ANTARADHIN
Jurnal Ekonomi Syariah Kontemporer

Vol. 1. No. 2 (2020) 07-12		E-ISSN: XXXX-XXXX P-ISSN: XXXX-XXXX
published online on the journal's website: ***http://jurnal.iailm.ac.id/index.php/antaradhin***		

Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Loyaitas Nasabah di PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya

Hikmah Solihah[1], Yoni Nugraha[2]
[1,2] Institut Agama Islam Latifah Mubarokiyah Tasikmalaya, Tasikmalaya, Indonesia
hikmahsolihah@gmail.com

Abstract
In the midst of competing competition in the banking world today, Nasabha's loyalty is a must for Islamic banks to maintain and improve it. The more loyal a customer is to the bank, the greater the contribution of propit to the bank. This study aims to determine the relationship between service quality and customer loyalty at PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya. The approach in determining this factor is a service quality variable consisting of reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles. The data used is primary data and secondary data primary data obtained through the distribution of questionnaires to customers of PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya. The collected data was analyzed using Rank Spearman correlation coefficient. This technique was chosen to determine the magnitude of the relationship between service quality and customer loyalty. To test the validity and reliability of the research instrument used the analysis of validity and reliability. The results of the study show that the quality of service is at PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya is in good value. While customer loyalty is quite good. The relationship between customer loyalty and customer loyalty is 58.4%. While the remaining 41.6% is influenced by other factors. Hypothesis test results show that the quality of service with customer loyalty is significantly related.
Keywords: Service Quality, Customer Loyalty

Abstrak
Di tengah persaingan yang kompetitip di dunia perbankan saat ini loyalitas nasabha menjadi keharusan bank syariah untuk menjaga dan meningkatkannya. Semakin loyal seorang nasabah kepada pihak bank maka semakin besar kontribusi propit yang disumbangkn kepada bank tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan dengan loyalitas nasabah di PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya. Pendekatan dalam penentuan faktor ini adalah variabel kualitas jasa yang terdiri dari reliability,responsiveness, assurance ,empathy ,tangibles . Data yang di gunakan adalah data primer dan data skunder data primer di peroleh melalui penyebaran kuisioner kepada nasabah PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya. Data yang terkumpul di analisis dengan menggunakan koefisien korelasi Rank spearman. Tehnik ini dipilih untuk mengetahui besarnya hubungan kualitas pelayanan dengan loyalitas nasabah. Untuk menguji kesahihan dan keandalan instrument penelitian digunakan analisis validitas dan reabilitas. Hasil penelitian menunjukan bahwa kualitas pelayanan terdapat di PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya di nilai baik. Sedangkan loyalitas pelanggan di nilai cukup baik. Adapun h Hubungan loyalitas nasabah dengan loyalitas nasabah sebesar 58,4%. Edangkan sisanya 41,6% dipengaruhi faktor lain. Hasil uji hipotesis menunjukan bahwa kualitas pelayanan dengan loyalitas nasabah secara signifikan sangat berhubungan.
Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Loyalitas Nasabah

PENDAHULUAN

Islam mengajarkan pada pemeluknya untuk berperan aktif dalam mengembangkan ekonomi umat. Salah satu upaya untuk mengembangkan ekonomi umat indonesia adalah dengan pendirian bank islam atau selanjutnya disebut dengan bank syariah. Bank syariah ialah bank yang oprasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Quran dan Hadits Nabi SAW.. Atau dengan kata lain, Bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoprasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam.[1] Riba dalam kamus besar bahasa Arab adalah kelebihan, penambahan peningkatan atau surplus dalam ilmu ekonomi riba berarti kelebihan pendapatan yang diterima oleh si pemberi pinjaman dari hasil si peminjam, yaitu kelebihan dari jumlah pokok yang dipinjam, sebagai upah atas dicairkannya sebagian harta dalam waktu yang di tentukan .[2]

Dunia bisnis jasa saat ini salah satunya adalah perbankan syariah yang mengalami kemajuan dan perkembangan yang pesat. Maraknya perkembangan perbankan syariah di Indonesia yang tidak berbasis bunga melahirkan begitu banyak para investor dan nasabah dengan berbagai penghimpunan dana. Tingginya keinginan nasabah untuk menabung dan pembiayaan, membuat bisnis jasa bank syariah semakin prosfektif. Bank syariah menjadi tempat untuk menghimpun dan menyalurkan dana bagi masyarakat yang mempunyai misi yang berandaskan keadilan, kejujuran, kemanfaatan, kebersamaan yang sesuai dengan syariah. Selama penghimpunan dana dan penyaluran dana masih berlangsug maka bisnis jasa bank syariah tidak akan berhenti. Kondisi ini menunjukan bahwa masyarakat masih membutuhkannya situasi ini memberikan peluang bagi pengelola bank syariah untuk menekuni usaha tersebut.

