



Pengaruh *Service Excellent Customer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan BSM di Bank Syariah Mandiri KC Jatinangor

Septiyanti Dewi Astuti¹, Badriyatul Huda²

STIBANKS Al Ma'soem^{1,2}

badriyatulhuda123@gmail.com¹, badriyatulhuda@gmail.com²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Service Excellent Customer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan BSM di Bank Syariah Mandiri KC Jatinangor. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan model korelasional, sehingga diperlukan kuesioner untuk mengetahui tanggapan nasabah. Data primer yang diperoleh kemudian diolah dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics 23, penulis juga melengkapi dengan teori para ahli untuk memperkuat analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *Service Excellent Customer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan BSM. Diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,599 dan berada dalam kategori sedang namun tidak signifikan. Hasil uji t menunjukkan bahwa faktor *Service Excellent Customer Service* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah tabungan BSM di Bank Syariah Mandiri KC Jatinangor, sehingga H₁ diterima dan H₀ ditolak. Adapun nilai koefisien determinasi yang diperoleh adalah sebesar 0,359 atau 36%, artinya *Service Excellent Customer Service* memberikan kontribusi sebesar 36% terhadap kepuasan nasabah tabungan BSM, sedangkan sisanya yaitu 64% merupakan kontribusi oleh faktor-faktor yang tidak diteliti seperti lokasi, nisbah dan lain-lain. Penelitian ini mengungkapkan bahwa nasabah merasa puas dengan tanggung jawab dan sikap yang diberikan *Customer Service* saat memberikan perhatian penuh terhadap keperluan nasabah dalam bertransaksi. Akan tetapi, nasabah merasa kurang terhadap tindakan luwes dan cekatan *Customer Service* dan nasabah juga merasa biaya administratif kurang kompetitif dibandingkan di bank lain.

Kata Kunci : *Service Excellent*, *Customer Service* dan Kepuasan Nasabah.

Abstract

This study aims to find out how much influence Customer Service has on BSM Savings Customer Satisfaction at Bank Syariah Mandiri KC Jatinangor. The study uses quantitative methods with correlational models, so a questionnaire is needed to find out the customer's response. The primary data obtained is then processed using the IBM SPSS Statistics 23 application, the authors also complement the theory of experts to strengthen the analysis. The results showed that there was an effect of Service Excellent Customer Service on Customer

Satisfaction at BSM Savings. Obtained a correlation coefficient of 0,599 and are in the medium but not significant category. The t-test results show that the Service Excellent Customer Service factor influences the satisfaction of BSM savings customers at Bank Syariah Mandiri KC Jatinangor, so H1 is accepted and H0 is rejected. The coefficient of determination obtained is equal to 0.359 or 36%, meaning Service Excellent Customer Service contributes 36% to the satisfaction of BSM savings customers, while the remaining 64% is contributed by factors not examined such as location, profit sharing and others. This research reveals that customers are satisfied with the responsibilities and attitudes given by Customer Service when giving full attention to the needs of customers in making transactions. However, customers feel less than flexible and nimble Customer Service actions and customers also feel administrative costs are less competitive than in other banks.

Keywords: *Service Excellent, Customer Service and Customer Satisfaction*

A. Pendahuluan

Islam Salah satu bisnis yang bergerak dalam bidang jasa keuangan adalah bank. Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan dan bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak. Sektor perbankan merupakan salah satu hal yang menunjang keberhasilan pembangunan ekonomi khususnya di Indonesia.

Saat ini, persaingan di dunia perbankan tidak hanya tentang penjualan produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan mendapatkan keuntungan semata, namun lebih di tekankan pada pelayanan yang baik. Karena dengan adanya pelayanan yang baik akan mampu memberikan kepuasan kepada nasabah, disamping akan mampu mempertahankan nasabah lama juga akan mampu pula untuk menarik calon nasabah baru. Pelayanan yang prima pada akhirnya mampu meningkatkan nama baik perusahaan dimata nasabah maupun masyarakat terus meningkat. Dengan memiliki citra yang baik, segala sesuatu yang dilakukan bank akan dianggap baik pula, sehingga nasabah menjadi terpuaskan atas pelayanan yang diberikan. Dan tentunya ini merupakan hal yang positif bagi bank.

