi: IAIN Ponorogo, 2019).

penelitian lanjutan untuk memastikan pengaruh diantara *customer value* dengan kepuasan nasabah.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, Oleh karena itu, penulis ingin menyelidiki judul tersebut. **“Pengaruh *Service Quality* dan *Costumer Value* Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan landasan yang dikemukakan di atas, maka dapat dibedakan masalah-masalah berikut ini:

1. Kualitas layanan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) kepada nasabah belum maksimal sehingga menyebabkan tingkat kepuasan nasabah menurun.
2. *Value* (nilai tambah) yang melekat pada Bank Syariah Indonesia (BSI) tak setuju pelayanan yang diberikan sehingga kepuasan nasabah menjadi menurun.

1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian, batasan masalah ditetapkan sehingga fokus penelitian adalah pada masalah yang ada dan pembahasannya, dengan harapan penelitian akan dibatasi pada masalah sebagai berikut:

1. Sasaran penelitian ini ialah individu masyarakat Kota Langsa yang menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) dengan jumlah sampel (rumus Lemeshow) sebanyak 96 responden.

2. Kasus-kasus dalam penelitian yang digunakan yaitu dalam bentuk tahunan yaitu selama 2 tahun terakhir yang terjadi dari tahun 2022 sampai tahun 2023.
3. *Service quality* yang dimaksud menggunakan teori Parasuraman dan *customer value* menggunakan teori Kotler dan Keller.

1.4 Rumusan Masalah

Mengingat gambaran landasan permasalahan tersebut, sehingga dirumuskan permasalahan yang akan diteliti, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh kualitas dukungan terhadap loyalitas konsumen menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa?
2. Bagaimanakah pengaruh *customer value* tentang tingkat kepuasan nasabah terhadap tabungannya di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa?
3. Bagaimanakah kepuasan nasabah dalam menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa dipengaruhi oleh kualitas layanan dan nilai nasabah?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini ialah:

1. Agar mengetahui dan meneliti bagaimana kepuasan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.
2. Agar mengetahui dan meneliti pengaruh *customer value* terhadap kepuasan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa.
3. Agar mengetahui dan meneliti pengaruh *service quality* dan *customer value* terhadap kepuasan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa.

1.6 Manfaat Penelitian

Peneliti berharap dengan adanya ini mampu memberi kontribusi sebagai berikut :

1. Bagi daerah setempat, pemeriksaan ini diharapkan dapat menjadi sumber data bagi daerah setempat. mengenai perbankan syariah dan sebagai pertimbangan untuk menggunakan jasa bank khususnya Bank Syariah Indonesia (BSI).
2. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk pengembangan Bank Syariah Indonesia (BSI) serta pemahaman bank tentang karakteristik nasabah dalam menentukan pilihannya, dengan tujuan agar pemeriksaan ini dapat dimanfaatkan sebagai suatu bentuk perspektif dalam upaya membantu prosedur perbaikan di kemudian hari.
3. Bagi akademik, penelitian ini diharapkan sebagai sumber informasi dan sebagai tambahan ke pustakaan yang berhubungan dengan perbankan syariah.

1.7 Penjelasan Istilah

Penjelasan istilah dalam penelitian ini adalah:

1. *Servive quality* ialah pengalaman total yang hanya dapat dievaluasi oleh pelanggan, khususnya tingkat keunggulan yang diharapkan dan kontrol atas tingkat keunggulan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.²³
2. *Customer value* ialah estimasi keseluruhan pelanggan mengenai kegunaan suatu produk berdasarkan pada bagaimana pelanggan membandingkan estimasi produk dengan produk sebenarnya.²⁴

²³ Asmara Indahingwati, *Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Layanan*, (Surabaya: Jakad Publishing, 2019). h. 14.

²⁴ Amelia dan Ronald, *Paradigma Nilai Pelanggan: Produk vs Jasa*, ...h. 2.

3. Kepuasan nasabah ialah Perasaan puas atau tidak senang klien muncul karena melihat tampilan (atau hasil) suatu item dengan asumsi.²⁵
4. Menabung ialah aktifitas menyimpan sebagian pendapatan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan penting dan mendesak untuk masa yang akan datang.²⁶

1.8 Sistematika Pembahasan

Percakapan eksplorasi yang efisien ialah sebagaimana berikut ini:

BAB I PENDAHULUAN

Konteks masalah, identifikasinya, keterbatasannya, formulasinya, tujuan dan manfaat penelitian, serta glosarium istilah semuanya tercakup dalam bab ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Tinjauan pustaka, kerangka teoritis, dan hipotesis penelitian disertakan dalam bab ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi sampel, jenis data, metode pengumpulan data, identifikasi variabel operasional, dan metode analisis data semuanya dibahas dalam bab ini.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Deskripsi umum tentang objek penelitian, analisis data, dan pembahasan temuan disertakan dalam bab ini.

²⁵ Zaid, *Ekuitas Merek dan Advokasi Pelanggan Melalui Strategi Gamifikasi dan Kualitas Pelayanan*, (Jawa Timur: Academia Publication, 2021), h. 116.

²⁶ Agus Yulistiyono dkk, *Bonus Demografi Sebagai Peluang Indonesia Dalam Percepatan Pembangunan Ekonomi*, (Cirebon: Insania, 2021), h. 477.

