

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Obyek Penelitian

a. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia (BSI)

Sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, tentu potensi industri keuangan syariah cukup menjanjikan di masa depan. Hal ini tentu saja bisa terjadi jika adanya sinergi antara pemegang kebijakan dan juga kesadaran masyarakat terhadap transaksi halal berbasis syariah yang terus ditegakkan dalam prinsip ekonomi. Adanya peningkatan yang signifikan beberapa tahun terakhir terhadap produk dan layanan berbasis syariah di Indonesia membuat pemerintah mencermati hal ini sebagai sebuah momen penting dalam tonggak perekonomian syariah di Indonesia. Sikap optimis inilah yang membuat pemerintah akhirnya menggabungkan 3 daftar bank syariah besar besutan BUMN, yaitu PT Bank Syariah Mandiri Tbk, PT Bank BNI Syariah Tbk, dan PT Bank BRI Syariah Tbk menjadi intensitas baru yang diberi nama Bank Syariah Indonesia atau BSI.¹

Rencana untuk menggabungkan 3 bank syariah besar ini sudah dilakukan sejak Maret 2020 lalu. Proses pendirian ini harus melalui tahapan yang cukup ketat termasuk proses perizinan dari Otoritas Jasa Keuangan. Kemudian, proses pengesahan nama baru yakni Bank Syariah Indonesia yang dilakukan oleh Kementerian Hukum dan HAM, persiapan logo baru, dan lainnya. Adapun pemilihan penggabungan 3 bank syariah milik BUMN yang bisa memberikan dampak yang lebih besar lagi dan mempermudah pengembangan dari satu pintu. BRI Syariah, BNI Syariah, dan Mandiri Syariah memiliki rekam jejak yang baik selama ini. Bahkan pertumbuhan perbankan syariah selama pandemi covid-19 tetap tumbuh secara positif. Hal ini yang membuat pengukuhan terhadap hadirnya BSI akan menjadi salah satu katalis pertumbuhan

¹ Achmad Sani Alhusain, "Bank Syariah Indonesia: Tantangan dan Strategi dalam Mendorong Perekonomian Nasional", *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik* 9 No. 3 (2021): 27

ekonomi Indonesia.²Tiga Bank Syariah yang melakukan merger antara lain

1) PT BRI Syariah Tbk (BRIS)

PT BRI Syariah Tbk atau sering disingkat menjadi BRIS awalnya terbentuk dari proses akuisisi BRI terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007. Setelahnya, BRI Syariah mulai beroperasi pada 17 November 2008 dengan berlandaskan prinsip syariah Islam. BRI Syariah berfokus membidik berbagai segmen di masyarakat dan terus tumbuh luas menawarkan berbagai produk syariah kepada nasabahnya. Pada 2018, BRI Syariah mulai melaksanakan initial public offering di Bursa Efek Indonesia dan mencatatkan diri sebagai anak usaha BUMN di bidang Syariah yang pertama kali melaksanakan penawaran umum saham perdana.

2) PT Bank Negara Indonesia Syariah (BNIS)

Bank Negara Indonesia Syariah (BNIS) didirikan pada 29 April 2000 dengan pembukaan 5 kantor cabang utama di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara, dan Banjarmasin. Pendirian Bank Negara Indonesia ini tercetus setelah melihat kondisi bank syariah saat krisis moneter di tahun 1998 tetap mampu berdiri tanpa mengalami perubahan secara signifikan. Dalam proses operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan aspek syariah yang diawasi langsung oleh Dewan Pengawas Syariah dan telah melalui pengujian sehingga memenuhi aturan Syariah.

3) PT Bank Syariah Mandiri (BSM)

Awalnya Bank Mandiri adalah bank yang berdiri dari hasil penggabungan dari empat bank, yaitu Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo yang mulai terguncang akibat krisis moneter pada tahun 1998. Setelah itu mulai dibentuk tim konsolidasi untuk pengembangan perbankan syariah dan pada 1 November 1999 terbentuklah Bank Syariah Mandiri. Hingga saat ini Bank Syariah Mandiri mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani sebagai landasan operasional. Hal ini

² Sri Mahargiyantie, "Peran Strategis Bank Indonesia dalam Ekonomi Syariah di Indonesia", *Al-Misbah* 1 No. 2 (2021): 84.

yang membuat Bank Syariah Mandiri terus berkembang hari ini dan menjadi bagian dari Bank Syariah Indonesia.

Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia (BSI) PT. Bank Syariah Indonesia atau yang disingkat dengan BSI adalah Bank (Perbankan) Syariah yang didirikan pada 01 Februari 2021 pukul 13.00 WIB dan diresmikan oleh Presiden Jokowi. Pendirian Bank Syariah Indonesia ini adalah bagian dari upaya dan komitmen Pemerintah dalam memajukan ekonomi syariah sebagai pilar baru kekuatan ekonomi nasional yang juga secara jangka panjang akan mendorong Indonesia sebagai salah satu pusat keuangan syariah dunia.³

Bank Syariah Indonesia merupakan penggabungan (merger) dari 3 Bank BUMN yaitu PT Bank BRI syariah Tbk, PT Bank BNI Syariah dan PT Bank Syariah Mandiri. Dengan merger ini maka perbankan syariah di Indonesia akan menjadi lebih inovatif, lebih bermanfaat, dan lebih kuat sehingga bisa menjadi bagian dari motor pembangunan Indonesia. BSI menjadi cerminan wajah syariah di Indonesia yang modern, universal, dan tentu saja memberikan kebaikan bagi seluruh masyarakat. Setelah melakukan merger, Bank Syariah Indonesia akan jadi bank syariah terbesar di Indonesia dengan total aset Rp239,56 triliun dengan lebih dari 1.000 kantor cabang dan 20.000 karyawan. BSI juga akan menjadi bank dengan peringkat 7 berdasarkan total aset yang dimiliki

Proses merger tiga bank syariah besar di Indonesia menjadi salah satu tonggak sejarah yang akan membuka banyak peluang-peluang baru dalam mendukung perekonomian masyarakat secara nasional. Setiap bank syariah memiliki latar belakang dan sejarahnya sendiri sehingga semakin menguatkan posisi BSI ke depannya.⁴

³ Achmad Sani Alhusain, "Bank Syariah Indonesia: Tantangan dan Strategi dalam Mendorong Perekonomian Nasional", *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik* 9 No. 3 (2021): 20

⁴ Aries (CS BSI), wawancara oleh penulis, 8 Februari, 2022

b. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia (BSI)