Adapun di Indonesia sendiri bank di bagi menjadi dua, yaitu bank konvensional dengan menjalankan sistem bunga, sedangkan bank Syariah dengan menggunakan sistem bagi hasil dan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadits. Karena dibutuhkan oleh masyarakat yang ingin menyimpan dan berinvestasi dana nya sesuai syariat Islam tanpa takut adanya riba.

Bank Syariah Mandiri KC Jatinangor merupakan salah satu contoh Bank Syariah di Indonesia yang memiliki beberapa produk tabungan, salah satunya tabungan BSM. Tabungan BSM ini adalah tabungan yang menggunakan prinsip Mudharabah atau bagi

hasil, yang penarikannya dapat dilakukan kapan saja. Dengan adanya prinsip Mudharabah, maka nasabah dapat mendapatkan bagi hasil dari jumlah saldo yang dimiliki setiap bulannya.

Berdasarkan data dari Bank Syariah Mandiri KC Jatinangor dalam kurun waktu lima tahun terakhir, jumlah nasabah tabungan BSM mengalami fluktuasi setiap tahunnya dimana data tersebut dapat dilihat pada tabel dan grafik berikut ini :

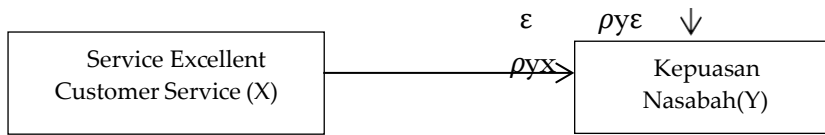
Tabel 1. Jumlah Nasabah tabungan BSM di Bank Syariah Mandiri KC Jatinangor

Tahun	Jumlah Nasabah	Presentase
2014	279	-
2015	515	84,5%
2016	414	-19,6%
2017	355	-14,25%
2018	466	31,26%
2019	460	-1,29%

Berdasarkan tabel 1 di atas, dapat diketahui bahwa jumlah nasabah di Bank Syariah Mandiri KC Jatinangor mengalami penurunan dan kenaikan di setiap tahunnya. Ini diasumsikan bahwa salah satu faktor yang terkait dengan penurunan dan kenaikan nasabah adalah faktor *Service Excellent Customer Service* yang dijalankan oleh Bank Syariah Mandiri KC Jatinangor.

Berdasarkan hal tersebut, mendorong penulis untuk meneliti masalah tersebut dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh *Service Excellent Customer Service* terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan BSM di Bank Syariah Mandiri KC Jatinangor Berdasarkan latar belakang diatas penulis merumuskan masalah, yaitu bagaimana *Service Excellent Customer Service* yang dijalankan di Bank Syariah Mandiri KC Jatinangor? bagaimana pengaruh *Service Excellent Customer Service* terhadap kepuasan nasabah Tabungan BSM di Bank Syariah Mandiri KC Jatinangor?

Dalam penelitian ini, *Service Excellent* oleh *Customer Service* menjadi variabel *independent* (X) sedangkan kepuasan nasabah merupakan variabel *dependent* (Y). Adapun kerangka pemikiran pada penelitian ini sebagai berikut:



Sumber : Hasil Olahan Peneliti (2018)

Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Keterangan :

X : *Service Excellent Customer Service*

Y : Kepuasan Nasabah

ϵ : Faktor lain yang di duga yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah namun tidak diteliti

ρ : Koefisien masing-masing variabel

ρ_{yx} : Pengaruh *Service Excellent Customer Service* terhadap Kepuasan Nasabah

$\rho_{y\epsilon}$: Pengaruh variabel lainnya yang diduga berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah namun tidak diteliti

B. Metode

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan model korelasional (asosiatif). Penelitian asosiatif ini dimaksudkan untuk mengetahui kegiatan *Service Excellent* yang dilakukan oleh *Customer Service* di Bank Syariah Mandiri KC Jatinangor dalam upaya memuaskan para nasabah atas pelayanan yang telah diberikan *Customer Service* pada produk tabungan BSM. Jawaban dari responden akan diolah secara kuantitatif dengan memberikan nilai dalam bentuk angka terhadap setiap unsur sehingga uji hipotesis tentang *Service Excellent Customer Service* dan kepuasan nasabah dapat dihitung.