Perkembangan bisnis jasa perbankan syariah yang semakin berkembang membuat persaingan dalam perbankan syariah semakin ketat terutama bagi usaha yang segmen pasarnya serupa. Hal ini di buktikan dengan banyaknya bank syariah yang berdiri di Indonesia. Seiring dengan semakin ketat nya persaingan di dunia bisnis saat ini maka semakin sulit juga bagi sebuah perbankan untuk dapat menjaga kesetiaan nasabahnya agar tidak berpindah ke bank lain. Nasabah sangat sulit dijaga kesetiaannya, mengingat banyak nasabah yang lebih teliti, lebih menuntut, lebih pintar untuk menuntut, lebih pintar untuk memilih produk, atau jasa dengan kualitas terbaik, serta sulit untuk dipuaskan keinginannya. Nasabah tidak hanya berperan sebagai pembeli dari sebuah produk, namun nasabah juga berperan sebagai sumber penghasilan tetap apabila mereka melakukan transaksi yang berulang dan rutin.

Perhatian kepada nasabah merupakan sesuatu yang sangat esensial sebagai tolak ukur dalam meningkatkan kualitas jasa perbankan. Nasabah akan sealu mencari, memilih, dan menggunakan keseluruhan jasa sebuah bank apabila kuaitas jasa tersebut mampu memenuhi kebutuhan nasabah. Dengan kata lain, nasabah akan merasa nyaman dengan kualitas layanan dan nilai yang dirasakan nasabah sesuai atau melebihi harapan. Hal ini

[1] Khaerul Umam , *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), cet. ke-1, hlm. 15.
[2] Habib Nazir dan Muhamad Hasanudin , *Ensiklopedia Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, ed (ed.) Asep M Khofid dan Lilis Lisnawatiningsih, et. Al. (Bandung:Sarasin Distributor,2004), 497.

akan menimbulkan persaingan yang sangat ketat bagi perbankan syariah sehingga nasabah sering tidak memiliki loyalitas pada suatu bank karena banyak tawaran. Oleh karena itu tantangan paling besar untuk penyedia jasa perbankan adalah bagaimana caranya menumbuhkan kualitas pelayanan perbankan agar nasabah bias semakin loyal kepada perusahaan.[3]

Perbankan syariah ini juga merupakan bisnis jasa yang berdasarkan kepada kepercayaan sehingga masalah kualitas pelayanan menjadi factor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha. Kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaan konsumen terhadap tingkat layanan yang diharapkan. Dari sebuah riset yang dilakukan oleh karim bussines consulting diproyeksikan bahwa total asset bank Syariah di Indonesia akan tumbuh sebesar 2.850% selama 8 tahun, atau rata-rata tumbuh 356.25% tiap tahunnya.Setelah diakomondasikannya bank Syariah pada UU perbankan no 10/1998.

Maka dari tahun 2000 sampai dengan 2004 bisa kita rasakan pertumbuhan bank Syariah yang sangat pesat, pertumbuhannya sangat pesat sampai 50% setiap tahunnya, bahkan pada tahun 2003 sampai 2004 pertumbuhannya mencapai 90% pertahunnya, akan tetapi pada tahun 2005 mengalami perlambatan menjadi 37% pertahunnya, tetapi itu masih tergolong kedalam pertumbuhan yang cukup baik. Industry perbankan Syariah masih memperlihatkan pertumbuhannya yang baik ditengah stabilitas makroekonomi dan khususnya perbankan, maka meskipun share perbankan Syariah diakhir tahun 2005 sebesar 1.46% hal ini telah menunjukan peningkatan dibandingkan dengan share pada tahun 1999 sebesar 0.11%.