- i. Visi Bank Syariah Indonesia (BSI)
Bank Syariah Indonesia memiliki visi untuk menjadi salah satu dari sepuluh Bank Syariah terbesar berdasarkan dengan kapitalisasi pasar secara global dalam waktu lima tahun kedepan.⁵
- ii. Misi Bank Syariah Indonesia (BSI)
 - 1) Mewujudkan nilai tambah bagi investor.
 - 2) Menyediakan solusi keuangan syariah yang amanah dan modern.
 - 3) Memberikan kontribusi positif.
 - 4) Memberikan pertumbuhan nilai positif
 - 5) Menyediakan produk & layanan
 - 6) Meningkatkan produk & layanan
 - 7) Mengutamakan penghimpunan dana murah
 - 8) Mengembangkan talenta & wahana berkarya untuk berprestasi sebagai perwujudan ibadah.

c. Tujuan Marger yang di Lakukan oleh Bank Syariah Indonesia

Proses penggabungan 3 bank syariah besar di Indonesia bukan hanya rencana jangka pendek tapi memiliki tujuan yang jelas di masa mendatang. Tentu ada tugas-tugas yang akan diemban oleh BSI sebagai perwakilan bank syariah resmi yang diusung dan dikawal oleh pemerintah. Berikut ini beberapa tujuan merger yang dilakukan oleh BSI.

- a) Sinergi yang Baik demi Meningkatkan Layanan untuk Nasabah Bank Syariah.

Dengan menggabungkan tiga bank syariah besar, tentu akan tergabung tiga layanan bank dalam satu pintu untuk mengoptimalkan prospek bisnis dan pengembangan perbankan syariah di Indonesia. Sinergitas yang dihasilkan dari merger ini tentu akan semakin kuat dan kokoh dan sejalan dalam visi bank syariah di Indonesia di masa depan.

- b) Perbaiki Proses Bisnis

Akan sangat mudah bagi pemerintah untuk mengawal prinsip syariah yang dijalankan oleh BSI dan tentu saja ini akan memperbaiki proses bisnis

⁵ Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia, diakses pada tanggal 5 Februari, 2022, https://ir.bankbsi.co.id/vision_mission.html

syariah yang sudah berjalan baik selama ini. Meski ada tantangan dalam hal penggabungan nasabah, tantangan ini akan sebanding dengan proses bisnis syariah yang semakin baik kedepannya karena dikelola oleh satu bank.

c) Risk Management

Pengelolaan BSI akan meminimalisir risiko-risiko yang mungkin terjadi dalam pengelolaan bisnis perbankan di masa depan. Keberhasilan Bank Mandiri saat ini yang berawal dari hasil merger empat bank sebelumnya menjadi pelajaran bahwa risiko perbankan bisa diminimalisir jika ketiga bank syariah plat merah ini digabungkan menjadi satu.

d) Sumber Daya Instansi

BSI akan menyeleksi sumber daya terbaik untuk menjalankan industri perbankan syariah lebih baik lagi dibandingkan jika berjalan sendiri dengan tiga entitas berbeda. Hal ini akan membuat setiap instansi dan jajaran direksi akan diisi oleh tenaga profesional dan bekerja dalam satu payung lembaga dengan visi dan misi yang searah

e) Penguatan Teknologi Digital

Pengembangan teknologi dan inovasi perbankan terus bermunculan dan ini adalah tugas dari Bank Syariah Indonesia untuk menyeragamkan teknologi syariah yang ada di Indonesia. Harapannya, teknologi digital yang diusung oleh BSI dapat menjadi tolok ukur untuk sistem teknologi informasi berbasis Syariah dalam skala nasional. Dari segi teknologi, BSI membuat website serta aplikasi Bank Syariah Indonesia mobile berbasis online yang memudahkan masyarakat dalam mengaksesnya.⁶

2. Deskripsi Gambaran Responden

a. Jenis Kelamin Responden

Dalam lembar kuesioner, peneliti memberikan pertanyaan atas jenis kelamin responden agar dapat

⁶ Nur Sulistiyaningsih, Shul Thanul Azkar, "Potensi Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam Upaya Peningkatan Perekonomian Nasional", *Jurnal Pemikiran dan Pembaharuan Hukum Islam* 24 No 1 (2021): 39

mendiskripsikan responden di Bank Syariah Indonesia (BSI). Berikut ini deskripsi jenis kelamin responden.

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
Perempuan	57	64.77%
Laki-laki	31	35.23%
Total	88	100.00%

Berdasarkan tabel diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa responden dalam penelitian ini berdasarkan jenis kelamin terbagi menjadi perempuan berjumlah 57 responden atau 64,77% dan 31 responden laki-laki berjumlah 35,23%.

b. Pendidikan Responden

Dalam lembar kuesioner, peneliti memberikan pertanyaan atas pendidikan responden agar dapat mendiskripsikan responden di Bank Syariah Indonesia (BSI). Berikut ini deskripsi jenis kelamin responden.

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan	Frekuensi	Presentasi
SD	10	11.36%
SMP	7	7.95%
SMA	23	26.14%
S1	48	54.55%
Total	88	100.00%

Berdasarkan tabel diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa responden dalam penelitian ini berdasarkan pendidikan terakhir terbagi menjadi SD berjumlah 10 responden atau 11.36% dan 7 responden SMP berjumlah 7.95%, SMA berjumlah 23 responden atau 26.14%, S1 berjumlah 48 responden atau 54.55%.

c. Status Pekerjaan Responden

Dalam lembar kuesioner, peneliti memberikan pertanyaan atas status pekerjaan responden agar dapat mendiskripsikan responden di Bank Syariah Indonesia (BSI). Berikut ini deskripsi jenis kelamin responden.

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

Status Pekerjaan	Frekuensi	Presentasi
IRT	7	7.95%
Mahasiswa	51	57.95%
Pegawai, Buruh	17	19.32%
Wiraswata	13	14.17%
Total	88	100.00%

Berdasarkan tabel diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa responden dalam penelitian ini berdasarkan status pekerjaan terbagi menjadi IRT berjumlah 7 responden atau 7.95% dan 51 responden Mahasiswa berjumlah 57.95%, Pegawai, buruh berjumlah 17 responden atau 19.32%, wiraswasta berjumlah 13 responden atau 14.17%.

