

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN NASABAH
BANK BJB SYARIAH CABANG KOTA SUKABUMI**

SKRIPSI

IRVA OKTAVIANI

20190080110



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN HUMANIORA
SUKABUMI
AGUSTUS 2023**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN NASABAH
BANK BJB SYARIAH CABANG KOTA SUKABUMI**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh
Gelara Sarjana Manajemen*



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN HUMANIORA
SUKABUMI
AGUSTUS 2023**

PERNYATAAN PENULIS

JUDUL : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK
BJB SYARIAH CABANG KOTA SUKABUMI

NAMA : IRVA OKTAVIANI

NIM : 20190080110

“Saya menyatakan dan bertanggungjawab dengan sebenarnya bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali cuplikan dan ringkasan yang masing-masing telah saya jelaskan sumbernya. Jika pada waktu selanjutnya ada pihak lain yang mengklaim bahwa Skripsi ini sebagai karyanya, yang disertai dengan bukti- bukti yang cukup, maka saya bersedia untuk dibatalkan gelar Sarjana Manajemen saya beserta segala hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut”.

Sukabumi, 6 Agustus 2023



Irva Oktaviani

PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK
BJB SYARIAH CABANG KOTA SUKABUMI

NAMA : Irva Oktaviani

NIM : 20190080110

Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan di depan Dewan Penguji pada Sidang Skripsi tanggal 5 Agustus 2023 Menurut pandangan kami, Skripsi ini memadai dari segi kualitas untuk tujuan penganugerahan gelar Sarjana Manajemen.

Sukabumi, 6 Agustus 2023

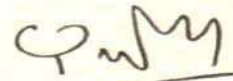
Dosen Pembimbing 1



M. Andri Juniansyah, M.M.

NIDN. 0402068703

Dosen Pembimbing 2



Yoedani, M.M.

NIDN. 0411086702

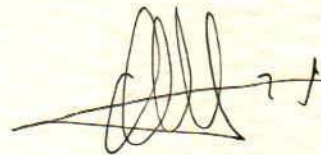
Ketua Penguji



Agung Maulana, M.A.

NIDN. 0412089501

Ketua Program Studi



Agung Maulana, M.A.

NIDN. 0412089501

Plh. Dekan Fakultas Bisnis dan Humaniora

C.S.A. Teddy Lesmana, M.H.

NIDN. 0414058705

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Selanjutnya tidak lupa pula penulis mengucapkan Shalawat dan Salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad Shalallahu 'Alaihi Wasallam yang telah membawa Risalah nya kepada seluruh umat manusia dan menjadi suri tauladan bagi kita semua. Oleh karena kuasa-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir Skripsi ini dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Nasabah bank **bjb** Syariah Cabang Kota Sukabumi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Program Sarjana (S1) Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Humaniora, Universitas Nusa Putra Sukabumi.

Penulisan karya tulis ini dapat diselesaikan dengan baik berkat bantuan dari berbagai pihak, baik dukungan moril maupun materil, do'a serta dorongan semangat yang sangat berarti bagi penulis. Sehubungan dengan itu penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, nikmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Kurniawan, S.T. M.Si., M.M selaku Rektor Universitas Nusa Putra
3. Bapak Anggy J, S.Pd., M.T., selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik Universitas Nusa Putra
4. Bapak Agung Maulana M.A., selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Nusa Putra Sukabumi.
5. Bapak M. Andri Juniansyah, M.M., selaku Dosen Pembimbing I Universitas Nusa Putra Sukabumi. Terimakasih untuk saran, masukan dan kritik yang membangun sehingga bermanfaat bagi penulis serta dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Yoedani, M.M., selaku Dosen Pembimbing II Universitas Nusa Putra Sukabumi. Terimakasih untuk saran, masukan dan kritik yang membangun sehingga bermanfaat bagi penulis serta dapat menyelesaikan skripsi ini.

