

ANALISIS DISKONFIRMASI DAN DIMENSI SERVQUAL: STRATEGI SERVICE RECOVERY LAYANAN PEMBIAYAAN SYARIAH DALAM MEMULIHKAN KEPUASAN NASABAH

Devi Rahmawati¹, Daulat Freddy², Jumadi³

^{1,2,3} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syari'ah Mitra Karya Bekasi

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan pembiayaan syariah terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Kalimalang tahun 2024. Penelitian dilatarbelakangi oleh masih ditemukannya fenomena ketidakpuasan nasabah akibat lamanya proses administrasi pembiayaan, rendahnya pemahaman nasabah terhadap akad syariah, serta kurang optimalnya responsivitas pelayanan petugas. Kondisi tersebut memunculkan kesenjangan antara harapan nasabah dengan realitas pelayanan yang diterima. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah pembiayaan aktif menggunakan teknik purposive sampling. Data dianalisis menggunakan SPSS melalui uji validitas, reliabilitas, normalitas, regresi linier sederhana, uji ANOVA, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan pembiayaan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dimensi tangibles dan assurance memperoleh skor tertinggi, sedangkan responsiveness dan reliability menjadi dimensi yang paling membutuhkan perbaikan layanan. Nilai koefisien determinasi sebesar 46,5% menunjukkan bahwa kualitas layanan memberikan kontribusi cukup kuat dalam menjelaskan kepuasan nasabah. Temuan penelitian memperkuat teori Expectancy Disconfirmation Theory dan model SERVQUAL dalam konteks perbankan syariah. Penelitian ini merekomendasikan implementasi service recovery melalui digitalisasi pembiayaan, simplifikasi birokrasi akad, peningkatan kompetensi frontliner, serta edukasi akad syariah yang lebih komunikatif.

Kata Kunci: *SERVQUAL, Kepuasan Nasabah, Service Recovery, Pembiayaan Syariah, Perbankan Syariah.*

Abstract

Analysis of Disconfirmation and Servqual Dimensions: Service Recovery Strategies of Sharia Financing Services in Restoring Customer Satisfaction

This study aims to analyze the effect of sharia financing service quality on customer satisfaction at Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Kalimalang in 2024. The study was motivated by customer dissatisfaction caused by lengthy financing administration, limited understanding of sharia contracts, and suboptimal responsiveness of service officers. This research employed a quantitative approach with a causal associative design. Data were collected through questionnaires distributed to active financing customers using purposive sampling techniques. Data analysis was conducted using SPSS through validity, reliability, normality, regression, ANOVA, and coefficient of determination tests. The findings indicate that sharia financing service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. Tangibles and assurance dimensions achieved the highest scores, while responsiveness and reliability require service improvement. The coefficient of determination shows that service quality contributes 46.5% toward customer satisfaction. The findings strengthen the Expectancy Disconfirmation Theory and SERVQUAL model in Islamic banking. This study recommends implementing service recovery strategies through financing digitalization, simplification of sharia contract bureaucracy, enhancement of frontliner competencies, and communicative sharia contract education.

Keywords: *SERVQUAL, Customer Satisfaction, Service Recovery, Sharia Financing, Islamic Banking.*

I. PENDAHULUAN

Industri perbankan syariah global mengalami perkembangan yang sangat signifikan dalam dua dekade terakhir (Aminin, 2024; Ismulyaty & Roni, 2022a). Pertumbuhan tersebut tidak hanya terjadi pada aspek kuantitas institusi keuangan syariah, tetapi juga pada peningkatan diversifikasi produk, inovasi layanan digital, dan ekspansi pasar internasional (Hariyadi, 2022; Kurniawansyah et al., 2020; Morshed, 2024). Fenomena ini didorong oleh meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap sistem keuangan yang mengedepankan prinsip keadilan, transparansi, etika bisnis, dan bebas dari unsur riba, gharar, serta maysir (Abidin & Kadarsih, 2024; Ashari & Panorama, 2024). Perbankan syariah kini tidak lagi dipandang sebagai alternatif sekunder, melainkan telah berkembang menjadi bagian integral dari sistem keuangan global yang kompetitif dan adaptif terhadap dinamika ekonomi modern (Basit, 2023; Hirsanudin & Martini, 2023).