Melihat pertumbuhan perbankan Syariah yang menggembirakan tersebut salah satu hal yang mesti diperhatikan oleh perbankan Syariah yaitu mengenai standar kualitas pelayanan serta dampaknya terhadap loyalitas nasabah. Ditengah persaingan perbankan Syariah yang begitu kompetitif, maka kualitas pelayanan menjadi salah satu factor pendukung yang harus diperhatikan dengan baik.

Kualitas pelayanan menjadi sangat penting untuk menciptakan loyalitas pelanggan dan menjadikan pelanggan sebagai focus utamanya. Jadi persoalan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah itu menjadi hal yang penting dan genting bagi perusahaan jasa.[4] Perintah Allah SWT yang mana telah dijelaskan diatas mengenai suatu penghormatan, Dimana kualitas pelayanan berhubungan dengan sebuah penghormatan seperti hal nya pihak perbankan memberikan pelayanan berupa penghormatan kepada nasabah maka otomatis nasabahpun akan membalasnya dengan penghormatan atau yang bisa kita kenal dengan *loyalty*.

Loyalty atau kesetiaan merupakan komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Dari definisi disini dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis sehingga memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya kesetiaan terhadap merek serta membuat suatu

[3] http://www.pendidikanekonomi.com/2014/0 9/pengerian-dan-tujuan-pemasaranjasa.html?m=1 , Diakses padaTanggal19 Mei 2016,Pukul 20.30 WIB.

[4] Maluyu S.P Hasbuan , *DasarDasar Perbankan* (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2004), cet. Ke-3, hlm.152.

rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan bagi perusahaan.[5]

PT. BNI Syariah Tasikmalaya sebagai perusahaan jasa perbankan tidak akan mungkin menghindar dari realita persaingan industri jasa perbankan yang semakin meningkat. Sehubungan dengan kualitas pelayanan dalam mempertahankan nasabah, maka PT. BNI Syariah Tasikmalaya akan meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik lagi dari kualitas pelayanan sebelumnya agar nasabah akan menjadi puas dengan pelayanan tersebut, supaya nasabah tersebut akan loyal dan mempertahankan. Penelitian ini bermaksud memaparkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di bank BNI Syariah Tasikmalaya.

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yakni pengamatan langsung ke objek yang diteliti guna mendapatkan data yang relevan. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dimana peneliti dapat menentukan hanya beberapa variabel saja dari objek yang diteliti kemudian dapat membuat instrumen untuk mengukurnya.[6] Penelitian kuantitatif banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Demikian juga pemahaman akan kesimpulan penelitian akan lebih baik apabila juga disertai dengan tabel, grafik, bagan, gambar atau tampilan lain.[7]

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

1. Kualitas Pelayanan PT Bank BNI Syariah Tasikmalaya

Perbankan syariah merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Sehingga perbankan syariah akan melakukan berbagai cara untuk memajukan perusahaannya salah satu upaya yang bisa di lakukan ialah dengan meningkatkan kualitas pelayananannya. Karena bagaimana pun kualitas pelayanan yang di berikan oleh setiap komponen perusahaan sangat menentukan apakah perusahaan tersebut dapat maju atau tidak. PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya sebagai salah satu bank syariah yang ada di Indonesia senantiasa meningkatkan kualitas pelayanannya demi memuaskan para nasabahnya sehingga nasabah yang melakukan transaksi di bank syariah senantiasa puas dan pada akhirnya menjadi loyal.

1. Standar Pelayanan Minimal (SPM) Bidang Ketenagakerjaan

Dengan dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik maka seluruh Penyelenggara pelayanan publik diwajibkan untuk menyusun, menetapkan dan menerapkan standar pelayanan. Hal ini dikuatkan dengan disahkannya Peraturan Menteri PANRB Nomor 36 Tahun 2012 tentang Petunjuk Teknis Penyusunan,

[5] http://penelitian manajemen.blogspot.co.id/2011/03/pengerti an-loyalitas-konsumen.html. Diakses pada 20 Maret,2011, Pukul 13.00 WIB.
[6] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm.17.
[7] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 108.

Penetapan dan Penerapan Standar Pelayanan sebagai peraturan pelaksana dari UU Nomor 25 Tahun 2009.