BAB V PENUTUP

Uraian tentang temuan penelitian dan beberapa rekomendasi disertakan dalam bab ini.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Era baru perbankan Indonesia dimulai dengan berdirinya PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) secara resmi pada tanggal 1 Februari 2021. Presiden Joko Widodo meresmikan bank syariah terbesar di Indonesia tersebut di Istana Negara. PT Bank BNI Syariah, PT Bank BRI Syariah Tbk, dan PT Bank Syariah Mandiri bergabung membentuk BSI, sebuah bank. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) resmi memberikan izin merger kepada tiga pelaku industri perbankan syariah pada 27 Januari 2021 melalui surat nomor SR-3/PB.1/2021. Kemudian, pada tanggal 1 Februari 2021, Presiden Joko Widodo meresmikan kehadiran BSI. Adapun porsi investor BSI adalah: PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk 17,25%, PT Bank Mandiri (Persero) Tbk 50,83 %, dan PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk 24,85 %. Sisanya masing-masing memegang saham kurang dari 5 %.⁹⁸

Salah satu kota di Provinsi Aceh adalah Kota Langsa yang berada di antara 97°53'14.59" dan 98°04'42.16" Bujur Timur (BT) serta 04°24'35.68" dan 04°33'47.03" Lintang Utara (LU). Kota Langsa berbatasan dengan Kabupaten Aceh Timur, Selat Malaka, dan Kabupaten Aceh Tamiang. Dengan luas daerah Kota Langsa 262,41 km², banyaknya gampong 66 dan jumlah kecamatan Kota Langsa 5 kecamatan, yaitu: Langsa Timur, Langsa Lama, Langsa Barat, Langsa Baro, dan Langsa Kota.⁹⁹ Keberadaan Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kota

⁹⁸ Bank Syariah Indonesia, *Informasi Lengkap Tentang Perusahaan Bank Syariah Indonesia*, www.bankbsi.co.id, Diakses Pada Tanggal 24 Desember 2023.

⁹⁹ Kota Langsa Dalam Angka 2022, Badan Pusat Statistik Kota Langsa, 2022, h. 5.

Langsa Provinsi Aceh yaitu sebanyak 4 cabang yaitu KCP Langsa Iskandar Muda, KCP Gampong Jawa, KC Langsa 1, dan KCP Langsa A Yani 1.¹⁰⁰

4.2 Karakteristik Responden

Warga Kota Langsa yangnng memanfaatkan jasa Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa untuk menabung merupakan karateristik responden dalm penelitian ini. Jeniskelamin, usia, tingkat pendidikan, dan pekerjaan responden merupakan karakteristi responden. Berikut ini adallah gambaran kualitas responden:

1. Karakteristik responden menurut jenis kelamin

Kualitas responden berda sarkan orientasi, yai tu:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Orang)	Persentase %
Laki-Laki	30	31%
Perempuan	66	69%
Total	96	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4.1, sebagian besar responden masyarakat Kota Langsa yangnng memanfaatkan jasa Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa untuk tabungan yangnng digunakan dalm penelitian ini adallah permempuan sebanyak 66 orang attau 69%, sedangkan sisanya adallah laki-laki sebnyak 30 orang atau 31%, hal ini berdasarkan jenis kelamin.

¹⁰⁰ Bank Syariah Indonesia, *Jaringan Kami*, bankbsi.co.id, Diakses Pada Tanggal 28 Oktober 2022.

2. Karakteristik responden berdasarkan usia

Kualitas responden dalam kategori cukup umur diperkenalkan pada Tabel

4.2 di bawah ini:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden (Orang)	Persentase %
<25 tahun	41	43%
25-40 tahun	42	44%
40-50 tahun	12	13%
>50 tahun	1	1%
Total	96	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Dilihat dari Tabel 4.2 terlihat bahwa sebagian besar responden masyarakat Kota Langsa yang memanfaatkan layanan Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa untuk simpanan yang dimanfaatkan dalam penelitian ini pada usia cukup muda adalah umur 25-40 tahun yaitu sebanyak 42 orang atau 44%, umur <25 tahun ke atas sebanyak 41 orang atau 43%, umur 40-50 tahun ke atas sebanyak 12 orang atau 13%, sedangkan sisanya umur > 50 tahun yaitu sebanyak 1 orang atau 1%.

3. Karakteristik responden menurut pendidikan terakhir

Kualitas responden berdasarkan pendidikan terakhir mereka disajikan pada

Tabel 4.3 di bawah ini:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden (Orang)	Persentase %
SMP/Sederajat	8	8%
SMA/Sederajat	56	58%
D3/Diploma	8	8%

Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden (Orang)	Persentase %
Strata 1 (S1)	21	22%
Srta 2 (S2)	3	3%
Total	96	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Dilihat dari Tabel 4.3 terlihat bahwa sebagian besar responden masyarakat Kota Langsa yangnng memanfaatkan layanan Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa untuk menabung yangnng digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pendidikan terakhirnya adalah SLTA/Sederajat yaitu sebanyak 56 orang atau 58%, S1 ke atas sebanyak 21 orang atau 22%, SMP/Sederajat dan D3 masing-masing sebanyak 8 orang atau 8%, sedangkan sisanya adalah S2 sebanyak 3 orang atau 3%.

4. Karakteristik responden menurut pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan disajikan pada Tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase %
Pelajar/Mahasiswa	46	48%
Wiraswasta	7	7%
Pedagang	25	26%
Pegawai Negeri	4	4%
Pegawai Swasta	9	9%
Dan lain-lain	5	5%
Total	96	100%

Berdasarkan Tabel 4.4 menunjukkan bahwa mayoritas responden masyarakat Kota Langsa yangnng mengguakan jasa Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa untuk menabung yangnng digunakan dalam penelitian ini berdasarkan

pekerjaan adalah pelajar/mahasiswa, yaitu sebanyak 46 orang atau sebesar 48%, pedagang sebanyak 25 orang atau sebesar 26%, pedagang swasta sebanyak 9 orang atau sebesar 9%, wiraswasta sebanyak 7 orang atau sebesar 7%, pegawai negeri sebanyak 4 orang atau sebesar 4%, sedangkan sisanya adalah pekerjaan lainnya seperti dosen, pekerja apotik, ibu rumah tangga yaitu sebanyak 5 orang atau sebesar 5%.

