

# EKOBISMAN

---

## Strategi Kualitas Pelayanan Perbankan Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk

*(Banking Service Quality Strategy In Improving Customer  
Satisfaction at PT Bank Syariah Indonesia Tbk)*

---

Submit: November 2023    Review: Desember 2023    Accepted: Desember 2023    Publish: Desember 2023

Tiya Marliyana Dewi<sup>1</sup>; Bambang Purwoko<sup>2</sup>; Zulkifli<sup>3</sup>

### Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh inovasi, teknologi industri 4.0 dan kualitas produk langsung maupun tidak langsung terhadap kualitas pelayanan, serta pengaruh seluruh variabel tersebut terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk. Sampel penelitian sejumlah 185 responden yang merupakan nasabah Bank BSI di Jakarta. Teknik pengambilan sampel yaitu Non Probability Sampling. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan Focus Group Discussion (FGD). Teknik analisis data menggunakan analisis Structural Equation Modeling (SEM) yang diolah dengan software SmartPLS. Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel inovasi dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan begitu juga kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Teknologi industri 4.0 juga berpengaruh terhadap kualitas pelayanan. Namun pada variabel teknologi industri 4.0 tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah. Hasil penelitian juga menunjukkan Rencana Strategi kepuasan nasabah dengan mengacu pada strategi-strategi dari hasil analisis yang telah dilakukan dan dipilih strategi yang tepat yaitu pengembangan IT core banking.

**Kata Kunci:** Inovasi, Teknologi Industri 4.0, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah

### Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of innovation, industry 4.0 technology and product quality directly or indirectly on service quality, as well as the effect of all these variables on customer satisfaction at PT Bank Syariah Indonesia Tbk. The research sample was 185 respondents who is a customer of Bank BSI Jakarta. The sampling technique is Non Probability Sampling. Collecting data using a questionnaire and Focus Group Discussion (FGD). The data analysis technique uses Structural Equation Modeling (SEM) analysis which is processed with SmartPLS software. The results of the study prove that the variables of innovation and product quality have a significant effect on service quality as well as service quality which have a significant effect on customer

---

<sup>1</sup> Sekolah Pascasarjana Universitas Pancasila; tiyamarliyana96@gmail.com

<sup>2</sup> Sekolah Pascasarjana Universitas Pancasila; email

<sup>3</sup> Sekolah Pascasarjana Universitas Pancasila; email

*satisfaction. Industry 4.0 technology also influences service quality. However, the industrial technology variable 4.0 has no significant effect on customer satisfaction. The results of the research also show the Customer Satisfaction Strategy Plan with reference to the strategies from the results of the analysis that has been carried out and the right strategy is selected, namely the development of IT core banking.*

**Keywords :** *Innovation, Industrial Technology 4.0, Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction.*

**Kode JEL:**

---

## **1. Pendahuluan**

Sektor perbankan merupakan landasan penting dalam perekonomian di berbagai negara, perbankan memberikan pengaruh terhadap roda-roda perekonomian baik secara langsung maupun tidak langsung. Peran perbankan di Indonesia tertuang dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 1998, dimana perbankan Indonesia bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional kearah peningkatan hidup rakyat banyak.

Perkembangan teknologi dari tahun ke tahun semakin meningkat. Perkembangan teknologi yang semakin maju menyebabkan industri perbankan dituntut harus mampu memberikan layanan prima yang rendah biaya dan mempermudah transaksi nasabahnya. Di era globalisasi saat ini, perbankan harus merancang ulang strategi bisnis agar sesuai dengan perkembangan teknologi. Saat ini, tumbuh dan berkembangnya bank tidak hanya ditandai dengan banyaknya kantor cabang yang dibuka tetapi dapat dilihat dari munculnya berbagai produk baru dengan segala macam atribut yang dimiliki oleh setiap bank seperti memberikan imbal hasil yang tinggi, jaminan kredit, berbagai hadiah, fasilitas online, phone banking, anjungan tunai mandiri (ATM), serta fasilitas lainnya. Perbankan pada saat ini dituntut untuk semakin meningkatkan pelayanan, karena nasabah semakin meningkat mobilitas dan kebutuhannya.

Kepuasan nasabah menjadi tujuan utama perbankan untuk mengembangkan bisnis, karena kekuatan nasabah merupakan kunci sukses dari bisnis perbankan. Loyalitas nasabah merupakan faktor penting dalam kelangsungan hidup bisnis dan pengembangan lingkungan yang kompetitif. Salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah untuk memilih bank tertentu selain produk yang dimunculkan oleh bank juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan nilai dari bank tersebut. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor kunci bagi keberhasilan Bank sebagai perusahaan jasa yaitu dengan menempatkan masalah kepuasan dan loyalitas terhadap nasabah melalui pelayanan sebagai salah satu komitmen bisnisnya.

Pada tahun 2020, total aset keuangan syariah Indonesia telah mencapai US\$119 miliar, meningkat dari tahun sebelumnya sebesar US\$99 miliar. Peningkatan total aset tersebut menempatkan Indonesia pada posisi ke-7 dengan total aset keuangan syariah terbesar di dunia. Indonesia merupakan salah satu negara dengan presensi yang kuat untuk industry keuangan syariah, ditandai dengan sector keuangan syariah Indonesia seperti perbankan syariah, asuransi syariah sukuk dan reksadana syariah, yang menempati peringkat sepuluh teratas dunia dalam hal total aset. Indonesia dikenal sebagai negara dengan mayoritas penduduk muslim terbesar di dunia. Hal tersebut mengacu pada data yang dikeluarkan oleh World Population Review yang dirilis pada

tahun 2020, dimana persentase jumlah penduduk muslim Indonesia sekitar 87,2% atau setara dengan 229 juta penduduk. Mengacu pada data tersebut, bangsa Indonesia tentu memiliki segudang potensi dalam hal pengembangan ekonomi dan keuangan syariah apabila dapat dimanfaatkan dengan baik.