7. Terbesar rasa terima kasih ini penulis ucapkan kepada ibu penulis, yang telah memberikan cinta, kasih, dukungan dari segi apapun, do'a dan restu yang diberikan kepada penulis dari mulai perjalanan awal kuliah sampai dengan penyusunan skripsi hingga selesai.
8. Terimakasih untuk Ramli yang telah banyak memberikan dukungan dan menjadi *support system* serta telah meminjamkan laptopnya selama penulisan skripsi ini.
9. Teman-teman terdekat, terutama Defa dan Sidiq terimakasih telah sama-sama berproses dan menemani dari awal hingga sampai saat ini selama berkuliah di Universitas Nusa Putra, bukan karena hanya sekedar kebutuhan akademik namun menjadi tempat berbagi cerita, canda, tawa, suka dan duka juga saling memberikan dukungan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman MN19E yang telah sama-sama berjuang meraih gelar Sarjana Manajemen.
11. Tidak lupa untuk diri sendiri, terimakasih telah berjuang dan bertahan dalam menikmati proses panjang ini.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat kami harapkan demi perbaikan. Amin Yaa Rabbal 'Alamiin.

Sukabumi, Juli 2023

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai sivitas akademik UNIVERSITAS NUSA PUTRA, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Irva Oktaviani
NIM : 20190080110
Program Studi : Manajemen
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nusa Putra **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty- Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK BJB SYARIAH CABANG KOTA SUKABUMI”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Nusa Putra berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Sukabumi

Pada tanggal : Agustus 2023

Yang menyatakan



Irva Oktaviani

DAFTAR ISI

ABSTRACT	ii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Kualitas Pelayanan	11
2.1.2 Kualitas Produk	14
2.1.3. Citra Merek.....	16
2.1.4 Kepuasan Nasabah	18
2.1.5 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah.....	21
2.1.6 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah	22
2.1.7 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Nasabah.....	22
2.1.8 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Nasabah	23
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
2.3 Kerangka Pemikiran	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	31
3.3 Jenis Data Penelitian.....	31
3.4 Variabel Operasional	32

3.4.1 Kualitas Pelayanan	34
3.4.2 Kualitas Produk	36
3.4.3 Citra Merek.....	37
3.4.4 Kepuasan Nasabah	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data	39
3.6 Populasi dan Sampel	40
3.6.1 Populasi	40
3.6.2 Sampel.....	41
3.7 Instrumen Penelitian.....	42
3.8 Teknik Analisis Data	42
3.8.1 Uji Instrumen.....	43
3.8.2 Uji Asumsi Klasik	43
3.9 Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
3.10 Uji t (Uji Parsial)	44
3.11 Uji F (Uji Simultan)	45
3.12 Koefisien Determinan (R^2).....	45
4.1 Hasil Penelitian.....	46
4.1.1 Karakteristik Responden	46
4.1.2 Analisis Deskriptif.....	49
4.2 Hasil Instrumen Penelitian	54
4.2.1 Hasil Uji Validitas	54
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	58
4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	59
4.3.1 Hasil Uji Normalitas.....	59
4.3.2 Hasil Uji Multikolinearitas	60
4.3.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	61
4.4. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	62
4.4.1 Hasil Uji t (Parsial).....	64
4.4.2 Hasil Uji F (Simultan)	66

4.4.3 Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)	66
4.5 Pembahasan	67
BAB V PENUTUP	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	76



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Bank Terbaik dalam Pelayanan Prima (BUS).....	3
Tabel 1. 2 Daftar Produk bank bjb Syariah KCP Sukabumi	5
Tabel 1. 3 Peringkat Bank berdasarkan Jumlah Asset	6
Tabel 1. 4 Bank Syariah di Kota Sukabumi	8
Tabel 1. 5 Data Number Of Account (NOA) Nasabah bank bjb Syariah Cabang Kota Sukabumi	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3. 1 Skor <i>Skala Likert</i>	32
Tabel 3. 2 Variabel Operasional	32
Tabel 3. 3 Daftar Pertanyaan Variabel Kualitas Pelayanan.....	36
Tabel 3. 4 Daftar Pertanyaan Variabel Kualitas Produk	37
Tabel 3. 5 Daftar Pertanyaan/Pernyataan Variabel Citra Merek	38
Tabel 3. 6 Daftar Pertanyaan/Pernyataan Variabel Kepuasan Nasabah.....	39
Tabel 3. 7 Data Kelola Nasabah bank bjb Syariah KCP Sukabumi	40
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	46
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden pada Kualitas Pelayanan	50
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden pada Kualitas Produk	52
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Pada Citra Merek	53
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden pada Kepuasan Nasabah	54
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Skala Kualitas Pelayanan	55
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Skala Kualitas Produk	56
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Skala Citra Merek.....	57
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Skala Kepuasan Nasabah.....	58
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas`	60
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas	61
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	62
Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	63
Tabel 4. 15 Hasil Uji Data T (Parsial).....	65
Tabel 4. 16 Hasil Uji F (Simultan)	66
Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)	67