Di tengah kompetisi industri jasa keuangan yang semakin kompleks, kualitas pelayanan menjadi instrumen strategis dalam mempertahankan keberlangsungan bisnis perbankan syariah (Ilahi & Arifuddin, 2022; Tohari, 2024). Nasabah modern tidak hanya mempertimbangkan aspek kepatuhan syariah semata, tetapi juga menuntut layanan yang cepat, profesional, responsif, dan berbasis teknologi digital (Kurniawansyah et al., 2020). Transformasi digital dalam sektor

perbankan menyebabkan perubahan perilaku konsumen yang semakin sensitif terhadap efisiensi waktu, kemudahan akses layanan, serta kemampuan institusi dalam memberikan pengalaman pelayanan yang memuaskan (Harto et al., 2023; Rochmawati et al., 2023). Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi faktor utama dalam membangun loyalitas dan mempertahankan kepercayaan nasabah jangka panjang.

Perbankan syariah sebagai lembaga intermediasi keuangan memiliki tanggung jawab besar dalam menjaga keseimbangan antara orientasi bisnis dan nilai-nilai syariah (Hariyadi, 2022; Ismulyaty & Roni, 2022b). Implementasi prinsip syariah dalam praktik operasional tidak hanya tercermin pada akad dan produk pembiayaan, tetapi juga pada etika pelayanan, transparansi informasi, serta keadilan dalam hubungan antara bank dan nasabah (Haikal & Efendi, 2024; Juleha et al., 2024; Wahyuni et al., 2024). Dalam konteks ini, kualitas pelayanan memiliki dimensi yang lebih luas dibandingkan perbankan konvensional karena melibatkan aspek moral dan spiritual yang menjadi dasar kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah (Agustin et al., 2023a; Pitri, 2024; Purwanto et al., 2024).

Meskipun perkembangan industri perbankan syariah menunjukkan tren positif, berbagai permasalahan pelayanan masih ditemukan dalam praktik operasional

di lapangan, khususnya pada layanan pembiayaan. Beberapa fenomena yang sering muncul meliputi proses administrasi yang memerlukan waktu relatif lama, kurang optimalnya penyampaian informasi terkait akad pembiayaan, serta lambatnya penanganan keluhan nasabah. Selain itu, kompleksitas prosedur birokrasi pada layanan pembiayaan sering kali menimbulkan persepsi negatif terhadap efektivitas pelayanan perbankan syariah. Kondisi tersebut berpotensi menimbulkan kesenjangan antara ekspektasi nasabah dengan realitas pelayanan yang diterima.

Kepuasan nasabah merupakan salah satu indikator utama keberhasilan perusahaan jasa dalam mempertahankan keberlanjutan usahanya. Dalam perspektif pemasaran jasa, kepuasan nasabah tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kualitas interaksi pelayanan yang diterima selama proses transaksi berlangsung. Nasabah yang merasa puas cenderung memiliki loyalitas tinggi, melakukan penggunaan ulang layanan, serta merekomendasikan layanan kepada pihak lain. Sebaliknya, ketidakpuasan dapat memunculkan perilaku customer switching dan menurunkan reputasi institusi keuangan di tengah persaingan industri yang semakin ketat (Agustin et al., 2023b; Bharmawan & Hanif, 2022; Hikmah et al., 2024).

Secara teoritis, konsep kepuasan nasabah dijelaskan melalui Expectancy Disconfirmation Theory yang dikembangkan oleh Oliver (2015). Teori ini menjelaskan bahwa kepuasan muncul sebagai hasil evaluasi konsumen terhadap kesesuaian antara harapan awal

dengan kinerja aktual layanan yang diterima. Apabila layanan yang diterima mampu memenuhi atau melampaui ekspektasi, maka akan terbentuk positive disconfirmation yang menghasilkan kepuasan. Sebaliknya, apabila layanan berada di bawah harapan nasabah, maka akan muncul negative disconfirmation yang memicu ketidakpuasan. Dalam konteks industri perbankan syariah, teori ini relevan untuk menjelaskan bagaimana kualitas layanan memengaruhi persepsi dan evaluasi nasabah terhadap layanan pembiayaan yang diterima.

