
**Efek Pelayanan Prima, Moralitas Bisnis Islam, dan Fasilitas
Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat
Kantor Cabang Utama Malang**

Sri Mulyani²⁾, Firda Indah Safitri²⁾

Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang^{1,2)}

srimulyanife05@gmail.com¹⁾, firdaindah42@gmail.com²⁾

Abstrak. Beberapa faktor yang memefeki kepuasan nasabah diantaranya diefeki oleh pelayanan prima, moralitas bisnis, dan fasilitas. Riset ini bertujuan menguji efek pelayanan prima, moralitas bisnis islam, dan sarana terhadap kepuasan pelanggan di Bank Muamalat KCU Malang baik secara parsial ataupun silmutan. Dalam studi ini digunakan metode kuantitatif. Populasi yang terdapat dalam penenlitan ini merupakan nasabah Bank Muamalat KCU Malang pada tahun 2023 sejumlah 5040 responden. Adapun teknik penentuan sampel menggunakan *Random Sampling* yang berjumlah 97 nasabah. Temuan dari riset ini menghasilkan variabel pelayanan prima mempunyai pengaruh pada kepuasan nasabah, variabel moralitas bisnis Islam tidak berefek secara parsial pada kepuasan pelanggan. Sementara itu faktor fasilitas berefek positif signifikan pada kepuasan pelanggan. Selain itu dalam riset ini ditemukan hasil bahwa pelayanan prima, moralitas bisnis Islam dan fasilitas secara bersamaan juga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCU Malang. Adapun sumbangan presentase yang diberikan oleh variabel pelayanan prima, moralitas bisnis Islam, dan fasilitas terhadap kepuasan nasabah memiliki sumbangan sebesar 75,4%, sementara itu faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang tidak dikaji dalam riset ini sebesar 24,6%.

Kata Kunci: Pelayanan Prima, Moralitas Bisnis Islam, Fasilitas, Kepuasan Nasabah

Abstract. Several factors that influence customer pleasrue include excellent service, business morality and facilities. This paper aims to examine the effects of good service, Islamic business morality, and facilities on customer pleasrue at Bank Muamalat KCU Malang, either partially or simultaneously. This paper uses quantitative methods. The population in this research is Bank Muamalat KCU Malang customers in 2023, totaling 5040 people. The sampling technique used was Random Sampling with a sample of 97 customers. The findings from this research show that the excellent service variable has an influence on customer pleasrue, the Islamic business morality variable has no partial or significant effect on customer pleasrue. Meanwhile, the facility variable has a significant positive effect on customer pleasrue. Apart from that, this research found that good service, Islamic business morality and facilities simultaneously also had an influence on customer pleasrue at Bank Muamalat KCU Malang. The percentage contribution given by the variables excellent service, Islamic business morality, and facilities to customer pleasrue has a contribution of 75.4%, Meanwhile, other factors that influence customer satisfaction which were not studied in this research amounted to 24.6%.

Keywords: Excellent Service, Islamic Business Ethics, Facilities, Customer Pleasrue

PENDAHULUAN

Pada zaman sekarang ini, perkembangan perekonomian di Indonesia tidak hanya pada dunia perdagangan yang semakin berkembang pesat, tetapi dalam dunia perbankan syariah juga mengalami persaingan yang berskala besar. Bahkan saat ini persaingan dalam dunia perbankan juga tidak hanya memprioritaskan berbagai macam produknya, tetapi juga memprioritaskan fasilitas dan juga pelayanannya. Dari uraian tersebut maka bisa dikatakan jika sebuah usaha pada perusahaan diharuskan dapat memberikan pelayanan terbaik atau yang prima.

Tujuan utama dalam perusahaan yaitu kepuasan nasabah dan kepercayaan nasabah atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Upaya dalam meningkatkan mutu pelayanan prima (*Service Excellent*) yang dipersembahkan oleh bank terhadap pelanggan diantaranya dengan cara memberikan pelayanan yang maksimal atau terbaik untuk mempermudah memfasilitasi kebutuhan nasabah. Menurut Barata dalam Suparman menyatakan bahwa ada 6 unsur pokok pelayanan prima diantaranya keunggulan, perilaku, performa, ketertarikan, perbuatan dan *responsibilitas*.¹

Nasabah mengekspetasikan mutu pelayanan berupa fasilitas yang memadai, layanan terbaik, rasa nyaman, rasa aman, rasa tenang serta menghasilkan yang rasa puas sehingga pihak manajemen dituntut untuk memikirkan mutu pelayanan bank.² Mutu pelayanan yang terbaik akan memicu kepercayaan nasabah sehingga dapat menjadikan kunci utama bagi perusahaan agar memiliki pelayanan yang unggul supaya mampu bersaing dengan perusahaan lain. Tidak hanya penerapan pelayanan prima yang menjadi suatu keunggulan bagi perbankan syariah pada sistem operasionalnya, tetapi ada prinsip syariah yang lain yaitu moralitas bisnis. Moralitas bisnis islam ialah perilaku dalam menerapkan usaha yang selaras terhadap hukum Islam. Moralitas dalam berbisnis juga perlu diterapkan untuk mengendalikan persaingan bisnis supaya terhindar dari penyimpangan norma-norma.