Model penelitian yang dilakukan adalah variabel dependen (Y) yaitu keputusan nasabah yang dipengaruhi oleh variabel independen (X) yaitu *Service Excellent Customer Service*. Penulis mengelompokkannya pada tabel operasional variabel, sebagai berikut :

Tabel 2 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator	Alat Ukur
	1. Kemampuan (<i>Ability</i>)	Memiliki pengetahuan tentang Produk bank Mampu berkomunikasi dengan

<i>Service Excellent</i> (X)		baik dengan nasabah Mampu berhubungan baik dengan nasabah
Menurut Atep Adya Barata (2003)	2. Sikap (Attitude)	Bersikap ramah dan sopan Memberikan salam dan sapa Memberikan perhatian
	3. Penampilan (Appearance)	Berpenampilan rapih dan bersih Pemakaian Aksesoris Tidak ber dandan berlebihan
	4. Perhatian (Attention)	Senantiasa membantu keluhan nasabah Memiliki empati terhadap nasabah Meluangkan waktu menanggapi permintaan nasabah
	5. Tindakan (Action)	Cepat dan tanggap dalam merespon keluhan Luwes dan cekatan Tidak memilih-milih nasabah
	6. Tanggung Jawab (Accountability)	Tidak istirahat saat sedang melayani Berusaha untuk tidak melakukan kesalahan
	Kepuasan Nasabah (Y)	1. Kualitas Produk
2. Harga		Besar kecil Nisbah bagi hasil yang ditawarkan
3. Kualitas Pelayanan		Sistem Teknologi
4. Emotional Factor (Faktor Emosional)		Rasa Bangga Percaya diri Kenyamanan Rekomendasi
5. Biaya		Biaya Administrasi

Jumlah populasi (total nasabah tabungan BSM) di Bank Syariah Mandiri KC Jatinangor adalah 466 orang. Penentuan sampel menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = N / (1 + Ne^2)$$

$$= 460 / (1 + 460 \times 0,12)$$

$$= 82,14 \approx 83$$

Dengan demikian maka jumlah sampel yang harus diambil adalah 83 nasabah. Dalam penelitian ini penulis mengambil sampel tanpa ada aturan tertentu, selama nasabah yang penulis jumpai adalah para nasabah tabungan BSM, maka nasabah tersebut telah memenuhi syarat sebagai responden.

Dalam melakukan penelitian ini, data yang diperoleh harus dilakukan pengujian terhadap data tersebut. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana keakuratan data yang diperoleh selama penelitian. Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini digunakan pengujian reliabilitas, normalitas data, korelasi sederhana, regresi sederhana, koefisien determinasi dan uji t. Uji reliabilitas ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama pula (Siregar: 2015). Berikut ini tabel pengukuran tingkat reliabilitas yang menjadi acuan pernyataan yang dibuat sudah reliabel atau tidak.

Tabel 3 Tingkat Reliabilitas

No	Alpha	Keterangan
1	<0,50	Reliabilitas Rendah
2	0,50 – 0,70	Reliabilitas Moderat
3	0,70 – 0,90	Reliabilitas Tinggi
4	>0,90	Reliabilitas Sempurna

Sumber : Sugiyono (2007)

Kemudian untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak maka dilakukan uji normalitas data yang bisa di bantu menggunakan program SPSS. Selanjutnya melakukan pengujian korelasi sederhana, dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi *productmoment* yaitu untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan timbal balik antara dua variabel. Adapun tabel tingkat korelasi dan kekuatan hubungan dari koefisien korelasi tersebut adalah sebagai berikut (Siregar: 2105) :