Dalam mengukur kualitas pelayanan jasa, penelitian ini menggunakan model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. Model ini mengidentifikasi lima dimensi utama kualitas layanan, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Dimensi tangibles berkaitan dengan fasilitas fisik dan penampilan layanan, reliability berkaitan dengan kemampuan memberikan layanan secara tepat dan konsisten, responsiveness mencerminkan kecepatan serta kesiapan pelayanan, assurance berkaitan dengan kompetensi dan kemampuan membangun rasa percaya, sedangkan empathy mencerminkan perhatian personal terhadap kebutuhan nasabah. Kelima dimensi tersebut menjadi indikator penting dalam mengevaluasi kualitas pelayanan pada industri perbankan syariah.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang signifikan terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah. Penelitian Abduh

dan Omar (2014) menyatakan bahwa transparansi layanan dan kualitas interaksi pelayanan mampu meningkatkan loyalitas nasabah secara signifikan. Penelitian Hassan dan Raza (2017) juga menunjukkan bahwa dimensi reliability dan assurance menjadi faktor dominan dalam membentuk kepuasan nasabah layanan pembiayaan syariah. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan masih menjadi determinan utama dalam membangun hubungan jangka panjang antara bank syariah dan nasabahnya.

Namun demikian, beberapa penelitian lain menunjukkan hasil yang berbeda. Khan dan Bhatti (2016) menemukan bahwa loyalitas religius nasabah dapat memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa sebagian nasabah tetap bertahan menggunakan layanan perbankan syariah meskipun mengalami ketidakpuasan pelayanan karena dipengaruhi oleh faktor keyakinan agama dan kedekatan emosional terhadap prinsip syariah. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya empirical gap yang mengindikasikan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah bersifat dinamis serta dipengaruhi oleh konteks sosial dan karakteristik nasabah.

Selain empirical gap, terdapat pula contextual gap dalam penelitian terdahulu. Sebagian besar penelitian mengenai kepuasan nasabah perbankan syariah lebih banyak dilakukan pada level industri makro atau kantor pusat, sedangkan penelitian yang berfokus pada

dinamika pelayanan pembiayaan di tingkat operasional cabang masih relatif terbatas. Padahal, interaksi langsung antara nasabah dan petugas layanan terjadi pada level operasional sehingga pengalaman pelayanan yang dirasakan nasabah terbentuk dari kualitas interaksi tersebut. Oleh karena itu, penelitian mengenai kualitas layanan pembiayaan pada level mikro operasional menjadi penting untuk dilakukan guna memperoleh gambaran empiris yang lebih spesifik mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan pembiayaan syariah terhadap kepuasan nasabah dengan menggunakan pendekatan integratif antara Expectancy Disconfirmation Theory dan model SERVQUAL. Penelitian ini juga menekankan pentingnya strategi service recovery sebagai upaya pemulihan kepercayaan nasabah melalui peningkatan kualitas pelayanan, percepatan proses administrasi, simplifikasi prosedur pembiayaan, serta optimalisasi komunikasi layanan berbasis digital. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan literatur pemasaran jasa perbankan syariah serta menjadi rekomendasi praktis dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan retensi nasabah pada industri perbankan syariah modern.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal. Variabel independen penelitian adalah kualitas layanan pembiayaan syariah (X), sedangkan variabel dependen adalah kepuasan nasabah (Y).

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Layanan (X)	Tangibles	Fasilitas kantor, kenyamanan ruang layanan	Likert 1-5
	Reliability	Ketepatan dan konsistensi pelayanan	Likert 1-5
	Responsiveness	Kecepatan menangani kebutuhan nasabah	Likert 1-5
	Assurance	Kompetensi dan sopan santun petugas	Likert 1-5
	Empathy	Kepedulian dan perhatian personal	Likert 1-5
Kepuasan Nasabah (Y)	Satisfaction	Kepuasan keseluruhan terhadap layanan	Likert 1-5
	Repurchase Intention	Minat menggunakan ulang layanan	Likert 1-5
	Recommendation	Kesediaan merekomendasikan layanan	Likert 1-5

Sumber: Adaptasi Parasuraman et al. dan Kotler & Keller (2026)

Populasi penelitian adalah seluruh nasabah aktif pembiayaan BSI KCP Kalimantan tahun 2024. Sampel ditentukan menggunakan purposive sampling dengan kriteria nasabah telah melakukan akad minimal enam bulan.

