



Juhanperak

e-ISSN : 2722-984X

p-ISSN : 2745-7761

PENGARUH PELAYANAN CUSTOMER SERVICE TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU TELUK KUANTAN

Listia Wilanda¹, Fitrianto², Alek Saputra³

Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Islam Kuantan Singingi,

Jl. Gatot Subroto KM. 7 Teluk Kuantan – Kabupaten Kuantan Singingi

e-mail : wilandalistia@gmail.com¹, fitriuniks1979@gmail.com², saputraalek@gmail.com³

Abstract

This research is motivated by the phenomenon that occurs at BSI KCP Teluk Kuantan, namely: Customer Service services that are still not fast enough in serving customers and the number of Customer Service is minimal, namely only 1 Customer Service is ready to serve customers. This study aims to determine the effect of Customer Service services on customer satisfaction at BSI KCP Teluk Kuantan. This study uses a quantitative research approach. The sampling technique uses the Slovin formula. The population in this study were 12,873 BSI KCP Teluk Kuantan customers, with a sample size of 44 people. And the data collection techniques used were Observation, questionnaires, interviews, and documentation. The data analysis technique used was descriptive analysis techniques. The results of this study can be concluded that: 1. Customer Service work SOP includes aspects of Appearance which include neat clothes, friendly peace, attractive appearance. And aspects of Service which include friendly, polite and responsive attitudes. 2. Customer Service variables have a significant effect on consumer satisfaction BSI KCP Teluk Kuantan, with the T test value (Partial) showing a value of three greater than t table ($1.889 > 1.681$) and a sign value of $0.004 < 0.05$.

Keywords: Customer Service, Customer Satisfaction.

Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi oleh fenomena yang terjadi di BSI KCP Teluk Kuantan yaitu : pelayanan Customer Service yang masih kurang cepat dalam melayani nasabah dan jumlah Customer Service yang minim yaitu hanya 1 Customer Service yang siap melayani nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan Customer Service terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Teluk Kuantan. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan rumus Slovin. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah BSI KCP Teluk Kuantan yang berjumlah 12. 873 orang, dengan jumlah sampel 44 orang. Dan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Observasi, angket, wawancara, dan dokumentasi. Teknik Analisa data yang dilakukan ialah Teknik analisis deskriptif. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa : 1. SOP kerja Customer Service meliputi aspek Penampilan yang mencakup pakaian rapi, bersikap ramah, berpenampilan menarik. Dan aspek Pelayanan yang mencakup sikap ramah, sopan dan cepat tanggap. 2. Variabel pelayanan Customer Service berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Teluk Kuantan, dengan nilai uji T (Parsial) menunjukkan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($1,889 > 1,681$) dan nilai sign $0,004 < 0,05$.

Kata kunci : Customer Service, Kepuasan Nasabah.



Juhanperak

e-ISSN : 2722-984X

p-ISSN :2745-7761

1. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi persaingan bisnis menjadi semakin sangat tajam, baik dipasar domestik (nasional) maupun dipasar internasional. Perusahaan memerlukan strategi untuk menghadapi persaingan yang saat ini semakin lama semakin ketat. Terdapat berbagai tantangan dalam mencapai keberhasilan perusahaan. Untuk mengantisipasinya, perusahaan dituntut untuk dapat bekerja dengan baik dengan menggunakan berbagai macam sumber daya yang dimiliki agar dapat diterima di pasar. Salah satu yang perlu diperhatikan perusahaan dalam mencapai keberhasilan adalah sebuah pelayanan.

Bank merupakan salah satu Perusahaan yang dituntut untuk memberikan pelayanan yang baik kepada nasabahnya. Sesuai UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan ('adl wa tawazun), kemaslahatan (maslahah), universalisme (alamiyah), serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim dan obyek yang haram.

Pelayanan merupakan salah satu poin untuk menarik kesetiaan nasabah. Semua aktivitas dalam sektor publik maupun swasta diambil untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan permintaan stakeholders melalui penawaran produk maupun jasa yang memberikan value serta kepuasan baik dari segi biaya, manfaat, etika, maupun perilaku sosial (Widjayanti, 2011).

Kepuasan nasabah juga bisa diraih dari pelayanan yang berkualitas. Kepuasan pelanggan dicerminkan dengan kesesuaian pemenuhan kebutuhan publik, mampu membangun hubungan atas dasar saling percaya. Seluruh lembaga yang menjual produk jasa termasuk industri perbankan harus selalu memantau tingkat kepuasan Nasabah agar dapat mempertahankan nasabah lama dan menarik nasabah baru supaya perusahaan dapat bertahan lama. Untuk mewujudkan suatu layanan berkualitas yang bermuara pada kepuasan nasabah, bank harus mampu mengidentifikasi siapa nasabahnya sehingga mampu memahami tingkat persepsi dan harapan nasabah atas kualitas layanan. Kepuasan nasabah merupakan perbandingan antara persepsi dengan harapan nasabah terhadap layanan perbankan yang dirasakan nasabah. (Irawati & Suwarno, 2020).