4.3 Hasil Uji Analisis Data

4.3.1 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

4.3.1.1 Uji Validitas

Dengan bantuan pengujian validasi dilakukan program SPSS versi 22.0 for Windows dengan tujuan agar mengetahui apakah setiap item pernyataan yang diajukan kepada responden telah dinyatakan valid atau tidak. Item penelitian dikatakan valid apabila koefisien korelasi r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Dengan menggunakan $N = 96$ diperoleh $r_{tabel} = 0,1689$ dan membandingkan probabilitas yang ditetapkan dengan probabilitas yang ditetapkan sebesar 0,05. Dari hasil uji validitas diperoleh tabel berikut.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas

No	Pernyataan	Koefisien Korelasi		Probabilitas	Ket
		r _{hitung}	r _{tabel}		
Service Quality					
1	Saya menggunakan jasa perbankan syariah karena menawarkan dukungan yang tepat waktu sebagaimana yang dijamin	0,790	0,1689	0,000 < 0,05	Valid
2	Saya menggunakan jasa perbankan syariah karena pelayanan yang diberikan konsisten	0,706	0,1689	0,000 < 0,05	Valid
3	Saya menggunakan jasa perbankan syariah karena Ketika menangani keluhan pelanggan, karyawan selalu merespons dengan baik.	0,701	0,1689	0,000 < 0,05	Valid
4	Saya menggunakan jasa perbankan syariah karena karyawan teliti dalam memberikan pelayanan	0,743	0,1689	0,000 < 0,05	Valid
5	Saya menggunakan jasa perbankan syariah karena karyawan bersikap sopan pada nasabah	0,706	0,1689	0,000 < 0,05	Valid

No	Pernyataan	Koefisien Korelasi		Probabilitas	Ket
		r_{hitung}	r_{tabel}		
6	Saya menggunakan jasa perbankan syariah karena merasa aman dalam melakukan transaksi	0,763	0,1689	$0,000 < 0,05$	Valid
7	Saya menggunakan jasa perbankan syariah karena karyawan menggunakan bahasa yang lembut dan mudah dipahami	0,791	0,1689	$0,000 < 0,05$	Valid
8	Saya memanfaatkan jasa keuangan Islam karena para agen sangat menghargai klien dalam transaksi mereka.	0,777	0,1689	$0,000 < 0,05$	Valid
9	Saya menggunakan jasa perbankan syariah karena fasilitas ruang tunggu nyaman	0,705	0,1689	$0,000 < 0,05$	Valid
10	Karena operasional perbankan memanfaatkan teknologi dengan baik, maka saya menggunakan layanan perbankan Islam.	0,788	0,1689	$0,000 < 0,05$	Valid
Customer Value					
11	Saya menggunakan jasa perbankan syariah karena produk yang ditawarkan cukup menarik	0,823	0,1689	$0,000 < 0,05$	Valid
12	Saya menggunakan jasa perbankan syariah karena produk dan jasa yang diberikan sesuai dengan kebutuhan	0,820	0,1689	$0,000 < 0,05$	Valid
13	Saya menggunakan jasa perbankan syariah karena karyawan siap dalam memberikan penjelasan kepada setiap keluhan nasabah	0,719	0,1689	$0,000 < 0,05$	Valid
14	Saya menggunakan jasa perbankan syariah karena karyawan memberikan perlakuan yang sama terhadap semua nasabah	0,542	0,1689	$0,000 < 0,05$	Valid
15	Saya menggunakan jasa perbankan syariah karena menyediakan bagi hasil pada produk tabungan	0,768	0,1689	$0,000 < 0,05$	Valid
16	Saya menggunakan jasa perbankan syariah karena akad/ kesepakatan sesuai dengan syariat dan prinsip-prinsip Islam	0,786	0,1689	$0,000 < 0,05$	Valid
17	Saya menggunakan jasa perbankan syariah karena produk yang ditawarkan memberikan keuntungan yang baik bagi nasabah dan tetap menyesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah	0,700	0,1689	$0,000 < 0,05$	Valid
18	Saya menggunakan jasa perbankan syariah karena transaksi yang dilakukan bisa selesai dengan cepat	0,792	0,1689	$0,000 < 0,05$	Valid
Kepuasan Nasabah					
19	Saya puas menggunakan produk tabungan bank syariah karena tingkat kepatuhan bank terhadap prinsip-prinsip syariah sesuai harapan saya	0,826	0,1689	$0,000 < 0,05$	Valid
20	Teknologi yang ada pada bank syariah sesuai dengan ekspektasi saya	0,730	0,1689	$0,000 < 0,05$	Valid
21	Saya memutuskan menggunakan kembali produk tabungan bank syariah karena bank syariah mampu memberikan pelayanan yang berkualitas	0,801	0,1689	$0,000 < 0,05$	Valid
22	Produk tabungan yang ditawarkan memberikan sistem bagi hasil yang memuaskan bagi saya sehingga saya akan tetap berkeinginan menggunakan produk bank syariah	0,809	0,1689	$0,000 < 0,05$	Valid
23	Saya akan merekomendasikan untuk menggunakan produk tabungan bank syariah kepada saudara-saudara dan teman-teman saya, sesuai dengan pengalaman yang saya dapatkan	0,811	0,1689	$0,000 < 0,05$	Valid
24	Saya akan membicarakan pengalaman saya selama menggunakan produk tabungan bank syariah kepada orang lain	0,857	0,1689	$0,000 < 0,05$	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Dari konsekuensi estimasi koefisien koneksi, semuanya memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($r_{tabel} = 0,1689$). Dengan kemungkinan besarnya ditetapkan pada 0,05, hasil perhitungan probabilitas seluruhnya yaitu probabilitas yang ditetapkan versus probabilitas yang dihitung. Dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan instrumen valid dan sesuai untuk digunakan sebagai alat ukur penelitian. Hal ini juga menunjukkan bahwa setiap pernyataan kuesioner dapat mengungkapkan variabel pengaruh *service quality* dan *customer value* terhadap kepuasan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa.

