

## **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Penerima Gaji Pensiun Pada Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie**

**Febrina Fatin Hamama<sup>1</sup>**

**Ana Fitria<sup>2</sup>**

**Ismail Rasyid Ridla Tarigan<sup>3</sup>**

[190603103@student.ar-raniry.ac.id<sup>1</sup>](mailto:190603103@student.ar-raniry.ac.id)

[ana.fitria@ar-raniry.ac.id<sup>2</sup>](mailto:ana.fitria@ar-raniry.ac.id)

[Ismail.rasyid@ar-raniry.ac.id<sup>3</sup>](mailto:Ismail.rasyid@ar-raniry.ac.id)

<sup>123</sup> **Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda  
Aceh**

### **ABSTRACT**

This research aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction receiving pension funds at Bank Aceh Syariah Blangpidie Branch. This research uses a quantitative type of research. The object of this research is customers receiving retirement salaries at Bank Aceh Syariah Blangpidie Branch. The total sample is 96 customers who receive retirement salaries. The research results obtained state that the Assurance and Tangible variables partially influence the satisfaction of customers receiving retirement salaries at Bank Aceh Syariah Blangpidie Branch. Meanwhile, the Responsiveness, Empathy, and Reliability variables partially have no effect on the satisfaction of customers receiving retirement salaries at Bank Aceh Syariah Blangpidie Branch. The variables Responsiveness, Assurance, Tangible, Empathy, and Reliability simultaneously influence the satisfaction of customers receiving retirement salaries at Bank Aceh Syariah Blangpidie Branch

**Keywords:** *Service quality, Responsiveness, Assurance, Tangible, Empathy, Reliability, customers satisfaction*

### **ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah penerima gaji pensiun pada Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Objek penelitian ini adalah nasabah penerima gaji pensiun pada Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie. Jumlah sampel 96 nasabah penerima gaji pensiun. Hasil penelitian yang diperoleh menyatakan bahwa variabel Assurance (Jaminan) dan Tangible (Bukti Langsung) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah penerima gaji pensiun pada Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie. Sedangkan variabel Responsiveness (Daya Tanggap), Empathy (Perhatian), dan Reliability (Kehandalan) secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah penerima gaji pensiun pada Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie. Variabel Responsiveness (Daya Tanggap), Assurance (Jaminan), Tangible (Bukti Langsung), Empathy (Perhatian), dan Reliability (Kehandalan) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah penerima gaji pensiun pada Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie.*

**Kata Kunci:** *Kualitas Pelayanan, Daya Tanggap, Jaminan, Bukti Langsung, Perhatian, Kehandalan, Kepuasan Nasabah.*

## **A. PENDAHULUAN**

Seiring dengan perkembangan zaman, dunia perbankan di Indonesia juga semakin berkembang. Sekarang tidak hanya di dominasi oleh bank konvensional saja, akan tetapi banyak bermunculan bank yang berprinsip syariah. Perbankan syariah pada saat ini mengalami suatu perkembangan yang semakin pesat. Kemunculan perbankan syariah di Indonesia dilandasi oleh keinginan masyarakat untuk melaksanakan kegiatan atau transaksi ekonomi dan perbankan yang sejalan dengan nilai-nilai dan prinsip-prinsip syariah. Perbankan syariah mengalami perkembangan yang pesat di Indonesia setelah lahirnya Undang-undang No. 10 tahun 1998, tentang perubahan atas Undang-undang No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan. Dalam UU ini terdapat perubahan yang memberikan peluang yang besar dan landasan hukum yang lebih kuat bagi pengembangan perbankan syariah serta memberikan kesempatan yang luas untuk mengembangkan jaringan perbankan syariah antara lain melalui izin pembukaan Kantor cabang Syariah (KCS) oleh bank konvensional (Heri, 2003).

Bank syariah adalah bank yang menjalankan operasionalnya berdasarkan agama Islam dimana tidak terdapat pengambilan bunga atau disebut juga dengan riba serta dilarang melakukan kegiatan investasi pada usaha yang tidak memiliki kejelasan kehalalannya. Bank syariah diawasi kehalalannya oleh lembaga resmi yang bernama Dewan Syariah Nasional (DSN) untuk menjamin kehalalan bank dalam melakukan operasionalnya (Zulkifli, 2017).

Pada saat ini bank syariah memiliki banyak persaingan antar bank baik dengan bank syariah maupun dengan bank konvensional. Oleh karena itu, untuk menghadapi persaingan tersebut bank syariah harus bisa memberikan suatu jasa serta dapat mempromosikan lembaganya dengan lebih inovatif dan kreatif untuk menarik nasabah agar dapat bergabung dengan bank syariah. Untuk memenuhi kebutuhan nasabah tersebut bank syariah harus menyiapkan strategi yang baik dengan memperhatikan perilaku nasabah yang dapat dilihat dari produk apa saja yang dibutuhkan maupun yang diinginkan nasabah, pelayanan seperti apa yang diharapkan oleh nasabah dan diterima oleh nasabah, dan lainnya.

Pada era globalisasi sekarang ini, kualitas pelayanan pada perusahaan menjadi komponen yang penting dalam meningkat kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan adalah penilaian nasabah dari apa yang mereka terima dari pelayanan serta pengharapan terhadap tingkat pelayanan yang akan diterima (Lupiyoadi, 2008). Apabila pelayanan perusahaan dapat memenuhi kebutuhan nasabah dan harapan nasabah maka nasabah akan sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan juga sangat penting dalam mempertahankan nasabah dalam waktu lama. Dalam memaksimalkan performa keuangan perbankan, perbankan harus memiliki layanan yang baik dan juga berkualitas yang baik. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan maka akan semakin tinggi pula nilai nasabah terhadap perbankan tersebut. Adanya kualitas pelayanan yang baik didalam suatu perusahaan akan menciptakan suatu kepuasan bagi para nasabahnya. Apabila nasabah puas, maka nasabah akan loyal pada bank (Kasmir, 2015). Kualitas pelayanan dan kepuasan

nasabah sangat berkaitan erat. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan nasabah serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan nasabah dimanaperusahaan memaksimumkan pengalaman nasabah yang menyenangkan. Kualitas pelayanan dapat diartikan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta penempatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan nasabah (Tjiptono, 2005).

