

**PENGARUH SERVICE EXCELLENT TERHADAP  
LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN  
NASABAH SEBAGAI INTERVENING  
(Pada Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Pettarani)**

**St. Hafsah Umar<sup>1</sup>, Rifki<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

E-mail: [Hafsah.umar@uin-alauddin.ac.id](mailto:Hafsah.umar@uin-alauddin.ac.id)<sup>1</sup>, [rifkisir26@gmail.com](mailto:rifkisir26@gmail.com)<sup>2</sup>

**ABSTRAK-** Bank syariah adalah sebuah lembaga keuangan yang fungsinya sebagai perantara dari pihak- pihak yang memiliki kelebihan dana dan pihak yang telah kekurangan dana. Dalam dunia perbankan penerapan service excellent ditujukan agar dapat mencapai kepuasan dan loyalitas nasabah. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh service excellent terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening pada Bank Syariah Indonesia Kcp. Pettarani Makassar. Penelitian ini merupakan penelitian dengan jenis kuantitatif yang menggunakan pendekatan Eksplanatory. Adapun dalam penelitian ini mencoba melakukan pengujian dan pengukuran hubungan antar variabel Service excellent terhadap variabel loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai Variabel Intervening di BSI KCP. Pettarani Makassar. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa service excellent berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah, dan service excellent berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil penelitian tersebut diharapkan bermanfaat bagi pembaca dan sekaligus sebagai bahan referensi bagi pihak BSI KCP Makssar Pettarani lebih meningkatkan serta mempertahankan konsistensi penerapan Service Excellent terhadap para nasabahnya, karena kepuasan dan loyalitas nasabah dapat tercipta dari service excellent yang diberikan pihak bank kepada nasabah. Hal tersebut akan meningkatkan profit dan bank dapat menjaga pangsa pasarnya.

***Kata kunci: Service Excellent, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah***

## PENDAHULUAN

Pada era saat ini, perkembangan teknologi informasi menjadikan persaingan dalam lingkup bisnis semakin kompetitif. Banyaknya bermunculan pesaing baru dalam industri yang sama menjadi ancaman bagi perusahaan yang sedang beroperasi. Lahirnya perbankan syariah di Indonesia menjadikan perbankan konvensional semakin meningkatkan kualitas layanan dan produk agar tidak kehilangan pangsa pasar yang dimilikinya. (Muhammad Zakiy & Evrita, 2017: 27).

Bank syariah merupakan sebuah lembaga keuangan yang fungsinya sebagai perantara dari pihak-pihak yang memiliki kelebihan dana dan pihak yang telah kekurangan dana. Dalam Undang-undang nomor 21 tahun 2008 membahas tentang perbankan syariah yang telah disebutkan bahwasanya Bank Syariah adalah suatu bank yang menjlankan kegiatannya berdasarkan prinsip syariah agama Islam, yang kemudian menurut jenisnya Bank Syariah terdiri atas Bank Umum Syariah serta Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. (Akhmad Mujahidin, 2017).

Pertumbuhan lembaga perbankan syariah di Indonesia dari tahun 2017-2021 dapat dilihat dalam Statistik Perbankan Syariah yakni sebagai berikut:

**Tabel 1**

### **Pertumbuhan dan Perkembangan Bank Syariah di Indonesia**

<b>Lembaga Bank Syariah</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Bank Umum Syariah	13	14	14	14	15
Unit Usaha Syariah	21	20	20	20	20
BPRS	167	167	164	175	198

*Sumber: Statistik perbankan syariah*

standar dalam menentukan baik buruknya kualitas sistem informasi akuntansi dapat dilihat melalui kepuasan pemakai sistem informasi akuntansi dan penggunaan sistem informasi akuntansi itu sendiri.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh sistem informasi akuntansi dan kualitas produk aplikasi *mobile banking* terhadap tingkat kepuasan pengguna yang merupakan nasabah bank syariah, dengan kemampuan nasabah sebagai pemoderasi.