4.3.1.2 Uji Reliabilitas

Suatu jajak pendapat dianggap solid jika jawaban seseorang terhadap pernyataan tersebut dapat diprediksi atau stabil dari waktu ke waktu. Jika koefisien reliabilitas Cronbach's Alpha $> 0,60$, instrumen tersebut memiliki reliabilitas tinggi atau pada akhirnya instrumen tersebut solid atau dapat diandalkan. Instrumen dianggap tidak dapat diandalkan jika koefisien Cronbach's Alpha-nya turun di bawah 0,60.¹⁰¹ Hasil berikut ini diperoleh sebagai hasil perhitungan:

Tabel 4.6
Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Ket
<i>Service Quality</i> (X_1)	0,910 $> 0,60$	Reliabel
<i>Customer Value</i> (X_2)	0,884 $> 0,60$	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,890 $> 0,60$	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Semua koefisien alpha lebih besar dari 0,60 (*Cronbach's Alpha* $> 0,60$) sebagaimana terlihat pada Tabel 4.6 di atas, menunjukkan bahwa jawaban Bank

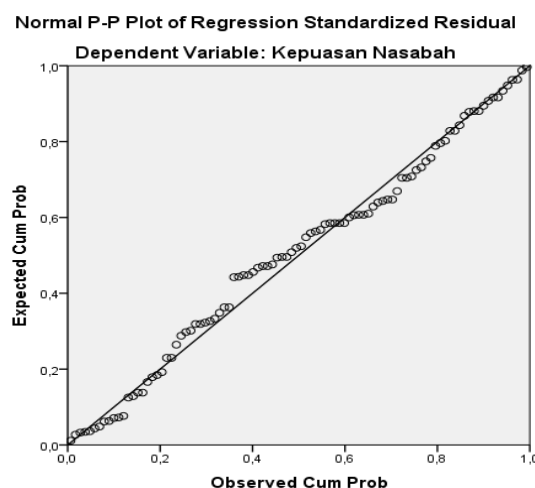
¹⁰¹ Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitati Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*,...h. 142.

Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa pada butir pernyataan mengenai pengaruh kualitas layanan dan nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah menabung dapat dipercaya.

4.3.2 Uji Asumsi Klasik

4.3.2.1 Uji Normalitas

Pengujian kenormalan informasi dilakukan supaya melihat apakah dalam model relaps, faktor dependen dan bebas memiliki kenormalan yang sama atau tidak. Apabila informasi tersebar di sekitar garis miring dan mengikuti garis sudut ke sudut, maka model relaps memenuhi dugaan kenormalan. Sementara itu, model regresi tidak memenuhi asumsi kenormalan apabila data tersebar jauh dari garis diagonal.¹⁰² Berikut ini adalah Gambar 4.1 Dampak Uji Ordinarity pada Plot P Bend Biasa:



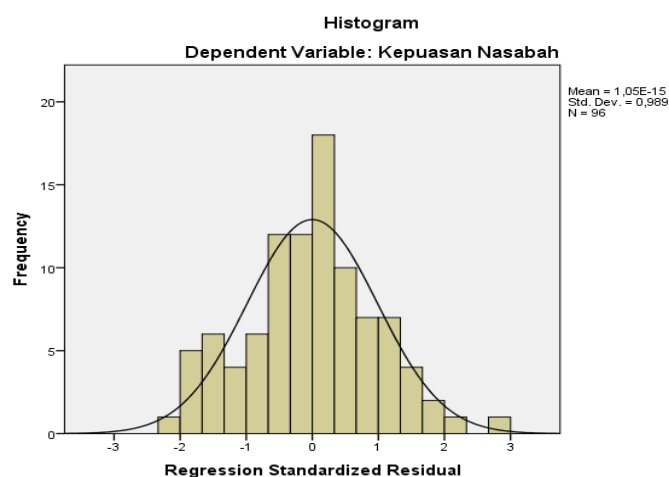
Gambar 4.1

Kurva Normal P – Plot

Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 22, 2023

¹⁰² Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodelogi Penelitian Kuantitati Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*, h. 169.

Model regresi telah memenuhi asumsi normalitas dan data terdistribusi normal, seperti terlihat pada gambar Normal P-Plot yang menunjukkan bahwa data terdistribusi di sekitar garis diagonal dan bergerak ke arah tersebut.



Gambar 4.2
Histogram

Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 22, 2023

Dengan melihat diagram histogram, dapat disimpulkan bahwa diagram histogram memberikan contoh yang wajar. Model regresi memenuhi asumsi, seperti yang ditunjukkan oleh grafik ini kenormalan dan dapat digunakan. Kolmogorov-Smirnov adalah metode lain untuk menentukan kenormalan data. Model untuk memutuskan apakah data itu normal atau tidak harus terlihat dari nilai kemungkinannya. Data normal jika nilai Kolmogorov-Smirnov tidak signifikan (Asymp. Sig (2-tailed) $> \alpha$ 0,05).¹⁰³

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
	Normal Parameters ^{a,b}	
	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,59828761

¹⁰³ Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodelogi Penelitian Kuantitati Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*, h. 169-170.