Dalam memberikan pelayanan yang berkualitas perusahaan perbankan, setidaknya bank harus memenuhi 5 kriteria kualitas pelayanan yang sering disebut dengan RATER sehingga dapat menciptakan nasabah yang loyal, yaitu *responsiviness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *tangible* (bukti langsung), *empathy* (empati), dan *reliability* (kehandalan) (Tjiptono, 2105). Daya tanggap yaitu kemampuan karyawan untuk membantu nasabah menyediakan jasa dengan cepat sesuai dengan yang diinginkan nasabah. Jaminan dapat dilihat dari pengetahuan dan kemampuan karyawan untuk melayani dengan rasa percaya diri. Bukti fisik dapat dilihat dari fasilitas yang kasat mata yang dapat dinikmati langsung oleh nasabah. empati yaitu karyawan harus memberikan perhatian secara individu kepada nasabah dan mengerti kebutuhan nasabah. Sedangkan kehandalan dapat dilihat dari kemampuan untuk memberikan jasa secara akurat sesuai dengan yang dijanjikan.

Dalam konsep Islam pelayanan yang diberikan haruslah adil dan tidak boleh membedakan antara nasabah yang berpenghasilan tinggi dan nasabah berpenghasilan rendah. Apabila ketidakadilan ini terus dirasakan oleh nasabah dalam jangka waktu panjang, maka hal ini akan berpengaruh terhadap pertumbuhan dan perkembangan perusahaan itu sendiri dan akan berefek pada pertumbuhan ekonomi negara yang mana negara berkewajiban memberi akses dan peluang baru kepada masyarakatnya dalam bidang ekonomi.

Kotler (2016) mendefinisikan kepuasan nasabah sebagai perasaan suka atau tidak suka seseorang terhadap suatu produk setelah membandingkan kinerja produk tersebut dengan yang diharapkan. Karena penilaian kepuasan nasabah, maka pihak bank bisa mengetahui apakah pelayanan yang telah diberikan sudah baik atau tidak. Memberikan pelayanan yang baik akan membawa keuntungan bagi pihak bank maupun nasabah. Dimana keuntungan yang didapat kedua belah pihak adalah terjalinnya hubungan yang baik antara nasabah dengan pihak bank. Pengukuran kepuasan nasabah merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan efisien.

Berdasarkan wawancara terhadap salah satu nasabah pensiunan Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie yang mengalami permasalahan mengenai tertundanya gaji pensiunan selama 4 bulan, gaji pensiunan janda selama 1 tahun, dan uang pesangon pensiun selama 4 bulan pada Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie. Nasabah menjelaskan bahwasanya dalam pengurusannya terjadi kendala, yaitu gaji tersebut

tertunda di akibatkan dokumen yang tidak lengkap, padahal nasabah sebelumnya sudah melengkapi dokumen yang diminta oleh pihak bank sebagai syarat pencairan gaji tersebut. Pada saat nasabah melakukan pengaduan pada Customer Service, pegawai selalu meminta dokumen yang sama antara bulan pertama, kedua, ketiga, dan itu berulang beberapa kali bahkan sampai 1 tahun, namun nasabah juga diminta oleh Customer Service untuk mengecek secara berkala mengenai gaji tersebut. Setiap nasabah mengecek tidak ada gaji yang masuk pada rekeningnya, hal tersebut terjadi berulang hingga nasabah kewalahan dalam pengurusan gaji pada Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie.

Karena tidak ada hasil melakukan pengaduan secara berkala pada Bank Aceh Syariah, nasabah pensiun tersebut melakukan pengaduan pada kantor TASPEN untuk mengecek terkait dengan permasalahan yang tidak bisa diselesaikan oleh pihak Bank Aceh Syariah. Setelah dicek oleh pihak TASPEN, ternyata ada beberapa dokumen yang tidak jelas dan tidak lengkap saat di upload oleh pihak bank sehingga gaji tersebut tidak bisa dicairkan. Untuk menindaklanjuti permasalahan tersebut pihak TASPEN meminta nasabah untuk mengambil dokumen yang sudah diserahkan kepada pihak Bank Aceh Syariah, namun pihak Bank Aceh Syariah tidak bisa mengembalikan dokumen tersebut dikarenakan sudah masuk kedalam arsip Bank Aceh Syariah. Pada akhirnya, salah satu cara lain yang diajukan oleh pihak TASPEN adalah mengupload ulang dokumen-dokumen nasabah pensiun tersebut yang diperlukan untuk pengurusan gaji tersebut.

Penyebab kepuasan dan ketidakpuasan dari nasabah tergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan kurang baik, maka nasabah akan tidak puas dengan pelayanan yang diberikan dan akan berdampak buruk pada bank tersebut. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan dengan baik maka nasabah akan puas dengan pelayanan tersebut. Kepuasan nasabah dapat memberikan manfaat, seperti hubungan antara nasabah dan perusahaan menjadi lebih baik, menjadi loyalitas nasabah, dan bisa meningkatkan nasabah baru. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan nasabah, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi bank maka kepuasan yang dirasakan oleh nasabah akan semakin tinggi (Januar, 2016).

Berdasarkan analisis penulis terhadap hasil penelitian terdahulu (Akmalia, 2023), didapatkan bahwa *assurance*, *tangible*, *reliability* berpengaruh positif, akan tetapi *responsiveness* dan *empathy* tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, sehingga diharapkan kepada Bank Syariah lainnya dapat menyeimbangkan 5 unsur kualitas pelayanan (*responsiveness*, *assurance*, *tangible*, *empathy*, dan *reliability*), agar terciptanya nilai kepuasan pelayanan secara maksimal bagi nasabah.

Pada umumnya nasabah selalu mengharapkan pelayanan yang tepat, efisien, dan berperilaku sopan, serta penuh senyum kepada nasabah dari petugas bank. Nasabah pensiunan yang sudah memiliki usia yang lebih lanjut sangat membutuhkan pelayanan yang ekstra dan penjelasan yang lebih mudah di pahami. Jadi, wajar para nasabah pensiunan mengharapkan pelayanan yang baik yang memuaskan bagi nasabah pensiun. Berdasarkan hal diatas peneliti ingin mengkaji lebih lanjut tentang permasalahan

pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah penerima gaji pensiun pada Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie.

## **B. LANDASAN TEORI**

### **Kualitas Pelayanan**

Wyckof (2014) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendaliannya atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan atau harapan nasabah. Sedangkan menurut Tjiptono (2014) kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan adalah penilaian nasabah dari apa yang mereka terima dari pelayanan serta pengharapan terhadap tingkat pelayanan yang akan diterima (Lupiyoadi, 2008). Berdasarkan pengertian yang telah dikemukakan oleh para ahli tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah cara melayani, membantu menyiapkan, mengurus, menyelesaikan keperluan dan kebutuhan konsumen secara individu maupun berkelompok yang sesuai dengan harapan atau melebihi harapan nasabah.

Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan atau nasabah dan berakhir pada persepsi nasabah. Pelayanan nasabah yang maksimal dan baik menunjukkan besar atau seberapa bagusnya kualitas dan mutu tersebut dimata nasabah. Pelayanan yang baik dan tanggap akan memberikan nilai yang baik atau positif dan juga memberikan citra yang bagus dimata nasabah, apalagi jika setiap nasabah ditangani dengan prima dan bagus.

### **Indikator Kualitas Pelayanan**

Dalam mempertahankan sebuah perusahaan, kepuasan nasabah harus diutamakan. Perusahaan dapat memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan yang diharapkan nasabah maka kualitas pelayanan pada perusahaan tersebut baik. Menurut Lupiyoadi (2009) terdapat 5 dimensi pelayanan yaitu :

1. Daya Tanggap (*Responsiviness*)

Daya tanggap adalah respon karyawan yang dilakukan dengan cepat dan tanggap terhadap permasalahan yang dihadapi nasabah. Dalam Islam komitmen harus ditepati sesuai dengan janji-janji yang diberikan oleh perusahaan. Apabila perusahaan tidak dapat memberikan jaminan akan pelayanan yang baik, maka besar kemungkinan pelanggan akan pindah ke perusahaan lain.

2. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas pelayanan, keramah tamahan, sopan dalam pelayanan, terampil dalam memberikan informasi dan mampu membuat nasabah percaya kepada perusahaan. Dalam memberikan pelayanan kepada nasabah sebaiknya beretika dalam berkomunikasi, agar nasabah nyaman dengan pelayanan tersebut. Dengan memberikan pelayanan yang baik maka perusahaan akan tetap mendapatkan

kepercayaan dari konsumen, dan yang paling penting adalah tidak melanggar syariat dalam bekerja.

3. Bukti Langsung (*Tangible*)

Bukti langsung yaitu berupa prasarana berwujud yang digunakan oleh perusahaan yang dapat dilihat dan dirasakan oleh para nasabah, misalnya fasilitas fisik berupa gedung, interior, perlengkapan, dan peralatan yang digunakan untuk melayani nasabah, sarana komunikasi dan dalam menjalankan kegiatan usahanya harus senantiasa memperhatikan penampilan fisik pemilik dan karyawan yaitu berpakaian santun, beretika, dan bertanggung jawab. Contoh lainnya seperti layanan online pada bank untuk memberikan kemudahan dalam proses pelayanan dalam melayani nasabah. Adapun fungsi bukti langsung yaitu memberikan kenyamanan dan memberikan kemudahan akses bagi nasabah.

4. Empati (*Empathy*)

Empati atau perhatian merupakan kemampuan karyawan bank dalam memberikan perhatian kepada para nasabahnya.

5. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan merupakan kesanggupan perusahaan memberikan jasa dengan tepat dan dapat dipercaya. Indikator keandalan ini seperti pelayanan yang handal dan bertanggung jawab, karyawan sopan dan ramah. Apabila pelayanan dilakukan dengan baik maka nasabah akan merasa dihormati dan dihargai.

### **Kepuasan Pelanggan**

Menurut Sunyoto (2013) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Pelanggan dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kinerja dibawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa, tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan merasa puas dan apabila kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas, senang, dan gembira.

Menurut Yamit (2004) kepuasan pelanggan adalah ungkapan perasaan pelanggan yang muncul dari hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang didapatkan dengan apa yang diharapkan. Menurut Kotler (2009) kepuasan pelanggan secara umum mempunyai makna perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dirasakan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Artinya ketika pelanggan merasa ketidakpuasan terhadap produk yang ditawarkan maka kinerja tersebut dibawah harapan dari pelanggan.

Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi nasabah mengenai kualitas pelayanan yang berfokus pada 5 dimensi yaitu *reliability*, *assurance*, *tangible*, *empathy*, dan *responsiveness* (Tjiptono, 2012). Kepuasan menjadi sangat penting bagi suatu perusahaan oleh sebab itu semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka kepuasan nasabah akan semakin meningkat. Sebaliknya apabila kualitas pelayanan tidak sesuai dengan harapan nasabah maka kepuasan nasabah akan menurun.

Jadi, dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu respon yang dirasakan oleh nasabah terhadap pelayanan atau hasil kinerja. Kemudian pelanggan akan membandingkan antara pelayanan yang diterima dengan harapan yang diinginkan. Apabila pelayanan atau hasil kinerja yang diterima oleh nasabah lebih dari harapan maka nasabah akan merasa puas. Namun, apabila pelayanan atau kinerja yang diberikan tidak sesuai dengan harapan nasabah, maka pelanggan tidak puas dengan hasil kinerja yang telah pelanggan terima.

### **Indikator Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan dan ketidakpuasan ditentukan oleh persepsi dari harapan nasabah. Persepsi terhadap produk atau pelayanan sendiri dipengaruhi oleh pengalaman nasabah saat mencoba produk atau menerima suatu layanan. Menurut Indrasari (2019) ada beberapa indikator untuk mengukur kepuasan nasabah, yaitu :

1. Kesesuaian harapan, yaitu kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan nasabah dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya.
2. Minat berkunjung kembali, yaitu kepuasan nasabah diukur dengan menanyakan apakah nasabah ingin membeli atau menggunakan kembali jasa perusahaan.
3. Kesiapan merekomendasikan, yaitu kepuasan nasabah diukur dengan menanyakan apakah nasabah akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain seperti keluarga, teman, dan lainnya.

### **Nilai Pelanggan**

Menurut James G. Bames hubungan antara nilai dan loyalitas adalah pelanggan yang memiliki loyalitas merasakan adanya ikatan emosional dengan perusahaan. Ikatan emosional inilah yang membuat pelanggan menjadi loyal dan mendorong mereka untuk terus melakukan pembelian terhadap produk perusahaan serta memberikan rekomendasi (Ratih, 2015). Nilai pelanggan yang lebih baik tersebut akan mendorong peningkatan kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan yang disebabkan pemenuhan atas berbagai harapan yang dimiliki oleh pelanggan. Pelanggan akan kecewa jika harapan dan kinerja yang dirasakan dari produk perusahaan berbeda. Menghasilkan nilai pelanggan yang superior bagi perusahaan bukanlah hal yang mudah mengingat situasi dan kondisi persaingan yang ada saat ini mendorong perubahan persepsi dan selera pelanggan menjadi cepat sehingga perusahaan perlu beradaptasi dengan cepat pula terhadap perubahan tersebut (Donni, 2017).

