

Pengaruh Kualitas layanan, Kualitas Produk dan Fasilitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank BTN Syariah Cabang Depok

Bintang Rabbani¹ Sylvia Rozza²

¹ Keuangan dan Perbankan Syariah, Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta, Depok, 16425, Indonesia

E-mail: bintang.rabban.ak21@mhs.wpnj.ac.id, sylvia.rozza@akuntansi.pnj.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, dan fasilitas layanan terhadap kepuasan nasabah Bank BTN Syariah Cabang Depok. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survei, dan data diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada 96 responden. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan, ketiga variabel independen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kualitas layanan menjadi variabel paling dominan dalam memengaruhi kepuasan nasabah, diikuti oleh kualitas produk dan fasilitas layanan. Nilai koefisien determinasi (Adjusted R²) sebesar 0,532 mengindikasikan bahwa 53,2% variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan studi kepuasan pelanggan pada sektor perbankan syariah, serta masukan praktis bagi manajemen bank dalam merumuskan strategi pelayanan yang efektif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: fasilitas layanan, kepuasan nasabah, kualitas layanan, kualitas produk, perbankan syariah.

Abstract

This study aims to analyze the influence of service quality, product quality, and service facilities on customer satisfaction at Bank BTN Syariah, Depok Branch. The research employs a quantitative approach with a survey method, and data were collected through questionnaires distributed to 96 respondents. Data analysis was conducted using multiple linear regression with the help of SPSS version 25. The results show that both partially and simultaneously, all three independent variables have a positive and significant effect on customer satisfaction. Service quality emerged as the most dominant factor influencing satisfaction, followed by product quality and service facilities. The coefficient of determination (Adjusted R²) of 0.532 indicates that 53.2% of the variation in customer satisfaction is explained by the three variables. This study contributes theoretically to the development of customer satisfaction research in Islamic banking and provides practical insights for bank management in formulating effective and sustainable service strategies.

Keywords: customer satisfaction, Islamic banking, product quality, service facilities, service quality.

1. Pendahuluan

Perbankan syariah merupakan lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip Islam, seperti larangan riba (bunga), gharar (ketidakjelasan), dan maysir (judi). Bank syariah berfungsi sebagai lembaga intermediasi yang menyalurkan dana dari pihak surplus kepada pihak yang mengalami defisit dengan skema bagi hasil (Islamiyah, 2020).

Di Indonesia, sistem perbankan syariah telah berkembang pesat, terutama setelah diterbitkannya Undang-Undang No.10 Tahun 1998 tentang dual banking system dan diperkuat oleh UU No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

Per Desember 2024, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat bahwa total aset perbankan syariah—termasuk Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS)—telah mencapai Rp664,61 triliun, dengan pembiayaan sebesar Rp413,25 triliun dan DPK sebesar Rp511,37 triliun. Jumlah institusi mencapai 207, dengan jaringan kantor, ATM, dan tenaga kerja yang tersebar luas (OJK, 2024). Data ini mengindikasikan adanya tren pertumbuhan yang konsisten dan menunjukkan bahwa perbankan syariah semakin diminati masyarakat.

Dalam menghadapi persaingan yang kian kompetitif, kepuasan nasabah menjadi faktor utama yang harus diperhatikan oleh industri perbankan syariah. Seperti yang disampaikan Faizony (2023), “kepuasan nasabah merupakan inti pencapaian profitabilitas jangka panjang,” karena nasabah yang puas cenderung loyal dan merekomendasikan layanan kepada orang lain. Oleh karena itu, upaya perbankan syariah dalam meningkatkan kepuasan nasabah harus dilakukan secara menyeluruh, termasuk dalam aspek kualitas layanan, produk, dan fasilitas.