Berdasarkan tabel diatas telah menunjukkan bahwa jumlah Bank Umum Syariah pada tahun 2017 sebanyak 13 Bank Umum Syariah, pada tahun 2018 sampai 2020 sebanyak 14 Bank Umum Syariah, dan pada tahun 2021 sebanyak 15. Oleh karena itu Bank syariah tentunya memiliki tujuan agar dapat lebih meningkatkan pangsa pasarnya. Adapun cara yang dilakukan dengan menciptakan kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah. yang merupakan hal mutlak yang dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan. (Alam, 2021).

Terdapat berbagai tantangan dalam mencapai keberhasilan perusahaan. Untuk mengantisipasi hal tersebut, BSI KCP. Makassar Pettarani dituntut untuk dapat bekerja dengan lebih maksimal, yaitu dengan menggunakan berbagai macam sumber daya yang dimiliki agar dapat diterima di pasar. (Muhammad Zakiy & Evrita, 2017: 27). Adapun salah satu hal yang perlu diperhatikan perusahaan dalam mencapai keberhasilan adalah penerapan pelayanan prima. Hal ini kemudian menjadi hal inti dan sangat diperhatikan oleh para nasabah dari BSI KCP. Makassar Pettarani yang dituntut agar dapat memberikan kepuasan bagi mereka sendiri. Sehingga nasabah dapat merasakan dan menyimpulkan dengan memberikan harapan serta asumsinya.

Service Excellent merupakan penerapan komunikasi dalam menunjang perbuatan ataupun tindakan kepada nasabah atas apa yang para nasabah itu harapkan pada saat bertransaksi. Dengan tujuan guna tercipta hubungan baik sehingga dapat mencapai kesejahteraan bersama serta menjaga kepuasan, kenyamanan dan integritas (nilai-nilai) dari bank syariah itu sendiri. (Muhammad dan Badrus, 2017).

Bank Syariah Indonesia KCP. Makassar Pettarani dituntut agar berusaha menciptakan keunggulan agar tetap survive dalam persaingan global saat ini. Oleh karena itu, kualitas yang optimal atas kinerja yang diberikan kepada nasabah, Sebab Jika pelayanan dan kinerja produk melebihi harapan, maka nasabah sangat akan merasa puas. Jadi dalam menentukan tingkat kepuasan seorang nasabah sering kali melihat dari nilai lebih dari suatu produk maupun kinerja pelayanan yang diterima dari suatu proses pembelian produk (jasa). Besarnya nilai lebih yang diberikan oleh sebuah produk (jasa) kepada nasabah tersebut merupakan jawaban dari pertanyaan tentang mengapa seorang nasabah menentukan pilihannya. (Syafira Ulfa, 2018) sehingga nasabah pada dasarnya mencari nilai terbesar yang diberikan suatu produk (jasa).

Berdasarkan hasil survey di lapangan telah menunjukkan adanya keluhan nasabah terkait akan pelayanan. dimana hanya satu teller yang melayani

nasabah, yang membuat nasabah mengantri lama agar bisa melakukan transaksi. dengan antrian yang panjang nasabah juga mengeluhkan karena tidak tersedianya tempat duduk untuk menunggu. Hal tersebut kemudian membuat nasabah tidak puas akan pelayanan yang diterimanya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Simamora pada tahun 2021 dengan judul penelitian “Pengaruh Service Excellent dan Relationship Marketing terhadap loyalitas konsumen pada CV bersinar pematangsiantar. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Service Excellent berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Artinya semakin tinggi Service Excellent maka semakin tinggi pula loyalitas nasabah. Hal ini kemudian sejalan pada penelitian (Kartikasari & Syafitri, 2016) bahwa terbukti Service Excellent memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan atau loyalitas nasabah. Sedangkan Wahyuningsih, dkk pada tahun 2014 dengan judul “Penelitian Analisis Pengaruh Pelayanan Prima, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. di Jakarta pusat”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pelayanan prima tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dengan demikian terdapat kesenjangan hasil penelitian yang akan disesuaikan, maka dari itu peneliti memasukkan variabel kepuasan sebagai variabel Intervening.

Berdasarkan uraian di atas, Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai **“Pengaruh Service Excellent Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Syariah Indonesia KC. Pettarani Makassar”**.