Jadi pengertian nilai pelanggan adalah persepsi dari pelanggan mengenai manfaat yang diterima oleh pelanggandikurangi dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk suatu produk atau pelayanan sehingga dapat memberikan nilai-nilai yang lebih baik daripada pesaing-pesaingnya. Terdapat dua faktor utama yang dijadikan pedoman oleh pelanggan yaitu layanan yang diterima dan layanan yang diharapkan. Layanan yang pernah dialami ini akan menjadi standar perbandingan akan layanan yang diterima sekarang (Suryani, 2008).

### **Indikator Nilai Pelanggan**

Dimensi nilai pelanggan menurut Sweeney dan Soutar terdapat empat aspek utama yaitu sebagai berikut (Lutfis, 2016) :

1. Nilai emosional merupakan kemampuan yang berkaitan dengan kesan perasaan atau emosional yang diakibatkan oleh penggunaan produk.
2. Nilai sosial merupakan kemampuan yang suatu produk yang berkaitan dengan kemampuannya dalam meningkatkan kesan sosial yang baik dalam masyarakat.
3. Nilai kualitas merupakan kemampuan suatu produk yang dinilai memiliki kinerja dan fungsi yang bagus.

### **Loyalitas Pelanggan**

Menurut Sari (2020) loyalitas pelanggan diartikan sebagai sebuah kinerja yang diperoleh dari kepuasan pelanggan dari layanan instansi tawarkan, kesetiaan mendapatkan efek yang bagus bagi entitas, misalnya membuat pelanggan tetap dalam melaksanakan pembelian terus-menerus terhadap barang maupun jasa instansi. Terjadinya loyalitas pelanggan disebabkan oleh adanya pengaruh kepuasan atau ketidakpuasan dengan suatu produk yang terakumulasi secara terus menerus disamping adanya persepsi tentang kualitas pelayanan. Oleh karena itu, loyalitas pelanggan didefinisikan orang yang membeli secara teratur dan berulang-ulang, mereka secara terus-menerus dan berulang kali datang kesuatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan membeli suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk tersebut (Ali, 2013).

### **Indikator Loyalitas Pelanggan**

Menurut pendapat yang dikemukakan oleh Dharma (2017) menyebutkan bahwa ada empat indikator dalam loyalitas pelanggan atau kesetiaan pelanggan, yaitu :

1. Melakukan pembelian berulang.
2. Merekomendasikan atau menyarankan mengenai produk atau jasa yang dibeli kepada orang lain
3. Tidak berniat untuk pindah, artinya konsumen loyal atau setia terhadap produk yang digunakan.
4. Membicarakan hal positif mengenai produk yang dibeli.

### **Pensiun**

Berdasarkan Undang-Undang tahun 1999 tentang Pokok-Pokok Kepegawaian pasal 10, pensiun adalah jaminan hari tua dan sebagai bentuk balas jasa terhadap pegawai negeri yang telah bertahun-tahun mengabdikan dirinya pada negara. Pada intinya menjadi kewajiban setiap orang untuk berusaha menjamin hari tuanya dan untuk ini setiap pegawai wajib menjadi peserta dari badan asuransi sosial yang dibentuk pemerintah. Oleh karena itu, pensiun bukan hanya sebagai jaminan hari tua tetapi juga sebagai balas jasa.

### C. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif. Pendekatan pada penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu pengamatan langsung kelapangan atau kelokasi untuk mendapatkan data-data yang relevan dengan penelitian, sehingga peneliti langsung turun kelapangan atau kelokasi untuk memperoleh data dari nasabah pensiunan Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Blangpidie. Hasil gambaran tersebut kemudian akan dijadikan sebagai tolak ukur mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pensiunan Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Blangpidie.

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pensiunan Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Blangpidie. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penetapan sampel menggunakan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan. Alasan peneliti lebih memilih menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu karena keterbatasannya waktu, tenaga, gaji, dan untuk mempermudah peneliti dalam proses penelitiannya. Kriteria nasabah penerima gaji pensiun yang diteliti, sebagai berikut :

1. Nasabah Penerima Gaji Pensiun pada Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie yang pernah menggunakan jasa pelayanan Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie.
2. Nasabah penerima gaji pensiun tahun 2012 hingga tahun 2023.

Dalam menentukan ukuran sampel, peneliti menggunakan rumus Lemeshow. Rumus Lemeshow digunakan untuk mengetahui jumlah sampel yang tidak diketahui. Adapun rumus Lemeshow adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 P (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = maksimal estimasi 50% = 0,5

Melalui rumus diatas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah :

$$n = \frac{Z^2 P (1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,1}$$

$$n = 96,04$$

Dengan menggunakan rumus Lemeshow diatas, maka nilai sampel (n) yang didapat adalah sebesar 96,04 yang kemudian dibulatkan menjadi 96 responden.

#### D. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Hasil Uji Validitas

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Validitas**

Item Variabel	Variabel	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
<i>Responsiviness</i> (Daya Tanggap)	X1.1	0,883	0,2006	Valid
	X1.2	0,913	0,2006	Valid
	X1.3	0,906	0,2006	Valid
<i>Assurance</i> (Jaminan)	X2.1	0,573	0,2006	Valid
	X2.2	0,778	0,2006	Valid
	X2.3	0,748	0,2006	Valid
	X2.4	0,678	0,2006	Valid
	X2.5	0,683	0,2006	Valid
<i>Tangible</i> (Bukti Langsung)	X3.1	0,766	0,2006	Valid
	X3.2	0,770	0,2006	Valid
	X3.3	0,832	0,2006	Valid
	X3.4	0,798	0,2006	Valid
<i>Empathy</i> (Empati)	X4.1	0,766	0,2006	Valid
	X4.2	0,865	0,2006	Valid
	X4.3	0,673	0,2006	Valid
	X4.4	0,861	0,2006	Valid
<i>Reliability</i> (Keandalan)	X5.1	0,918	0,2006	Valid
	X5.2	0,931	0,2006	Valid
	X5.3	0,894	0,2006	Valid
Kepuasan Nasabah	Y.1	0,830	0,2006	Valid
	Y.2	0,884	0,2006	Valid
	Y.3	0,878	0,2006	Valid
	Y.4	0,870	0,2006	Valid

Sumber : Data Diolah SPSS (2024)

Uji validitas ini bertujuan untuk mengevaluasi tingkat keabsahan suatu kuesioner dalam konteks penelitian. Berdasarkan Tabel 1, dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang tercakup dalam penelitian ini dinyatakan valid karena memperoleh nilai validitas yang lebih besar dari nilai r tabel yakni sebesar 0,2006 pada tingkat signifikansi  $\alpha$  5%. Hal ini menunjukkan bahwa semua pernyataan yang disajikan dalam kuesioner tersebut dapat dianggap valid, dan oleh karena itu, kuesioner tersebut layak untuk digunakan dalam penelitian lebih lanjut.