## **2. Metodologi**

### **2.1. Pengembangan Model**

Dalam penelitian ini, menggunakan metode penelitian kuantitatif yang mana menurut Kothari, C. R. (2004) penelitian kuantitatif didasarkan kepada pada besar atau pengukuran besaran. Jenis penelitian ini dilakukan dengan memperoleh informasi mengenai kepuasan nasabah melalui kualitas pelayanan Bank Syariah Indonesia dengan cara menyebarkan kuisioner kepada konsumen dengan metode Structural Equation Model (SEM) sebagai metode yang digunakan untuk analisis.

#### **2.1.1. Permasalahan Pokok**

Bank Syariah Indonesia sebagai market leader perbankan syariah di Indonesia memiliki tingkat keluhan nasabah yang tinggi terkait dengan kepuasan nasabah. Dimana hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan Bank BSI belum mampu memberikan layanan sesuai harapan yang diinginkan oleh nasabah.

Persaingan industri yang semakin kompetitif ini mengharuskan Bank BSI dituntut untuk dapat mempertahankan dan juga meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Adapun upaya yang telah dilakukan oleh Bank BSI antara lain meningkatkan kualitas pelayan, meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan kemandirian dan penggunaan sistem teknologi perusahaan.

#### **2.1.2. Variabel Independent atau Variabel Bebas**

Variabel bebas atau variabel independen merupakan variabel yang nantinya akan mempengaruhi suatu yang menjadi sebab perubahan variabel dependen (terikat), Sugiyono (2015). Tujuan dari penelitian adalah menjelaskan atau memprediksi variabilitas yang terjadi dalam variabel dependen dengan menggunakan variabel independen. Dimana dalam penelitian ini, variabel independen adalah i=Inovasi (X1), Kualitas Produk (X2), Teknologi Industri 4.0 (X3).

*H1 : Hipotesis yang ada penelitian ini adalah terdapat pengaruh Inovasi terhadap variabel kualitas pelayanan*

*H2 : Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kualitas pelayanan*

*H3 : Terdapat pengaruh teknologi industry 4.0 terhadap kualitas pelayanan*

*H4 : Terdapat pengaruh Inovasi terhadap kepuasan nasabah*

*H5 : Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah*

*H6 : Terdapat pengaruh teknologi industry 4.0 terhadap kepuasan nasabah*

#### **2.1.3. Variabel Intervening**

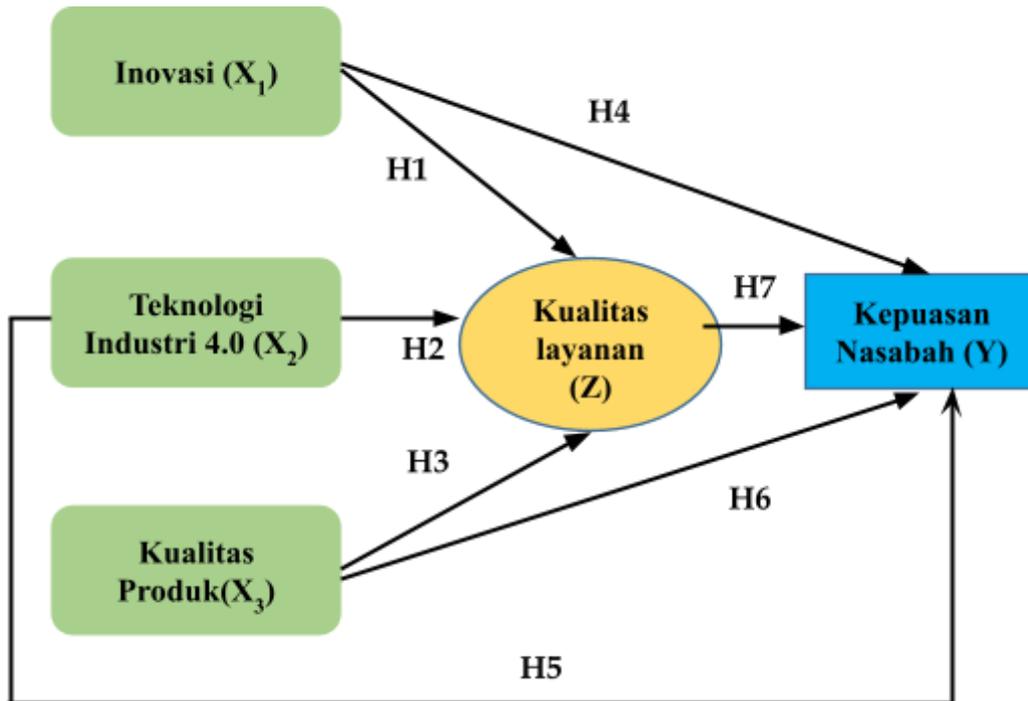
Variabel intervening merupakan variabel antara yang menghubungkan variabel independen terhadap variabel dependen. Penempatan variabel ini untuk menjelaskan

pengaruh tidak langsung yang terjadi diantara variabel independen terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini, variabel intervening adalah Kualitas Pelayanan (Y).