Dalam dunia perbankan, customer service merupakan bagian terpenting dalam sebuah perusahaan, khususnya di bidang perbankan. Para customer service



Juhanperak

e-ISSN : 2722-984X

p-ISSN :2745-7761

diharuskan untuk dapat memberikan kualitas layanan yang sangat baik terhadap para nasabah, agar dapat memberikan layanan yang baik kepada nasabahnya, customer service diharuskan bisa mengetahui karakteristik seorang nasabah dengan baik. Karakteristik seorang nasabah ada berbagai tipe, antara lain yaitu pendiam, penyabar dan lain sebagainya. Seorang customer service juga berperan aktif di dalam suatu pelayanan di Bank, mengingat bahwa customer service merupakan karyawan bank yang memiliki tanggung jawab terhadap lalu lintas pelayanan.

Customer Service adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, melalui pelayanan yang diberikan seseorang sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah (Kasmir 2014: 249).

Dalam lalu lintas pelayanan, ditemukan sejumlah dimensi yang berpengaruh pada kualitas dari pelayanan itu sendiri. Beberapa dimensi itu dapat berdiri sendiri, akan tetapi saling berkaitan erat sehingga memerlukan sinergi dan kombinasi yang tepat agar Bank dapat memaksimalkan pelayanan terhadap customer. Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengidentifikasi pengaruh dimensi-dimensi kualitas pelayanan secara simultan dan secara parsial, dan juga mengukur dimensi apa yang sudah dicapai oleh Bank secara baik dan dimensi mana yang memerlukan perbaikan agar dapat memaksimalkan pelayanan.

Dalam kasus ini, Bank Syariah Indonesia Kcp Teluk Kuantan mempunyai 1 Customer Service bernama Bapak Wawan Setiawan yang bertugas untuk melayani para nasabah yang ingin melakukan pembukaan rekening atau tabungan, membantu pembukuan, pemblokiran hingga penutupan rekening nasabah, mencetak dokumen penting seperti bilyet giro, cek dan rekening koran, menawarkan dan memberikan solusi hingga menjalin hubungan kepercayaan dengan nasabah.

Peneliti melakukan wawancara dengan Bapak Wawan Setiawan mengenai pelayanan bagaimana yang dilakukan customer service kepada setiap nasabah yang datang ke customer service Bank syariah indonesia KCP Teluk Kuantan adalah sebagai berikut:

Menurut Bapak Wawan Setiawan, Customer Service di bank bsi kcp teluk kuantan memberikan pelayanan dengan SOP yang telah ditetapkan oleh bank yaitu : ramah, cepat, tepat, dan maksimal kepada nasabah agar nasabah merasa nyaman dalam melakukan transaksi di bank kami, dan juga menerapkan pelayanan 3S yaitu: senyum, salam, sapa. Dan untuk waktu pelayanan nasabah itu 7-15 menit per transaksinya, tapi sebenarnya tergantung keluhan dan transaksi nasabah. Adapun disetiap pelayanan yang kami berikan kepada nasabah, ada beberapa nasabah ingin meminta penjelasan tentang yang ia keluhkan tetapi setelah dijelaskan nasabah tersebut tidak mengerti atau tidak paham dari penjelasan kami, jadi kami membutuhkan waktu lebih lama lagi untuk menjelaskannya.(wawancara Senin, 27 Mei 2024).



Juhanperak

e-ISSN : 2722-984X

p-ISSN :2745-7761

Adapun data pelayanan transaksi *customer service* di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Teluk Kuantan Tahun 2021-2023 sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data Pelayanan Transaksi Customer Service
Tahun 2021-2023

Tahun	Jumlah Nasabah
2021	4.291
2022	8.764
2023	5.453

Sumber: Bank Bsi Kcp Teluk Kuantan Mei 2024.