## TINJAUAN LITERATUR

### *Perilaku Konsumen*

Perilaku konsumen Menurut Kotler adalah sebuah studi tentang bagaimana seorang individu dan kelompok maupun organisasi dalam memilih, membeli dan menggunakan suatu barang maupun jasa dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan para konsumen (Didin Kartikasari, dkk:2013). Menurut Schiffman dan Kanuk perilaku konsumen merupakan serangkaian proses yang telah dilalui oleh seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan bertindak setelah melakukan proses konsumsi produk atau jasa serta ide yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhannya seorang konsumen.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah semua tindakan yang dilakukan oleh konsumen dalam proses mencari, memilih, mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan serta mengevaluasi sebuah produk barang dan jasa yang diharapkan mampu memenuhi kebutuhan

konsumen sendiri.

### ***Kepuasan Nasabah***

Kepuasan nasabah (customer satisfaction) adalah suatu tingkatan dimana perkiraan kinerja produk sesuai dengan harapan pembeli (Kotler & Keller, 2013). Mengemukakan bahwa kepuasan nasabah bergantung pada perkiraan kinerja produk dalam memberikan nilai, relatif terhadap harapan pembeli jika kinerja produk jauh lebih rendah dari harapan pelanggan, pembeli tidak terpuaskan. Jika kinerja sesuai dengan harapan, pembeli terpuaskan. Jika kinerja melebihi yang diharapkan, nasabah lebih senang.

Boulding et al. (1993) menjelaskan bahwa harapan pelanggan mempunyai peranan penting dalam menentukan kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan pelanggan karena pada dasarnya terdapat hubungan yang erat antara penentuan kualitas dan kepuasan pelanggan.

### ***Loyalitas Nasabah***

Loyalitas nasabah adalah nasabah yang sangat puas atas produk atau jasa tertentu sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkan kepada siapa saja yang dikenali. Seorang nasabah yang loyal memiliki persangka spesifik mengenai apa yang akan dibeli dan dari siapa.

(Khusnul Khotimah, 2021) Olehnya itu menciptakan hubungan kuat dan erat adalah hal yang menjadi kunci keberhasilan pemasaran jangka panjang. Perusahaan yang ingin membentuk ikatan nasabah yang kuat harus memperhatikan sejumlah pertimbangan yang beragam.

### ***Service Excellent***

Service Excellence atau pelayanan prima merupakan kepedulian perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik untuk memfasilitasi pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasan nasabahnya. (Nurul Akmalia dkk, 2017) agar nasabah senantiasa loyal terhadap instansi tersebut. Pada dasarnya Service Excellence berkaitan dengan jasa pelayanan yang dilaksanakan oleh perusahaan dalam upaya untuk memberikan rasa kepuasan dan menumbuhkan kepercayaan bagi pihak nasabah (konsumen).

Service Excellent atau Pelayanan prima memiliki ciri khas kualitas yang baik dimana meliputi kemudahan, kecepatan, ketepatan, kehandalan, dan empathy dari petugas pelayanan dalam pemberian dan penyampaian kepada pelanggan. Keberhasilan program pelayanan prima tergantung pada penyelarasan sikap, perhatian, tindakan, dan tanggung jawab dalam pelaksanaannya (Nurul Akmalia dkk, 2017).

## **METODE PENELITIAN**

### ***Jenis dan Pendekatan Penelitian***

Jenis penelitian ini menurut sugiyono adalah penelitian kuantitatif. penelitian kuantitatif mencakup pengumpulan dan analisis data berupa angka atau besaran tertentu menggunakan pengujian statistik. Karena pada penelitian ini menggambarkan suatu variabel, gejala atau keadaan yang diteliti secara apa adanya dan menggunakan data yang bersifat angka yang diperoleh dari tabulasi angket atau kuesioner. (Sugiyono, 2018:215). Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Indonesia KCP. Petterani di Jl. A. P. Petterani No. 70, Tamamaung, Kec. Panakkukang, Kota Makassar, Sulawesi Selatan, 90231. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan Eksplanatory. Menurut Sugiyono penelitian Eksplanatory merupakan penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan satu variabel dengan yang lain. Penelitian eksplanatory adalah penelitian yang harus dilakukan penjelasan atas hubungan, pengaruh, dan atau adanya hubungan kausalitas dan sebab akibat. Adapun dalam penelitian ini adalah mencoba melakukan pengujian dan pengukuran hubungan antar variabel Service excellent terhadap variabel loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai Variabel Intervening di BSI KCP. Pettarani Makassar. (Iryani, 2021:49).