**Hasil Uji Reliabilitas**

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Jumlah Item	Cronbach Alpha	Minimal Cronbach Alpha	Keterangan
<i>Responsiviness</i> (Daya Tanggap) (X <sub>1</sub> )	3	0,884	0,60	Reliabel
<i>Assurance</i> (Jaminan) (X <sub>2</sub> )	5	0,728		Reliabel
<i>Tangible</i> (Bukti Langsung) (X <sub>3</sub> )	4	0,795		Reliabel
<i>Empathy</i> (Perhatian) (X <sub>4</sub> )	4	0,797		Reliabel
<i>Reliability</i> (Kehandalan) (X <sub>5</sub> )	3	0,897		Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	4	0,887		Reliabel

Sumber : Data Diolah SPSS (2024)

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa nilai Cronbach Alpha dari variabel *responsiviness* (daya tanggap) (X<sub>1</sub>) yaitu sebesar 0,884, nilai *assurance* (jaminan) (X<sub>2</sub>) yaitu sebesar 0,728, nilai *tangible* (bukti langsung) (X<sub>3</sub>) yaitu sebesar 0,795, nilai *empathy* (empati) (X<sub>4</sub>) yaitu sebesar 0,797, nilai *reliability* (keandalan) (X<sub>5</sub>) yaitu sebesar 0,897, nilai kepuasan nasabah (Y) yaitu sebesar 0,887. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *responsiviness* (daya tanggap) (X<sub>1</sub>), *assurance* (jaminan) (X<sub>2</sub>), *tangible* (bukti langsung) (X<sub>3</sub>), *empathy* (empati) (X<sub>4</sub>), *reliability* (keandalan) (X<sub>5</sub>) dan kepuasan nasabah (Y) dinyatakan reliabel.

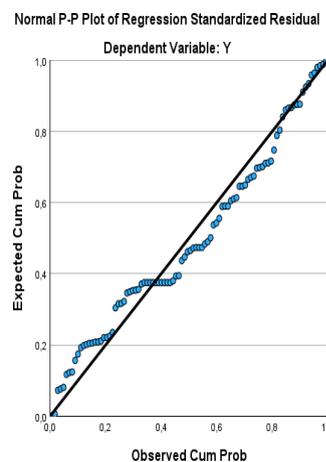
**Hasil Uji Asumsi Klasik**  
**Hasil Uji Normalitas**

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov**

One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,56842149
Most Extreme Differences	Absolute	,083
	Positif	,083
	Negative	-,081
Test Statistic		,083
Asymp. Sig. (2-tailed)		,098

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwasanya hasil dari uji normalitas Kolmogrov Smirnov didapatkan nilai sebesar 0,098. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel terikat (dependen) dan variabel terikat (independen) dalam penelitian ini terdistribusi secara normal karena nilai signifikan lebih besar dari 0,05. Uji normalitas dapat juga didukung menggunakan grafik P-P Plot dengan melihat penyebaran data disekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal dan dapat dikatakan normal. Akan tetapi, jika penyebaran data jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal maka dapat dikatakan tidak normal.

**Gambar 1**  
**Hasil Uji Normalitas dengan Grafik P-Plot**



Sumber : Data Diolah SPSS (2024)

Berdasarkan Gambar 1 dapat dilihat bahwa hasil penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal terpenuhi.

**Hasil Uji Multikolinearitas**

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

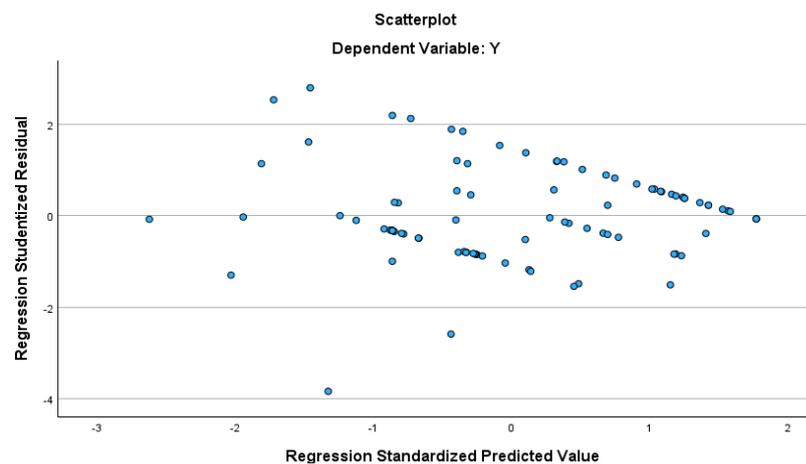
Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
<i>Responsiviness</i> (X <sub>1</sub> )	0,417	2,400	Tidak terjadi multikolinearitas
<i>Assurance</i> (X <sub>2</sub> )	0,585	1,709	Tidak terjadi multikolinearitas
<i>Tangible</i> (X <sub>3</sub> )	0,752	1,330	Tidak terjadi multikolinearitas
<i>Emphaty</i> (X <sub>4</sub> )	0,260	3,839	Tidak terjadi multikolinearitas
<i>Reliability</i> (X <sub>5</sub> )	0,329	3,041	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber : Data Diolah SPSS (2024)

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui bahwa nilai tolerance variabel *Responsiviness* ( $X_1$ ) sebesar 0,417, nilai tolerance *Assurance* ( $X_2$ ) sebesar 0,585, nilai tolerance *Tangible* ( $X_3$ ) sebesar 0,752, nilai tolerance *Emphaty* ( $X_4$ ) sebesar 0,260, dan nilai tolerance *Reliability* ( $X_5$ ) sebesar 0,329. Maka dapat disimpulkan bahwa kelima variabel memiliki nilai tolerance diatas 0,10, sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas. Sedangkan pada nilai VIF variabel *Responsiviness* ( $X_1$ ) sebesar 2,400, nilai VIF variabel *Assurance* ( $X_2$ ) sebesar 1,709, nilai VIF variabel *Tangible* ( $X_3$ ) sebesar 1,330, nilai VIF variabel *Emphaty* ( $X_4$ ) sebesar 3,839, dan nilai VIF variabel *Reliability* ( $X_5$ ) sebesar 3,041. Maka dapat disimpulkan bahwa kelima variabel memiliki nilai VIF yang lebih kecil dari 10, sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi ini.