Standar Pelayanan adalah tolok ukur yang dipergunakan sebagai pedoman penyelenggaraan pelayanan dan acuan penilaian kualitas pelayanan sebagai kewajiban dan janji Penyelenggara kepada masyarakat dalam rangka pelayanan yang berkualitas, cepat, mudah, terjangkau, dan terukur.

Dalam menyusun Standar Pelayanan perlu memperhatikan prinsip :

a. Sederhana. Standar Pelayanan yang mudah dimengerti, mudah diikuti, mudah dilaksanakan, mudah diukur, dengan prosedur yang jelas dan biaya terjangkau bagi masyarakat maupun Penyelenggara.
b. Konsistensi. Dalam penyusunan dan penerapan standar pelayanan harus memperhatikan ketetapan dalam mentaati waktu, prosedur, persyaratan, dan penetapan biaya pelayanan yang terjangkau.
c. Partisipatif. Penyusunan Standar pelayanan dengan melibatkan masyarakat dan pihak terkait untuk membahas bersama dan mendapatkan keselarasan atas dasar komitmen atau hasil kesepakatan.
d. Akuntabel. Hal-hal yang diatur dalam standar pelayanan harus dapat dilaksanakan dan dipertanggungjawabkan secara konsisten kepada pihak yang berkepentingan.
e. Berkesinambungan. Standar pelayanan harus dapat berlaku sesuai perkembangan kebijakan dan kebutuhan peningkatan kualitas pelayanan.
f. Transparansi. harus dapat dengan mudah diakses dan diketahui oleh seluruh masyarakat.
g. Keadilan. Standar pelayanan harus menjamin bahwa pelayanan yang diberikan dapat menjangkau semua masyarakat yang berbeda status ekonomi, jarak lokasi geografis, dan perbedaan kapabilitas fisik dan mental.

Standar pelayanan dari sebuah unit pelayanan publik harus mencantumkan komponenkomponen dasar dalam pelayanan, yaitu :

a. Dasar Hukum, adalah peraturan perundangundangan yang menjadi dasar penyelenggaraan pelayanan.
b. Persyaratan, adalah syarat (dokumen atau hal lain) yang harus dipenuhi dalam pengurusan suatu jenis pelayanan, baik persyaratan teknis maupun administratif.
c. Sistem, mekanisme, dan prosedur, adalah tata cara pelayanan yang dibakukan bagi pemberi dan penerima pelayanan, termasuk pengaduan.
d. Jangka waktu penyelesaian, adalah jangka waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan seluruh proses pelayanan dari setiap jenis pelayanan.
e. Biaya/tarif, adalah ongkos yang dikenakan kepada penerima layanan dalam mengurus dan/atau memperoleh pelayanan dari penyelenggara yang besarnya ditetapkan berdasarkan kesepakatan antara penyelenggara dan masyarakat.
f. Produk pelayanan, adalah hasil pelayanan yang diberikan dan diterima sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.

g. Sarana, prasarana, dan fasilitas, adalah peralatan dan fasilitas yang diperlukan dalam penyelenggaraan pelayanan, termasuk peralatan dan fasilitas pelayanan bagi kelompok rentan.
h. Kompetensi pelaksana, adalah kemampuan yang harus dimiliki oleh pelaksana meliputi pengetahuan, keahlian, ketrampilan dan pengalaman.
i. Pengawasan internal, adalah sistem pengendalian intern dan pengawasan langsung yang dilakukan oleh pimpinan satuan kerja atau atasan langsung pelaksana.
j. Penanganan pengaduan, saran, dan masukan, adalah tata cara pelaksanaan penanganan pengaduan dan tindak lanjut.
k. Jumlah pelaksana, adalah tersedianya pelaksana sesuai dengan beban kerja. Informasi mengenai komposisi atau jumlah petugas yang melaksanakan tugas sesuai pembagian dan uraian tugasnya.
l. Jaminan pelayanan, adalah memberikan kepastian pelayanan dilaksanakan sesuai dengan Standar pelayanan
m. Jaminan keamanan dan keselamatan pelayanan, adalah dalam bentuk komitmen untuk memberikan rasa aman, bebas dari bahaya, risiko, dan keragu-raguan.
n. Evaluasi kinerja pelaksana, adalah penilaian untuk mengetahui seberapa jauh pelaksanaan kegiatan sesuai dengan standar pelayanan.