H7 : Hipotesis pada penelitian ini terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah.

#### 2.1.4. Variabel Intervening

Menurut Sugiyono (2015), variabel dependen merupakan sebuah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel independen atau variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah variabel Kepuasan Nasabah (Z).



Sumber: Pengembangan model, 2023

Gambar 1. Desain Penelitian

## 2.2. Pengumpulan Data

Populasi pada penelitian merupakan seluruh nasabah Bank BSI Area Jakarta 1. Teknik pengambilan sampel yang digunakan menggunakan Teknik *non probability sampling*. Untuk metode yang digunakan dalam pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Pemilihan penggunaan metode ini dikarenakan sesuai dengan penelitian ini yang mana merupakan penelitian kuantitatif atau merupakan penelitian yang tidak melakukan generalisasi (Sugiyono (2016)).

Data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua kategori, yaitu data kuantitatif dan juga data kualitatif. Untuk data kuantitatif, merupakan data yang berbentuk angka yang mana berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Data kuantitatif besarnya pengaruh secara kuantitatif dari perubahan satu ataupun beberapa kejadian dengan menggunakan alat analisis kuantitatif.

Data yang digunakan pada penelitian ini, yaitu data primer dan juga data sekunder bersumber dari sumber yang berbeda. Untuk data primer bersumber dari survey yang dilakukan dalam bentuk kuisisioner yang mana digunakan sebagai instrument

penelitian kepada sampel dari suatu populasi. Kuisoner tersebut disebar kepada sampel dengan menggunakan Google Form sebagai alat pembantu untuk menyebarkan kuisoner. Data primer sendiri dikumpulkan dengan menggunakan skala linkert.

### 2.3. Metode Analisis

Teknik analisis pada penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)*, dimana SEM sendiri merupakan sebuah teknik analisis multivariate generasi kedua yang pada tahapannya menggabungkan antara analisis faktor dan juga analisis jalur yang mana dalam hal ini memungkinkan bagi peneliti untuk dapat menguji serta mengestimasi secara bersamaan hubungan antara *multiple exogenous* dan *endogenous* variabel dengan berbagai macam indikator.

Tahapan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### A. Uji Kualitas Data

Penelitian yang dilakukan pada bidang ilmu sosial, dimana variabel-variabel penelitiannya secara umum dirumuskan sebagai sebuah variabel laten yang tidak dapat diukur secara langsung tetapi melalui dimensi-dimensi yang diamati Ghozali (2016).

##### a. Uji Validasi Data

Uji validasi data digunakan untuk mengetahui serta mengukur valid atau tidaknya suatu kuisoner.

##### b. Uji Realibilitas Data

Reabilitas merupakan sebuah alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuisoner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk.

#### B. Uji Structural Modeling (SEM)

Penggunaan SEM pada penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan, tahapan-tahapan tersebut meliputi :

##### a. Pemodelan SEM

Pemodelan SEM dilakukan melalui tahapan berikut :

1. Mengetahui hubungan antar variabel dalam penelitian ini Inovasi (X1), Teknologi Industri (X2), Kualitas Produk (X3). Untuk konstruk formatif yang dianalisis dengan semua indikator dari variabel *endogen* Kepuasan Nasabah (Y) dan Kualitas Layanan (Z).
2. Pengembangan diagram alur (*Path Diagram*) pada langkah ini, model teoritis yang telah dibuat pada tahapan pertama akan digambar kedalam sebuah diagram alur yang mana akan mempermudah dalam melihat hubungan-hubungan kausalitas yang akan diuji. Pada diagram alur, anak panah digunakan untuk menunjukkan laur hubungan antar konstruk. Untuk anak panah lurus menggambarkan hubungan kausalitas langsung antar konstruk di setiap ujungnya sedangkan garis lengkung antar konstruk dengan anak panah pada setiap ujungnya menggambarkan kolerasi antar konstruk.

##### b. Model Persamaan Struktural

Model persamaan struktural digambar seperti berikut :

$$\text{Persamaan struktural 1 : } Y = \rho X1 + \rho X2 + \rho X3 + \varepsilon1 \dots\dots\dots(1)$$

$$\text{Persamaan struktural 2 : } Z = \rho X1 + \rho X2 + \rho X3 + \rho Z + \varepsilon2 \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan :

X1 : Inovasi

X2 : Teknologi Industri

X3 = Kualitas Produk

Y = Kepuasan Nasabah

Z = Kualitas Layanan

$\varepsilon1$  = Error Nilai Z

$\varepsilon2$  = Error Nilai Y

$\rho$  = Koefisien Jalur

c. Evaluasi Model

d. Analisis Pengaruh Antar Variabel

### 3. Hasil

#### 3.1.Responden

Data penelitian diperoleh dari 185 orang responden yang merupakan nasabah Bank BSI Wilayah Kantor Cabang Jakarta 1 untuk penyebaran kuisisioner menggunakan Google Form dengan karakteristik yang dirangkum pada tabel 1.