3. Deskripsi Data Variabel Penelitian

Deskripsi data variabel penelitian memuat hasil masing-masing jawaban responden tentang pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kudus.

a. Variabel Kualitas Pelayanan

Berdasarkan tabulasi data jawaban responden mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) kantor cabang Kudus. Dapat dijelaskan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4. 4 Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan

Pernyataan	Total STS	(%)	Total TS	(%)	Total S	(%)	Total SS	(%)
X1.1	0	0.00 %	0	0.00 %	58	65.91 %	30	34.09 %
X1.2	0	0.00 %	1	1.14 %	51	57.95 %	36	40.91 %
X1.3	0	0.00 %	0	0.00 %	51	57.95 %	37	42.05 %
X1.4	0	0.00 %	1	1.14 %	49	55.68 %	38	43.18 %

		%		%		%		%
X1.5	0	0.0 0 %	1	1.1 4 %	49	55. 68 %	38	43. 18 %
X1.6	0	0.0 0 %	2	2.2 7 %	60	68. 18 %	26	29. 55 %
X1.7	0	0.0 0 %	0	0.0 0 %	61	69. 32 %	27	30. 68 %
X1.8	0	0.0 0 %	1	1.1 4 %	52	59. 09 %	35	39. 77 %
X1.9	0	0.0 0 %	1	1.1 4 %	57	64. 77 %	30	34. 09 %
X1.10	0	0.0 0 %	4	4.5 5 %	59	67. 05 %	25	28. 41 %
X1.11	0	0.0 0 %	0	0.0 0 %	63	71. 59 %	25	28. 41 %

- 1) Pada item X1.1, responden menjawab sangat setuju berjumlah 30 orang (34.09%), yang menyatakan setuju sebanyak 58 orang (65.91%), 0 responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak orang (0.00%), dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 orang (0.00%), hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa BSI cabang Kudus memiliki kelengkapan kantor yang modern.
- 2) Pada item X1.2, responden menjawab sangat setuju berjumlah 36 orang (40.91%), yang menyatakan setuju sebanyak 51 orang (57.95%), 1 responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak orang (1.14%), dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 orang (0.00%), hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa ruang antrean di BSI cabang Kudus bersih dan nyaman.
- 3) Pada item X1.3, responden menjawab sangat setuju berjumlah 37 orang (42.05%), yang menyatakan setuju sebanyak 51 orang (57.95%), 0 responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak orang (0.00%), dan yang

menyatakan sangat tidak setuju 0 orang (0.00%), hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa pegawai di BSI cabang Kudus berperanampilan menarik sesuai syariah Islam

- 4) Pada item X1.4, responden menjawab sangat setuju berjumlah 38 orang (43.18%), yang menyatakan setuju sebanyak 49 orang (55.68%), 1 responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak orang (1.14%), dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 orang (0.00%), hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa kinerja pegawai di BSI cabang Kudus melayani tanpa kesalahan, dan sesuai syariah Islam.
- 5) Pada item X1.5, responden menjawab sangat setuju berjumlah 38 orang (43.18%), yang menyatakan setuju sebanyak 49 orang (55.68%), 1 responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak orang (1.14%), dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 orang (0.00%), hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa pegawai di BSI cabang Kudus memberikan solusi atas keluhan yang disampaikan nasabah.
- 6) Pada item X1.6, responden menjawab sangat setuju berjumlah 26 orang (29.55%), yang menyatakan setuju sebanyak 60 orang (68.18%), 2 responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak orang (2.27%), dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 orang (0.00%), hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa layanan yang diberikan BSI cabang Kudus sesuai dengan yang dipromosikan dan berdasarkan syariah Islam.
- 7) Pada item X1.7, responden menjawab sangat setuju berjumlah 27 orang (30.68%), yang menyatakan setuju sebanyak 61 orang (69.32%), 0 responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak orang (0.00%), dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 orang (0.00%), hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa pegawai di BSI cabang Kudus selalu bersedia membantu nasabah yang kesulitan.
- 8) Pada item X1.8, responden menjawab sangat setuju berjumlah 35 orang (39.77%), yang menyatakan setuju sebanyak 52 orang (59.09%), 1 responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak orang (1.14%), dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 orang (0.00%), hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa

pegawai di BSI cabang Kudus melayani nasabah dengan tepat waktu.

- 9) Pada item X1.9, responden menjawab sangat setuju berjumlah 30 orang (34.09%), yang menyatakan setuju sebanyak 57 orang (64.77%), 1 responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang (1.14%), dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 orang (0.00%), hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa pegawai di BSI cabang Kudus memberikan rasa aman terhadap nasabah sewaktu melakukan transaksi.
- 10) Pada item X1.10, responden menjawab sangat setuju berjumlah 25 orang (28.41%), yang menyatakan setuju sebanyak 59 orang (67.05%), 4 responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 4 orang (4.55%), dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 orang (0.00%), hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa Sudah banyak tersedia ATM BSI, sehingga memudahkan nasabah untuk tarik.
- 11) Pada item X1.11, responden menjawab sangat setuju berjumlah 25 orang (28.41%), yang menyatakan setuju sebanyak 63 orang (71.59%), 0 responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 0 orang (0.00%), dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 orang (0.00%), hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa pegawai di BSI cabang Kudus mempunyai interaksi yang baik dengan nasabah.

b. Variabel Lokasi

Berdasarkan tabulasi data jawaban responden mengenai pengaruh lokasi terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) kantor cabang Kudus. Dapat dijelaskan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4. 5 Frekuensi Variabel Lokasi

Pernyataan	Total STS	(%)	Total TS	(%)	Total S	(%)	Total SS	(%)
X2.1	0	0.00 %	0	0.00 %	65	73.86 %	23	26.14 %
X2.2	0	0.00 %	3	3.41 %	61	69.32 %	24	27.27 %
X2.3	0	0.00 %	1	1.14 %	53	60.23 %	34	38.64 %

X2.4	0	0.00 %	2	2.27 %	51	57.95 %	35	39.77 %
X2.5	0	0.00 %	0	0.00 %	60	68.18 %	28	31.82 %
X2.6	1	1.14 %	1	1.14 %	50	56.82 %	36	40.91 %
X2.7	0	0.00 %	1	1.14 %	38	43.18 %	49	55.68 %
X2.8	0	0.00 %	2	2.27 %	51	57.95 %	35	39.77 %

- 1) Pada item X2.1, responden menjawab sangat setuju berjumlah 23 orang (26.14%), yang menyatakan setuju sebanyak 65 orang (73.86%), 0 responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak orang (0.00%), dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 orang (0.00%), hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa kondisi jalan menuju BSI kantor cabang Kudus bagus.
- 2) Pada item X2.2, responden menjawab sangat setuju berjumlah 24 orang (27.27%), yang menyatakan setuju sebanyak 61 orang (69.32%), 3 responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak orang (3.41%), dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 orang (0.00%), hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa tempat atau lokasi BSI cabang Kudus dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
- 3) Pada item X2.3, responden menjawab sangat setuju berjumlah 34 orang (38.64%), yang menyatakan setuju sebanyak 53 orang (60.23%), 1 responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak orang (1.14%), dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 orang (0.00%), hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa adanya petunjuk jalan yang mudah dipahami menuju BSI
- 4) Pada item X2.4, responden menjawab sangat setuju berjumlah 35 orang (39.77%), yang menyatakan setuju sebanyak 51 orang (57.95%), 2 responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak orang (2.27%), dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 orang (0.00%), hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju

bahwa BSI kantor cabang Kudus menyediakan tempat parkir yang aman dan nyaman.