### ***Populasi dan Sampel***

Menurut Nasir populasi adalah sekumpulan dari banyaknya individu dengan kualitas dan ciri-ciri yang telah ditetapkan dalam objek penelitian. (Ita Rukmanasari, 2021). Populasi juga merupakan keseluruhan anggota atau kelompok yang membentuk objek yang dikenakan investigasi oleh peneliti. (Dea Lakcinta, dkk 2019:588). Jadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank BSI KCP. Makassar Pettarani dengan jumlah sebanyak 68.616 orang. Sampel adalah bagian dari sebuah populasi yang dianggap dapat mewakili dari populasi tersebut. (Dea Lakcinta, dkk 2019:588) Adapun teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling. Nonprobability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

### ***Jenis dan Pengumpulan Data***

Penelitian ini menggunakan data primer/mentah, yaitu data yang dikumpulkan dan diperoleh dari sumber aslinya (bukan melalui media perantara) dengan pengumpulan data menggunakan kuisisioner. Menurut Sugiyono (2016) Data yang digunakan sebagai dasar dalam penelitian ini sebagai dasar untuk menguji

hipotesis adalah data yang diperoleh langsung dari subjek yang diteliti. (Syafira Ulfa, 2018) Data ini diperoleh dari, hasil observasi secara langsung, wawancara, penyebaran angket kepada pihak lain.

**Tabel 2**  
**Skala Interval**

<b>Pilihan Jawaban</b>	<b>Sangat Setuju</b>	<b>Setuju</b>	<b>Netral</b>	<b>Tidak Setuju</b>	<b>Sangat Tidak Setuju</b>
<b>Nilai</b>	5	4	3	2	1

*Sumber: (Sugiyono, 2014:136)*

### ***Teknik Analisis Data***

#### ***Uji Kualitas Data***

Uji kualitas data dalam suatu penelitian dapat dikatakan akurat jika telah melakukan uji pada setiap instrumen pada variabel yang digunakan, adapun beberapa uji kualitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### ***Uji Validitas***

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. (Syafira ulfa, 2018) Uji validitas dari penelitian ini digunakan untuk mengungkapkan apakah pertanyaan pada kuisioner tersebut valid atau tidak dengan cara menentukan korelasi antara score butir pertanyaan dengan total score-nya.

#### ***Uji Reliabilitas***

Reliabilitas merupakan uji dengan tujuan untuk mengukur suatu kuisioner yang termasuk dari indikator masing-masing variabel atau konstruk. Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

#### ***Uji Asumsi Klasik***

##### **1. Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah suatu data telah terdistribusi secara normal atau tidak. Dengan tujuan uji normalitas adalah mengetahui apakah model regresi variabel gangguan atau residual memiliki distribusi normal.

##### **2. Uji Linearitas**

Uji linieritas merupakan suatu pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen dan variabel dependen mempunyai hubungan yang

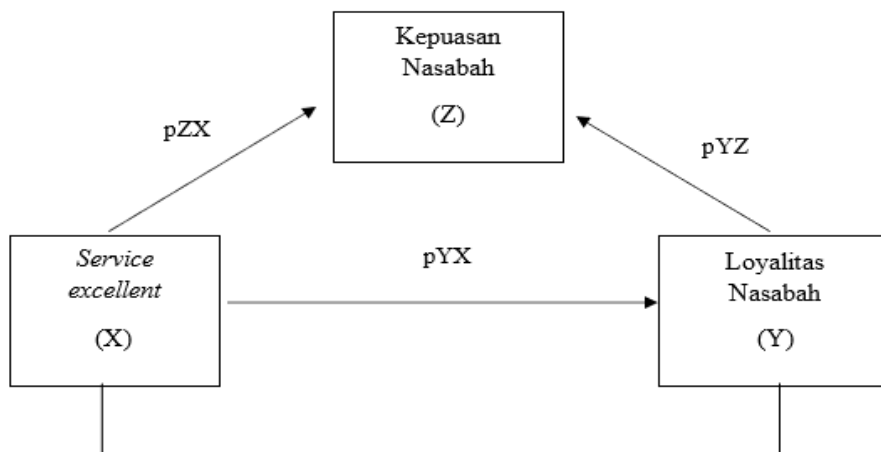
linier atau mempunyai hubungan non linier. Regresi yang baik adalah regresi yang memiliki hubungan yang linier antara variabel independent dan variabel dependen.

**Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangatlah terbatas. Adapun nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dari variabel dependen. (Arrum Istiqomah, 2017).

**Analisa Teknik Analisis Data**

data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (path analysis). Pengolahan data dilakukan menggunakan analisis jalur (path analysis). Dimana Kepuasan Nasabah diposisikan sebagai variabel intervening yang menghubungkan antara variabel Service Excellent dengan variabel Loyalitas Nasabah.



**Gambar 1**  
**Diagram Path**

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel dengan degree of freedom ( $df$ ) =  $n-2$  dengan alpha 0.05. Jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Berikut pengujian yang telah dilakukan pada tabel dibawah ini: Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas



**Tabel 4.28**  
**Hasil Uji Validitas**

No.	Variabel	Item Pernyataan	Pearson Correlation	r tabel	Sig. (2-tailed)	Keterangan
1	Servis Excellent (X)	X.1	.845**	0.2404	0.000	Valid
		X.2	.803**	0.2404	0.000	Valid
		X.3	.822**	0.2404	0.000	Valid
		X.4	.825**	0.2404	0.000	Valid
		X.5	.811**	0.2404	0.000	Valid
		X.6	.828**	0.2404	0.000	Valid
		X.7	.807**	0.2404	0.000	Valid
		X.8	.739**	0.2404	0.000	Valid
		X.9	.716**	0.2404	0.000	Valid
		X.10	.687**	0.2404	0.000	Valid
		X.11	.806**	0.2404	0.000	Valid
		X.12	.859**	0.2404	0.000	Valid
2	Loyalitas Nasabah (Y)	Y.1	.768**	0.2404	0.000	Valid
		Y.2	.841**	0.2404	0.000	Valid
		Y.3	.780**	0.2404	0.000	Valid
		Y.4	.778**	0.2404	0.000	Valid
		Y.5	.800**	0.2404	0.000	Valid
		Y.6	.656**	0.2404	0.000	Valid
		Y.7	.811**	0.2404	0.000	Valid
3	Kepuasan	Z.1	.904**	0.2404	0.000	Valid

	Nasabah (Z)	Z.2	.859**	0.2404	0.000	<i>Valid</i>
		Z.3	.874**	0.2404	0.000	<i>Valid</i>
		Z.4	.879**	0.2404	0.000	<i>Valid</i>
		Z.5	.886**	0.2404	0.000	<i>Valid</i>

Sumber: *Data Penelitian diolah, Output SPSS 26, 2022.*

Pada tabel 4.28 di atas menunjukkan bahwa hasil pengujian pada setiap variabel yaitu mulai dari variabel X (*Servis Excellent*), Y (*Loyalitas Nasabah*) dan Z (*Kepuasan Nasabah*). Maka dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan atau pernyataan yang digunakan dalam kuesioner ini telah valid secara statistik, dengan *Sig. (2-tailed)* setiap item pertanyaan menunjukkan angka yang  $< 0.05$  dan nilai *r* hitung yang ditunjukkan dari nilai *Pearson Correlation* dari setiap item pertanyaan menunjukkan lebih besar dari *r* table  $> 0.2404$ .