Tabel 4 Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan

No	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1	0,00 – 0,199	Sangat Lemah
2	0,20 – 0,399	Lemah
3	0,40 – 0,599	Sedang
4	0,60 – 0,799	Kuat
5	0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber: Siregar (2015)

Variabel bebas dan terikat harus memiliki hubungan fungsional atas dasar logika, teori maupun dugaan terhadap observasi tertentu yang valid dijadikan sebagai acuan. Rumus dari regresi linear sederhana menurut Siregar (2015:379) adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b \cdot X$$

Keterangan:

Y = variabel terikat (kepuasan nasabah)

X = variabel bebas (*service excellent customer service*) a dan b = konstanta

Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi dari *Service Excellent Customer Service* sebagai variabel *independent* terhadap kepuasan nasabah tabungan BSM sebagai variabel *dependent*, maka dilakukan perhitungan statistik dengan menggunakan koefisien determinasi (K_d). Rumus dari koefisien determinasi menurut Sugiyono dalam Hanafiah (2017:43) adalah sebagai berikut :

1. $K_d = r^2 \times 100\%$

Keterangan :

K_d : nilai koefisien determinasi

r : nilai koefisien korelasi

Menurut (Siregar: 2015) untuk mengetahui diterima atau ditolaknya hipotesis digunakan uji dengan prosedur sebagai berikut :

a. Membuat hipotesis dalam uraian kalimat

H_0 : Pernyataan atau dugaan yang menyatakan nilai paling rendah atau sama dengan dari suatu objek penelitian.

H_1 : Pernyataan atau dugaan yang menyatakan nilai paling tinggi atau maksimum dari suatu objek penelitian.

b. Membuat hipotesis dalam bentuk model statistik

$H_0 : \mu \geq \mu_0$

$H_1 : \mu < \mu_0$

Keterangan:

μ = nilai dugaan

μ_0 = rata-rata nilai idealnya

c. Menentukan rasio kesalahan α (taraf signifikan)

d. Kaidah pengujian

Jika : $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 diterima
Jika : $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak

e. Menghitung t_{hitung} dan t_{tabel}

f. Membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} . Tujuan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} adalah untuk mengetahui hipotesis mana yang akan diterima berdasarkan kaidah

pengujian.

- g. Mengambil keputusan Menerima atau menolak H_0

C. Pembahasan

1. Uji Validitas

Berdasarkan hasil perhitungan dan membandingkan r tabel (untuk $n= 81$ adalah 0,181) diketahui bahwa r hitung $>$ r tabel. Artinya bahwa pernyataan pada variabel *Sevice Excellent Customer Service* (X) yang terdiri dari 17 pernyataan dinyatakan valid. Hasil dari r hitung dapat dilihat pada tabel 5 di bawah ini:

Tabel 5 Uji Validitas Kuesioner Kepuasan Nasabah (Y)

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,549	0,181	$r_{hitung} > r_{tabel} =$ Valid
2	0,585	0,181	$r_{hitung} > r_{tabel} =$ Valid
3	0,521	0,181	$r_{hitung} > r_{tabel} =$ Valid
4	0,671	0,181	$r_{hitung} > r_{tabel} =$ Valid
5	0,612	0,181	$r_{hitung} > r_{tabel} =$ Valid
6	0,664	0,181	$r_{hitung} > r_{tabel} =$ Valid
7	0,426	0,181	$r_{hitung} > r_{tabel} =$ Valid
8	0,599	0,181	$r_{hitung} > r_{tabel} =$ Valid
9	0,517	0,181	$r_{hitung} > r_{tabel} =$ Valid
10	0,658	0,181	$r_{hitung} > r_{tabel} =$ Valid
11	0,766	0,181	$r_{hitung} > r_{tabel} =$ Valid
12	0,646	0,181	$r_{hitung} > r_{tabel} =$ Valid
13	0,525	0,181	$r_{hitung} > r_{tabel} =$ Valid
14	0,461	0,181	$r_{hitung} > r_{tabel} =$ Valid
15	0,574	0,181	$r_{hitung} > r_{tabel} =$ Valid
16	0,399	0,181	$r_{hitung} > r_{tabel} =$ Valid
17	0,502	0,181	$r_{hitung} > r_{tabel} =$ Valid