Instrumen penelitian diuji menggunakan uji validitas Pearson Product Moment dan reliabilitas Cronbach's Alpha. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS melalui analisis deskriptif, uji normalitas, regresi linier sederhana, uji ANOVA, dan koefisien determinasi.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan pembiayaan syariah terhadap tingkat kepuasan nasabah menggunakan pendekatan SERVQUAL dan teori diskonfirmasi kepuasan. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian, kemudian diolah menggunakan perangkat lunak SPSS melalui tahapan analisis statistik deskriptif dan inferensial.

Analisis hasil penelitian dilakukan secara bertahap dimulai dari analisis deskriptif karakteristik variabel, pengujian asumsi klasik, pengujian model regresi, hingga pengujian hipotesis penelitian. Tahapan tersebut bertujuan untuk memastikan bahwa model penelitian memiliki validitas empiris yang memadai dalam menjelaskan hubungan antara kualitas layanan pembiayaan syariah dan kepuasan nasabah.

Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk mengetahui gambaran umum persepsi responden terhadap kualitas layanan pembiayaan syariah berdasarkan lima dimensi SERVQUAL, yaitu tangibles, assurance, empathy, reliability, dan responsiveness. Nilai mean digunakan untuk mengukur tingkat kecenderungan jawaban responden terhadap masing-masing indikator variabel penelitian.

Tabel 2. Hasil Statistik Deskriptif Dimensi SERVQUAL

No	Dimensi SERVQUAL	Mean	Kategori
1	Tangibles	4,21	Sangat Baik
2	Assurance	4,15	Baik
3	Empathy	4,02	Baik
4	Reliability	3,75	Cukup Baik
5	Responsiveness	3,52	Cukup Baik

Rata-rata Variabel X = 3,93 (Baik)
Sumber: Data Primer Diolah SPSS (2024)

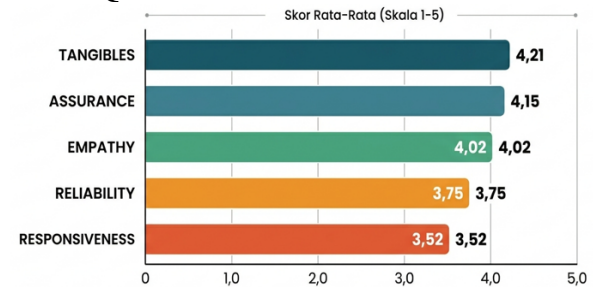
Berdasarkan Tabel 2, diketahui bahwa secara umum kualitas layanan pembiayaan syariah berada pada kategori “Baik” dengan nilai rata-rata sebesar 3,93. Dimensi tangibles memperoleh nilai mean tertinggi sebesar 4,21. Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai fasilitas fisik, kenyamanan ruang layanan, kelengkapan sarana, serta penampilan petugas pelayanan telah memberikan kesan profesional dan representatif.

Dimensi assurance memperoleh nilai mean sebesar 4,15 yang menunjukkan bahwa kompetensi petugas, kemampuan memberikan rasa aman, serta pengetahuan pegawai mengenai layanan pembiayaan telah mampu membangun kepercayaan nasabah. Selain itu, dimensi empathy memperoleh nilai sebesar 4,02 yang mengindikasikan bahwa petugas dinilai cukup mampu memberikan perhatian personal terhadap kebutuhan nasabah.

Sementara itu, dimensi reliability memperoleh nilai mean sebesar 3,75 dan responsiveness memperoleh nilai terendah sebesar 3,52. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa aspek ketepatan waktu pelayanan, kecepatan penanganan administrasi, serta respons terhadap keluhan nasabah masih belum

optimal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa permasalahan utama dalam layanan pembiayaan syariah terletak pada aspek kecepatan dan konsistensi pelayanan operasional.

Gambar 2. Grafik Nilai Dimensi SERVQUAL



Sumber: Data Primer Diolah Peneliti (2024)

Grafik di atas memperlihatkan bahwa dimensi tangibles memiliki tingkat persepsi paling tinggi dibandingkan dimensi lainnya. Sebaliknya, dimensi responsiveness menjadi dimensi dengan skor paling rendah. Temuan ini menunjukkan bahwa nasabah lebih mengapresiasi kualitas fasilitas fisik dibandingkan aspek kecepatan pelayanan administratif.