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN	76
LAMPIRAN 2 TABULASI DATA VALIDITAS DAN RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN	84
LAMPIRAN 3 TABULASI DATA ASUMSI KLASIK PENELITIAN	85
LAMPIRAN 4 HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS.....	96



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri perbankan adalah badan usaha milik negara, daerah ataupun swasta yang berfungsi sebagai penghimpun dana masyarakat dalam bentuk berupa tabungan lalu menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit. Pelayanan yang diberikan yaitu berupa layanan jasa. Jasa yang diberikan perbankan bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan transaksi keuangan serta memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah.

Pertumbuhan pada industri perbankan saat ini mengalami perkembangan yang pesat. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), melaporkan asset perbankan nasional tumbuh 7,73%. Hal ini menyebabkan persaingan bisnis dalam dunia perbankan semakin kompetitif dan ketat yang mengakibatkan banyaknya strategi yang dilakukan oleh pihak bank untuk menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah. Hal terpenting bagi sebuah perusahaan dalam persaingan adalah memuaskan kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen. Bank yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus mampu memberikan kualitas produk dan pelayanan yang baik yang dapat membentuk citra positif dan mendorong nasabah hingga mampu merasakan kepuasan nasabah dibandingkan dengan kompetitornya. (Intan & lucky, 2022) Kepercayaan dan kepuasan nasabah menjadi faktor dalam keberhasilan usaha perbankan. (Adelia, 2019) Untuk menciptakan kepuasan konsumen (dalam konteks ini adalah nasabah), maka perusahaan (bank) harus mengenali dan memahami kebutuhan konsumen (nasabah).

Tujuan utama dari sebuah perusahaan yaitu tercapai kepuasan pelanggan (nasabah), sebab kepuasan pelanggan adalah investasi jangka panjang yang akan menguntungkan untuk kelangsungan hidup sebuah perusahaan. Menurut Kotler dalam (Nasirudin et al., 2018), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang muncul setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan merasa tidak puas. Jika kinerja

memenuhi harapan pelanggan akan merasa puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Kepuasan nasabah merupakan aspek yang penting bagi industri perbankan agar dapat mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas. Pelanggan atau nasabah akan berusaha mendapatkan produk yang berasal dari perusahaan yang mampu memberikan pelayanan terbaik. Citra kualitas perusahaan yang baik dilihat dari persepsi pelanggan/nasabah, sehingga orientasi kepuasan pelanggan selalu menjadi yang utama dalam visi misi perusahaan. (Meilani & Sugiarti, 2022)

Menurut Phillip Kotler dan Kevin Keller dalam (Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan (Dr. Meithiana Indrasari) menyatakan terdapat lima faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu, 1) Kualitas Produk dan Jasa, 2) Kualitas Pelayanan khususnya dalam industri jasa, nasabah akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan, 3) Emosional nasabah akan merasa puas dan bangga serta mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum apabila menggunakan produk dan jasa dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi, 4) Harga semakin mahal produk maka nasabah mempunyai harapan yang lebih besar, sedangkan semakin murah harga pelayanan jasa yang diberikan memberi nilai yang lebih tinggi dari konsumen, 5) Biaya nasabah yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut .

Hal ini selaras yang disampaikan oleh Lupiyoadi dalam (Afnina & Hastuti, 2018) bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh faktor-faktor tersebut yaitu: (1) kualitas produk, pelanggan selalu menuntut kualitas produk yang baik terhadap pengorbanan yang telah mereka keluarkan untuk mendapatkan produk tersebut. Dalam perbankan, pelanggan adalah nasabah. Nasabah akan merasa puas jika bank menyediakan produk-produk yang membantu dan memudahkan mereka dalam mengelola usaha, keuangan, maupun dalam berinvestasi. (2) kualitas pelayanan, nasabah akan merasa puas jika mendapatkan pelayanan yang baik dari bank. Nasabah yang merasa puas dan nyaman terhadap pelayanan yang diberikan dan mendapatkan pelayanan yang sesuai harapan, akan menjadi nasabah yang loyal dan kembali menggunakan jasa bank. (3) emosional, perasaan kagum yang didapatkan