#### ***Uji Reliabilitas Data***

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Untuk menguji reliabilitas kuesioner pada penelitian ini dengan melihat besaran nilai Cronbach Alpha. Suatu konstruk atau variable dikatakan reliable jika memberikan nilai Cronbach Alpha  $> 0.60$ . Berikut pengujian yang telah dilakukan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 3**

#### **Hasil Uji Reliabilitas Data**

<b>Variabel</b>	<b><i>N of Items</i></b>	<b><i>Cronbach's Alpha</i></b>	<b>Keterangan</b>
<i>Servis Excellent (X)</i>	12	0.948	<i>Reliable</i>
<i>Loyalitas Nasabah (Y)</i>	7	0.890	<i>Reliable</i>
<i>Kepuasan Nasabah (Z)</i>	5	0.927	<i>Reliable</i>

Sumber: *Data Penelitian diolah, Output SPSS 26, 2022.*

Pada tabel 4.29 di atas menunjukkan bahwa dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel pada penelitian ini dapat dikatakan reliable (terpercaya) untuk pengukuran serta penelitian lebih lanjut yang dapat dilihat dari nilai Cronbach's Alpha yang menunjukkan angka yang  $> 0.60$ .

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

Uji normalitas disini wajib dipenuhi untuk dapat dilaksanakan analisis regresi. Uji normalitas adalah usaha untuk menentukan apakah data variabel yang kita miliki mendekati populasi distribusi normal atau tidak. Oleh karena itu untuk melihat apakah nilainya residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

**Tabel 4****Hasil Uji Normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		67
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.80374041
Most Extreme Differences	Absolute	.093
	Positive	.093
	Negative	-.083
Test Statistic		.093
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

**Sumber: Data Penelitian diolah, Output SPSS 26, 2022.**

Pada tabel 4.30 diatas menunjukkan bahwa hasil uji normalitas residual dari data yang digunakan dalam penelitian ini, dimana jika nilai *Asymp. Sig.(2-tailed)* lebih besar dari 0,05 ( $>0.05$ ) berarti data berdistribusi normal. Maka setelah dilakukan uji normalitas di peroleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* 0.200 maka menunjukkan angka yang lebih besar dari 0.05 ( $>0.05$ ), sehingga data berdistribusi normal.

**Uji Linearitas**

Uji linieritas merupakan suatu pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen dan variabel dependen mempunyai hubungan yang linier atau mempunyai hubungan non linier. Regresi yang baik adalah regresi yang memiliki hubungan yang linier antara variabel independent dan variabel dependen.

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Linearitas**

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas	Between	(Combined)	866.881	24	36.120	8.401	.000
Nasabah *	Groups	Linearity	783.389	1	783.389	182.202	.000
Servis		Deviation from	83.491	23	3.630	.844	.662
Excellent		Linearity					
	Within Groups		180.582	42	4.300		
	Total		1047.463	66			

**Sumber: Data Penelitian diolah, Output SPSS 26, 2022**

Pada tabel 4.31 diatas menunjukkan hasil uji linieritas data penelitian ini, jika nilai Sig. Deviation from lebih besar dari 0,05 ( $>0,05$ ) maka terdapat hubungan yang linear antara variabel X dan variabel Y, sedangkan jika nilai Sig. Deviation from kurang dari 0,05 ( $<0,05$ ) maka tidak terdapat hubungan yang linear antara variabel X dan variabel Y. Setelah dilaksanakan uji linearitas maka dapat diperoleh nilai Sig. Deviation from sebesar 0,662 yang lebih besar dari 0,05 ( $>0,05$ ), maka data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini terdapat hubungan yang linear antara variabel X dan variabel Y.

**Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan

variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

### Persamaan Pertama

Uji persamaan pertama pada koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan kuat antara variabel service excellent terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP. Makassar Pettarani:

**Tabel 6**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Persamaan Pertama**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.900 <sup>a</sup>	.810	.808	1.455
a. Predictors: (Constant), Servis Excellent				

**Sumber:** *Data Penelitian diolah, Output SPSS 26, 2022*

Berdasarkan tabel 4.32, dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi R sebesar 0,900 atau 90%. Hal tersebut menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara variabel servis *excellent* dan variabel kepuasan nasabah. Sedangkan besarnya nilai pada koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah 0,810 yang memiliki arti bahwa variabel servis *excellent* berkontribusi mempengaruhi variabel kepuasan nasabah sebanyak 81% dan sisanya 19% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari model penelitian ini.