Tabel 1. Data Responden

Variabel	Jumlah	Persentase
<i>Jenis Kelamin :</i>		
- Laki-Laki	120 Orang	64,9 %
- Perempuan	65 Orang	35,1 %
<i>Usia :</i>		
- Dibawah 25 Tahun	19 Orang	10,3 %

- 25-30 Tahun	72 Orang	38,9 %
- 30-35 Tahun	33 Orang	17,8 %
- Diatas 35 Tahun	61 Orang	33 %
<b>Pekerjaan :</b>		
- Pegawai Swasta Non BUMN	89 Orang	48,1 %
- Pegawai BUMN	52 Orang	28,1 %
- Wirausaha	23 Orang	12,4 %
- PNS/TNI/POLRI	10 Orang	5,4 %
- Ibu Rumah Tangga	11 Orang	5,95 %

Sumber: Data Diolah (2023)

### 3.2. Analisis

#### 3.2.1 Analisis Statistik Deskriptif

Jawaban yang telah didapat 185 orang responden kedalam beberapa kelompok statistik deskriptif yang mana bersumber dari pengelolaan data menggunakan SmartPLS. Analisa deskriptif dihitung dari presentase responden terhadap pertanyaan penelitian dengan menggunakan nilai rata-rata dari setiap indikator.

Jawaban yang didapatkan dari responden kemudian di beri skor dengan mengikuti teknik *agree-dissagree scale*, dimana menurut Ferdinand (2014), teknik *scoring* dilakukan dengan minimal 1 dan maksimal 5. Untuk mencari nilai yang akan digunakan sebagai dasar interpretasi nilai indeks, perhitungan dilakukan dengan menggunakan kriteria lima kotak, dimana nilai tertinggi, dalam hal ini adalah 5 dikurangi dengan nilai terendah yaitu dibagi dengan 5 yang menghasilkan nilai 0,80. Nilai 0,80 kemudian digunakan sebagai dasar interpretasi nilai indeks yang dijabarkan sebagai berikut:

1. 1,00 - 1,80 = Sangat tidak setuju
2. 1,81 - 2,60 = Tidak setuju
3. 2,61 - 3,40 = Netral
4. 3,41 - 4,20 = Setuju
5. 4,21 - 5,00 = Sangat setuju

Hasil pengujian validasi dengan menggunakan uji validasi *Peason Product Monent* dan uji reabilitas dengan menggunakan *Cronbach Alpha* yang disajikan pada tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Uji Reabilitas

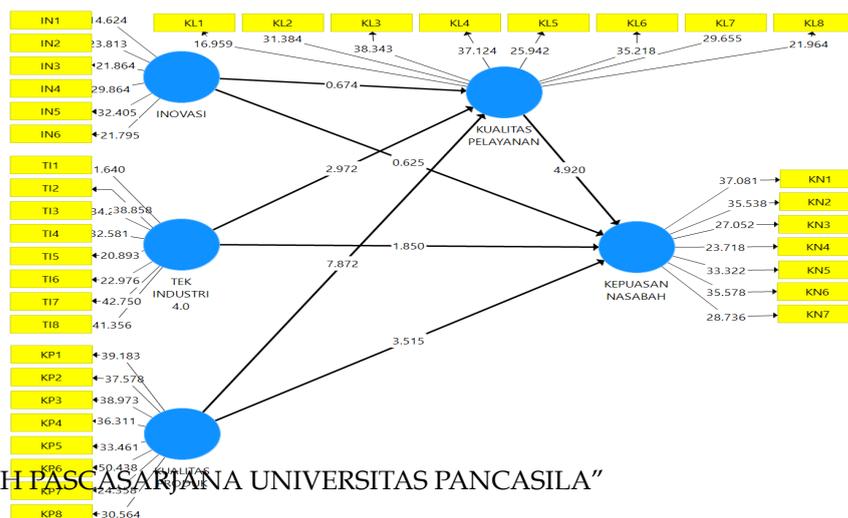
Variabel/Indikator	<i>R hitung(corrected item total correlations)</i>	<i>Cronbach Alpha</i>	Kesimpulan
INOVASI		0,872	Reliabel
- IN1	0,712		Valid

- IN2	0,795		Valid
- IN3	0,776		Valid
- IN4	0,815		Valid
- IN5	0,828		Valid
- IN6	0,754		Valid
TEK INDUSTRI 4.0		0,934	Reliabel
- TI1	0,817		Valid
- TI2	0,870		Valid
- TI3	0,837		Valid
- TI4	0,840		Valid
- TI5	0,771		Valid
- TI6	0,806		Valid
- TI7	0,866		Valid
- TI8	0,865		Valid
KUALITAS PRODUK		0,928	Reliabel
- KP1	0,861		Valid
- KP2	0,857		Valid
- KP3	0,848		Valid
- KP4	0,846		Valid
- KP5	0,840		Valid
- KP6	0,894		Valid
- KP7	0,788		Valid
- KP8			Valid
KUALITAS PELAYANAN			Reliabel
- KL1	0,843	0,947	Valid
- KL2	0,856		Valid
- KL3	0,850		Valid
- KL4	0,793		Valid

- KL5	0,838	Valid
- KL6	0,827	Valid
- KL7	0,794	Valid
- KL8		
KEPUASAN NASABAH		0,937
		Reliabel
- KN1	0,883	Valid
- KN2	0,866	Valid
- KN3	0,829	Valid
- KN4	0,828	Valid
- KN5	0,836	Valid
- KN6	0,869	Valid
- KN7	0,809	Valid

Sumber: Data diolah, (2023)

Hasil pengujian validasi dan pengujian reabilitas menunjukkan semua indikator pada setiap variabel telah valid karena hasil yang merupakan R-Hitung lebih besar nilainya dibandingkan dengan nilai R-Tabel serta bernilai positif. Seluruh indikator juga telah reliabel karena seluruh indikator yang ada pada variabel memiliki nilai lebih besar dari nilai standar *Cronbach alpha* 0,7.