oleh nasabah jika menjadi nasabah salah satu bank yang memiliki reputasi baik di kalangan publik. Nasabah akan merasa senang dan puas bukan karena kualitas produk atau kualitas layanan, melainkan karena nilai sosial. (4) harga, perusahaan yang menetapkan harga lebih murah dibandingkan perusahaan lain dengan kualitas yang sama, lebih disukai oleh pelanggan dan memiliki nilai yang lebih tinggi menurut pelanggan. (5) biaya, nasabah bank akan lebih memilih bank yang menerapkan biaya administrasi lebih rendah dibandingkan bank lain yang menerapkan biaya administrasi lebih tinggi. Nasabah akan merasa puas karena dana yang mereka titipkan pada bank tidak berkurang banyak untuk biaya administrasi.

Kualitas pelayanan merupakan hal yang penting dan harus diperhatikan oleh perusahaan, karena bank merupakan perusahaan jasa. Kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah sangat penting untuk perusahaan kelola dengan baik agar tetap mendapatkan kepercayaan dan kepuasan dari nasabah. Tidak peduli sebesar apa atau seramai apapun, bank harus mampu mempertahankan kepuasan nasabah dan berorientasi pada kualitas pelayanan. (Saleh & Saleh, 2019)

Tabel 1. 1 Bank Terbaik dalam Pelayanan Prima (BUS)

No	2020	2021	2022
1	Bank Syariah Mandiri	BSI	BSI
2	BCA Syariah	BCA Syariah	BCA Syariah
3	BNI Syariah	Bank Muamalat	BJB Syariah
4	Bank Muamalat	BJB Syariah	Bank Muamalat
5	Bank bjb Syariah	BPDB	BPDB

Sumber : infobank, 2022

Pada Tabel 1 diatas, kualitas pelayanan bank **bjb** Syariah semakin lama semakin memperlihatkan peningkatan. Walaupun begitu bank **bjb** Syariah harus terus meningkatkan dan memperbaiki kualitas pelayanan perusahaanya karena akan mempengaruhi peringkat bank dan kepuasan nasabahnya.

Menurut Tjiptono dalam (Intan & lucky, 2022) Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan. Kualitas layanan dipengaruhi oleh dua hal yaitu jasa

yang dirasakan (*perceived service*) dan layanan yang diharapkan (*expected service*). Tjiptono mengatakan dalam (Sondakh, 2019) apabila layanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan harapan, maka kualitas layanan dipersepsikan baik dan memuaskan, tapi apabila melampaui harapan pelanggan maka menjadi kualitas layanan yang ideal. Sebaliknya apabila layanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan buruk. Implikasi baik buruknya kualitas suatu layanan tergantung kepada kemampuan penyedia layanan memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten. Kualitas pelayanan ditentukan oleh bagaimana tingkat kesesuaian antara pelayanan yang diberikan dengan harapan yang diharapkan oleh pengguna layanan.

(Rusmahafi & Wulandari, 2020) dalam penelitiannya menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Pelayanan yang cepat, merupakan indikator dari kualitas pelayanan memiliki korelasi paling tinggi dalam menciptakan kepuasan pelanggan, terutama pada kepuasan terhadap pelayanan yang cepat. Selaras dengan (Triyadi et al., 2021) juga menyatakan dalam penelitiannya bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Selain kualitas pelayanan, kualitas produk merupakan variabel yang dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Chavan dalam (Darmawan D, 2019) Produk yang berkualitas dapat dilihat dari seberapa besar totalitas fiturnya, karakteristik produk atau layanan yang mampu memberikan kepuasan Dalam menjalankan usahanya, penyedia jasa (bank) selain harus memberikan pelayanan terbaik bagi nasabahnya dan harus didukung dengan sarana dan prasarana yang memadai agar menarik minat masyarakat menjadi nasabah baru dan tidak pindah ke kompetitor lain. Salah satunya yaitu dengan mengeluarkan produk yang berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan para nasabah.