Fenomena tersebut mengindikasikan bahwa modernisasi fasilitas pelayanan belum sepenuhnya diimbangi dengan efisiensi proses pelayanan pembiayaan. Dalam konteks industri jasa keuangan modern, kecepatan pelayanan menjadi salah satu indikator penting dalam membentuk kepuasan dan loyalitas nasabah.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian

berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov melalui SPSS.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

Variabel	Asymp. Sig. (2-tailed)	Keterangan
Residual Regression	0,214	Berdistribusi Normal

Sumber: Output SPSS (2024)

Berdasarkan hasil uji normalitas pada Tabel 3, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,214. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas dan layak digunakan untuk pengujian hipotesis penelitian.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan pembiayaan syariah terhadap kepuasan nasabah. Hasil analisis regresi menunjukkan adanya hubungan positif antara kedua variabel penelitian.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Variabel	Koefisien Regresi	t hitung	Sig.
Konstanta	12,214	4,125	0
Kualitas Layanan (X)	0,682	8,862	0

Sumber: Output SPSS (2024)

Berdasarkan hasil regresi pada Tabel 4, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 12,214 + 0,682X$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan pembiayaan syariah memiliki arah hubungan positif terhadap kepuasan nasabah. Nilai koefisien regresi sebesar 0,682 menunjukkan bahwa setiap peningkatan kualitas layanan sebesar satu satuan akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,682 satuan.

Nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 menunjukkan bahwa kualitas layanan pembiayaan syariah berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

Tabel 5. Hasil Uji Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error
1	0,682	0,465	0,458	2,142

Sumber: Output SPSS (2024)

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 5, diperoleh nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,465 atau 46,5%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan pembiayaan syariah mampu menjelaskan variasi kepuasan nasabah sebesar 46,5%, sedangkan sisanya sebesar 53,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Faktor-faktor lain tersebut dapat berupa persepsi margin keuntungan, kualitas layanan digital

banking, loyalitas religius, kualitas hubungan interpersonal, maupun faktor emosional lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil Uji Hipotesis (Uji F / ANOVA)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel kualitas layanan pembiayaan syariah secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Tabel 6. Hasil Uji ANOVA

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	452,124	1	452,124	78,541	0
Residual	521,321	98	5,32		
Total	973,445	99			

Sumber: Output SPSS (2024)

Berdasarkan hasil uji ANOVA pada Tabel 6, diperoleh nilai F hitung sebesar 78,541 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis penelitian diterima.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan pembiayaan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka tingkat kepuasan nasabah juga akan meningkat secara signifikan.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Tabungan iB Hijrah pada PT Bank Muamalat KCU Kramat Raya. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan

oleh pihak bank, maka tingkat kepuasan nasabah juga akan meningkat. Dalam industri jasa perbankan, pelayanan merupakan faktor utama yang membentuk persepsi nasabah terhadap kualitas institusi karena nasabah berinteraksi langsung dengan pegawai, sistem pelayanan, serta fasilitas yang tersedia. Oleh karena itu, kualitas pelayanan yang konsisten dan profesional menjadi salah satu strategi penting dalam mempertahankan loyalitas nasabah di tengah persaingan industri perbankan syariah yang semakin kompetitif.

Dalam konteks perbankan syariah, dimensi kualitas pelayanan tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis seperti kecepatan pelayanan dan ketepatan transaksi, tetapi juga berkaitan erat dengan penerapan nilai-nilai syariah dalam setiap aktivitas pelayanan. Model CARTER yang digunakan dalam penelitian ini menempatkan dimensi compliance sebagai salah satu indikator utama yang membedakan pelayanan bank syariah dengan bank konvensional. Nasabah PT Bank Muamalat KCU Kramat Raya merasa lebih nyaman dan percaya karena transaksi yang dilakukan telah sesuai dengan prinsip syariah, bebas dari unsur riba, gharar, dan maisir. Selain itu, dimensi assurance juga menjadi faktor penting karena pegawai bank dinilai mampu memberikan rasa aman, keramahan, serta penjelasan yang jelas terkait akad dan produk yang digunakan oleh nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Tohari, 2024) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan

nasabah. Penelitian (Purwanto et al., 2024) juga menjelaskan bahwa pelayanan berbasis nilai syariah mampu meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan nasabah dalam menggunakan produk perbankan syariah. Temuan ini memperkuat teori pemasaran jasa yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan akan tercapai apabila layanan yang diterima sesuai atau bahkan melampaui harapan pelanggan. Dengan demikian, pelayanan yang cepat, ramah, profesional, dan sesuai prinsip syariah menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan nasabah pada industri perbankan syariah.