*Sumber : Data diolah (2023)*

### Gambar 2. Estimasi dari indikator

Dapat dilihat pada Gambar 1, merupakan estimasi dari indikator ke variabel dan keterkaitan antara variabel. Dapat dilihat juga kontribusi yang membentuk masing-masing variabel.

Pada Kualitas Pelayanan (KL), koefisien jalur dari variabel laten Inovasi (IN) memiliki nilai sebesar 0,674 , variabel Teknologi Industri (TI) 4.0 memiliki nilai sebesar 2,974 , variabel Kualitas Produk (KP) memiliki nilai sebesar 7,872 dimana nilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa variabel tersebut mempunyai pengaruh yang positif terhadap kualitas pelayanan.

Pada Kepuasan Nasabah (KN), koefisien jalur dari variabel laten Inovasi (IN) memiliki nilai sebesar 0,625 , variabel Teknologi Industri 4.0 (TI) memiliki nilai sebesar 1,850 , koefisien Kualitas Produk (KP) sebesar 3,515 dan koefisien Kualitas Pelayanan (KL) sebesar 4,920. dimana nilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa variabel tersebut mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Nasabah.

## **4. Pembahasan**

### **4.1. Pengaruh Inovasi Terhadap Kualitas Pelayanan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan. Dalam penelitian ini inovasi layanan Bank BSI dilakukan dengan cukup baik dirasakan oleh nasabah. Beberapa inovasi yang lahir seperti fitur AISYAH pada BSI-mobile yang memudahkan nasabah untuk melakukan pelaporan keluhan nasabah dapat dilakukan 24 jam dalam 7 hari. Inovasi merupakan proses mengembangkan ide baru atau memasukkan ide baru dalam kegiatan praktis sehingga terjadi konversi ide baru dalam aplikasi yang bermanfaat. Aplikasi ide baru terjadi dalam bentuk proses inovasi yang akan menghasilkan sesuatu yang inovatif.

Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya menurut Shiau (2014), Dimiyati (2011) dan Trimaryani, dkk (2019) menyatakan bahwa hal ini tidak lepas bahwa inovasi dipersepsikan oleh konsumen sebagai produk atau merek yang modern atau up to date, merupakan hasil dari investasi riset dan pengembangan , diproduksi dengan teknologi terbaik memiliki features dan manfaat terbaru. Lebih lanjut ia menambahkan bahwa inovasi yang baik memungkinkan pelanggan untuk merasakan keunggulan fungsi, yang pada gilirannya memungkinkan mereka untuk mengembangkan rasa kepuasan. Responden merasa bahwa inovasi yang dilakukan meningkatkan gaya hidup pengguna menjadi lebih baik karena apa yang ditawarkan oleh merek sesuai dengan manfaat yang diterima.

Berdasarkan teori oleh ahli dan hasil temuan penelitian terdahulu terkait pengaruh inovasi terhadap kualitas pelayanan yang diperkuat dengan hasil pengujian data kuantitatif berdasarkan pengujian sampel nasabah PT Bank Syariah Indonesia Tbk, maka temuan ini menyelesaikan perumusan masalah pada penelitian serta

pembuktian yang mencapai tujuan penelitian bahwa inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan.

#### **4.2. Pengaruh Teknologi Industri 4.0 Terhadap Kualitas Pelayanan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknologi industri 4.0 berpengaruh signifikan dan positif terhadap kualitas pelayanan bank BSI. Penggunaan teknologi yang terus dikembangkan dan diperbaharui oleh bank BSI mampu meningkatkan kualitas pelayanan menjadi lebih optimal dan berdampak positif pada nasabah. Bank BSI secara terstruktur melakukan maintenance dan upgrading pada fasilitas mobile banking, internet banking dan layanan hall banking secara digital guna menghadirkan pelayanan yang handal, prima, cepat, rapih dan memudahkan urusan nasabah.

Hasil penelitian ini didukung oleh Sinar Jonan (2020) yang menyatakan bahwa kemajuan sebuah teknologi yang digunakan oleh perbankan dalam menjalankan bisnisnya akan memberikan terobosan cepat pada pertumbuhan dan perkembangan bank tersebut. Penggunaan teknologi industri berupa big data oleh perbankan dapat meningkatkan keberhasilan risk management dalam mengukur tingkat resiko dengan cepat. Sementara itu, Buana Handa Wijaya et al (2022) menyatakan bahwa kolaborasi penggunaan dan pemanfaatan teknologi industri 4.0 dapat membantu pengembangan bisnis perusahaan. Penggunaan teknologi yang mumpuni dapat mendorong pembangunan citra perusahaan kepada konsumen dan perluasan area jangkauan pemasaran produk dan peningkatan layanan. Penerapan IOT dapat digunakan dalam melakukan scale up layanan dengan sistem smart services.

Berdasarkan teori oleh ahli dan hasil temuan penelitian terdahulu terkait pengaruh teknologi industri terhadap kualitas pelayanan yang diperkuat dengan hasil pengujian data kuantitatif berdasarkan pengujian sampel, maka temuan ini menyelesaikan perumusan masalah pada penelitian serta pembuktian yang mencapai tujuan penelitian bahwa teknologi industri berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan.