Tabel 1. 2 Daftar Produk bank bjb Syariah KCP Sukabumi

No	Nama
1	DEPOSITO KORPORASI KHUSUS
2	DEPOSITO MUDHARABAH
3	DEPOSITO MUDHARABAH BANK
4	GIRO IB MASLAHAH
5	GIRO IB MASLAHAH KORPORAT
6	GIRO PLUS IB MASLAHAH KORPORAT
7	TABUNGAN ANAK IB MASLAHAH
8	TABUNGAN IB MASLAHAH
9	TABUNGAN IB MASLAHAH (INSTAN)
10	TABUNGAN IB MASLAHAH BO II
11	TABUNGAN WADIAH FREE TARIK TUNAI
12	TABUNGANKU IB
13	SIMPANAN PELAJAR IB PIP
14	TABUNGAN HAJI IB MASLAHAH
15	TABUNGAN IB MASLAHAH MUDHARABAH
16	TABUNGAN MUDHARABAH-BANK
17	TABUNGAN RENCANA
18	TABUNGAN SETARA DEPOSITO TASEDO
19	SIMPANAN PELAJAR IB
20	TABUNGAN TANDAMATA IB MASLAHAH
21	TABUNGAN TANDAMATA IB MASLAHAH

Sumber : Data nasabah bank **bjb** Syariah KCP Sukabumi, 2023

Produk yang diberikan bank **bjb** Syariah KCP Sukabumi bervariasi disesuaikan dengan kebutuhan nasabahnya. Salah satu produk tabungan unggulan bank **bjb** Syariah cabang kota sukabumi adalah Tabungan Haji dengan kelebihan yang diperoleh nasabah sebagai berikut:

- 1) Minimum setoran awal Rp.0
- 2) Bebas biaya administrasi bulanan
- 3) Layanan SISKOHAT Kemenag RI untuk kepastian jadwal kepergian
- 4) Layanan Booking Seat sejak umur 12 tahun
- 5) Bagi hasil untuk menambah saldo

Tabungan haji sendiri memiliki keuntungan berbeda untuk nasabah dengan program JAJAKA yaitu tabungan haji khusus ASN dengan keuntungan diberikannya saldo Rp.25.000, WANOJA untuk karyawan swasta dengan

keuntungan diebrikan saldo Rp.25.000, dan KATAJI untuk pelajar dengan keuntungan diberikannya saldo Rp.10.000 juga gratis biaya administrasi.

Menurut Prawirosentono dalam (Afnina & Hastuti, 2018) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan hal yang sangat penting untuk dijaga agar suatu industri tidak kehilangan konsumen, dan reputasi perusahaan tetap terjaga dengan baik. Tjiptono & Chandra dalam (Afnina & Hastuti, 2018) juga menyatakan kualitas produk adalah keseluruhan gabungan karakteristik produk dan jasa dari aspek pemasaran, rekayasa, manufaktur, dan pemeliharaan yang sesuai dengan harapan konsumen terhadap produk dan jasa tersebut. Dalam penelitian yang dilakukan (Afnina & Hastuti, 2018) menunjukkan bahwa terdapat sifat keeratan hubungan yang terbilang kuat dan bernilai positif antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan. Selain itu, hasil penelitian yang dilakukan diperoleh bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Sapitri et al., 2020) menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut berarti, jika kualitas produk baik maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat.

Membangun dan mempertahankan citra perusahaan merupakan salah satu faktor yang sangat penting bagi suatu perusahaan jasa agar menarik pelanggan serta mempertahankan loyalitas pelanggannya. Untuk dapat mewujudkan kepuasan pelanggan, perusahaan harus dapat meningkatkan nilai maupun citra dari merek yang dimilikinya. Semakin baik penilaian konsumen, akan semakin tinggi pula kepuasannya.

Tabel 1. 3 Peringkat Bank berdasarkan Jumlah Asset

No	Bank	Tahun (Dalam Triliun Rupiah)		
		2020	2021	2022
1	BSI	-	265	306
2	Bank Muamalat	51,2	58,9	61,4
3	BTPN Syariah	16,4	18,56	21,2
4	Bank Panin Dubai Syariah	10,6	11,66	14,79
5	Bank Mega Syariah	7,5	9,52	13,01
6	Bank bjb Syariah	8,89	10,93	12,44

7	BCA Syariah	9,7	10,6	11,3
---	-------------	-----	------	------

Sumber : Laporan keuangan masing – masing bank, 2022

Dari tabel 1.3 diatas dapat dilihat bahwa asset bank **bjb** Syariah masih kalah dibandingkan dengan bank syariah lain dalam jumlah asset dan laba bersih meskipun dari tahun ke tahun menunjukan adanya peningkatan. Ini harus menjadi perhatian karena jumlah asset dan laba bersih merupakan kombinasi untuk meningkatkan citra perusahaan.