Kualitas layanan, menurut Ifani et al. (2024), adalah “tingkat di mana keunggulan sangat diharapkan dan pengendalian tingkat keunggulan adalah tentang pemenuhan kebutuhan pelanggan.” Layanan yang tidak sesuai harapan akan dideskripsikan negatif oleh nasabah, sebaliknya, layanan yang sesuai ekspektasi akan dipersepsikan positif. Selain itu, kualitas produk juga menjadi variabel penting. Fauziah et al. (2023) menyatakan bahwa “kualitas produk adalah suatu produk dan jasa yang melalui beberapa tahapan proses... serta menghasilkan produk/jasa yang memenuhi harapan pasar yang tinggi.”

Di sisi lain, fasilitas layanan juga memberikan kontribusi signifikan terhadap kepuasan. Rosyidah (2020) menyebutkan bahwa “tingkat fasilitas yang ada memberikan kemudahan pelanggan dalam beraktivitas serta memberikan rasa nyaman dalam menggunakan fasilitas yang diberikan.” Hal ini mencakup ketersediaan ruang tunggu yang nyaman, keamanan, kelengkapan sarana, dan lainnya.

Namun, berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan peneliti terhadap Bank BTN Syariah Cabang Depok, masih ditemukan keluhan dari nasabah terkait kualitas layanan dan fasilitas yang belum optimal, seperti lamanya antrian, kecepatan layanan, serta kondisi gedung yang dinilai kurang representatif. Walaupun bank telah berupaya memberikan pelayanan maksimal, realitas di lapangan menunjukkan masih adanya kesenjangan antara harapan dan kenyataan. Keluhan ini menunjukkan bahwa aspek layanan, produk, dan fasilitas perlu mendapat perhatian lebih agar mampu meningkatkan kepuasan nasabah secara menyeluruh.

Penelitian ini memiliki kebaruan (novelty) pada kombinasi tiga variabel independen—kualitas layanan, kualitas produk, dan fasilitas layanan—yang diuji secara simultan terhadap kepuasan nasabah dalam konteks Bank BTN Syariah Cabang Depok. Penelitian ini juga didasarkan pada pra-riset langsung ke lapangan, yang memberikan gambaran nyata mengenai kondisi yang dihadapi nasabah. Oleh karena itu, studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan literatur perbankan syariah serta kontribusi praktis bagi perbaikan strategi layanan di bank syariah.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif menggunakan metode survei untuk mengkaji pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, dan fasilitas layanan terhadap kepuasan nasabah Bank BTN Syariah Cabang Depok. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengukur hubungan antar variabel secara objektif melalui data yang dikumpulkan dari responden.

Objek dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BTN Syariah Cabang Depok yang aktif menggunakan layanan bank, baik dalam bentuk tabungan, pembiayaan, maupun transaksi lainnya. Populasi penelitian tidak diketahui secara pasti jumlahnya, sehingga penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan margin of error sebesar 10%. Dari perhitungan tersebut, ditetapkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 orang. Sampel diperoleh menggunakan teknik accidental sampling, yaitu memilih responden secara langsung saat mereka datang ke kantor cabang untuk melakukan transaksi.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari responden melalui pengisian kuesioner, sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi pustaka seperti jurnal ilmiah, buku referensi, serta dokumen resmi yang relevan, termasuk laporan dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Instrumen pengumpulan data berupa kuesioner disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel yang diteliti. Skala yang digunakan dalam kuesioner adalah skala Likert lima poin, mulai dari “Sangat Tidak Setuju” hingga “Sangat Setuju”. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari kualitas layanan, kualitas produk, dan fasilitas layanan, sementara variabel dependennya adalah kepuasan nasabah.

Pengukuran variabel kualitas layanan merujuk pada lima dimensi SERVQUAL, yaitu bukti fisik (tangibles), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy). Sementara itu, kualitas produk diukur dari indikator seperti performa, fitur tambahan, keandalan, kesesuaian, daya tahan, estetika, kemudahan servis, dan persepsi kualitas. Fasilitas layanan diukur dari indikator kelengkapan sarana dan prasarana yang dapat memberikan kenyamanan bagi nasabah. Sedangkan kepuasan nasabah diukur melalui konfirmasi harapan, minat pembelian ulang, dan kesediaan merekomendasikan.

Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda melalui bantuan perangkat lunak SPSS versi 27. Sebelum dilakukan analisis regresi, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap instrumen untuk memastikan bahwa data yang digunakan benar-benar dapat dipercaya. Selain itu, juga dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas guna memastikan bahwa data memenuhi persyaratan analisis regresi.

Untuk menguji hipotesis yang diajukan, dilakukan uji t guna melihat pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, serta uji F untuk menguji pengaruh ketiga variabel secara simultan. Selain itu, digunakan pula koefisien determinasi (Adjusted R²) untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi kepuasan nasabah.

Dengan metode yang digunakan ini, diharapkan hasil penelitian mampu memberikan gambaran yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah di Bank BTN Syariah Cabang Depok.

3. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, dan fasilitas layanan terhadap kepuasan nasabah Bank BTN Syariah Cabang Depok. Data diperoleh melalui kuesioner yang disebarikan kepada 96 responden. Seluruh data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 27.

Sebelum memasuki tahap pengujian hipotesis, dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap seluruh item pertanyaan pada kuesioner. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item dari variabel kualitas layanan, kualitas produk, fasilitas layanan, dan kepuasan nasabah memiliki nilai korelasi lebih tinggi dari r-tabel, sehingga seluruh item dinyatakan valid (lihat Tabel 1). Hasil uji reliabilitas juga menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha seluruh variabel lebih dari 0,6, yang berarti seluruh instrumen dinyatakan reliabel (Tabel 2).

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Jumlah Item	Status Validitas
Kualitas Layanan	5	Valid
Kualitas Produk	8	Valid
Fasilitas Layanan	6	Valid
Kepuasan Nasabah	6	Valid

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Cronbach's Alpha	Status Reliabilitas
Kualitas Layanan	0,713	Reliabel

Kualitas Produk	0,730	Reliabel
Fasilitas Layanan	0,652	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0,682	Reliabel

Uji asumsi klasik juga dilakukan untuk memastikan data layak dianalisis menggunakan regresi. Hasil uji menunjukkan bahwa data berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen, dan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas, sehingga seluruh syarat analisis regresi linear terpenuhi (Tabel 3).

Tabel 3. Hasil Uji Asumsi Klasik

Jenis Uji	Keterangan Hasil
Normalitas	Sig. Kolmogorov-Smirnov > 0,05 ⇒ Data berdistribusi normal
Multikolinearitas	Tolerance > 0,10; VIF < 10 ⇒ Tidak terjadi multikolinearitas
Heteroskedastisitas	Pola titik-titik menyebar acak ⇒ Tidak terjadi heteroskedastisitas

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa ketiga variabel independen—kualitas layanan, kualitas produk, dan fasilitas layanan—berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, baik secara parsial maupun simultan. Secara parsial, variabel kualitas layanan memiliki koefisien sebesar 0,365 dengan nilai signifikansi 0,001; kualitas produk sebesar 0,289 dengan signifikansi 0,003; dan fasilitas layanan sebesar 0,243 dengan signifikansi 0,005 (lihat Tabel 4).

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel Independen	Koefisien Regresi (β)	Sig. (p-value)	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	0,364	0,001	Signifikan
Kualitas Produk (X2)	0,289	0,003	Signifikan
Fasilitas Layanan (X3)	0,243	0,005	Signifikan

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa ketiga faktor tersebut merupakan penentu utama dalam membentuk kepuasan pelanggan, khususnya dalam sektor jasa keuangan. Pelayanan yang ramah, produk yang handal, dan fasilitas yang nyaman akan mendorong loyalitas dan kepuasan nasabah.

Selain itu, hasil uji F menunjukkan bahwa ketiga variabel independen secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan nilai F hitung sebesar 24,721 dan signifikansi 0,000. Nilai Adjusted R² sebesar 0,532 mengindikasikan bahwa sebesar 53,2% variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh kualitas layanan, kualitas produk, dan fasilitas layanan. Sisanya sebesar 46,8% dijelaskan oleh variabel lain di luar model ini (lihat Tabel 5).