### Persamaan Kedua

Uji persamaan kedua pada koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan kuat antara variabel servis excellent dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP. Makassar Pettarani:

Tabel 7

Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Persamaan Kedua

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.892 <sup>a</sup>	.795	.789	1.832
a. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah, Servis Excellent				

Sumber: Data Penelitian diolah, Output SPSS 26, 2022

Berdasarkan tabel 4.33 dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi R sebesar 0,892 atau 89,2%. Hal tersebut menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara servis *excellent* dan kepuasan nasabah terhadap variabel loyalitas nasabah. Sedangkan besarnya nilai pada koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah 0,795 yang memiliki arti bahwa variabel independen berkontribusi mempengaruhi variabel dependen sebanyak 79,5% dan sisanya 20,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari model penelitian ini.

**Analisis Path (Analisis Jalur)**

Analisis jalur merupakan penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (model casual) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori dan menentukan pola hubungan antara tiga atau lebih variabel dan tidak dapat digunakan untuk mengkonfirmasi atau menolak hipotesis.

**Service Excellent berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah**

Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis pada tabel 4.37 diatas menunjukkan bahwa secara langsung variabel service excellent (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah (Z), dengan nilai koefisien sebesar 0,900. Artinya bahwa apabila nilai service excellent diturunkan atau ditingkatkan sebesar satu satuan, maka nilai kepuasan nasabah akan ikut turun atau meningkat sebanyak 0,900. Kemudian, pada nilai signifikannya berada pada angka 0,000 yang dimana nilai ini lebih kecil dari 0,05. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa service excellent (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Z). Sehingga hipotesis pertama atau H1 pada penelitian ini dikatakan diterima.

**Service Excellent berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah**

Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis pada tabel 4.37 diatas menunjukkan

bahwa secara langsung variabel service excellent (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah (Y), dengan nilai koefisien sebesar 0,416. Artinya bahwa apabila nilai service excellent diturunkan atau ditingkatkan sebesar satu satuan, maka nilai loyalitas nasabah akan ikut turun atau meningkat sebanyak 0,416 dengan asumsi jika variabel lainnya telah konstan. Kemudian, pada nilai signifikannya berada pada angka 0,002 yang dimana nilai ini lebih kecil dari 0,05. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa service excellent (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y). Sehingga hipotesis kedua atau H2 pada penelitian ini dikatakan diterima.

### **Service Excellent berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah**

Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis pada tabel 4.37 diatas menunjukkan bahwa secara langsung variabel kepuasan nasabah (Z) berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah (Y), dengan nilai koefisien sebesar 0,499. Artinya bahwa apabila nilai kepuasan nasabah diturunkan atau ditingkatkan sebesar satu satuan, maka nilai loyalitas nasabah akan ikut turun atau meningkat sebanyak 0,499 dengan asumsi jika variabel lainnya konstan. Kemudian, pada nilai signifikannya berada pada angka 0,000 yang dimana nilai ini lebih kecil dari 0,05. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Service Excellent berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah. Jadi Hipotesis tiga atau H3 dalam penelitian ini dikatakan diterima

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti melalui beberapa tahap dalam pengumpulan data, pengolahan serta menganalisis data tentang pengaruh service excellent terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai variabel intervening pada Bank Syariah Indonesia KCP. Makassar Petterani. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah, dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 67 nasabah yang dianggap dapat mewakili populasi. Kemudian dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kuisisioner atau angket dengan menggunakan uji analisis path atau diagram jalur. Jadi hasil penelitian ini menunjukkan sebagai berikut:

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa service excellent berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut menunjukkan bahwa Hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima. Bahwa semakin tinggi penerapan service excellent maka kepuasan nasabah juga akan semakin baik.

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa service excellent berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal tersebut menunjukkan bahwa

Hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima. Artinya bahwa semakin baik penerapan service excellent maka berpeluang juga memengaruhi tingkat loyalitas yang semakin tinggi, hal ini tentunya sangat bagus bagi kehidupan perusahaan perbankan syariah karena loyalitas berdampak langsung terhadap keuntungan dan dapat menjamin aliran pendapatan yang diperoleh perusahaan.