### Hasil Uji Heteroskedastisitas

**Gambar 2**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Sumber : Data Diolah SPSS (2024)

Berdasarkan Gambar 2 dapat diketahui bahwa pada grafik scatterplot menunjukkan titik-titik menyebar secara acak tidak terbentuk pola apapun dan menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

**Tabel 5**  
**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constans)	2,140	2,048		1,045	,299
<i>Responsiviness</i> (X <sub>1</sub> )	,020	,132	,019	,154	,878
<i>Assurance</i> (X <sub>2</sub> )	,236	,102	,241	2,318	,023
<i>Tangible</i> (X <sub>3</sub> )	,279	,112	,228	2,483	,015
<i>Emphaty</i> (X <sub>4</sub> )	,241	,152	,248	1,591	,115
<i>Reliability</i> (X <sub>5</sub> )	,091	,160	,079	,567	,572

Sumber : Data Diolah SPSS (2024)

Berdasarkan Tabel 4.19 hasil regresi linear berganda dapat dibuat persamaan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

$$Y = 2,140 + 0,020X_1 + 0,236X_2 + 0,279X_3 + 0,241X_4 + 0,091X_5 + e$$

Berdasarkan Tabel 4.19 dapat dijelaskan tentang hubungan antar variabel terikat (dependen) dan variabel bebas (independen) sebagai berikut :

1. Nilai konstantan ( $\alpha$ ) yaitu sebesar 2,140. Artinya jika variabel *Responsiviness* (X<sub>1</sub>), *Assurance* (X<sub>2</sub>), *Tangible* (X<sub>3</sub>), *Emphaty* (X<sub>4</sub>), dan *Reliability* (X<sub>5</sub>) bernilai nol maka variabel kepuasan nasabah penerima gaji pensiun (Y) memiliki nilai sebesar 2,140.
2. Nilai koefisien variabel *Responsiviness* (X<sub>1</sub>) yaitu sebesar 0,020. Artinya variabel *Responsiviness* (X<sub>1</sub>) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan nasabah penerima gaji pensiun (Y). Bila variabel *Responsiviness* (X<sub>1</sub>) naik sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan kepuasan nasabah penerima gaji pensiun (Y) sebesar 0,020.
3. Nilai koefisien variabel *Assurance* (X<sub>2</sub>) yaitu sebesar 0,236. Artinya variabel *Assurance* (X<sub>2</sub>) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan nasabah penerima gaji pensiun (Y). Bila variabel *Assurance* (X<sub>2</sub>) naik sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan kepuasan nasabah penerima gaji pensiun (Y) sebesar 0,236.
4. Nilai koefisien variabel *Tangible* (X<sub>3</sub>) yaitu sebesar 0,279. Artinya variabel *Tangible* (X<sub>3</sub>) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan nasabah penerima gaji pensiun (Y). Bila variabel *Tangible* (X<sub>3</sub>) naik sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan kepuasan nasabah penerima gaji pensiun (Y) sebesar 0,279.
5. Nilai koefisien variabel *Emphaty* (X<sub>4</sub>) yaitu sebesar 0,241. Artinya variabel *Emphaty* (X<sub>4</sub>) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan nasabah penerima gaji pensiun (Y). Bila variabel *Emphaty* (X<sub>4</sub>) naik sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan kepuasan nasabah penerima gaji pensiun (Y) sebesar 0,241.
6. Nilai koefisien variabel *Reliability* (X<sub>5</sub>) yaitu sebesar 0,091. Artinya variabel *Reliability* (X<sub>5</sub>) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan nasabah penerima gaji pensiun (Y). Bila variabel *Reliability* (X<sub>5</sub>) naik sebesar 1 satuan, maka akan

meningkatkan kepuasan nasabah penerima gaji pensiun (Y) sebesar 0,091.

**Hasil Uji Hipotesis**  
**Hasil Uji Parsial (Uji t)**

**Tabel 6**  
**Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Model	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constans)	2,140	2,048		1,045	,299
<i>Responsiviness</i> (X1)	,020	,132	,019	,154	,878
<i>Assurance</i> (X2)	,236	,102	,241	2,318	,023
<i>Tangible</i> (X3)	,279	,112	,228	2,483	,015
<i>Emphaty</i> (X4)	,241	,152	,248	1,591	,115
<i>Reliability</i> (X5)	,091	,160	,079	,567	,572

Sumber : Data Diolah SPSS (2024)

Berdasarkan Tabel 6 hasil uji parsial (uji t) dapat disimpulkan bahwa :

1. Hasil uji t pada variabel *responsiviness* (daya tanggap) (X<sub>1</sub>) diperoleh nilai t hitung sebesar 0,154 dan t tabel sebesar 1,986, maka t hitung 0,154 < 1,986, dan nilai signifikan sebesar 0,878 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H<sub>01</sub> diterima dan H<sub>a1</sub> ditolak. Artinya variabel *responsiviness* (X<sub>1</sub>) tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah penerima gaji pensiun (Y).
2. Hasil uji t pada variabel *assurance* (jaminan) (X<sub>2</sub>) diperoleh nilai t hitung sebesar 2,318 dan t tabel sebesar 1,986, maka t hitung 2,138 > t tabel 1,986, dan nilai signifikan sebesar 0,023 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H<sub>02</sub> ditolak dan H<sub>a2</sub> diterima. Artinya variabel *assurance* (X<sub>2</sub>) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan nasabah penerima gaji pensiun (Y).
3. Hasil uji t pada variabel *tangible* (bukti langsung) (X<sub>3</sub>) diperoleh nilai t hitung sebesar 2,483 dan t tabel sebesar 1,986, maka t hitung 2,483 > t tabel 1,986, dan nilai signifikan sebesar 0,015 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H<sub>02</sub> ditolak dan H<sub>a2</sub> diterima. Artinya variabel *tangible* (X<sub>3</sub>) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan nasabah penerima gaji pensiun (Y).
4. Hasil uji t pada variabel *emphaty* (perhatian) (X<sub>4</sub>) diperoleh nilai t hitung sebesar 1,591 dan t tabel sebesar 1,986, maka t hitung 1,591 < t tabel 1,986, dan nilai signifikan sebesar 0,115 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H<sub>02</sub> diterima dan H<sub>a2</sub> ditolak. Artinya variabel *emphaty* (X<sub>4</sub>) tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah penerima gaji pensiun (Y).

Hasil uji t pada variabel *reliability* (kehandalan) (X<sub>5</sub>) diperoleh nilai t hitung sebesar 0,567 dan t tabel sebesar 1,986, maka t hitung 0,567 < 1,986, dan nilai signifikan sebesar 0,572 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H<sub>02</sub> diterima dan H<sub>a2</sub> ditolak. Artinya variabel *reliability* (X<sub>5</sub>) tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah penerima gaji pensiun (Y).