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa jumlah nasabah yang melakukan transaksi yang di layani oleh *customer service* pada bank Syariah Indonesia Kcp Teluk Kuantan dari tahun 2021-2023 mengalami kenaikan dan penurunan. dimana terlihat pelayanan *customer service* mengalami naik turun, pada tahun 2021 memiliki jumlah transaksi sebanyak 4.291 orang, pada tahun 2022 memiliki jumlah tansaksi sebanyak 8.764 orang dan pada tahun 2023 memiliki jumlah transaksi 5.453 orang. Dalam hal ini bank dituntut dapat memberikan pelayanan yang baik terhadap nasabah untuk menciptakan kepuasan serta loyalitas dari nasabah, pelyanan yang baik dapat di berikan melalui pelayanan customer service yang dimana customer service sebagai tempat untuk betransaksi oleh nasabah sehingga diperlukan pelayanan yang baik oleh pegawai bank Syariah Indonesia Kcp Teluk Kuantan.

Dalam hal ini peneliti juga melakukan wawancara awal mengenai pelayanan Customer Service kepada nasabah BSI KCP Teluk Kuantan ialah sebagai berikut :

Pertama dengan Airin sebagai nasabah, menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh *customer service* kurang memuaskan baginya dan kurang ramahnya *customer service*. Tak hanya itu saudari Airin juga menyatakan sebagai beriku: ketika saya bertanya tentang bagaimana cara betransaksi menggunakan mobile banking, penyampaian jawabannya kurang jelas, dan customer sevice dalam melakukan pelayanan kurang senyum.(wawancara Selasa, 28 Mei 2024).

Kedua dengan Rayen Aprialdi sebagai nasabah, menyatakan sebagai berikut: “saya mengantri cukup lama apalagi hanya ada satu customer sevice membuat antrean lumayan panjang, saya pun banyak menghabiskan waktu Cuma untuk mengantri saja. Dan saya juga pernah melakukan pembukaan buku tabungan/rekening, pada saat itu saya cukup kesusahan dalam pendaftaran pembukaan tabungan di mobile bankingnya tetapi customer service kurang menolong saya karna dia sibuk dengan transaksi lainnya”. (wawancara Selasa, 28 Mei 2024).

Ketiga dengan Bapak Hermawan sebagai nasabah menyatakan: “saya measa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh customer service BSI karena ketika saya sedang melakukan proses pembukaan tabungan, customer



Juhanperak

e-ISSN : 2722-984X

p-ISSN :2745-7761

service membutuhkan waktu yang sangat lama, kurang lebih sekitar 15 menit lebih sehingga membuat saya menunggu lama dan merasa bosan”. (wawancara Rabu, 29 Mei 2024).

Keempat dengan Ibu Yanti sebagai nasabah, “menurut saya kurang puas dengan pelayanan dari customer service, karena pada saat saya pendaftaran pembukaan rekening awal melalui HP disitu saya malah di bantu oleh satpamnya karena sudah mengantri lama antrian pun masih panjang dan customer servicenya di sana hanya ada satu orang .(wawancara Rabu, 29 Mei 2024).

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan judul **“PENGARUH PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT BANK SYARIAH INDONESIA TBK KANTOR CABANG PEMBANTU TELUK KUANTAN”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana SOP Kerja *Customer Service* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Teluk Kuantan ?
2. Apakah pelayanan Customer Service Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Teluk Kuantan?

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Pelayanan

Istilah pelayanan berasal dari kata “layan” yang artinya menolong menyediakan segala apa yang diperlukan oleh orang lain untuk perbuatan melayani. Pada dasarnya setiap manusia membutuhkan pelayanan, bahkan secara ekstrim dapat dikatakan bahwa pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia. (Sinambela, 2011).

Menurut Moenir (2014), Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung. Membicarakan pelayanan berarti membicarakan suatu proses kegiatan yang konotasinya lebih kepada hal yang abstrak (intangible). (Moenir, 2014).

Kasmir (2017) menyatakan bahwa kualitas pelayanan di definisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan.

Dari definisi-definisi tersebut pelayanan adalah suatu aktifitas atau kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen namun bentuk dari produk yang ditawarkan tersebut tidak terlihat sedangkan yang terjadi adalah interaksi antara pelayan dengan konsumen.

Lupiyoadi (2014) menyatakan bahwa terdapat 5 jenis dimensi utama yang dikenal dengan SERVQUAL (*Service Quality*) yang dipakai oleh pelanggan untuk menilai statu pelayanan antara lain yaitu:

1. Bukti Fisik (*Tangibles*)



Juhanperak

e-ISSN : 2722-984X

p-ISSN : 2745-7761

Bukti fisik yaitu bisa mencakup fasilitas fisik seperti gedung, meja, kursi serta yang lainnya, teknologi seperti peralatan serta perlengkapan yang digunakan dan juga penampilan para pegawai.

2. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan.

3. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Ketanggapan merupakan kemauan para pegawai dalam membantu pelanggan serta memberikan jasa dengan cepat dan tepat dengan memberikan penyampaian informasi yang jelas.

4. Jaminan dan kepastian (*Assurance*)

Jaminan dan kepastian merupakan pengetahuan, kesopan-santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan pada perusahaan yang meliputi komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi serta sopan santun.

5. Empati (*Empathy*)

Empati meliputi perhatian terhadap nasabah serta pemahaman akan kebutuhan nasabah.

Konsep islam mengenai pelayanan tampak dalam Al-Qur'an dalam surah Al-Baqarah ayat 267 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَنِّي حَمِيدٌ

Wahai orang-orang yang beriman, infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu infakkan, padahal kamu tidak mau mengambilnya, kecuali dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Ketahuilah bahwa Allah Mahakaya lagi Maha Terpuji.

Ayat tersebut menegaskan bahwa Islam sangat memerhatikan sebuah pelayanan yang berkualitas, memberikan yang baik, dan bukan yang buruk.

2.2 Teori Customer Service

Customer service adalah ilmu dan seni tentang melayani nasabah sebagai ujung tombak perusahaan yang berada di garis paling depan bertugas melayani memenuhi kebutuhan perusahaan atau bank. Ada beberapa pengertian customer service menurut para ahli:

1. Customer service adalah seluruh kegiatan yang ditunjuk untuk memuaskan nasabah melalui pelayanan yang bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. (Kashmir,2007).
2. Customer service adalah seluruh manfaat atau kegiatan yang bisa diberikan oleh pihak yang satu kepada pihak yang lain yang tidak memiliki wujud dan tidak beakibat pada pemikiran sesuatu atau dengan kata lain tidak dapat dihubungkan dengan suatu produk fisik. (Philip Kotler, 2005)

2.3 Teori Kepuasan Nasabah



Juhanperak

e-ISSN : 2722-984X

p-ISSN : 2745-7761

Menurut Kotler (2014) Bahwa kepuasan pelanggan ialah perasaan bahagia atau kecewa yang timbul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.

Windasuri dan Hyacintha (2016) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan ialah suatu tanggapan emosional dalam penilaian terhadap pengalaman konsumsi produk atau jasa.

Menurut Priansa (2017 : 210) ada lima elemen yang menyangkut kepuasan konsumen adalah sebagai berikut :

1. Harapan (Expectations).

Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat proses pembelian dilakukan, konsumen berharap bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan dan keyakinan mereka. Barang atau jasa sesuai dengan harapan konsumen akan menyebabkan konsumen merasa puas.

2. Kinerja (Performance).

Pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Ketika kinerja aktual barang atau jasa berhasil maka konsumen akan merasa puas.

3. Perbandingan (Comparison).

Hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut. Konsumen akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual produk.

4. Pengalaman (Experience).

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dengan orang lain.

5. Konfirmasi (Confirmation) dan Diskonfirmasi (Disconfirmation).

Konfirmasi atau terkonfirmasi terjadi jika harapan sesuai dengan kinerja aktual produk. Sebaliknya diskonfirmasi atau tidak terkonfirmasi terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktual produk. (Nursiti, 2022).

2.4 Teori Bank Syariah

Sesuai UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan ('adl wa tawazun), kemaslahatan (maslahah), universalisme (alamiyah), serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim dan obyek yang haram. Selain itu, UU Perbankan Syariah juga mengamanahkan bank syariah untuk menjalankan fungsi sosial dengan menjalankan fungsi seperti lembaga baitul mal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (nazhir) sesuai kehendak pemberi wakaf (wakif).



Juhanperak

e-ISSN : 2722-984X

p-ISSN : 2745-7761

Menurut Perwataatmadja, Pengertian Bank Syariah adalah bank yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah (islam) dan tata caranya didasarkan pada ketentuan Al-quran dan Hadist. Menurut Schaik, Bank Syariah adalah suatu bentuk dari bank modren yang didasarkan pada hukum islam, yang dikembangkan pada abad pertengahan islam dengan menggunakan konsep bagi risiko sebagai sistem utama dan meniadakan sistem keuangan yang didasarkan pada kepastian dan keuntungan yang telah ditentukan sebelumnya

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017), metode peneliti deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagai mana adanya.