Hasil uji validitas untuk kepuasan nasabah tabungan BSM (Y) menunjukkan bahwa r hitung $>$ r tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel ini yang terdiri dari 12 pernyataan dinyatakan valid. Hasil r hitung dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 6 Uji Validitas Kuesioner Kepuasan Nasabah (Y)

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,609	0,181	$r_{hitung} > r_{tabel} =$ Valid

2	0,541	0,181	$r_{hitung} > r_{tabel} = \text{Valid}$
3	0,678	0,181	$r_{hitung} > r_{tabel} = \text{Valid}$
4	0,591	0,181	$r_{hitung} > r_{tabel} = \text{Valid}$
5	0,649	0,181	$r_{hitung} > r_{tabel} = \text{Valid}$
6	0,723	0,181	$r_{hitung} > r_{tabel} = \text{Valid}$
7	0,444	0,181	$r_{hitung} > r_{tabel} = \text{Valid}$
8	0,657	0,181	$r_{hitung} > r_{tabel} = \text{Valid}$
9	0,608	0,181	$r_{hitung} > r_{tabel} = \text{Valid}$
10	0,712	0,181	$r_{hitung} > r_{tabel} = \text{Valid}$
11	0,668	0,181	$r_{hitung} > r_{tabel} = \text{Valid}$
12	0,684	0,181	$r_{hitung} > r_{tabel} = \text{Valid}$

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dengan SPSS menunjukkan Cronbach's Alpha sebesar 0,860 untuk variabel Service Excellent Customer Service (X) dan variabel kepuasan nasabah tabungan BSM (Y). Sugiyono (2015) menyatakan bahwa nilai Cronbach's Alpha antara 0,70-0,90 dikategorikan dalam tingkat reliabilitas tinggi.

Tabel 7 Uji Reliabilitas Service Excellent Customer Service (X)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha		
Cronbach's Alpha	Based on Standardized N of Items	Items
,860	,872	17

Tabel 8 Uji Reliabilitas Kepuasan Nasabah (Y)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha Based		
Cronbach's Alpha	on Standardized Items	N of Items
,860	,863	12

3. Uji Normalitas Data

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Berikut ini adalah hasil uji normalitas dengan metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test dengan bantuan SPSS :

Tabel 9 Uji Normalitas Data
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		83
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,08268363
Most Extreme Differences	Absolute	,083
	Positive	,083
	Negative	-,058
Test Statistic		,083
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,c}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi *pada service excellent customer service* terhadap kepuasan nasabah tabungan BSM sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 sehingga data tersebut berdistribusi normal.

4. Analisis Korelasi Sederhana

Analisis ini digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel *Service Excellent Customer Service* (X) dengan variabel kepuasan nasabah tabungan BSM (Y). Maka untuk mengetahui korelasi antara variabel yang diteliti, penulis menggunakan bantuan SPSS dimana hasilnya adalah sebagai berikut :

Tabel 10 Korelasi Variabel X dan Y

		Correlations	
		Service Excellence	Kepuasan Nasabah
Service Excellent	Pearson Correlation	1	,599**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	83	83
Kepuasan Nasabah	Pearson Correlation	,599**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	83	83

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari data tersebut dapat diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,599 dengan nilai signifikan 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa tingkat hubungan antara variabel *Service Excellent Customer Service* terhadap kepuasan nasabah tabungan BSM adalah sedang. Hasil perhitungan tingkat signifikan diperoleh 0,000. Dibandingkan dengan tingkat signifikan yang ditetapkan yaitu sebesar 10% yang berarti $0,000 < 0,1$ dapat disimpulkan penelitian ini bersifat signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh *Service Excellent Customer Service* terhadap kepuasan nasabah tabungan BSM dalam kategori sedang namun signifikan.