- 5) Pada item X2.5, responden menjawab sangat setuju berjumlah 28 orang (31.82%), yang menyatakan setuju sebanyak 60 orang (68.18%), 0 responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak orang (0.00%), dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 orang (0.00%), hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa lokasi BSI strategis dimana terdapat banyak masyarakat beraktivitas di sekitar.
- 6) Pada item X2.6, responden menjawab sangat setuju berjumlah 36 orang (40.91%), yang menyatakan setuju sebanyak 50 orang (56.82%), 1 responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak orang (1.14%), dan yang menyatakan sangat tidak setuju 1 orang (1.14%), hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa lalu lintas di sekitar BSI cabang Kudus lancar.
- 7) Pada item X2.7, responden menjawab sangat setuju berjumlah 49 orang (55.68%), yang menyatakan setuju sebanyak 38 orang (43.18%), 1 responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak orang (1.14%), dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 orang (0.00%), hal ini menunjukkan sebagian besar responden sangat setuju bahwa BSI cabang Kudus memiliki lingkungan yang mendukung untuk pendirian Bank.
- 8) Pada item X2.8, responden menjawab sangat setuju berjumlah 35 orang (39.77%), yang menyatakan setuju sebanyak 51 orang (57.95%), 2 responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak orang (2.27%), dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 orang (0.00%), hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa lokasi ibadah (masjid) yang dekat BSI sangat memudahkan para nasabah untuk beribadah.

c. Variabel Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tabulasi data jawaban responden mengenai pengaruh kepuasan nasabah terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) kantor cabang Kudus. Dapat dijelaskan dalam tabel dibawah ini :

Tabel 4. 6 Frekuensi Variabel Kepuasan Nasabah

Pernyataan	Total STS	(%)	Total TS	(%)	Total S	(%)	Total SS	(%)
X3.1	0	0.00 %	1	1.14 %	60	68.18 %	27	30.68 %
X3.2	0	0.00 %	1	1.14 %	59	67.05 %	28	31.82 %
X3.3	0	0.00 %	0	0.00 %	51	57.95 %	37	42.05 %
X3.4	0	0.00 %	2	2.27 %	63	71.59 %	23	26.14 %
X3.5	1	1.14 %	12	13.64 %	60	68.18 %	15	17.05 %
X3.6	0	0.00 %	1	1.14 %	63	71.59 %	24	27.27 %

- 1) Pada item X3.1, responden menjawab sangat setuju berjumlah 27 orang (30.68%), yang menyatakan setuju sebanyak 60 orang (68.18%), 1 responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak orang (1.14%), dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 orang (0.00%), hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa pelayanan di BSI cabang Kudus sangat baik dan memuaskan dan sesuai dengan syariah yang tertera pada Al-Qur'an dan Hadits.
- 2) Pada item X3.2, responden menjawab sangat setuju berjumlah 28 orang (31.82%), yang menyatakan setuju sebanyak 59 orang (67.05%), 1 responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak orang (1.14%), dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 orang (0.00%), hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa nasabah senang dengan para pegawai BSI cabang Kudus karena sangat ramah dan cepat dalam melayani.
- 3) Pada item X3.3, responden menjawab sangat setuju berjumlah 37 orang (42.05%), yang menyatakan setuju sebanyak 51 orang (57.95%), 0 responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak orang (0.00%), dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 orang (0.00%), hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa pelayanan di BSI yang dilakukan oleh pegawai sesuai dengan harapan.

- 4) Pada item X3.4, responden menjawab sangat setuju berjumlah 23 orang (26.14%), yang menyatakan setuju sebanyak 63 orang (71.59%), 2 responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak orang (2.27%), dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 orang (0.00%), hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa fasilitas yang ada di BSI cabang Kudus sangat lengkap sehingga nasabah akan menggunakan jasa bank kembali.
- 5) Pada item X3.5, responden menjawab sangat setuju berjumlah 15 orang (17.05%), yang menyatakan setuju sebanyak 60 orang (68.18%), 12 responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak orang (13.64%), dan yang menyatakan sangat tidak setuju 1 orang (1.14%), hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa kondisi lingkungan fisik yang menjunjung akan membuat kita bersedia untuk merekomendasikan pada orang lain.
- 6) Pada item X3.6, responden menjawab sangat setuju berjumlah 24 orang (27.27%), yang menyatakan setuju sebanyak 63 orang (71.59%), 1 responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak orang (1.14%), dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 orang (0.00%), hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa pelayanan di BSI cabang Kudus sangat baik dan memuaskan dan sesuai dengan syariah yang tertera pada Al-Qur'an dan Hadits.

4. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen

a. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau keabsahan suatu alat ukur untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar (konstruk) pertanyaan dalam menjelaskan suatu variabel.⁷ Mengukur validitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Untuk menentukan r tabel dicari dengan *degree of freedom* (df) 88-2 dengan alpha 0,1 maka diperoleh r tabel = 0,2096. Di dalam uji validitas, dikatakan valid apabila r hitung > r tabel. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka hasil

⁷ Albert Kurniawan, *Metode Riset Ekonomi dan Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 90.

pengujian validitas dapat ditunjukkan pada tabel Sebagai berikut:

1) Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Tabel 4. 7 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

No. Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,700	0,2096	Valid
X1.2	0,702	0,2096	Valid
X1.3	0,706	0,2096	Valid
X1.4	0,687	0,2096	Valid
X1.5	0,627	0,2096	Valid
X1.6	0,602	0,2096	Valid
X1.7	0,608	0,2096	Valid
X1.8	0,705	0,2096	Valid
X1.9	0,722	0,2096	Valid
X1.10	0,650	0,2096	Valid
X1.11	0,654	0,2096	Valid

Sumber :Perhitungan SPSS VERSI 23

Pada tabel diatas dapat diliat bahwa semua pernyataan pada indikator kualitas pelayanan memperoleh nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel sehingga uji validitas variabel kualitas pelayanan dinyatakan “Valid”.