Dalam pelaksanaannya Standar Pelayanan menjadi sebuah acuan bagi para pelaksana pelayanan publik sebagai standar dalam melaksanakan pelayanan. Selain itu standar pelayanan yang telah disusun dan ditetapkan oleh unit pelayanan publik harus dipublikasikan kepada masyarakat, baik melalui media cetak maupun media elektronik sehingga semua masyarakat yang ingin mendapatkan pelayanan mempunyai gambaran jelas mengenai bagaimana keadaan pelayanan di tempat tersebut, tentang mekanisme, prosedur, waktu pelayanan, biaya, dan berbagai hal lain yang disediakan oleh unit pelayanan publik. Dengan dipublikasikannya standar pelayanan, masyarakat bisa mengetahui baik buruknya pelayanan yang diberikan, dan apabila pelayanan tidak sesuai dengan Standar Pelayanan yang dipublikasikan, masyarakat berhak untuk protes atau melaporkan unit pelayanan publik yang bersangkutan, baik kepada unit pengawasan maupun melalui layanan pengaduan yang disediakan unit tersebut.

Sebelum mempublikasikan Standar Pelayanan, Penyelenggara pelayanan publik juga diwajibkan untuk menyusun Maklumat Pelayanan. Maklumat Pelayanan merupakan pernyataan tertulis yang berisi keseluruhan rincian kewajiban dan janji yang terdapat dalam Standar Pelayanan. Dengan adanya Maklumat Pelayanan ini berarti unit penyelenggara pelayanan publik membuat janji untuk menepati segala apa yang ada dalam Standar Pelayanan. Dan ini memberikan kekuatan hukum bagi masyarakat apabila unit pelayanan publik tidak memberikan pelayanan sesuai dengan Standar Pelayanan yang ada.

Dalam pelaksanaannya, kadang-kadang terdapat kekeliruan dalam penyebutan beberapa istilah, yaitu antara Standar Pelayanan (SP), Standar Pelayanan Minimal (SPM), dan Standar Operasional Prosedur (SOP). Standar Pelayanan merupakan suatu pernyataan mengenai kewajiban dan janji yang bisa diberikan oleh unit pelayanan publik

kepada masyarakat. Standar Pelayanan Minimal (SPM) adalah ketentuan tentang jenis dan mutu pelayanan dasar yang merupakan urusan wajib daerah yang berhak diperoleh setiap warga secara minimal. Penjelasan mengenai SPM lebih lanjut bisa dilihat dalam artikelS tandar Pelayanan Minimal sebagai Acuan Pelayanan Publik kepada Masyarakat.

Istilah SPM mengacu pada Standar Pelayanan paling minimal yang mampu diberikan daerah kepada masyarakat dalam pelayanan yang bersangkutan dengan urusan wajib daerah. Jadi SPM mencakup seluruh urusan wajib pemerintah daerah, bukan hanya dalam suatu unit pelayanan saja. Sedangkan Standar Operasional Prosedur (SOP) adalah serangkaian instruksi tertulis yang dibakukan mengenai berbagai proses penyelenggaraan aktivitas organisasi, bagaimana dan kapan harus dilakukan, dimana dan oleh siapa dilakukan. Keterangan lebih lengkap mengenai SOP dapat dibaca pada artikel Standar Operasional.

Prosedur Administrasi Pemerintahan (SOP-AP). SOP merupakan urut-urutan dalam melaksanakan suatu pekerjaan dalam administasi perkantoran. Seluruh SKPD Pemerintah harus memiliki SOP tentang tugas pokok dan fungsinya masing-masing. Dan unit pelayanan publik pun akan memiliki SOP-nya sendiri yang harus dikerjakan dalam melaksanakan pekerjaan pelayanan. Dari beberapa penjelasan tersebut sudah terlihat bahwa istilah SP, SPM dan SOP memiliki makna dan arti masing-masing, akan tetapi kesamaan mengenai "standar" kadang-kadang membingungkan dalam penyebutan istilah. Dengan adanya Standar Pelayanan, SPM dan SOP yang telah disusun oleh seluruh lini pemerintahan, diharapkan seluruh urusan ketatalaksanaan dan pelayanan yang diberikan kepada masyarakat dapat terus ditingkatkan dengan lebih baik sehingga citra pemerintah akan semakin bagus dan masyarakat akan semakin sejahtera.