Most Extreme Differences	Absolute	,088
	Positive	,059
	Negative	-,088
Test Statistic		,088
Asymp. Sig. (2-tailed)		,066 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 22, 2023

Berdasarkan Tabel 4.7 konsekuensi dari uji keumuman pada nilai yang bertahan dari kondisi kambuh menunjukkan nilai Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,888 dengan kemungkinan sebesar 0,066. Jika nilai probabilitas lebih besar dari 0,05, maka data memiliki distribusi normal.

4.3.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas merupakan uji terhadap faktor bebas, di mana terlihat hubungan antar faktor yang berdiri sendiri. Dengan asumsi terdapat dua faktor bebas yang mana kedua faktor tersebut saling terhubung dengan kuat, maka pada saat itu, secara masuk akal kondisi relaps dapat diatasi dengan cukup hanya dengan satu variabel. Multikolinearitas dapat dikenali dari nilai *Change Expansion Element* (VIF) dan nilai resiliensi. Dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai toleransi lebih besar dari 0,1. Tabel di bawah ini menampilkan hasil uji multikolinearitas untuk model regresi penelitian ini:

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinieritas

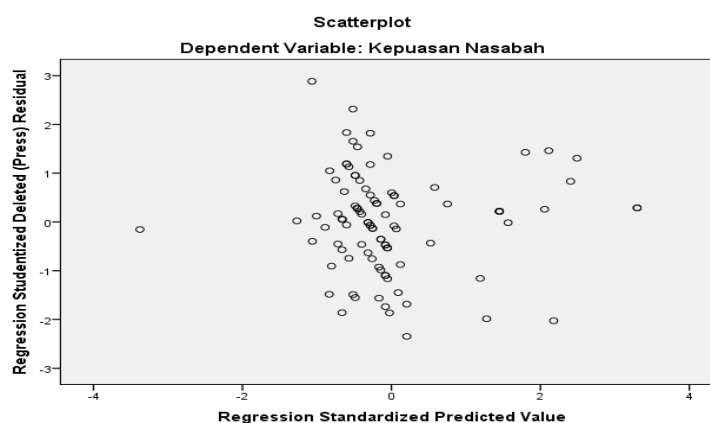
Variabel	Tolerance	VIF	Ket
<i>Service Quality</i> (X ₁)	0,221	4,524	Lolos
<i>Customer Value</i> (X ₂)	0,221	4,524	Lolos

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Hasil uji multikolinearitas pada Tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* variabel *Service Quality* yaitu $0,221 > 0,1$ dan variabel *Customer Value* yaitu $0,221 > 0,1$. Sementara itu nilai VIF variabel *Service Quality* yaitu $4,524 < 10$ dan variabel *Customer Value* yaitu $4,524 < 10$. Cenderung beralasan bahwa tidak semua faktor mengandung multikolinearitas. Ini sebenarnya berarti bahwa tidak ada hubungan antara faktor-faktor otonom.

4.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Dalm hal ini, apabila suatu contoh tertentu, misalnya titik-titik yang ada membentuk suatu contoh tertentu yang normal, maka heteroskedastisitas terjadi. Dengan asumsi bahwa tidak ada contoh yang wajar, dan titik-titik tersebar di bawah atau di atas angka 0 pada hub Y, maka heteroskedastisitas tidak terjadi.¹⁰⁴ Berikut ini adalah dampak lanjutan dari uji heteroskedastisitas pada model relaps dalm tinjauan ini:



Gambar 4.3
Hasil Uji Heterokedastisitas
 Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 22, 2023

¹⁰⁴ Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodelogi Penelitian Kuantitati Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*, h. 171.

Berdasarkan gambar di atas, terlihat jelas bahwa fokus pada Diagram Scattreplot menyebar atau tidak mengikuti pola tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa model tersebut tidak memiliki heteroskedastisitas. relaps yang digunakan, sehingga model relaps layak digunakan untuk mengetahui hubungan antara loyalitas nasabah menabung dengan kualitas pelayanan dan kepercayaan Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa.

4.3.2.4 Autokorelasi

Autokorelasi berencana untuk mengujiapakah ada hubungan antara periode t dan kerangka waktu lampau ($t-1$). Masalah autokorelasi adalah masalah yang memiliki korelasi. Autokorelasi tidak ada dalam model regresi yang baik. Salah satu metode untuk mengenalinya adalah dengan melihat nilai Durbin Watson (D-W):¹⁰⁵

- Dengan asumsi nilai D-W di bawah - 2, berarti ada autokorelasi positif
- Dengan asumsi nilai D-W antara - 2 dan +2, berarti tidak ada autokorelasi
- Dengan asumsi nilai D-W di atas +2, berarti ada autokorelasi negatif

Dari perhitungan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,894 ^a	,800	,795	1,615	,800	185,724	2	93	,000	1,849

a. Predictors: (Constant), Customer Value, Service Quality

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 22, 2023

¹⁰⁵ Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodelogi Penelitian Kuantitati Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*,... h. 173.

Dari hasil eksperimen, nilai D-W yang dihasilkan dari model relaps adalah 1,849. Jadi, dapat disimpulkan bahwa nilai D-W berada di antara -2 hingga +2, akibatnya relaps dalam penelitian ini tidak memiliki autokorelasi. Jadi, dugaan lama dari penelitian ini terbukti.