#### **4.3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kualitas Pelayanan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan. Transformasi produk-produk bank BSi yang ditawarkan kepada nasabah diiringi dengan peningkatan layanan yang diberikan dalam penjualan produk kepada nasabah. Sebagai contoh, bank BSI ditunjuk sebagai bank operasional pemerintah 1 dan bekerjasama dengan kementerian-kementerian terkait guna memfasilitasi pembayaran gaji pegawai institusi yang berkaitan, atas hal itu bank BSI memberikan fasilitas layanan berupa pembiayaan khusus pegawai-pegawai pada instansi yang berkaitan sebagai bentuk aspirasi kepada nasabah.

Hasil penelitian Dahlan Hidayat (2019), Agus Suroso (2019) dan Ade Banani (2019) menjelaskan bahwa suatu produk yang dijual oleh perusahaan kepada konsumennya akan diikuti oleh pelayanan yang diberikan sebagai sarana untuk membangun citra dan menarik kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan agar bersedia membeli dan mengkonsumsi produk tersebut secara terus menerus. Hanim Faizal (2018) dan Siti Nurjanah (2018) menyatakan dalam penelitiannya bahwa kualitas produk akan selalu beriringan dengan kualitas pelayanan sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu barang atau jasa yang ditawarkan.

Berdasarkan teori oleh ahli dan hasil temuan penelitian terdahulu terkait pengaruh kualitas produk terhadap kualitas pelayanan yang diperkuat dengan hasil pengujian data kuantitatif berdasarkan pengujian sampel, maka temuan ini menyelesaikan perumusan masalah pada penelitian serta pembuktian yang mencapai tujuan penelitian bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan.

#### **4.4. Pengaruh Inovasi Terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil penelitian menyatakan bahwa inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Inovasi bank BSI khususnya dalam layanan pengaduan konsumen melalui chat AISYAH dan whatsapp business meningkatkan kemudahan bagi nasabah dalam melaporkan keluhan atas transaksi yang dialami dan mendapatkan feedback yang cepat dan tepat atas kendala tersebut meningkatkan kepuasan nasabah atas pelayanan yang diberikan. Selain itu, inovasi-inovasi produk yang menasar segala segmen usia dari anak-anak hingga dewasa melalui produk-produk tabungan ataupun pembiayaan konsumtif ikut memberikan andil terhadap kepuasan nasabah atas tersedianya beragam produk keuangan yang disediakan.

Menurut Buchari (2014) inovasi produk berarti mengamati pelanggan untuk menemukan dan memuaskan pelanggannya dengan memberikan produk yang baru. Menurut Delafrooz et al. (2013) inovasi layanan dapat membuat konsumen sangat puas atas pelayanan yang diberikan perusahaan. Hal ini terjadi karena perusahaan mampu memberikan pembaruan dalam pemberian layanan baik dari teknologi yang digunakan untuk melayani konsumen, perbaikan interaksi dengan konsumen yang dibutuhkan untuk menjaga komunikasi dengan konsumen serta adanya pengembangan atas layanan yang diberikan kepada konsumen. Sukarmen et al. (2013) dalam penelitiannya menemukan bahwa inovasi produk dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Sementara Sinurat et al. (2017) menyebutkan bahwa inovasi produk dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan teori oleh ahli dan hasil temuan penelitian terdahulu terkait pengaruh inovasi terhadap kepuasan nasabah yang diperkuat dengan hasil pengujian data kuantitatif berdasarkan pengujian sampel, maka temuan ini menyelesaikan perumusan masalah pada penelitian serta pembuktian yang mencapai tujuan penelitian bahwa inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

#### **4.5. Pengaruh Teknologi Industri 4.0 Terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil penelitian menyatakan bahwa teknologi industri 4.0 tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bank BSI. Dalam penelitian ini, nasabah bank BSI pada umumnya tidak memperhatikan terkait jenis teknologi apa yang digunakan oleh bank dalam menjalankan operasional layanannya, nasabah hanya melihat bagaimana cara bank BSI dalam melayani dan menjalankan permintaan transaksi keuangan nasabah sesuai harapan dan keinginan mereka, hal ini berdampak pada tidak berpengaruhnya penggunaan teknologi industri 4.0 terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya menurut Muchlis (2021) dan I Made Narsa (2021) bahwa penggunaan teknologi big data dan internet of things tidak

mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen secara langsung tetapi berperan penting dalam bisnis proses perusahaan yang berdampak pada kepercayaan konsumen dan kepuasan konsumen. Berdasarkan teori oleh ahli dan hasil temuan penelitian terdahulu terkait pengaruh teknologi industri 4.0 terhadap kepuasan nasabah yang diperkuat dengan hasil pengujian data kuantitatif berdasarkan pengujian sampel, maka temuan ini tidak menyelesaikan perumusan masalah pada penelitian serta pembuktian yang mencapai tujuan penelitian bahwa teknologi industri 4.0 tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

#### **4.6. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah bank BSI. Bank BSI mampu menghadirkan produk-produk keuangan syariah yang dapat memenuhi seluruh kebutuhan nasabah secara baik. Produk-produk keuangan tersebut antara lain produk tabungan reguler, produk tabungan perencanaan haji dan umroh, produk dana Pendidikan, pension, produk pembiayaan produktif dan konsumtif.