Jadi, penelitian ini dilakukan dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan suatu fenomena dengan cara yang sistematis dan terstruktur. Penelitian ini bertujuan untuk melihat Standar Operasional Prosedur (SOP) dan pengaruh Pelayanan *Customer Service* terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BSI KCP Teluk Kuantan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Standar Operasional Prosedur (SOP) kerja *Customer Service*

Standar Operasional Prosedur (SOP) Kerja BSI KCP Teluk Kuantan diantaranya mencakup 2 Aspek yaitu : 1. Aspek Penampilan yang mencakup pakaian rapi, bersikap ramah, berpenampilan menarik. 2. Aspek Pelayanan yang mencakup sikap ramah, sopan dan cepat tanggap. Pelayanan yang dimaksud seperti senyum, salam, sapa dan menyebut nama nasabah minimal sebanyak 3 kali bukti *Customer Service* menghormati nasabah.

2) Pengaruh pelayanan *Customer Service* terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Teluk Kuantan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan *Customer Service* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis tentang variabel pelayanan *Customer Service* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, kemudian data tersebut dapat dilihat berdasarkan uji t yang menunjukkan nilai thitung lebih besar dari ttabel ($1,889 > 1,681$) dan dengan nilai sign $0,004 < 0,005$, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah H_0 ditolak dan H_1 diterima. Ini berarti pelayanan *Customer Service* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan Hasil penelitian penulis menyimpulkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan *Customer Service* kepada nasabah maka semakin tinggi tingkat pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan *Customer Service* merupakan salah satu peranan penting yang mampu membantu menyelesaikan permasalahan nasabah. Pelayanan yang baik yang diberikan *Customer Service* mampu membuat nasabah puas akan Bank tersebut, tak hanya



Juhanperak

e-ISSN : 2722-984X

p-ISSN : 2745-7761

kinerja dan pengetahuan, tetapi sikap *Customer Service* terhadap nasabah menjadi salah satu point penting dalam peningkatan kepuasan nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan citra perbankan maka diperlukan karyawan yang siap melayani setiap kebutuhan nasabahnya.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan peneliti melalui tahap pengumpulan data dan pengolahan data mengenai pengaruh pelayanan *Customer Service* terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Teluk Kuantan maka dapat di simpulkan sebagai berikut :

- 1) Standar Operasional Prosedur (SOP) Kerja BSI KCP Teluk Kuantan diantaranya mencakup 2 Aspek yaitu : 1. Aspek Penampilan yang mencakup pakaian rapi, bersikap ramah, berpenampilan menarik. 2. Aspek Pelayanan yang mencakup sikap ramah, sopan dan cepat tanggap.
- 2) Hasil analisis data menggunakan uji t (parsial) yang menunjukkan nilai thitung lebih besar dari ttabel ($1,889 > 1,681$) dan dengan nilai sign $0,004 < 0,005$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan *Customer Service* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Teluk Kuantan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih penulis ucapkan kepada Orang Tua Penulis Ibunda Tercinta Surwida Yanti dan Ayahanda Maryulis, serta saudara penulis yang telah banyak memberikan dukungan materil hingga do'anya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tak hanya itu penulis menyampaikan terimakasih kepada : Dr. Ikrima Mailani, S.Pd.I., M.Pd.I selaku Rektor Universitas Islam Kuantan Singingi, Ibu Rika Ramadhanti, S.IP., M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Kuantan Singingi, Ibu Meri Yuliani. SE.Sy., ME.Sy selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Kuantan Singingi. Bapak H. Fitrianto, S.Ag., M.Sh selaku Pembimbing I, Bapak Alek Saputra, S.Sy., ME selaku Pembimbing II. Serta teman seperjuangan penulis.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Kasmir. 2014. Manajemen Perbankan. Cetakan ke-12. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Kasmir. 2017. Customer Service Excellent: Teori dan Praktik. PT Raja Grafindo Persada : Jakarta.

Lupiyoadi, R. (2014). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : Salemba Empat

Moenir, A.S. 2014. Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia . Bumi Aksara, Jakarta.

Philip Kotler (2005) Managemen Pemasaran. edisi kesebelas Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.



Juhanperak

e-ISSN : 2722-984X

p-ISSN :2745-7761

Priansa, Donni. 2017. *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung: Alfabeta

Sinambela, L. P. (2011). *Reformasi Pelayanan Publik: Teori, Kebijakan, Dan Implementasi* (Cetakan ke). Jakarta: Bumi Aksara.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

Windsuri, H., Hyachinta, S., & Team, B. G. (2016). *Excellence Service*. Jakarta: PT Gramedia Utama.

JURNAL

Widayanti, Arifiani. 2011. *Evaluasi Kualitas Pelayanan Publik Melalui Metode Konsumsi: Coercion Versus Choice (Captives, Clients, and Customers)*. *Jurnal Ilmu Administrasi: Media Pengembangan Ilmu dan Praktek Administrasi*, 10(2), 330-339.