Citra Merek berkenaan dengan sikap mengenai keyakinan pelanggan terhadap suatu merek serta mendukung menyampaikan persepsi dan informasi terhadap merek itu sendiri. Hal ini dibuktikan dalam penelitian yang dilakukan Ridho (2017) yang menyatakan bahwa citra merek suatu perusahaan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Citra merek tidak terdapat dalam fitur, teknologi atau jenis produk itu sendiri, citra timbul karena iklan, promosi atau penggunaannya. Melalui citra merek, konsumen dapat mengenali produk, mengevaluasi kualitas, mengurangi risiko pembelian, dan memperoleh pengalaman tertentu serta mendapatkan kepuasan tertentu dari suatu produk. (Sondakh, 2019)

Selaras dengan penelitian (Sapitri et al., 2020) hasilnya menunjukkan bahwa Citra Merek berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan. Hal tersebut berarti, apabila Citra Merek makin Tinggi maka Kepuasan Pelanggan semakin meningkat. Kualitas Produk memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal tersebut berarti, apabila kualitas produk baik maka Kepuasan Pelanggan akan meningkat. Iqbal dkk. (2017) tentang faktor penentu kepuasan nasabah syariah yang paling penting adalah kompetensi, komitmen karyawan, dan citra perusahaan sebagai bank syariah. Di sisi lain, hasil penelitian Suhartanto dkk. (2018) menunjukkan bahwa persepsi kualitas, citra merek, kesadaran merek, dan asosiasi merek juga berhubungan positif dengan kepuasan pelanggan.

bank **bjb** Syariah atau yang biasa disingkat BJBS adalah salah satu Bank yang ikut hadir dalam memberikan layanan serta produk perbankan syariah di Indonesia. Pada awal berdirinya, bank **bjb** Syariah merupakan Divisi/Unit Usaha Syariah dari PT.Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten yang ada pada tanggal 20 Mei 2000 yang bertujuan agar memenuhi kebutuhan masyarakat Jawa Barat yang

mulai memiliki keinginan untuk menggunakan jasa perbankan syariah. Table 3 menunjukkan beberapa bank syariah yang berada di Kota Sukabumi pada periode 2021, baik bank syariah milik pemerintah maupun bank syariah milik swasta.

Tabel 1. 4 Bank Syariah di Kota Sukabumi

No	Nama Bank	Jumlah Bank	Jumlah ATM
1	BSI	3	5
2	Bank Muamalat	1	4
3	bank bjb Syariah	1	1
4	Sinarmas Syariah	1	2

Sumber : bps kota sukabumi, 2022 dan website masing-masing bank

Table 1.4 menunjukkan bank **bjb** Syariah mengalami persaingan yang ketat, sehingga bank **bjb** Syariah berupaya untuk meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan dengan cara memenuhi apa yang nasabah butuhkan.



Tabel 1. 5 Data Number Of Account (NOA) Nasabah bank bjb Syariah Cabang Kota Sukabumi

Data Kelola Nasabah			
2021		2022	
Tabungan	18,019	Tabungan	17.462
Deposito	54	Deposito	48
Giro	170	Giro	162

Sumber : Sistem Informasi Kelola Nasabah bank bjb Syariah Cabang Kota Sukabumi

Hasil wawancara dengan *Funding Officer* bank **bjb** Syariah cabang Sukabumi diperoleh informasi bahwa berdasarkan *Number Of Account* (NOA) ada penurunan jumlah nasabah dibandingkan tahun sebelumnya, menurut *Funding Officer* bank **bjb** Syariah cabang Kota Sukabumi hal ini terjadi karena, selain

adanya bank syariah lain adanya bank syariah baru milik pemerintah yang berada di kota Sukabumi, kurang lengkap fasilitas yang ditawarkan oleh bank **bjb** Syariah, serta kurang cakupannya karyawan dalam melayani nasabah.