Hubungan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan tersebut berdasarkan penelitian Munisih & Soliha (2015) menunjukkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dimana kualitas produk yang meningkat maka kepuasan pelanggan juga meningkat. Menurut Lumintang & Rotinsulu (2015) menjelaskan bahwa kualitas produk mempunyai peran dalam memasarkan suatu organisasi karena berpotensi memengaruhi persepsi dan ekspektasi nasabah tentang barang atau jasa yang ditawarkan serta pada akhirnya memengaruhi kepuasan nasabah dan loyalitas. Dengan adanya kualitas produk yang baik ini akan memengaruhi kepuasan konsumen. Dalam hal ini untuk kepuasan nasabah juga akan dipengaruhi oleh adanya kualitas produk perbankan yang ditawarkan. Jika nasabah merasakan kualitas produk perbankan semakin bagus maka akan meningkatkan kepuasan nasabah.

Berdasarkan teori oleh ahli dan hasil temuan penelitian terdahulu terkait pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah yang diperkuat dengan hasil pengujian data kuantitatif berdasarkan pengujian sampel, maka temuan ini menyelesaikan perumusan masalah pada penelitian serta pembuktian yang mencapai tujuan penelitian bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

#### **4.7. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah bank BSI. Pelayanan melalui BSI mobile, banking hall dan online services bank BSI sudah dirasakan manfaat positifnya oleh nasabah, layanan tersebut memberikan kemudahan pada saat nasabah bertransaksi.

Agung & Soliha (2014) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan pelanggan sesuai atau bahkan melebihi harapan pelanggan, maka pelayanan tersebut dianggap berkualitas dan memuaskan. Namun, pelayanan yang tidak sesuai atau di bawah harapan, maka pelayanan dianggap tidak berkualitas atau mengecewakan. Yulianti (2013) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

nasabah Bank Panin. Setiawan (2016) juga menunjukkan hal yang sama pada pengguna layanan mobile banking. Nursiana (2015) juga menunjukkan hal yang sama pada nasabah bank di Jakarta. Oleh karena itu, kualitas layanan yang dirasakan nasabah diprediksi akan meningkatkan kepuasan nasabah.

Berdasarkan teori oleh ahli dan hasil temuan penelitian terdahulu terkait pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah yang diperkuat dengan hasil pengujian data kuantitatif berdasarkan pengujian sampel, maka temuan ini menyelesaikan perumusan masalah pada penelitian serta pembuktian yang mencapai tujuan penelitian bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

## **5. Kesimpulan**

Inovasi berpengaruh terhadap kualitas pelayanan Bank BSI. Maka dalam penelitian ini perusahaan harus mempertahankan kualitas pelayanan yang baik dari setiap inovasi yang diluncurkan baik dari segi layanan digital ataupun hall banking. Hal ini jika dipertahankan dapat memberikan rasa puas kepada nasabah atas pelayanan yang diberikan dan dirasakan oleh nasabah sesuai dengan yang diharapkan. Teknologi industri 4.0 berpengaruh terhadap kualitas pelayanan. Dalam hal ini perusahaan harus mengembangkan kapasitas teknologi yang digunakan dalam menunjang operasional bisnisnya agar tidak tertinggal dan terus mampu memberikan layanan prima kepada nasabah. Teknologi yang digunakan dalam sebuah perusahaan khususnya perbankan, harus mampu meng-cover berbagai aktivitas bisnis perusahaan khususnya layanan operasional Bank yang bersinggungan dengan nasabah. Kualitas teknologi yang mampu memberikan kemudahan dan keamanan sangat berperan besar dalam kesinambungan bisnis Bank BSI. Kualitas produk berpengaruh terhadap kualitas pelayanan. Bank BSI sudah memiliki produk-produk yang berkualitas baik dan dapat diterima seluruhnya oleh nasabah. Untuk itu, Bank BSI harus terus mempertahankan kualitas tersebut melalui upgrading kelengkapan fitur-fiturnya agar tidak ketinggalan zaman. Kualitas produk yang baik akan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap produk tersebut agar dapat diterima sepenuhnya oleh nasabah. Inovasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Bank BSI harus melakukan perubahan secara berkesinambungan dalam mengembangkan inovasi produk ataupun layanannya dan mempertahankan keunggulan yang saat ini dimiliki agar nasabah selalu merasa puas saat bertransaksi di Bank BSI. Teknologi industri 4.0 tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Perusahaan harus tetap menggunakan teknologi yang baik dan dapat menjaga keamanan perusahaan dalam mengelola data dan dana nasabah serta menjalankan kegiatan bisnis lainnya. Penggunaan teknologi dimaksudkan untuk mensupport Bank BSI dalam menjalankan bisnisnya. Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Bank BSI harus tetap memperhatikan dan menjaga kualitas produk saat ini agar tetap baik dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Bank BSI dapat melakukan langkah penelitian dan pengembangan produk, pengamatan daur kehidupan produk, total quality management, atribut produk serta diferensiasi produk. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Bank BSI harus mempertahankan pelayanan profesional, ramah, sopan dan baik kepada nasabah untuk menjaga emosional nasabah saat melakukan kegiatan keuangan di Bank BSI. Nasabah merasa puas dan akan melakukan penggunaan produk berulang di Bank BSI jika merasa seluruh keinginan dan kebutuhannya terlayani dengan sangat baik.