2) Variabel Lokasi (X2)

Tabel 4. 8 Uji Validitas variabel Lokasi

No. Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X2.1	0,800	0,2096	Valid
X2.2	0,732	0,2096	Valid
X2.3	0,802	0,2096	Valid
X2.4	0,798	0,2096	Valid
X2.5	0,768	0,2096	Valid
X2.6	0,578	0,2096	Valid
X2.7	0,560	0,2096	Valid
X2.8	0,798	0,2096	Valid

Sumber :Perhitungan SPSS VERSI 23

Pada tabel diatas dapat diliat bahwa semua pernyataan pada indikator lokasi memperoleh nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel sehingga uji validitas variabel lokasi dinyatakan “Valid”.

3) Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Tabel 4. 9 Uji Validitas Kepuasan Nasabah

No. Pertanyaan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Y1	0,678	0,2096	Valid
Y2	0,802	0,2096	Valid
Y3	0,628	0,2096	Valid
Y4	0,738	0,2096	Valid
Y5	0,608	0,2096	Valid
Y6	0,697	0,2096	Valid

Sumber :Perhitungan SPSS VERSI 23

Pada tabel diatas dapat diliat bahwa semua pernyataan pada indikator kepuasan nasabah memperoleh nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel sehingga uji validitas variabel kepuasan nasabah dinyatakan “Valid”.

b. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya dan diandalkan. Setiap alat ukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran relatif dari waktu ke waktu.⁸ Suatu kuisisioner dinyatakan reliable apabila jawban seseorang terhadap pertanyaan ialah konsisten atau setabil dari waktu ke waktu. Uji reliabel adalah tingkat kesetabilan suatu alat ukur dalam mengukur gejala atau kejadian. Suatu variabel dinyatakan sudah reliable jika memliki niali 0,6 atau lebih. Adapun hasil uji reliabilitas penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas

Variabel	Reliability Coefficien	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	11 Item	0,876	0,60	Reliabel
Lokasi (X2)	8 Item	0,870	0,60	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	6 Item	0,775	0,60	Reliabel

⁸ Albert Kurniawan, *Metode Riset Ekonomi dan Bisnis*, 102.

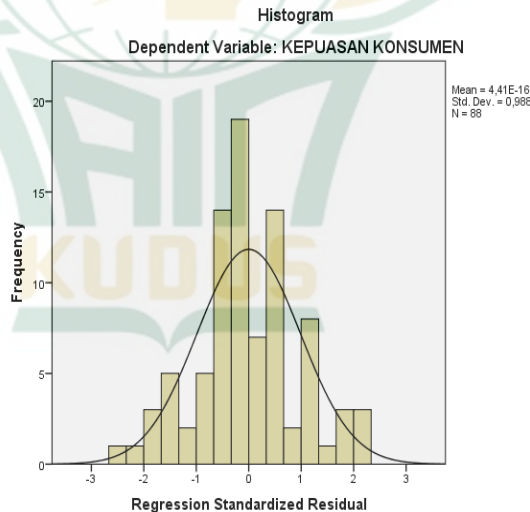
Sumber :Perhitungan SPSS VERSI 23

Hasil pengujian diatas, menunjukkan bahwa semua item pertanyaan mengenai kepuasan nasabah (X1), lokasi (X2), dan kepuasan nasabah (Y) dapat dikatakan reliable. Hal tersebut terbukti dari hasil Cronbach's Alpha X1,X2, dan Y yaitu (0,876, 0,870, 0,775) yang menunjukkan lebih besar dari standar penilaian reliabilitas yaitu 0,6.

5. Uji Asumsi Klasik
 a. Uji Normalitas

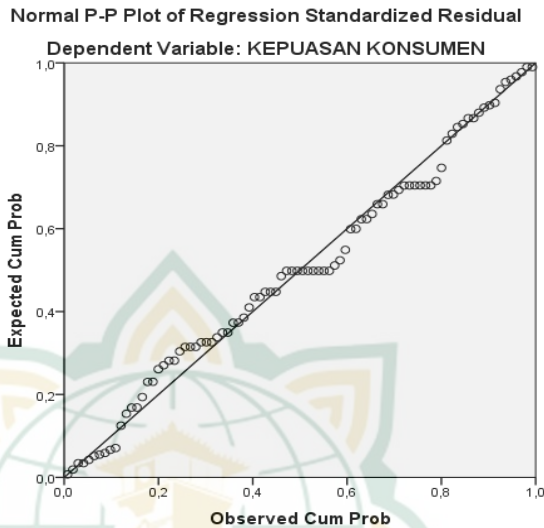
Uji normalitas merupakan uji yang bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi, variabel bebas dan variabel terikat keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.⁹ Untuk melihat normalitas residual dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk garis lurus diagonal dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal.

Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas Histogram



⁹ Masrukhin, *Merode Penelitian Kuantitatif*, 183.

Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas Histogram c



Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa grafik histogram menggambarkan pola distribusi normal, dapat dilihat pada pengujian diatas kurva histogram yang menunjukkan pola distribusi yang membentuk lonceng. Sedangkan pada grafik normal P-Plot titik-titik menyebar disekitar garis diagonal. Kedua grafik ini menunjukkan bahwa model regresi tidak menyalahi asumsi normalitas. Jadi, dapat disimpulkan bahwa model regresi pada hasil penelitian ini memenuhi syarat untuk menjadi model regresi yang baik karena merupakan model regresi yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik adalah ketika tidak terjadi korelasi antara variabel bebas.¹⁰ Jika variabel bebas tidak saling berkorelasi maka variabel tersebut tidak membentuk variabel orthogonal, yaitu variabel bebas yang mempunyai nilai korelasi sama dengan nol antar sesama variabel bebas. Untuk mendeteksi apakah antara variabel independen yang digunakan mempunyai kolinieritas yang tinggi atau tidak,

¹⁰ Masrukhin, *Merode Penelitian Kuantitatif*, 180.

digunakan nilai *Variance Inflation Factor* (FIV) dan *Tolerance* apabila nilai *tolerance* diatas 0,10 dan VIF dibawah 10.

Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	Varian Inflation Factor (VIF)	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,582	1,717	Bebas Multikolinieritas
Lokasi (X2)	0,582	1,717	Bebas Multikolinieritas

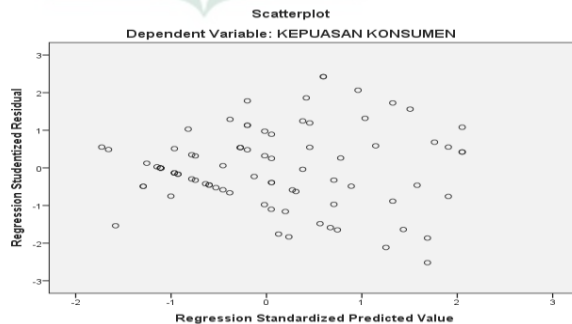
Sumber :Perhitungan SPSS VERSI 23

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui nilai Tolerance untuk varibel kualitas pelayanan (X1) dan lokasi (X2) adalah sebesar 0,582 lebih besar dari 0,10. Sementara, nilai VIF untuk variabel digital marketing (X1) dan ragam produk (X2) adalah 1,717. Artinya lebih kecil dari batas nilai *Variance Inflation Factor*, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinireitas dalam model regresi ini.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas.¹¹ Dalam penelitian ini menggunakan metode Scatterplots sebagai upaya untuk mendeteksi gejala heterokesdatisitas.

Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas



¹¹ Albert Kurniawan, *Metode Riset Ekonomi dan Bisnis*,158.

Berdasarkan gambar diatas diatas, menunjukkan tidak terjadi hetrokesdatisitas dalam model regresi. Hal ini dibuktikan dengan grafik scatterplots diatas yang menunjukkan tersebarnya titik-titik di atas dan di bawah atau disekitar angka 0 pada sumbu Y, penyebaran titik-titik tidak berpola membentuk gelombang ataupun melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.

6. Uji Statistik

a. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh anatara variabel independen (kualitas pelayanan dan lokasi) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah pada BSI kantor cabang Kudus. Berikut tabel hasil pengolahan SPSS analisis regresi linier berganda:

Tabel 4. 12 Hasil Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,957	1,790		2,770	,007
KUALITAS PELAYANAN	,250	,060	,443	4,165	,000
LOKASI	,199	,074	,285	2,683	,009

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber :Perhitungan SPSS VERSI 23

Persamaan regresi linier berganda adalah:

$$\text{Rumus: } Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Y = 4,957 + 0,250 X_1 + 0,199 X_2 + e$$

Keterangan:

X1 = Digital Marketing

X2 = Ragam Produk

Y = Minat Beli Konsumen

A = Konstanta

b1 = Koefisien regresi antara digital Marketing dengan minat beli konsumen toko online Shopee

- b2 = Koefisien regresi antara ragam produk dengan minat beli konsumen toko online Shopee
 e = Standar eror

Berdasarkan hasil dari tabel 4.12 diatas, dapat diketahui variabel kualitas pelayanan dan lokasi bernilai positif. Hal tersebut dapat diartikan bahwa variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi memiliki korelasi searah terhadap variabel dependen. Apabila angka dari variabel independen mengalami peningkatan maka terjadi peningkatan pula pada kepuasan nasabah pada BSI kantor cabang Kudus dan begitupun sebaliknya.

- i. Nilai konstan (a) menunjukkan 4,957 yang berarti apabila variabel kualitas pelayanan (X1) dan lokasi (X2) bernilai 0, kepuasan nasabah meningkat. Hal tersebut dapat diartikan jika kedua variabel diatas mengalami peningkatan maka terjadi pula peningkatan terhadap keluasan nasabah pada BSI kantor cabang Kudus (Y).
- ii. Koefisien Regresi kualitas pelayanan (X1) didapatkan dari nilai coefficient (b1) sebesar 0,250. Dapat diartikan bahwa apabila kualitas pelayanan (X1) mengalami peningkatan, maka kepuasan nasabah dapat meningkat sebesar 25,0% dengan asumsi variabel lain bernilai konstan.
- iii. Koefisien Regresi lokasi (X2) didapatkan dari nilai coefficient (b2) sebesar 0,199. Dapat diartikan bahwa apabila lokasi (X2) mengalami peningkatan, maka kepuasan nasabah dapat meningkat sebesar 19,9% dengan asumsi variabel lain bernilai konstan.

b. Uji T (Parsial)

Uji T dilakukan untuk mengetahui sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel tergantung, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas, apakah memiliki pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat.¹² hal tersebut dapat diketahui dengan membandingkan anatara thitung dan ttabel. Dengan rumus mencari nilai ttabel $t(\alpha/2 ; n-k-1)$ dimana n adalah banyaknya sampel dan a adalah jumlah

¹² Deni dermawan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2013), 180.

variabel bebas.¹³ maka didapatkan hasil t dengan signifikansi 10% (two tailed) dengan nilai ttabel dengan dasar pengujian apabila thitung > ttabel dan probabilitasnya < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima dan juga sebaliknya.

Tabel 4. 13 Hasil Uji t Parsial
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,957	1,790		2,770	,007
KUALITAS PELAYANAN	,250	,060	,443	4,165	,000
LOKASI	,199	,074	,285	2,683	,009

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber :Perhitungan SPSS VERSI 23

Berdasarkan tabel 4.13 hasil pengujian pengaruh digital marketing dan ragam produk terhadap minat beli diperoleh nilai thitung menunjukkan sebagai berikut

i. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah

Hasil pengujian variabel kualitas pelayanan (X1) menunjukkan nilai thitung sebesar 4,165 dengan signifikansi 0,000. Dapat diketahui bahwa nilai thitung > ttabel (4,165 > 1,988) dengan nilai signifikansi (0,000 < 0,05) maka secara parsial variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan positif terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) bila variabel lain mempunyai nilai tetap.

ii. Pengaruh lokasi terhadap kepuasan nasabah

Hasil pengujian variabel lokasi (X2) menunjukkan nilai thitung sebesar 2,683 dengan signifikansi 0,009. Dapat diketahui bahwa nilai thitung > ttabel (2,683 > 1,988) dengan nilai signifikansi (0,009 < 0,05) maka secara parsial variabel lokasi (X2) berpengaruh signifikan

¹³ Surya Eka Priyanta, *Analisis Statistik Sosial Rangkaian Penelitian Kuantitatif Menggunakan SPSS* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020) 67.

positif terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) bila variabel lain mempunyai nilai tetap.

c. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah populasi tempat sampel diambil memiliki koelasi multipele (R) nol atau apakah terdapat sebuahrelasi yang signifikan antara variabel-variabel dependen.¹⁴ Hal tersebut dapat diketahui dengan membandingkan anatar Fhitung dan Ftabel, dengan cara menentkan Ftabel sebagai beriku F (k ; n-k) dimana n adalah banyaknya sampel dan k adalah jumlah variabel bebas, maka didapatkan hasil F (2 ; 86) dengan nilai Ftabel .¹⁵

Tabel 4. 14 Hasil Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regressio n	164,712	2	82,356	33,464	,000 ^b
Residual	209,186	85	2,461		
Total	373,898	87			

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

b. Predictors: (Constant), LOKASI, KUALITAS PELAYANAN

Sumber :Perhitungan SPSS VERSI 23

Dari tabel 4.14 diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BSI kantor cabang Kudus, dasar rumus yang digunakan nilai Fhitung > Ftabel (33,464 > 3,10) dengan signifikasi 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05.

d. Koefisien Determinasi (R2)

Uji ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan 1. Apabila hasil uji koefisien determinan mendekati angka 1 maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel independen terhadap viariabel

¹⁴ Deni dermawan, “Metodologi Penelitian Kuantitatif,” 180.

¹⁵ Surya Eka Priyanta, *Analisis Statistik Sosial Rangkaian Penelitian Kuantitatif Menggunakan SPSS*, 68

dependen semakin besar.¹⁶ Jika koefisien determinasi berniali kecil, aka dapat diartikan sumbangan dari pengaruh atau variasi yang dibarikan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat berniali kecil atau sedikit.

Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,664 ^a	,441	,427	1,56876

a. Predictors: (Constant), LOKASI, KUALITAS PELAYANAN

Sumber :Perhitungan SPSS VERSI 23

Dari tabel diatas, dapat diketahui nilai koefisien determinasi (R²) atau yang dinotasikan *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,427 atau 42,7%. Hal ini berarti bahwa pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan dan lokasi) sebesar 42,7%. Adapaun variasi variabel independen yang digunakan mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 42,7%, sedangkan sisanya 57,3% kepuasan nasabah dapat dipengaruhi oleh variabel lain. Misalnya, seperti produk, fasilitas, dll. Yang tentunya kemungkinan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.

e. Uji Hipotesis

- 1) Uji Hipotesis 1: pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.
Berdasarkan tabel sebelumnya, dapat diketahui bahwa t_{hitung} bernilai 4,165 dengan nilai signifikan 0,000. Hal ini memperlihatkan bahwa nilai t_{hitung} (4,165) > t_{tabel} (1,988) dengan signifikasi 0,000 < 0,05. Dengan demikian dapat diartikan, maka H1 diterima, yang berarti bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BSI kantor cabang Kudus.
- 2) Uji Hipotesis 2: pengaruh kualitas pelayanan terhadap lokasi.
Berdasarkan tabel sebelumnya, dapat diketahui bahwa t_{hitung} bernilai 2,683 dengan nilai signifikan 0,009.

¹⁶ Imam ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19* (Semarang: Badan Penerbit-Undip, 2017), 301.

Hal ini memperlihatkan bahwa nilai thitung (4,397) > ttabel (1,985) dengan signifikansi $0,009 < 0,05$. Dengan demikian dapat diartikan, maka H_2 diterima, yang berarti bahwa lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BSI kantor cabang Kudus.

B. Pembahasan dan Analisa

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Kudus

Berdasarkan perhitungan dan analisis yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah yang dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,165 > 1,988$) dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 yakni 0,000. Maka dari itu, dapat ditarik kesimpulan H_a atau kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah diterima maka H_o atau kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah ditolak. Diterimanya hipotesis ini memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan konsumen.

Melihat diterima H_a pada penelitian ini, menunjukkan jika indikator dari kualitas pelayanan bisa dijadikan patokan untuk menilai kepuasan nasabah di bank BSI. Konsep islam mengajarkan bahwa memberikan pelayanan dari usaha yang dijalankan itu berupa barang atau jasa, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Restu Khaliq yang berjudul Pengaruh Kulaitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Banjarmasin Kalimantan Selatan menunjukkan jika kelima indikator kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah yang mana, faktor yang paling dominan mempengaruhi adalah *compliance*.¹⁷

Dalam penelitian ini, landasan yang digunakan peneliti untuk kualitas pelayanan yakni menggunakan teori parasuraman. Pendekatan ini merupakan pendekatan yang

¹⁷ Restu Khaliq, "Pengaruh Kulaitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Banjarmasin Kalimantan Selatan", *Journal Of Management and Business 2*, no. 1 (2019):177.

paling tepat diaplikasikan dalam mendefinisikan kualitas jasa. Pendekatan ini didasarkan pada pemikiran bahwa Kualitas pelayanan mengidentifikasi upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen. Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, pemberian pelayanan yang berkualitas pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan.¹⁸

American society for Quality mendefinisikan kualitas (*quality*) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan tersirat.¹⁹ kualitas adalah jaminan terbaik kami atas loyalitas pelanggan, pertahanan terkuat kami menghadapi persaingan luar negeri, dan satu-satunya jalan untuk mempertahankan pertumbuhan dan penghasilan. Sedangkan kualitas pelayanan dalam islam mempunyai enam karakteristik yakni diantaranya jujur, bertanggung jawab dan terpercaya, tidak menipu, menepati janji dan tidak curang, melayani dengan rendah hati, dan tidak melupakan akhirat.²⁰

Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, berbanding lurus dengan semakin tingginya tingkat kepuasan pelanggan.²¹ Tuntutan kepuasan dari pelanggan merupakan sebuah hal yang umum dalam bidang bisnis terutama bisnis jasa. Dalam mengukur tingkat kualitas pelayanan dalam bidang jasa paling banyak menggunakan model *SERVQUAL* yang dikembangkan oleh Parasuraman, yang mana model tersebut mencakup *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangibles*. Pemilihan model ini menurut Astuti mempunyai kecenderungan untuk menilai hal-hal normatif.²²

Sebagaimana menurut Parasuraman dengan model yang di kembangkannya, kualitas pelayanan sangat erat hubungannya dengan kepuasan para nasabah yang ada di BSI dalam

¹⁸ Garvin dan Lovelock, *Strategi Marketing* (Yogyakarta: Andi, 2004), 96

¹⁹ Philip Kotler, Kevin Lane Keiler, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid I* (Jakarta: Erlangga, 2009), 143.

²⁰ Toto Tamara, *Membudayakan Etos Kerja Islami* (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), 96-97.

²¹ Freddy Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction* (Jakarta:PT Gramedia Pustaka, 2006), 52.