Funding Officer bank **bjb** syariah kcp sukabumi mengungkapkan bahwa *complain* adalah suatu hal yang sangat lazim bagi nasabah. *Handling complaint*, merupakan alat untuk memuaskan nasabah dengan memberikan solusi atas permasalahan yang terjadi agar membuat nasabah merasa puas. Informasi lebih lanjut disampaikan terkait keluhan-keluhan nasabah bank **bjb** Syariah cabang Sukabumi antara lain lamanya pelayanan yang diberikan karena bank **bjb** syariah cabang Sukabumi hanya mempunyai satu *teller* dan satu *customer service*, fasilitas ATM yang hanya satu membuat nasabah sulit menjangkau, serta sering erornya mobile banking bank **bjb** syariah.

Berdasarkan uraian diatas dipahami bahwasanya kualitas pelayanan, kualitas produk dan citra merek merupakan suatu hal yang membutuhkan perhatian karena memiliki dampak terhadap kepuasan nasabah. Dari beberapa penelitian menunjukkan hasil yang berbeda terkait Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap kepuasan nasabah. Sehingga peneliti tertarik melakukan penelitian tersebut pada subjek yang berbeda, yaitu nasabah bank **bjb** Syariah cabang Kota Sukabumi. yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, kualitas produk dan cita merek terhadap kepuasan nasabah bank **bjb** Syariah cabang kota Sukabumi. Oleh karena itu, penelitian ini diberi judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Nasabah bank **bjb** Syariah Cabang Kota Sukabumi”

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bank **bjb** Syariah Cabang Kota Sukabumi?
2. Apakah Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bank **bjb** Syariah Cabang Kota Sukabumi?
3. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bank **bjb** Syariah Cabang Kota Sukabumi?

4. Apakah Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Citra Merek berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bank **bjb** Syariah Cabang Kota Sukabumi?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank **bjb** Syariah cabang kota Sukabumi.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah bank **bjb** Syariah cabang kota Sukabumi.
3. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan nasabah bank **bjb** Syariah cabang kota Sukabumi.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan nasabah bank **bjb** Syariah cabang kota Sukabumi.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Diharapkan penelitian ini dapat membantu mahasiswa dalam untuk memahami kualitas pelayanan, kualitas produk, dan citra merek terhadap kepuasan nasabah sehingga hal tersebut diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan.
2. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi kepada mahasiswa dan perusahaan khususnya dalam industry perbankan terkait factor-faktor yang memperngaruhi kepuasan nasabah.
3. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumber referensi penelitian selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah di bank **bjb** Syariah cabang Kota Sukabumi. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil uji t yaitu diperoleh nilai $\text{sig } 0,000 < 0,05$ dengan nilai $t_{\text{hitung}} 3,838 > t_{\text{tabel}} 1,661$. Variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah bank, hal tersebut diktikan berdarakan hasil uji t diperoleh nilai $\text{sig } 0,000 < 0,05$ dengan nilai $t_{\text{hitung}} 3,877 > t_{\text{tabel}} 1,661$. Variable citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah hal tersebut dapat dilihat berdasarkan hasil uji t $0,012 < 0,05$ dengan nilai $t_{\text{hitung}} 2,570 > t_{\text{tabel}} 1,661$. Variabel kualitas pelayanan kualitas produk dan citra merek simultan atau secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah bank **bjb** Syariah cabang Kota Sukabumi. Besar kecilnya pengaruh variabel terikat sebesar 77,5%, sedangkan sisanya sebesar 22,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Berdasarkan hasil dan pembahasan hal tersebut dijadikan bahan pertimbangan perusahaan dalam mengembangkan dan mempertahankan kualitas pelayanan, kualitas produk dan citra merek yang diberikan untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Sehingga dalam hal ini, perusahaan harus dapat meningkatkan kualitas layanan dengan mengevaluasi kembali kendala- kendala ataupun melakukan perbaikan secara kontinuitas agar dapat memberikan citra kepuasan atas layanan yang telah diberikan kepada pelanggan.

5.2 Saran

Adapun saran-saran yang diberikan sehubungan dengan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan khususnya dengan menambah *custumor service* dan teller agar nasabah yang berkunjung tidak mengantri terlalu lama. Dan menabahkan jaringan

Automatic Teller Machine (ATM) untuk memudahkan nasabah menjangkau secara cepat.