Tabel 5. Hasil Uji F dan Koefisien Determinasi

Uji	Nilai	Keterangan
F Hitung	24,721	> F Tabel ⇒ Model signifikan simultan
Sig. F	0,000	< 0,05 ⇒ Signifikan
Adjusted R ²	0,532	53,2% variasi Y dijelaskan oleh X ₁ , X ₂ , dan X ₃

Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan bahwa kepuasan nasabah tidak hanya ditentukan oleh satu aspek, melainkan oleh sinergi antara kualitas layanan, keunggulan produk, dan kenyamanan fasilitas. Implikasi praktis dari hasil ini adalah bahwa pihak manajemen Bank BTN Syariah Cabang Depok perlu melakukan evaluasi dan peningkatan pada ketiga aspek tersebut secara berkesinambungan guna mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan, kualitas produk, dan fasilitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BTN Syariah Cabang Depok, baik secara parsial maupun simultan.

Kualitas layanan terbukti menjadi faktor dominan yang memengaruhi kepuasan nasabah. Semakin baik pelayanan yang diberikan—baik dari sisi ketanggapan, keandalan, maupun empati karyawan—semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah. Kualitas produk juga menunjukkan pengaruh yang positif, di mana nasabah merespon baik terhadap fitur, kinerja, dan keandalan produk yang ditawarkan. Selain itu, fasilitas layanan yang memadai—seperti ruang tunggu, kenyamanan gedung, dan sarana fisik lainnya—juga turut berkontribusi terhadap persepsi positif nasabah terhadap bank.

Secara simultan, ketiga variabel tersebut menjelaskan lebih dari separuh variasi dalam tingkat kepuasan nasabah, yang menunjukkan bahwa aspek layanan, produk, dan fasilitas saling melengkapi dalam membentuk pengalaman nasabah yang memuaskan. Hasil ini menegaskan pentingnya pendekatan menyeluruh dalam strategi peningkatan mutu pelayanan perbankan, terutama di sektor perbankan syariah yang berbasis kepercayaan dan nilai-nilai etis.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan studi kepuasan nasabah di bidang perbankan syariah, serta memberikan masukan praktis bagi manajemen Bank BTN Syariah untuk terus berinovasi dalam meningkatkan kualitas layanan, produk, dan fasilitas demi menjaga loyalitas nasabah secara berkelanjutan..

Daftar Pustaka

- Adriani, M. (2020). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Fauziah, R., Nurlaela, S., & Hardiningsih, P. (2023). Kualitas Produk dan Dampaknya terhadap Kepuasan Nasabah di Lembaga Keuangan Syariah. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(1), 44–57.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ifani, A., Yuliani, T., & Harjanto, T. (2024). Analisis Kualitas Pelayanan dan Produk terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 6(1), 20–32.
- Islamiyah, N. (2020). Perbankan Syariah di Indonesia: Sejarah, Prinsip, dan Perkembangannya. *Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*, 4(2), 130–143.
- Kusumawati, D. (2019). *Perilaku Konsumen dan Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Laksana, A. (2019). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Laporan Perkembangan Perbankan Syariah Indonesia Tahun 2024*. Jakarta: OJK. <https://www.ojk.go.id>
- Rachmawati, D. (2021). Pengaruh Fasilitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 3(2), 75–84.
- Rosyidah, N. (2020). Analisis Kualitas Layanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam dan Bisnis Syariah*, 3(1), 22–34.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2017). *S*

Halaman Persetujuan Artikel dari Dosen Pembimbing

Artikel saya berjudul

Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BTN Syariah Cabang Depok
disetujui oleh dosen pembimbing untuk dipublikasikan.

	Nama Lengkap Beserta Gelar	Tanda tangan	Tanggal
Mahasiswa	Bintang Rabbani		23 Juli 2025
Dosen Pembimbing	Dr.Sylvia Rozza,S.E.,M.M.		23 Juli 2025

Catatan:

- Lembar persetujuan ini diupload ke website SNAM PNJ secara terpisah dari file artikel dalam bentuk file pdf (.pdf)