4.3.2.5 Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan melihat apakah hubungan antara variabel dependen dan variabel independen yang perlu diuji bersifat linear. Jika suatu model tidak memenuhi prasyarat linearitas, model relaps langsung tidak dapat digunakan. Untuk menguji linearitas suatu model, uji linearitas dapat digunakan dengan melakukan relaps pada model yang akan diuji. Jika nilai signifikan deviasi dari linearitas lebih besar dari 0,05, maka nilainya linear, karena ini adalah aturan untuk keputusan mengenai linearitas.¹⁰⁶ Berikutnya adalah konsekuensi uji linearitas pada model relaps dalam tinjauan ini:

Tabel 4.10
Hasil Uji Linearitas Variabel Service Quality
ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Nasabah * Service Quality	Between Groups	(Combined) Linearity	1058,887	18	58,827	29,592	,000
			938,436	1	938,436	472,064	,000
		Deviation from Linearity	120,451	17	7,085	3,564	,078
	Within Groups		153,071	77	1,988		
	Total		1211,958	95			

Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 22, 2023

Berdasarkan Tabel 4.10, hasil uji linearitas menunjukkan nilai koefisien kepentingan variabel kualitas bantuan sebesar 0,078, yang berarti lebih besar dari

¹⁰⁶ R. Gunawan Sudarmanto, *Analisis Regresi Linear Berganda Dengan SPSS*, ..., h. 80.

alpha yang telah ditetapkan, yaitu 0,05 ($0,078 > 0,05$). Hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dapat dikatakan linier.

Tabel 4.11
Hasil Uji Linearitas Variabel *Customer Value*
ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Nasabah * Customer Value	Between Groups	(Combined)	1019,274	17	59,957	24,271	,000
		Linearity	878,992	1	878,992	355,822	,000
		Deviation from Linearity	140,282	16	8,768	3,549	,230
	Within Groups		192,684	78	2,470		
	Total		1211,958	95			

Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 22, 2023

Berdasarkan Tabel 4.11, hasil uji linearitas menunjukkan nilai koefisien kepentingan variabel penghargaan klien sebesar 0,230, yang berarti lebih besar dari alpha yang telah ditetapkan, yaitu 0,05 ($0,230 > 0,05$). Hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dapat dikatakan linier.

4.3.3 Analisis Regresi Berganda

Dampak dari banyaknya pemeriksaan ulang akibat kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah tabungan di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0,016	1,002		0,016	0,987
1 Service Quality	0,371	0,063	0,581	5,882	0,000
Customer Value	0,274	0,080	0,339	3,438	0,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 22, 2023

Berdasarkan pada Tabel 4.12 ditunjukkan sebagai berikut:

$$Y = 0,016 + 0,371 + 0,274 + e$$

1. Variabel kepuasan nasabah tabungan di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa (Y) akan berada pada angka 0,016 apabila variabel kualitas pelayanan dan nilai nasabah sama-sama bernilai nol.
2. Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,371 dengan maksud sebenarnya bahwa dengan asumsi faktor otonomi lainnya tetap sama dan kualitas pelayanan meningkat sebesar 1 satuan, maka loyalitas nasabah tabungan di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa juga akan meningkat sebesar 0,371 satuan.
3. Koefisien regresi nilai nasabah sebesar 0,274 yang berarti bahwa kepuasan nasabah tabungan di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa akan mengalami penurunan sebesar 0,274 satuan apabila variabel bebas lainnya tidak mengalami perubahan dan nilai nasabah mengalami kenaikan sebesar 1 satuan.

4.3.4 Uji Hipotesis

4.3.4.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji kepentingan fraksional digunakan untuk melihat dampak setiap variabel otonom secara independen terhadap variabel dependennya. Hal ini diperlukan dalam regresi linier berganda karena model dipengaruhi secara berbeda oleh setiap variabel independen. Ukuran pengujian adalah jika nilai kepentingan $< 0,05$ atau jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, model relaps terukur besar dan cenderung

diasumsikan bahwa H_0 ditolak. Konsekuensi dari uji-t harus terlihat pada Tabel 4.13 di bawah ini:

Tabel 4.13
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0,016	1,002		0,016	0,987
1 Service Quality	0,371	0,063	0,581	5,882	0,000
Customer Value	0,274	0,080	0,339	3,438	0,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 22, 2023

- a. Pengaruh *service quality* terhadap kepuasan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa

Dengan tingkat signifikansi 0,000 alpha 0,05 dan nilai t hitung variabel Kualitas Pelayanan sebesar $5,882 > 1,661$, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 4.13 di atas, maka H_0 ditolak. Hal ini berarti bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah dalam menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa, sehingga spekulasi tersebut diterima.

- b. Pengaruh *customer value* terhadap kepuasan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa

H_0 ditolak apabila nilai t hitung variabel Kualitas Pelayanan lebih besar atau sama dengan 3,438 pada Tabel 4.13, dengan tingkat signifikansi 0,001 alpha 0,05. Hal ini berarti bahwa penghargaan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa, sehingga spekulasi tersebut diterima.

4.3.4.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah setiap variabel otonom (kualitas administrasi dan penghargaan klien) yang dimasukkan ke dalam model memengaruhi variabel dependen (kesetiaan konsumen). Hasil uji F dapat dilihat pada Tabel 4.14 di bawah ini.

Tabel 4.14
Hasil Analisis Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	969,279	2	484,639	185,724	,000 ^b
	Residual	242,680	93	2,609		
	Total	1211,958	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Customer Value, Service Quality

Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 22, 2023

Hasil uji F pada Tabel 4.14 mendukung hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan (keseluruhan) antara kualitas pelayanan dan nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa. Nilai Fhitung = 185,724 > Ftabel 3,09 dengan nilai kritis = 0,000. Dengan demikian nilai kritis ($0,000 < 0,05$) berarti benar-benar terdapat pengaruh yang besar antara kualitas pelayanan dan nilai nasabah terhadap loyalitas nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa.