### Hasil Uji Simultan (Uji F)

**Tabel 7**  
**Hasil Uji Simultan (Uji F)**

F	Sig
13,628	0,001 <sup>b</sup>

Berdasarkan Tabel 7 dapat diketahui bahwa nilai F hitung lebih besar dari F tabel yaitu sebesar  $13,628 > 2,32$  dengan nilai signifikan sebesar  $0,001 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya variabel *responsiviness* (daya tanggap) ( $X_1$ ), *assurance* (jaminan) ( $X_2$ ), *tangible* (bukti langsung) ( $X_3$ ), *emphaty* (perhatian) ( $X_4$ ), dan *reliability* (kehandalan) ( $X_5$ ) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan nasabah penerima gaji pensiun pada Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie.

### Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 8**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,656 <sup>a</sup>	,431	,399	1,611

Sumber : Data Diolah SPSS (2024)

Berdasarkan tabel 4.22 hasil perhitungan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) maka dapat diketahui nilai koefisien determinasi sebesar 0,431. Hal ini berarti bahwa pengaruh variabel *responsiviness* (daya tanggap) ( $X_1$ ), *assurance* (jaminan) ( $X_2$ ), *tangible* (bukti langsung) ( $X_3$ ), *emphaty* (perhatian) ( $X_4$ ), dan *reliability* (kehandalan) ( $X_5$ ) terhadap variabel kepuasan nasabah penerima gaji pensiun ( $Y$ ) sebesar 43,1% dan sisanya 56,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

### Pembahasan Hasil Penelitian

#### **Pengaruh *Responsiviness* (Daya Tanggap) Terhadap Kepuasan Nasabah Penerima Gaji Pensiun Pada Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie**

Berdasarkan hasil uji statistik secara parsial pada Tabel 4.20 menunjukkan bahwa pada variabel *responsiviness* (daya tanggap) ( $X_1$ ) diperoleh nilai t hitung sebesar 0,154 dan t tabel sebesar 1,986, maka  $t \text{ hitung } 0,154 < t \text{ tabel } 1,986$ , dan nilai signifikan sebesar  $0,878 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{01}$  diterima dan  $H_{a1}$  ditolak. Artinya variabel *responsiviness* (daya tanggap) ( $X_1$ ) tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah penerima gaji pensiun ( $Y$ ). Dikuatkan dengan hasil jawaban kuesioner yang disebarkan kepada responden bahwa pada item pertanyaan "Karyawan Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie cepat dalam menyelesaikan masalah atau keluhan nasabah

penerima gaji pensiun” didapatkan masih banyak nasabah penerima pensiun menjawab kurang setuju sebanyak 13 responden dan tidak setuju sebanyak 3 responden. Hal ini disebabkan Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie belum cepat tanggap atas keluhan atau masalah nasabah penerima gaji pensiun. Maka belum memenuhi keinginan dan kepuasan nasabah penerima gaji pensiun.

Hasil temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang diteliti oleh Widyarningsih, Mayasari, dan Ramadhani (2023) dengan judul “ Pengaruh *Reliability, Responsiviness, Security and Safety* Terhadap Satisfaction Nasabah Bank Syariah Indonesia Pada Masyarakat Solo Raya” yang menyatakan bahwa *responsiviness* tidak berpengaruh terhadap satisfaction (kepuasan) nasabah.

### **Pengaruh Assurance (Jaminan) Terhadap Kepuasan Nasabah Penerima Gaji Pensiun Pada Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie**

Berdasarkan hasil uji statistik secara parsial pada Tabel 4.20 menunjukkan bahwa pada variabel *assurance* (jaminan) ( $X_2$ ) diperoleh nilai t hitung sebesar 2,318 dan t tabel sebesar 1,986, maka  $t \text{ hitung } 2,318 > t \text{ tabel } 1,986$ , dan nilai signifikan sebesar  $0,023 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{02}$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima. Artinya variabel *assurance* (jaminan) ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan nasabah penerima gaji pensiun ( $Y$ ). Dikuatkan dengan hasil jawaban kuesioner yang disebarkan kepada responden bahwa pada item pertanyaan “Karyawan Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie bersikap sopan santun terhadap nasabah penerima gaji pensiun” didapatkan banyak nasabah penerima pensiun menjawab sangat setuju sebanyak 40 responden dan setuju sebanyak 54 responden. Hal ini disebabkan karena karyawan Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie bersikap sopan santun, amanah, memiliki pengetahuan yang luas terhadap produk Bank Aceh Syariah, serta nasabah merasa aman melakukan transaksi dengan Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie. Maka sudah memenuhi keinginan dan kepuasan nasabah penerima gaji pensiun.

Hasil temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang diteliti oleh Azisah (2019) dengan judul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah BMT *Al-Birry* Di Kabupaten Pinrang” yang menyatakan bahwa variabel jaminan berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah.

### **Pengaruh Tangible (Bukti Langsung) Terhadap Kepuasan Nasabah Penerima Gaji Pensiun Pada Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie**

Berdasarkan hasil uji statistik secara parsial pada Tabel 4.20 menunjukkan bahwa pada variabel *tangible* (bukti langsung) ( $X_3$ ) diperoleh nilai t hitung sebesar 2,483 dan t tabel sebesar 1,986, maka  $t \text{ hitung } 2,483 > t \text{ tabel } 1,986$ , dan nilai signifikan sebesar  $0,015 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{02}$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima. Artinya variabel *tangible* (bukti langsung) ( $X_3$ ) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan nasabah penerima gaji pensiun ( $Y$ ). Dikuatkan dengan hasil jawaban kuesioner yang disebarkan kepada responden bahwa pada item pertanyaan “Karyawan Bank Aceh

Syariah Cabang Blangpidie berpenampilan rapi dan bersih” didapatkan banyak nasabah penerima pensiun menjawab sangat setuju sebanyak 63 responden dan setuju sebanyak 33 responden. Hal ini disebabkan karena perlengkapan yang lengkap, lingkungan nyaman, karyawan rapi, dan informasi yang diberikan mudah dipahami. Maka sudah memenuhi keinginan dan kepuasan nasabah penerima gaji pensiun.

Hasil temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang diteliti oleh Limbong (2021) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Otentikasi Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri (TASPEN) Terhadap Kepuasan Nasabah Pensiun (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Tanjung Balai)” yang menyatakan bahwa variabel *tangible* (bukti langsung) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pensiun secara simultan.