2. Diharapkan perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk yang ada khususnya dengan melakukan maintenance server secara rutin untuk memelihara system mobile banking agar tidak terjadi erorr terus menerus.
3. Pada penelitian selanjutnya dapat meneruskan dengan mengganti variable selain yang telah dipakai pada penelitian ini agar lebih berkembang. Lalu memakai objek lain yang lebih luas agar keakuratan data bisa lebih baik.



DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, M. (2019). Pengaruh Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1.
- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21–30.
<https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.458>
- Agung & Zarah. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Ayuningtyas, K. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bank Mandiri Cabang Alam Sutera Tangerang). *Jurnal Manajemen*, 11(1), 63–76.
<https://doi.org/10.30656/jm.v11i1.3032>
- Basalamah, M. R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah. *Wiga : Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 7(2), 70–71.
<https://doi.org/10.30741/wiga.v7i2.339>
- Daga, R. (2017). *Buku 1, Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (Issue May 2017).
- Darmawan D. (2019). Kualitas Produk, Kesadaran Merek dan Harga serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(September), 75–88.
- Ghazali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit: Universitas Diponegoro.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182.
<https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>
- Intan & lucky. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Cabang Ranotana. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 3(1), 98–105.
- Jayengsari, R., Yunita, R., & Maloka, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Bjb Kcp Cipanas. *Ar-Rihlah : Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 1(1), 11.
<https://doi.org/10.35194/arps.v1i1.1291>
- Meilani, A., & Sugiarti, D. (2022). Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 2501–2510. <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/6586%0Ahttps://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/download/6586/2739>

- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83.
<https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>
- Nasirudin, M., Yulisetiari, D., & Suroso, I. (2018). *Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Word of Mouth*. 68–86.
- Pamungkas, Z. A. (2021). “PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP EWOMDENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Pada UD ‘Harum Manis’ UKM Oleh-oleh dan Souvenir Khas Kota Batu).” *Managemen and Bussiness Riview (MBR)*, 5(2), 1–10.
- Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan (Dr. Meithiana Indrasari) (Z-Library).pdf*. (n.d.).
- Rahman, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt . Pln (Persero) Area Manado the Effect of Quality Service and Innovation Toward Customer Satisfaction. *Jurnal EMBA*, 7(1), 301–311.
- Rahmatullah, B., & Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Helm Merek Kyt Di Kecamatan Bintara KotBeka asi. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(3).
<https://doi.org/10.35137/jmbk.v7i3.351>
- Rismanto, H. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan PT Bank X Bandung*. 2(1), 51–57.
- Rusmahafi, F. A., & Wulandari, R. (2020). the Effect of Brand Image, Service Quality, and Customer Value on Customer Satisfaction. *International Review of Management and Marketing*, 10(4), 68–77.
<https://doi.org/10.32479/irmm.9939>
- Ryan Fauzi, K. M. (2019). *menyebabkan semakin ketatnya persaingan yang mengharuskan perusahaan untuk memiliki keunggulan bersaing . Keunggulan bersaing dapat diperoleh ket*. 8(11), 6741–6761.
- Saleh, N. N., & Saleh, N. N. (2019). Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Industri*, 20(1), 1.
- Sanjaya, T., & Hastoko, Y. P. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Pizza Hut Komsen Jatiasih Bekasi. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, Vol.1,No.5(ISSN : 2829-7466), 317–330.
- Sapitri, E., Sampurno, & Hayani, I. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Minyak Telon Cussons Baby di DKI Jakarta). *Jurnal Mandiri*, 4(2), 231–

240. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i2.144>

Sondakh, C. (2019). .Xdolwdv /D\Dqdqdq Flwud Phuhn«. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, vol.3(Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado)), 19–32.

Triyadi, T., Amelia, R. W., & Khoir, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Danamon TBK Cabang Bintaro. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 3(4), 509.
<https://doi.org/10.32493/jee.v3i4.11289>

Wijaya, P., & Erdiansyah, R. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Scarlett Whitening terhadap Kepuasan Konsumen. *Prologia*, 6(2), 296–303.
<https://doi.org/10.24912/pr.v6i2.15475>

Yulianto, A. R. (2018). Tinjauan Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi*, 20(2), 241–258.