Selain kualitas pelayanan, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Bahkan, berdasarkan hasil regresi linear berganda, kualitas produk memiliki nilai koefisien regresi yang lebih besar dibandingkan kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi kepuasan nasabah Tabungan iB Hijrah. Dalam era digital saat ini, nasabah tidak hanya mempertimbangkan pelayanan langsung dari pegawai bank, tetapi juga menilai kualitas produk berdasarkan manfaat, kemudahan, keamanan, dan efisiensi yang ditawarkan.

Keunggulan produk Tabungan iB Hijrah terletak pada berbagai fitur yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern, seperti bebas biaya administrasi bulanan pada akad wadiah, kemudahan akses layanan digital melalui aplikasi Muamalat DIN, serta sistem keamanan transaksi

yang dinilai cukup baik oleh nasabah. Bagi masyarakat perkotaan dengan mobilitas tinggi, kemudahan transaksi digital menjadi kebutuhan utama dalam aktivitas keuangan sehari-hari. Oleh karena itu, keberadaan fitur mobile banking yang responsif dan efisien memberikan nilai tambah bagi nasabah sehingga mampu meningkatkan tingkat kepuasan mereka terhadap produk Tabungan iB Hijrah.

Temuan penelitian ini mendukung hasil penelitian (Budiarno et al., 2022) yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian (Hanifah & Effendi, 2026) juga menunjukkan bahwa produk dengan fitur yang sesuai kebutuhan konsumen akan lebih mudah menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dalam konteks penelitian ini, kualitas produk yang baik mampu memberikan pengalaman transaksi yang lebih nyaman dan efisien sehingga nasabah merasa kebutuhan finansial mereka dapat terpenuhi secara optimal melalui produk Tabungan iB Hijrah. Dengan demikian, inovasi produk dan pengembangan layanan digital menjadi aspek penting yang harus terus ditingkatkan oleh pihak bank.

Secara teoritis, hasil penelitian ini memperkuat relevansi model CARTER dalam mengukur kualitas pelayanan pada industri perbankan syariah karena mampu mengintegrasikan aspek pelayanan teknis dan kepatuhan syariah secara bersamaan. Penelitian ini juga membuktikan bahwa kepuasan nasabah pada bank syariah tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas

pelayanan, tetapi juga dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas produk yang ditawarkan. Secara praktis, hasil penelitian memberikan implikasi bagi manajemen PT Bank Muamalat Indonesia Tbk untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan berbasis syariah, memperkuat kompetensi pegawai, serta mengembangkan inovasi produk digital yang sesuai dengan kebutuhan nasabah modern guna mempertahankan daya saing perbankan syariah di Indonesia.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk Tabungan iB Hijrah secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Muamalat KCU Kramat Raya. Kualitas produk menjadi variabel yang paling dominan dalam memengaruhi kepuasan nasabah.

Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan kajian pemasaran jasa perbankan syariah, khususnya terkait integrasi model CARTER dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar pertimbangan bagi manajemen PT Bank Muamalat Indonesia Tbk dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk Tabungan iB Hijrah.

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan pada ruang lingkup penelitian yang hanya dilakukan pada satu kantor cabang dengan jumlah responden terbatas. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain

seperti brand image, trust, dan literasi keuangan syariah agar diperoleh model penelitian yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z., & Kadarsih, S. (2024). *Pasar Islami: Penerapan etika bisnis Islam bagi pedagang sembako*. Zabags Qu Publish.
- Agustin, H., Hasan, H., Setiawan, R., & Indrastuti, S. (2023a). Pengembangan konsep kualitas layanan bank syariah berdasarkan perspektif islam. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6(2), 785–794.
- Agustin, H., Hasan, H., Setiawan, R., & Indrastuti, S. (2023b). Pengembangan konsep kualitas layanan bank syariah berdasarkan perspektif islam. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6(2), 785–794.
- Aminin, R. I. (2024). Analisis Implementasi teknologi blockchain dalam meningkatkan transparansi, efisiensi, dan keamanan transaksi keuangan perbankan syariah Indonesia. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah: AICONOMIA*, 3(2), 92–106.
- Ashari, D., & Panorama, M. (2024). Etika Bisnis Dalam Ekonomi Mikro Islam. *Jurnal Studi Islam Indonesia (JSII)*, 2(2), 271–284.
- Basit, A. (2023). Issues in Shariah Governance Framework of Islamic Banking Institutions. In *Shariah Governance in Islamic Banking Institutions* (pp. 110–130). <https://doi.org/10.4324/9781003324836-7>