4.3.4.3 Analisis Koefisiensi Determinasi

Kemampuan model untuk menjelaskan berbagai variabel dependen diukur dengan koefisien determinasi (R^2). Meskipun demikian, penggunaan koefisien determinasi R^2 memiliki kekurangan, khususnya kecenderungan terhadap jumlah faktor bebas yang dimasukkan ke dalam model. R^2 meningkat dengan setiap

variabel tambahan, terlepas dari apakah variabel tersebut memiliki dampak signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, disarankan untuk menggunakan nilai R² yang diubah.¹⁰⁷

Tabel 4.14
Hasil Uji Determinasi (R²)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,894 ^a	,800	,795	1,615	,800	185,724	2	93	,000	1,849

a. Predictors: (Constant), Customer Value, Service Quality

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 22, 2023

Tabel 4.14 menunjukkan nilai R² yang berubah sebesar 0,795, yang berarti bahwa 79,5% variasi nilai loyalitas nasabah dalam menabung di Bank Syariah Indonesia masih belum jelas karena tiga faktor yang mempengaruhi, yaitu kualitas layanan dan penghargaan nasabah. Sementara sisanya adalah variabel lain yang tidak termasuk dalam persamaan di atas (100% - 79,5% = 20,5%).

4.4 Interpretasi Hasil Penelitian

4.4.1 Pengaruh *Service Quality* Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa

Kualitas administrasi adalah tingkat kehebatan yang diharapkan dan penguasaan kehebatan tersebut untuk memenuhi keinginan klien. Dengan kata lain, layanan yang diharapkan dan layanan yang dirasakan adalah dua faktor utama yang memengaruhi kualitas layanan. Penanda dalam kualitas bantuan ini

¹⁰⁷ Burhan Bungin, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta : Kencana, 2009), h. 87.

adalah ketergantungan, daya tanggap, penegasan, belas kasih, dan bukti yang jelas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah menabung. Artinya, kualitas pelayanan pihak perbankan lebih besar pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji statistik (X_1) yang menunjukkan nilai t hitung sebesar $5,882 > 1,661$ dan taraf signifikansi sebesar $0,000$. Berdasarkan ketentuan tersebut, kontribusi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa secara signifikan ditunjukkan oleh nilai sig sebesar $0,05$ ($0,000 \times 0,05$).

Perbankan Syariah adalah sebuah lembaga yang bergerak di bidang bantuan, sehingga untuk menunjang pertumbuhan dan perkembangannya maka hal terpenting yang harus dilakukan adalah memberikan layanan berkualitas tinggi oleh seluruh karyawan kepada nasabah-nasabahnya. Pelayanan merupakan kemampuan yang dapat diberikan oleh karyawan dan seluruh pihak yang terlibat dalam perusahaan jasa, khususnya perbankan dalam memenuhi seluruh kebutuhan dan permintaan nasabah. Pelayanan yang berkualitas dapat dinilai dari hasil kemampuan yang diberikan oleh pihak perusahaan jasa dalam berhubungan dengan nasabah. Apabila nasabah merasa puas dan seluruh penerimaan yang didapatkan dari pihak perbankan atau telah sesuai dengan harapan atau persepsi nasabah, maka pelayanan tersebut dapat dikatakan berkualitas.

Kualitas pelayanan (*service quality*) berkaitan erat dengan loyalitas konsumen. Kualitas administrasi dapat memberikan kekuatan luar biasa kepada klien untuk membangun hubungan atau relasi yang dapat bermanfaat secara umum dalam jangka panjang antara perbankan dengan nasabah. Selain itu, Bank Syariah Indonesia (BSI) yang keberadaannya baru saja dioperasikan pada tahun 2021 di seluruh Indonesia, khususnya di Aceh harus lebih meningkatkan kemampuan yang dimiliki dalam pemberian pelayanan terbaik kepada seluruh nasabah. Hal ini dapat memberikan peningkatan jumlah nasabah dan pengumpulan Dana Pihak Ketiga (DPK) melalui program tabungan yang dapat berdampak pada peningkatan kemampuan bank untuk mengoperasikan dana-dana tersebut menjadi lebih menguntungkan.

Penelitian ini didukung oleh penelitian Khaliq (2019)¹⁰⁸ dan Widyawati (2019)¹⁰⁹ yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara signifikan dan positif oleh kualitas layanan.

4.4.2 Pengaruh *Customer Value* Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa

Customer value merupakan perspektif pelanggan dengan memikirkan apa yang mereka inginkan dan apa yang mereka yakini akan mereka dapatkan dengan membeli dan menggunakan produk tertentu. Indikator dalam *customer value* ini adalah nilai produk, nilai personil, nilai citra dan biaya waktu.

¹⁰⁸Restu Khaliq, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Banjarmasin Kalimantan Selatan", *Journal of Management and Business*, Vol. 2, No. 1, Juni 2019.

¹⁰⁹ Dewi Retno Widyawati, "Pengaruh *Service Quality* dan *Customer Value* Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung di BRI Syariah KC Madiun", (Skripsi: IAIN Ponorogo, 2019).

Hasil pemeriksaan menunjukkan bahwa penghargaan klien secara signifikan mempengaruhi loyalitas konsumen menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa menunjukkan bahwa semakin besar *customer value* yang dimiliki oleh nasabah maka akan memberikan dampak semakin tinggi pula kepuasan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik diperoleh nilai $(X_2) t_{hitung} 3,438 > 1,661$ dengan nilai signifikasi sebesar 0,001. Berdasarkan ketentuannya jika nilai $sig < 0,05$ ($0,001 < 0,05$) maka terdapat kontribusi yang signifikan *customer value* terhadap kepuasan nasabah Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa.