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa service excellent berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah. Hal tersebut menunjukkan bahwa Hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima. Artinya Service Excellent merupakan kepedulian kepada nasabah dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dengan mewujudkan kepuasannya agar mereka selalu setia terhadap perusahaan.

## REFERENSI

- Achmad Suryanto. (2018). *Menguatkan Keuangan Syariah dengan Dana Pensiun Syariah*. Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, 1.
- Agus Marimi, Abdul Haris Romdhoni, & Tira Nur Fitria. (2015). *Perkembangan Bank Syariah di Indonesia*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1(Islamic Banks).
- Andrew Shandy Utama. (2021). *Digitalisasi Produk Bank Konvensional Dan Bank Syariah Di Indonesia*. *Jurnal Justisia : Jurnal Ilmu Hukum, Perundang-Undangan Dan Pranata S*, 6.
- Andri Soemitra. (2010). *Bank Dan Lembaga Keuangan Shari'ah (Vol. 2)*. Kencana.
- Ascarya, & Diana Yumanita. (2005). *Bank Syariah: Gambaran Umum (1st ed., Vol. 1)*. PUSAT PENDIDIKAN DAN STUDI KEBANKSENTRALAN (PPSK) BANK INDONESIA.
- Dede Abdurrohman, Haris Maiza Putra, & Hisam Ahyani. (2022). *Sumber Dan Norma Ekonomi Syariah Dalam Lembaga Keuangan Syariah (LKS) Perbankan Syariah Dan Koperasi Syariah*. *EcoBankers Journal Of Economy and Bankers*, 3.
- Dian Febriyani, & Ida Mursidah. (2021). *Ekonomi dan Perbankan Syariah di Tengah Era Digital*. MUAMALATUNA *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1.
- Heri Sudarsono. (2005). *Bank dan Lembaga keuangan syari'ah deskripsi dan ilustrasi (Vol. 1)*. Ekonisia.



- Herry Ramadhani. (2015). Prospek dan Tantangan Perkembangan Asuransi Syariah di Indonesia. *Al-Tijary Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1.
- imam Asrofi. (2021). Implikasi Kebijakan Pemerintah Terhadap Perkembangan Perbankan Syariah. *Al Wathan: Jurnal Studi Keislaman*, 2.
- Md. Nehal Ahmed, & Mainul Islam Chowdhury. (2007). *Non-Bank Financial Institutions in Bangladesh: An Analytical Review*. Policy Analysis Unit (PAU), 1.
- Mervyn K. Lewis & Latifa M. Algaoud ; penerjemah, B. S. (2001). *Perbankan syariah: prinsip, praktik dan prospek* (1st ed., Vol. 1). Serambi Ilmu Semesta.
- Muhamad. (2017). *Lembaga perekonomian Islam : perspektif hukum, teori, dan aplikasi* (1st ed., Vol. 1). UPP STIM YKPN.
- Muhammad. (2020a). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Lainnya* (Monalisa & diah safitri (eds.); 1st ed., Vol. 1). rajawali pers.
- Muhammad. (2020b). Tinjauan Fatwa DSN MUI NO. 88/DSN-MUI/XI/2013 Terhadap Pelaksanaan Dana Pensiun Syariah. *Jurnal Syntax Admiration*, 1.
- OJK. (n.d.-a). *IKNB Syariah*. Website Ijk.Go.Id Di Akses Tgl 01 Juli 2022 . Retrieved July 1, 2022, from <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/Pages/IKNB-Syariah>.
- OJK. (n.d.-b). *Pasar Modal Syariah*. Website Ojk.Go.Id , Di Akses Tgl 01 Juli 2022. Retrieved July 1, 2022, from <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/pasar-modal-syariah.aspx>
- OJK & Ekonomi Syariah. (2021). *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Tahun 2021 “Menjaga Ketahanan Keuangan Syariah dalam Momentum Pemulihan Ekonomi.”*
- Zulfadli Hamzah, & Astri Ayu Purwat. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting* , 3.