### **Pengaruh *Empathy* (Perhatian) Terhadap Kepuasan Nasabah Penerima Gaji Pensiun Pada Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie**

Berdasarkan hasil uji statistik secara parsial pada Tabel 4.20 menunjukkan bahwa pada variabel *emphaty* (perhatian) ( $X_4$ ) diperoleh nilai t hitung sebesar 1,591 dan t tabel sebesar 1,986, maka  $t \text{ hitung } 1,591 < t \text{ tabel } 1,986$ , dan nilai signifikan sebesar  $0,115 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{02}$  diterima dan  $H_{a2}$  ditolak. Artinya variabel *emphaty* ( $X_4$ ) tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah penerima gaji pensiun ( $Y$ ). Dikuatkan dengan hasil jawaban kuesioner yang disebarkan kepada responden bahwa pada item pertanyaan “Karyawan Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie memberikan perhatian kepada nasabah penerima gaji pensiun” didapatkan masih banyak nasabah penerima pensiun menjawab kurang setuju sebanyak 12 responden dan tidak setuju sebanyak 6 responden. Hal ini disebabkan karena karyawan Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie tidak menunjukkan rasa empati atau perhatian terhadap keluhan atau masalah nasabah penerima gaji pensiun. Maka belum memenuhi keinginan dan kepuasan nasabah penerima gaji pensiun.

Hasil temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang diteliti oleh Damayanti (2023) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Proses Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Dengan Dimensi CARTER (Studi Kasus BSI KCP Solo Pasar Kliwon)” yang menyatakan bahwa variabel *empathy* (perhatian) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.

### **Pengaruh *Reliability* (Keandalan) Terhadap Kepuasan Nasabah Penerima Gaji Pensiun Pada Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie**

Berdasarkan hasil uji statistik secara parsial pada tabel 4.20 menunjukkan bahwa pada variabel *reliability* (kehandalan) ( $X_5$ ) diperoleh nilai t hitung sebesar 0,567 dan t tabel sebesar 1,986, maka  $t \text{ hitung } 0,567 < t \text{ tabel } 1,986$ , dan nilai signifikan sebesar  $0,572 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{02}$  diterima dan  $H_{a2}$  ditolak. Artinya variabel *reliability* ( $X_5$ ) tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah penerima gaji pensiun ( $Y$ ). Dikuatkan dengan hasil jawaban kuesioner yang disebarkan kepada responden bahwa pada item pertanyaan “Karyawan Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie tepat waktu dalam melakukan pelayanan” didapatkan masih banyak nasabah

penerima pensiun menjawab kurang setuju sebanyak 11 responden dan tidak setuju sebanyak 3 responden. Hal ini disebabkan karena belum melaksanakan pelayanan yang sesuai dengan harapan nasabah terutama ketepatan waktu saat melayani nasabah masih kurang. Maka belum bisa memenuhi keinginan dan kepuasan nasabah penerima gaji pensiun.

Hasil temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang diteliti oleh Arslan (2022) dengan judul "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia" yang menyatakan bahwa secara parsial variabel kehandalan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

### **Pengaruh *Responsiviness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Tangible* (Bukti Langsung), *Empathy* (Perhatian), dan *Reliability* (Keandalan) Secara Simultan Terhadap Kepuasan Nasabah Penerima Gaji Pensiun Pada Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie**

Berdasarkan uji statistik secara simultan dapat diketahui bahwa nilai signifikan sebesar 0,001. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ( $0,001 < 0,05$ ), sehingga diketahui bahwa *responsiviness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *tangible* (bukti langsung), *emphaty* (perhatian), dan *reliability* (keandalan) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan nasabah penerima gaji pensiun. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diterapkan pada Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah penerima gaji pensiun.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa besarnya kontribusi dengan nilai  $R^2$  yaitu sebesar 0,431 atau 43,1%, artinya bahwa kepuasan nasabah penerima gaji pensiun dipengaruhi oleh bahwa *responsiviness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *tangible* (bukti langsung), *emphaty* (perhatian), dan *reliability* (keandalan) sebesar 43,1%. Sedangkan sisanya 56,9% dipengaruhi oleh variabel yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## **E. KESIMPULAN**

Berdasarkan dari analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya, penelitian ini mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Penerima Gaji Pensiun Pada Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie dengan jumlah responden 96 orang sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *responsiviness* (daya tanggap), *empathy* (perhatian), dan *reliability* (keandalan) secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah penerima gaji pensiun. Sedangkan variabel *assurance* (jaminan) dan *tangible* (bukti langsung), secara parsial berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan nasabah penerima gaji pensiun.

Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel *responsiviness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *tangible* (bukti langsung), *emphaty* (perhatian), dan *reliability* (keandalan) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah penerima gaji pensiun.

## REFERENSI

- Ali, Hasan. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Center For Academic Publishing service.
- Donni Juni Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis dan Kontemporer*. Bandung: ALFABETA.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Isnadi, Didik. (2005). *Analisis pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap nilai Nasabah dan Keunggulan Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Januar. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung*. Bandung: Universitas Telkom.
- Kasmir, (2004), *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Lupiyoadi. (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa : Berbasis Kompetensi*. Jakarta: SalembaEmpat.
- Moch Lutfis Salis Af Hami, dkk. (2016) *Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap KepuasanPelanggan dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan*. Malang : *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Poerwadarminta. (2011). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Kota.
- Priyatno, Duwi. (2017). *SPSS 22 Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Qardhawi, Yusuf. (2001). *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Ratih Hurriyati. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: ALFABETA.
- Rusbi, Zulkifli. (2017). *Manajemen Perbankan Syariah*. Pekanbaru: Pusat Kajian Pendidikan Islam UIR.
- Satriady, A. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan (Studi Kasus Pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Tambun Mangunjaya)*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Perbankan*.
- Sudarsono, Heri. (2003). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, Deskripsi dan Ilustrasi*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Sudaryono. (2017). *Pengantar Manajemen Teori dan Kasus*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sujawerni, V. Wiratna (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: PustakaBaru Press.
- Suliyanto (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2005). *Pemasaran jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2011). *Service, Quality and Satisfaction Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandi. (2012). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono,, F dan Chandra, G. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction Edisi 4*. Yogyakarta:

Andi.

Umam, Khairul. (2013), *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia.

Veithzal Rivai, Amiur, dan Faisar. (2012). *Islamic Business and Economic Ethics*. Jakarta: Bumi Aksara.

Wahbah Az-Zuhaili (2013). *Tafsir Al-Wasitb Jilid 1*. Jakarta: Gema Insani.

Wickof. (2014). *Komponen dan Dimensi Kualitas Jasa*. Dalam F. Tjiptono, *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.

Wildan dan Raden. (2018). *Manajemen dan Etika Perkantoran Praktik Pelayanan Prima*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.