2. Budaya pelayanan PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya

Adapun disamping SPM atau SOP di atas, pihak bank memiliki ciri khas pelayanan yang di anggap mampu membuat nasabah merasakan kenyamanan serta kepuasan hingga menghantarkan nasabah kepada tahap loyalitas yang cukup tinggi. Diantaranya adalah: Kecepatan (5 menit) teller; Nasabah tidak perlu berlama-lama menunggu, disamping kecepatan ini teller pun memberikan ketepatan yang baik, sehingga nasabahpun merasa nyaman dalam bertransaksi; Budaya 5S (senyum, salam, sapa, sopan, santun); Pemberian informasi yang lengkap (CS) Mendampingi serta mendengarkan setiap keluhan nasabah, serta membantu nasabah dalam bertransaksi, seperti menyaksikan nasabah mengisi formulir, dan lain sebagainya.

Kemudahan dalam bertransaksi Pasilitas yang diberikan sudah sangat cukup memadai sepert ATM, SMS Banking, Internet banking, dan masih banyak lagi fitur yang bisa nasabah nikmati untuk mempermudah dalam bertransaksi; dan Ruangan yang bersih, aman, dan nyaman Dipasilitasi dengan AC, TV, sopa, ini sangat memberikan kesan yang baik serta membuat nasabah menjadi betah berada di dalam ruangan, kemudian penjagaan yang di berikan seperti adanya security yang sigap serta siap membantu mengarahkan Variabel Y Loyalitas Nasabah adalah ciri dan sifat dari pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan pihak bank untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, Komitmen pelanggan

bertahan secara mendalam untuk melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang.

3. Loyalitas Nasabah PT Bank BNI Syariah

Adapun faktor-faktor yang menjadi alasan nasabah loyal kepada perusahaan, diantaranya :

1. Citra bank yang positif, ini senantiasa memberikan keyakinan kepada nasabah untuk melakukan transaksi di bank
2. Kepercayaan nasabah, ini membuat nasabah selalu rutin bertransaksi serta mau menggunakan produk lainnya.
3. Kenyamanan dan keamanan, dimana nasabah menjadikan alasan ini untuk tetap bertransaksi di bank dan kemudian tetap konsisten menggunakan produk yang lainnya.
4. Kecepatan pelayanan, dimana dengan adanya hal ini nasabah merasa semakin terbantu karna tidak perlu menghabiskan banyak waktu.
5. Keramahan, dimana setiap nasabah yang melakukan transaksi secara langsung merasakan penghormatan yang baik yang di berikan oleh pihak bank.
6. Kepuasan nasabah, disini nasabah merasa puas dengan apa yang mereka dapatkan dan harapkan sehingga terus loyal dan mau menggunakan semua produk yang ada di Dallam bank Adapun factor lain yang mempengaruhi loyalitas nasabah, hal ini belum tentu karna value yang di tawarkan pihak bank seperti apa yang telah penulis paparkan diatas.

Diantaranya :

a. Nasabah terpaksa loyal kepada pihak bank, karna terkunci regulasi atau terikat kontrak-kontrak tertentu.
b. Tak ada penyedia jasa jenis lain di wilayah tersebut.

Nasabah terpaksa loyal karna sematamata ingin sampai detik ini nasabah

H. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Di PT Bank BNI Syariah

Correlations

		X	Y
Spearman's rho X	Correlation Coefficient	1.000	.775 **
Y	Sig. (2-tailed)	.	.000
	N	100	100
	Correlation Coefficient	.775 **	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.
	N	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan output diatas diketahui bahwa N atau jumlah data penelitian adalah 100, kemudian nilai sig. (2-tailled) adalah 0,000 sebagaimana dasar pengambilan data di atas . maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas nasabah. Selanjutnya dari output di atas mendapatkan keuntungan. ketahui correlation coefficient (koefisien korelasi) sebesar 0,775, maka nilai ini menandakan hubungan yang tinggi antara kualitas pelayanan dengan loyalitas nasabah.