5. Analisis Regresi Sederhana

Analisis ini digunakan untuk mengukur besarnya suatu variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Hasil analisis regresi sederhana dari penelitian ini adalah sebagai berikut

Tabel 11 Uji Regresi Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12,424	5,608		2,216	,030
Service Excellent	,511	,076	,599	6,739	,000

Berdasarkan hasil analisis regresi diatas bahwa nilai constant (a) adalah 12,424 sedangkan untuk variabel *Service Excellent* (b) adalah 0,511 sehingga persamaan regresinya dapat dijabarkan sebagai berikut :

$$Y = a + b \cdot X$$

$$Y = 12,424 + 0,511X$$

Berdasarkan persamaan tersebut di atas dapat dijelaskan bahwa:

- 1) Konstanta (a) adalah sebesar 12,424 , maka dapat disimpulkan bahwa *service excellent* atau nilai $X=0$ dianggap konstan, maka nilai kepuasan nasabah sebesar 12,424.
- 2) Nilai regresi variabel kepuasan nasabah (b) bernilai positif sebesar 0,511, maka dapat disimpulkan bahwa jika terjadi peningkatan atau penambahan *service excellent* sebesar 1 satuan maka kepuasan nasabah juga akan meningkat sebesar 0,511.

6. Analisis Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi dari variabel *Service Excellent Customer Service* terhadap kepuasannya nasabah tabungan BSM dengan bantuan SPSS.

Tabel 12 Uji Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,599 ^a	,359	,351	4,10781

a. Predictors: (Constant), *Service Excellent*

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai *R square* yang diperoleh adalah sebesar 0,359 atau 36%. Ini artinya bahwa pengaruh *Service Excellent Customer Service* terhadap kepuasan nasabah tabungan BSM di Bank Syariah Mandiri KC Jatinangor adalah sebesar 36%, dan sisanya yaitu sebesar 64% diduga dipengaruhi oleh faktor lain.

7. Uji t

Mengingat data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel, maka sebelum menarik kesimpulan tentang pengaruh *service excellent customer service* terhadap kepuasan nasabah tabungan BSM di Bank Syariah Mandiri KC Jatinangor perlu dilakukan pengujian hipotesis untuk membuktikan secara statistik ada tidaknya pengaruh signifikan dalam dua tahap, sebagai berikut :

1. Membuat hipotesis

H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara *Service Excellent Customer Service* terhadap kepuasan nasabah tabungan BSM di Bank Syariah Mandiri KC Jatinangor.

H_1 : Terdapat pengaruh antara *Service Excellent Customer Service* terhadap kepuasan nasabah tabungan BSM di Bank Syariah Mandiri KC Jatinangor.

2. Hasil Statistik Uji

Berdasarkan sampel penelitian dari 83 orang, maka untuk mengetahui hipotesis mana yang diterima, maka digunakan *t* hitung dengan menggunakan bantuan SPSS sebagai berikut :

Tabel 13 Uji t

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12,424	5,608		2,216	,030
Service Excellent	,511	,076	,599	6,73	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji t pada tabel tersebut maka dapat dilihat bahwa t_{hitung} sebesar 6,739 dengan nilai signifikansi 0,000. Untuk mencari t_{tabel} menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} T_{tabel} &= \alpha/2; n-k-1 \\ &= 0,1/2; 83-2-1 \\ &= 0,05; 80 \\ &= 1,66 \end{aligned}$$

Maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $6,739 > 1,66$ yang artinya H_0 ditolak H_1 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa *Service Excellent Customer Service* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah tabungan BSM.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh *Service Excellence Customer Service* terhadap kepuasan nasabah tabungan BSM di Bank Syariah Mandiri KC Jatinangor, dapat disimpulkan bahwa :

1. *Service Excellence Customer Service* yang dijalankan di Bank Syariah Mandiri KC Jatinangor sudah baik. Berdasarkan olah data mengenai *Service Excellence Customer Service* dari 6 indikator, mayoritas responden menyatakan puas terhadap indikator kemampuan dan sikap. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden pada pernyataan "*Customer Service* mampu berkomunikasi baik dengan nasabah", mayoritas nasabah menjawab sangat setuju yaitu sebesar 51,80%. Dan juga nasabah merasa bahwa *Customer Service* selalu memberikan perhatian penuh terhadap keperluan nasabah dalam bertransaksi, mayoritas menjawab setuju yaitu 60,24%. Hal ini berarti *Service Excellence* yang diberikan oleh *Customer Service* adalah dalam hal kemampuan atau *Ability* yang dimiliki dan bersikap atau *Attitude*.