²² Astuti S.P. dan Utami D.E., "Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Bank Syariah Penelitian Dengan Fuzzy Servqual Dan Dimensi Carter", *International Research Journal Of Bussiness Studies* 2, no.1 (2018).

penelitian ini. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang di lakukan oleh Restu Khaliq yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari 5 indikator *servqual* memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah yang ada di bank syariah indonesia atau BSI Kudus ini.

Kepuasan nasabah bisa di dapatkan jika dalam pelayanan yang di berikan pihak BSI ini sangat memuaskan para nasabahnya. Dari kepuasan inilah calon nasabah-nasabah yang belum tercatat sebagai nasabah di BSI bisa jadi dengan adanya kepuasan yang telah di dapatkan oleh para nasabah BSI membuat para calon nasabah bisa menabung atau melakukan transaksi lainnya di BSI. Hal ini bisa menjadi cara jitu marketing dengan cara lewat mulut ke mulut, melihat BSI yang ada dalam penelitian ini belum lama berdiri di kudas.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Lokasi Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Kudus

Berdasarkan perhitungan dan analisis yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa letak lokasi BSI berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah yang dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,683 > 1,988$) dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 yakni 0,009. Maka dari itu, dapat ditarik kesimpulan H_a atau letak lokasi BSI berpengaruh terhadap kepuasan nasabah diterima dan H_o atau letak lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Diterimanya H_a menunjukkan jika letak lokasi BSI dapat mempengaruhi kepuasan nasabah BSI cabang kudas.

Dalam menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen menggunakan Teori biaya minimum dan ketergantungan lokasi (*Theory Least Cost and Place Interdependence*) dikemukakan oleh Melvin Greenhut pada tahun 1956 dalam bukunya *Plant Location in Theory and in Practice dan Microeconomics and The Space Economy*.²³ Pemilihan lokasi pada dasarnya menentukan suatu tempat atau lokasi yang tepat untuk suatu bank, bank dengan tujuan tertentu yang memperhitungkan kelebihan dan kekurangan lokasi tersebut. Lokasi bank adalah suatu tempat dimana bank melakukan aktivitasnya. Hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi adalah pertimbangan sebagai berikut: Jenis bank yang dijalankan, Dekat dengan keramaian,

²³ Sigit Sardjono, *Ekonomi Mikro*, (Yogyakarta: penerbit ANDI, 2017), 135.

Dekat tenaga kerja, Tersedia sarana dan prasarana, Dekat pemerintahan, Di kawasan perkotaan, Kemudahan untuk ekspansi, Adat istiadat atau budaya atau sikap masyarakat.²⁴

Menurut Hurriyati, lokasi adalah suatu tempat yang akan digunakan penyerahan jasa kepada pelanggan dan dimana itu akan berlangsung. lokasi juga penting sebagai lingkungan dimana dan bagaimana jasa akan diserahkan.²⁵ Lokasi memiliki peran yang sangat penting dalam langkah awal untuk memulai kegiatan usaha, ramai atau tidaknya nanti dalam operasional karyawan dan nasabahnya tergantung pada letak lokasi yang tepat.

Pemilihan lokasi juga harus mempertimbangkan banyak faktor. Baik faktor intern maupun ekstern. Pemilihan lokasi yang tepat dan strategis pada sebuah tempat usaha akan lebih sukses dibandingkan yang memiliki lokasi kurang strategis.²⁶ Dalam persaingan usaha di bidang perbankan yang semakin ketat dengan bermunculannya perbankan syariah maupun konvensional pemilihan lokasi tidak dapat di tentukan dengan cara coba-coba, tetapi harus dengan kepastan atas dasar keuntungan yang besar, karena dengan cara itulah sebuah usaha dapat bisa selalu menang dalam persaingan bisnisnya.²⁷

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Chatrin Surya Wijayaningrati mengatakan jika suatu lokasi disebut strategis apabila letaknya berada di jantung sebuah kota. Karena hal ini mencakup kemudahan untuk mendapatkan transportasi, kepadatan penduduk, dan mobilisasi lalu lintas yang lancar.²⁸

Menurut Tjiptono pemilihan tempat memerlukan sebuah pertimbangan yang cermat terhadap faktor akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir, lingkungan dan ekspansi.²⁹ Hal ini sesuai dengan letak atau lokasi Bank Syariah Indonesiayang berada di jantung kota yang realitanya akses

²⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga belas Jilid I*, 139.

²⁵ Didin Fatihudin Dan Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*, 187.

²⁶ Ma'ruf Hendri, *Pemasaran Ritel* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2018) 113.

²⁷ Raba Nathaniel, *PengantarBisnis* (Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), 10.

²⁸ Chatrin Surya Wijayaningrati, "Pengaruh Fasilitas, Lokasi, Dan Pelayanan TerhadapKepuasanNasabah Bank Mega Syariah Walikukun", *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 4, no.4 (2019):5.

²⁹ Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Malang: Banyumedia Publishing, 2007), 65.

dan lalu lintas menuju lokasi tersebut sangat memudahkan para nasabah untuk mendatangi BSI. Penentuan lokasi sama seperti mencari ladang emas, karena memilih lokasi yang tepat merupakan sebuah prioritas terpenting bagi pelaku usaha yang memiliki peran permanen sampai akhir dari sebuah usaha.³⁰

Selain dari faktor-faktor diatas, terdapat satu alasan lagi yang mempunyai faktor cukup penting. Yakni mudahnya menemukan tempat ibadah. Hasil dari penelitian variabel lokasi atau X2 ini menunjukkan bahwa 58% jawaban responden menjawab setuju dengan mudahnya menemukan masjid terdekat untuk memudahkan nasabah menjalankan ibadah juga berpengaruh pada tingkat kepuasan nasabah. Jadi, selain dari ke enam faktor yang menurut Tripjono di atas memiliki pengaruh yang cukup signifikan juga ketambahan faktor mudahnya mendapat tempat ibadah juga memiliki pengaruh yang cukup kuat juga.

Jadi dapat di jelaskan jika dalam penelitian ini letak atau lokasi BSI memiliki pengaruh terhdap kepuasan nasabah. Hal ini bisa dilihat dari faktor-faktor yang telah di paparkan di atas. Jika kepuasan nasabah bisa terpenuhi degan baik, maka tidak memungkiri apabila suatu saat nasabah tersebut kembali lagi dan bisa juga mengajak rekan-rekannya yang lain untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia cabang Kudus ini.

³⁰ L Sally Maitimu, *Bagaimana Menentukan Lokasi Bisnis yang Tepat* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2017), 65.