Selanjutnya jika kita ingin mengetahui apakah kuaitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah maka hal ini dapat di lakukan dengan analisisi regresi sederhana. Hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas pelayanan berhubungan sangat kuat dengan loyalitas nasabah, hal ini di pengaruhi oleh beberapa faktor di samping faktor internal yang terdii dari pengaplikasian SPM dan SOP yang kemudian dipadukan dengan budaya pelayanan yang ada di PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya. Hal ini mampu menciptakan kepuasan nasabah yang cukup baik sehingga membuat nasabah menjadi lebih loyal. Hal ini bisa di buktikan dengan hasil peneltian yang telah peneliti lakukan di atas dimana pengaruhnya sangat signifikan dengan hasil 58,4% .

Setelah peneliti mengetahui pengaruhnya sangat signifikan maka penelitipun melakukan uji korelasi dimana hal ini adalah untuk mengetahui apakah ada hubungan yang sangat signifikan antara variabel X (kualitas pelayanan) dengan

variabel Y (loyalitas nasabah). correlation coefficient (koefisien korelasi) sebesar 77,5% nilai ini menandakan hubungan yang tinggi antara kualitas pelayanan dengan loyalitas nasabah. Dengan demikian pihak PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya harus mampu menjaga dan meningkatkan dalam hal pelayanan tersebut, agar loyalitas nasabah tetap terjaga dengan baik agar bisa menambah citra baik perusahaan.

SIMPULAN

Kualitas pelayanan pada PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya pada kategori baik, hal tersebut dibuktikan dengan pengaruh sebesar 58,4%. Berada pada klasifikasi baik, yang diukur dari pelayanan, perhatian, yang telah diberikan kepada nasabah. Loyalitas nasabah pada PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya. Loyalitas nasabah yang di dapatkan oleh pihak bank cukup baik hal ini dilandasi oleh beberapa faktor internal di antaranya pihak bank mampu memenuhi semua hal yang bisa membuat nasabah loyal seperti yang telah peneliti paparkan. Hubungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya. Hubungan yang sangat signifikan antara variabel X (kualitas pelayanan) dengan variabel Y (loyalitas nasabah). correlation coefficient (koefisien korelasi) sebesar 77,5% Berada pada klasifikasi tinggi mempunyai hubungan yang signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. 2007. *Menejemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta Antonio, Muhamad Syafi'i. 2001. *Bank Syariah*. Jakarta. Gema insane

Cravens, David W. 1996. *Pemasaran Strategis*. Jakarta. Erlangga.

Darmawi, Herman. 2012. *Manajemen Perbankan*. Jakarta. Remaja Rosdakarya

Hasan, Abdul Halim. *Tafsir Alahkam*. 2006. Jakarta. Kencana Prenada Media Group

Hasibuan, Malayu SP. 2004. *DasarDasar Perbankan Syariah*. Jakarta. Sinar Grafika offset.

Hurriyati, Ratih. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen: Focus pada Konsumen Kredit Perbankan*. Bandung. Alfabeta.

Ikatan Banker Indonesia. 2015. *Bisnis Kredit Perbankan*. Jakarta. Pt gramedia pustaka utama

Ikatan Banker Indonesia. 2015. *Memelihara Bisnis Pembiayaan Bank Syariah*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.

Ismail. 2013. *Perbankan Syariah*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group.

Kasmir. 2008. *Dasar-Dasar Bank*. Jakarta. Prenada Media Group.

Lastiati, Anis. 2003. *Marketing Insight From A to Z*. Jakarta. PT. Glora Aksara Pratama

Muhammad. 2011. *Manajemen bank syariah*. Yogyakarta.

Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Kasmir. 2008. *Pemasaran bank*. Jakarta. Prenada Media Grup

Mangkoesoebroto Guritno. 1999. *Ekonomi Publik*. Yogyakarta.

Pradja, Juhaya S. 2012. *Ekonomi Syariah*. Bandung . CV Pustaka Setia.

Sangaji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta : ANDI

Soemitra, Andri.2014 *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana

Suwarman, Ujang. 2002. *Prilaku Konsumen : Teori dan Penerapan dalam Pemasaran*. Bogor Ghalia Indonesia.

Tjiptono, Pandy. 2014. *Pemasaran Jasa : Prinsip Penerapan Penelitian*. Yogyakarta. Andi Yogyakarta.

----------. 2012. *Service Manajemet Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta. CV Andi Offset