2. Pengaruh antara *Service Excellence Customer Service* terhadap kepuasan nasabah tabungan BSM di Bank Syariah Mandiri KC Jatinangor dapat dilihat pada uji determinasi yaitu sebesar 0,359 atau sebesar 36% terhadap kepuasan nasabah, sedangkan sisanya yaitu 64% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti seperti lokasi, nisbah, promosi dan lainnya. Pada analisis korelasi, hubungan antara *Service Excellence Customer Service* terhadap kepuasan nasabah tabungan BSM sebesar 0,599 dan berada dalam kategori sedang. Adapun berdasarkan Uji t bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $6,739 > 1,66$ maka diperoleh suatu hasil bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh antara *Service Excellence Customer Service* terhadap kepuasan nasabah tabungan BSM di Bank Syariah Mandiri KC Jatinangor.

Daftar Pustaka

- Al Arif, M. N. (2010). Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah. Bandung: Alfabeta. Ali, Z. (2008). Hukum Perbankan Syariah. Jakarta: Sinar Grafika.
- Arikunto, S. (2010). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: PT Rineka Cipta. Asyqar, S. D. (n.d.). Tafsir Web. Retrieved Agustus 1, 2019, from <https://tafsirweb.com/1561-surat-an-nisa-ayat-29.html>
- Bakri, M. Z. (2015). Pengaruh Service Excellence terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Ahmad Yani Kantor Wilayah Makassar. Makassar: Tidak diterbitkan.
- Barata, A. A. (2003). Dasar-Dasar Pelayanan Prima. Jakarta: PT Elex Media Komputindo. Hanafiah, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Depositor
- IB Hasanah di BNI Syariah Kantor Kas Jatinangor. Jatinangor: Tidak diterbitkan.
- Harun, R. (2016). Pengaruh Pelayanan Customer Service terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BRI Syariah KCP Sungguminasa. Makassar: Tidak diterbitkan.
- Hasibuan, M. (2013). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kasmir. (2002). Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. Kasmir. (2005). Etika Customer Service. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kasmir. (2005). Pemasaran Bank. Jakarta: Kencana.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga. Kuncoro, M. (2013). Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi. Jakarta: Erlangga. Marwansyah. (2012). Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung: Alfabeta.
- Muhammad. (2011). Manajemen Bank Syariah. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.

- Ni'mah, A. (2015). Retrieved Agustus 1, 2019, from <http://digilib.uinsby.ac.id/2551/6/Bab%203.pdf>
- Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing.
- Siregar, S. (2015). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2007). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, & Susanto, A. (2015). *Cara Mudah Belajar SPSS dan LISREL Teori dan Aplikasi untuk Analisis Data Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustakabarupress.
- Sulfianto, A. (n.d.). *Al-Qur'an dan Kepuasan Pelanggan Bank Syariah Suatu Kajian Berdasarkan Tafsir Al-Quran*. Retrieved Agustus 1, 2019, from academia: https://www.academia.edu/245682/AL-QUR-AN_DAN_KEPUASAN_PELANGGAN_BANK_SYARIAH_Suatu_Kajian_Berdasarkan_tafsir_Al-Qur_an_?auto_download=true,
- Sumarwan, U. (2003). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sundani, C. (2016). *Pengaruh Kualitas Layanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Faedah di PT Bank BRI Syariah KCP Majalaya*. Jatinangor: Tidak diterbitkan.
- Sutedi, A. (2009). *Perbankan Syariah Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Usman, R. (2012). *Aspek Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Yandie, W. L. (2017). *Pengaruh Etika dan Pelayanan Prima Customer Service terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada PT.BNI Syariah Cabang Palembang*. Palembang: Tidak diterbitkan.