Customer value dalam konteks perbankan syariah merupakan suatu keuntungan yang dapat dirasakan oleh nasabah dari biaya-biaya yang telah ditimbulkan atas suatu barang atau jasa perbankan syariah, dimana apabila keuntungan yang dirasakan oleh nasabah tidak sesuai dengan asumsi, maka hal tersebut akan menimbulkan kekecewaan bagi nasabah.

Customer value merupakan seluruh perhitungan dari nasabah terhadap kegunaan suatu produk berdasarkan persepsi mengenai perkiraan produk yang diterima nasabah. *Customer value* tercipta ketika benefit yang diterima oleh nasabah atas produk atau jasa melebihi dari pengeluaran yang dibayarkan oleh nasabah. Atau dengan kata lain *customer value* merupakan ikatan mendalam yang terbentuk antara klien dan organisasi saat mereka menggunakan suatu produk atau layanan dan menemukan bahwa produk atau layanan tersebut memiliki nilai tambah.

Namun demikian, *customer value* yang dimiliki oleh nasabah di Kota Langsa terhadap Bank Syariah Indonesia (BSI) cenderung rendah diakibatkan dari beberapa kerugian yang dialami oleh nasabah ketika memiliki tabungan di Bank Syariah Indonesia (BSI). Salah satunya seperti uang tabungan yang beberapa kali mengalami eror sehingga nasabah tidak bisa mencairkan dana tabungannya melalui ATM (Anjungan Tunai Mandiri). Hal ini bertolak belakang dengan penilaian awal nasabah terhadap Bank Syariah Indonesia (BSI) yang menilai bahwa Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan gabungan dari 3 bank BUMN besar yang dimiliki Indonesia sehingga dianggap akan memiliki nilai yang jauh lebih tinggi dibandingkan perbankan syariah lainnya. Hal inilah yang kemudian menyebabkan kepuasan nasabah dalam menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) cenderung tidak maksimal.

Penelitian ini didukung oleh penelitian Heriyanto¹¹⁰ dan Budhihartini¹¹¹ yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh nilai pelanggan.

4.4.3 Hubungan Kepuasan Nasabah Tabungan di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa dengan Kualitas dan Nilai Pelayanan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan *service quality* dan *customer value* secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa. Hal ini dibuktikan

¹¹⁰ Heriyanto, "Pengaruh *Customer Value* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Panin TBK KCU Pontianak", *Equator Journal of Management and Entrepreneurship*, Vol. 5, No. 1, 2017.

¹¹¹ Dewi Budhihartini, "Pengaruh *Customer Value* Terhadap Kepuasan Nasabah PT bank Tabungan Negara (Persero) Tbk (Studi Kasus CP H.M Yamin Medan)", *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, Vol.2, No. 1, 2016.

dengan hasil pengujian dengan uji F yang diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 185,724 $> F_{tabel}$ 3,09 dengan nilai signifikansi F sebesar 0,000 atau $F < 0,05$.

Nilai uji pengaruh perubahan (R^2) pada kajian ini adalah sebesar 0,795 atau 79,5%. Besarnya koefisien determinasi kualitas layanan dan ilai nasabah mempengaruhi kepuasan nasaah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa sebesar 79,5%, sedangkan sisanya sebesar 20,5% ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi variabel lain. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas layanan dan nilai penghargaan nasabah, maka semakin tinggi loyalitas nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Beberapa tujuan dapat ditarik dari hasil eksplorasi dan percakapan.

1. Kualitas Administrasi dampak pada retensi pelanggan menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kota Langsa. Buktinya adalah nilai t hitung uji fakta (X_1) sebesar $5,882 > 1,661$ dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$. Jadi diduga bahwa semakin bagus produknya administrasi yang diberikan oleh pihak keuangan maka semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah menabung pada Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kota Langsa
2. Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kota Langsa kepuasan nasabah secara signifikan ditingkatkan oleh nilai nasabah. Buktinya adalah dengan hasil uji terukur diperoleh nilai (X_2) t_{hitung} sebesar $3,438 > 1,661$ dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Jadi diduga bahwa semakin tinggi kepercayaan nasabah yang dimiliki oleh nasabah maka semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah menabung pada Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kota Langsa.
3. Kualitas administrasi dan penghargaan nasabah secara bersama-sama mempengaruhi loyalitas nasabah yang menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa. Buktinya adalah dengan hasil uji F yang memperoleh nilai F_{hitung} sebesar $185,724 > F_{tabel} 3,09$ dengan nilai signifikansi F sebesar $0,000$ atau $F < 0,05$. Dengan demikian dapat

disimpulkan bahwa kepuasan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Langsa berbanding terbalik dengan kualitas layanan dan nilai nasabah.

5.2 Saran

Mengingat hasil yang ada, percakapan dan kesimpulan yang didapat, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah Indonesia (BSI), Temuan studi ini dapat diterapkan untuk meningkatkan pemahaman bank tentang karakteristik nasabah dalam menentukan pilihannya, Dalam upaya masa depan untuk mendukung strategi pembangunan, penelitian ini dapat berfungsi sebagai referensi.
2. Bagi daerah setempat, pemeriksaan ini diharapkan dapat menjadi sumber data bagi daerah setempat mengenai perbankan syariah dan sebagai pertimbangan untuk memanfaatkan jasa perbankan khususnya Bank Syariah Indonesia
3. Bagi berbagai kalangan ilmuwan, diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan data bagi berbagai kalangan ahli dan dapat dijadikan sebagai sumber wawasan serta bahan rujukan dalam melakukan penelitian lanjutan yang berkaitan dengan perbankan Islam.