- Bharmawan, A. S., & Hanif, N. (2022). *Manajemen pemasaran jasa: strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan*. Scopindo Media Pustaka.
- Budiarno, B., Udayana, I. B. N., & Lukitaningsih, A. (2022). Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(02), 226–233.
- Haikal, M., & Efendi, S. (2024). Prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah dalam Undang-Undang Perbankan Syariah. *MAQASIDI: Jurnal Syariah Dan Hukum*, 4(1), 26–39.
- Hanifah, I., & Effendi, B. (2026). Etika Bisnis Islam dan Loyalitas Konsumen: Studi pada Pedagang Tradisional Paninggaran. *Al-Maal: Journal of Islamic Economic Studies*, 1(1), 1–10.
- Hariyadi, R. (2022). Kepuasan Nasabah Melalui Pelayanan Model Carter Pada Bank Mega Syariah Cabang Kota Bengkulu. *FIDUSIA: JURNAL KEUANGAN DAN PERBANKAN*, 5(2).
- Harto, B., Rukmana, A. Y., Subekti, R., Tahir, R., Waty, E., Situru, A. C., & Sepriano, S. (2023). *Transformasi bisnis di era digital: Teknologi informasi dalam mendukung transformasi bisnis di era digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hikmah, W. R., Wijaya, J. A., Hidayah, A. A., Syaputra, R. A., & Abdullah, M. (2024). Perspektif kepuasan pelanggan PT. Arrazi Ghirah Medika: Peran fundamental kualitas produk dan kualitas pelayanan dalam mewujudkannya. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 6(1), 42–54.
- Hirsanudin, H., & Martini, D. (2023). Good Corporate Governance Principles in Islamic Banking: A Legal Perspective on the Integration of TARIF Values. *Journal of Indonesian Legal Studies*, 8(2), 935–974. <https://doi.org/10.15294/jils.v8i2.70784>
- Ilahi, A. A. A., & Arifuddin, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*, 1(1), 25–37.
- Ismulyaty, S., & Roni, M. (2022a). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PENGGUNA INTERNET BANKING TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (BSI KALIREJO). *NISBAH: Jurnal Perbankan Syariah*, 8(1).
- Ismulyaty, S., & Roni, M. (2022b). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PENGGUNA INTERNET BANKING TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (BSI KALIREJO). *NISBAH: Jurnal Perbankan Syariah*, 8(1).
- Juleha, J., Andika, M. A., Rifa'i, A. A., Aziz, E. S., & Choiriyah, C. (2024). Integrasi Tanggung Jawab Etika Dalam Manajemen Risiko Operasional: Studi Pada Bank Syariah Di Indonesia.

- Jurnal Studi Islam Indonesia (JSII)*, 2(2), 391–400.
- Kurniawansyah, S., Suryanto, T., & Noviarita, H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Pada Bank Umum Syariah di Provinsi Lampung. *Jurnal: Islamic Economics Jurnal*, 6(2).
- Morshed, A. (2024). Comparative analysis of accounting standards in the Islamic banking industry: a focus on financial leasing. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*. <https://doi.org/10.1108/JIABR-12-2022-0349>
- Pitri, P. (2024). Analisis Konsep Dasar Pemasaran Bank Syariah Dalam Perspektif Etika Dan Kepercayaan Nasabah. *Expense: Jurnal Manajemen Bisnis*, 1(1), 1–14.
- Purwanto, H., Sakir, M., Munir, S., & Adinugraha, H. H. (2024). Analisis Pengaruh Prinsip-Prinsip Tasawuf, Literasi Keuangan Syariah, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Perbankan Syariah. *Velocity: Journal of Sharia Finance and Banking*, 4(2), 133–149.
- Rochmawati, D. R., Hatimatunnisani, H., & Veranita, M. (2023). *Mengembangkan Strategi Bisnis di Era Transformasi Digital*.
- Tohari, H. N. (2024). *Kepuasan Nasabah: Tinjauan Melalui Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Nasabah Bank Syariah*. Penerbit Adab.
- Wahyuni, S., Sapa, N., & Haddade, A. W. (2024). Fintech Keuangan Syariah Dalam Prespektif Sharia Complaine. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 7(2), 558–566.