## Daftar Pustaka

- Arif Zunaidi, Sri Anugerah Natalia.2021. Manajemen Strategik Dalam Perbankan Syariah. Jurnal Perbankan Syariah Vol 5 No.1
- Alma, Buchari. 2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Cetakan Kesepuluh. Bandung : Alfabeta.
- Allysa Sekar A.et al.2022.Strategi Informasi Pada Kegiatan Perbankan Syariah. Jurnal Manajemen Teknologi dan Sistem Informasi Vol 1 No.2
- Bachtiar. (2011). Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa dalam Memilih Politeknik Sawunggalih Aji Purworejo. *Dinamika Sosial Ekonomi* Vol 7 No.1.
- Belch, George E. & Michael A. Belch. (2015) *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. 10th edition. Boston: McGraw-Hill Irwin.
- Bhimantoro, S., & Lestari, A. (2016). Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan telepon rumah dengan kepuasan sebagai variabel intervening (studi pada pelanggan telepon rumah pt telkom kota surabaya barat). *4(3)*, 1–11.
- Bungin, Burhan. 2005. Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial lainnya. Jakarta: Kencana Prenad
- Darmawan Erlangga. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Brand Image (Studi pada Hotel Nusantara di Bandar Lampung). *Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom*.
- David Fred R. 2009. Konsep Manajemen Strategis .Jakarta: Salemba Empat
- David, F. R., 2011, Manajemen Strategis : Konsep-Konsep. Jakarta.
- David, Hunger, J. dan Wheelen, Thomas L. (2009). Manajemen Strategis.Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Dimiyati, Tjutju Tarlih & Ahmad Dimiyati. 2011. Operations Research : Model model Pengambilan Keputusan. Bandung : Sinar Baru Algesindo
- Ellitan, Lena dan Lina Anatan. 2009. Manajemen Inovasi : Tranformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia. Bandung: Alfabeta.
- Hunger, J. David dan Wheelen, Thomas L. 2003. Strategic Manajemen, Edition 5. 1996. Addison-Wesley Publishing Company Inc.
- Ihda La Aleiyya, Handoyo Djoko Waluyo dan Widayanto, 2014, Pengaruh Inovasi Produk Baru, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian PC Tablet Apple iPad (Studi Kasus pada Mahasiswa Pengguna iPad di Fisip Undip Semarang, *Diponegoro Journal of Social and Politic* Vol. 1 No. 8 2014.

- Kevin, Ferry Jie, 2013. *Investigating The Impact of innovation on Customer Loyalty in Mobile Telephony in Greece*. The TQM Journal, Vol. 22 Iss: 3 pp. 330 -343.
- Lubis, A. S., & Andayani, N. R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 1(2), 232–243. <https://doi.org/10.30871/jaba.v1i2.619>
- Lumenta, dkk. 2014. Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Pos Indonesia (Persero) Manado. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Univesitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA Vol.2 No.3*
- Mashuri. 2020. Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing (Studi Pada PT Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru). *Jurnal Perbankan Syariah Vol 1 No 1: 97-112*
- Mohamad Rizan. 2015. *The Influence Of Price And Service Quality Of Brand Image And Its Impact On Customer Satisfaction Gojek (Students Study On A State University Of Jakarta)*. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) | Vol 6, No. 2, 2015*.
- Muhamad. 2008. Bank Syari’ah: Analisis Kekuatan, Peluang, Kelemahan dan Ancaman. Cetakan Kedua. Penerbit EKONISIA Fakultas Ekonomi UII.Yogyakarta.
- Nadia, Nurul and Abdul Aziz 2016. *Direct Effect of innovation on Customer Satisfaction and Customer Loyalty in Nigerian Islamic Bank*. *Management*, Vol 3 (1) : 6-11. Universiti Utara Malaysia.
- Naveed, Tahir, Irum Akhtar, and Khaliq ur Rehman C, 2012. *Perceived Service and Food Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions in Senior Retirement Communities*. *Journal of The Academy of Marketing Science*. Vol. 12, P. 411-427
- Ohn A. Pearce II & Richard B. Robinson, *Manajemen Strategis (Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian)*, (Jakarta: Salemba Empat , 2013), hal. 20.
- Rachmat. 2014. *Manajemen strategik*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Rangkuti Freddy. 1997. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Penerbit: PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta. Tim Pengembangan Perbankan Syari'ah Institut Bankir Indonesia, 2002, Konsep, Produk dan Implementasi Bank Syari'ah, Jambatan bekerjasama dengan Institut Bankir Indonesia, Jakarta.
- Ratminto dan Atik Septi Winarsih, 2013. *Manajemen Pelayanan*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Samsuri.2022. Strategi Keunggulan Bersaing Melalui Digitalisasi Layanan Produk Pada Bank Syariah Indonesia KCP Rogojampi. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah Vol 1 No.1*
- Sri Mahargiyantie. 2020. Peran Strategis Bank Syariah Indonesia Dalam Ekonomi Syariah di Indonesia. *Jurnal Al-Misbah Vol 1 No.2*
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

- Sujarweni, Wiratna (2014). *Metodelogi Penelitian Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suwandiyanto, M. 2010. *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan*. Bandung : Alfabeta
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2015. *Service Quality & Satisfaction Edisi ketiga*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, Husein. 2005. *Strategic Management in action*. Cetakan Kelima. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Vesilia Adriani dan Realize. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Stainlessindo Anug rah Karya Di Kota Batam*. *Jurnal Pundi. Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam*.
- Wijanto, S. H. (2015). *Metode Penelitian menggunakan Structural Equation Modeling dengan Lisrel 9*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI.
- Yulimindra dan Wijayanto, 2015. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Inovasi terhadap Citra Perusahaan dan Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Riau Kepri*. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis, Vol. VII No. 3. Hal. 1-14*.