Dalam perbankan syariah moralitas bisnis islam yang diterapkan adalah suatu persyaratan yang wajib dipenuhi menurut ajaran agama islam serta sebagai identitas supaya menjadi hal yang membedakan antar bank Islam dan bank konvensional. Jadi, perbankan Islam yang tidak menerapkan prinsip yang sesuai dengan moralitas bisnis islam maka

¹Suparman, Vina Islami, and Fera Nelfianti, *Service Excellence*, 2019.

² Hakim and Selamat Muliadi, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Adisucipto Yogyakarta," *Jurnal* (n.d.): 73–79.

menjadi tidak bernilai dan bisa berdampak pada eksistensi bank Islam pada masa mendatang.³

Secara etimologi, moralitas berasal dari bahasa Yunani yang memiliki arti yaitu perbuatan, kebiasaan, adat, cara berfikir, akhlak, sifat (watak) kesusilaan serta perasaan.⁴ Sehingga moralitas memiliki arti yaitu norma, prinsip serta ketentuan perilaku yang menata setiap orang ataupun kelompok agar dapat memilah mana yang hak dan yang bathil.

Untuk menciptakan kepuasan nasabah moralitas bisnis islam juga harus ditingkatkan agar memicu kesetiaan nasabah. Nilai dasar dalam moralitas bisnis islam mempunyai prinsip yang sesuai dengan kaidah dan ajaran islam. Adapun prinsip-prinsip moralitas bisnis syariah yang seharusnya diterapkan dalam kegiatan usaha adaah : keTuhanan, berimbangm kebebasan yang bertanggungjawab, responsibilitas, kebaikan.⁵ Jadi sangat penting bagi perusahaan untuk menerapkan standar operasional pelayanan prima dan moralitas bisnis islam berdasarkan nilai-nilai Islam.

Tanpa disadari nasabah saat ini juga memiliki ekspetasi terhadap sarana yang diberikan oleh bank. Fasilitas adalah sekuruh perlengkapan yang dberikan oleh bank syariah supaya bisa dinikmati dan digunakan oleh nasabah dengan tujuan agar memberikan rasa kenyamanan dan kesenangan. Fasilitas juga merupakan faktor pendukung yang sangat penting supaya menarik perhatian nasabah dalam bertransaksi. Fasilitas yang disediakan oleh bank misalnya, ruang tunggu, tanaman hidup, AC, TV iklan, lahan parkir, mushola, ATM, brosur, dan *nursery room*.

Menurut Kotler dalam Atmaja, rasa puas pelanggan adalah hal yang diamalng dan dirasakan pelanggan baik itu senang maupun kecewa pada seseorang yang timbul setelah menyamakan antar performa yang diperkirakan terhadap kinerja yang diperlukan.⁶ Rasa tersebut yang muncul sebab nasabah membandingkan antara ekspetasi tentang jasa atau produk yang diperoleh dengan kenyataan. Oleh karena itu, kepuasan adalah subjektif, penilaiannya sesuai dari pelanggan tersebut. Dalam kepuasan konsumen pelayanan

³ Afrida Putritama, "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Industri Perbankan Syariah," *Nominal, Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen* 7, no. 1 (2018).

⁴ Sri Nawatmi, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam [Business Ethics in Islamic Perspective]," *Iqtishodiyah : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 9, no. 1 (2010): 50-59.

⁵ Destiya Wati, Suyudi Arif, and Abrista Devi, "Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop," *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3, no. 1 (2021): 141-154.

⁶ Jaka Atmaja, "Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB," *Jurnal Ecodemica* 2, no. 1 (2018): 49-63.

perusahaan merupakan hal yang sangat penting di pasar supaya perusahaan bisa memenangkan persaingan bisnis dan menjalankan bisnisnya secara efisien dan efektif.⁷ Suatu perusahaan harus mampu menjadikan nasabah sebagai kunci utama dalam menjalankan bisnisnya agar dapat berjalan berkesinambungan. Kepuasan akan menjadi suatu yang *urgent* untuk perusahaan. Sehingga kepuasan pelanggan akan semakin tinggi jika mutu pelayanan juga meningkat. Apabila mutu layanan berbeda dengan yang diinginkan pelanggan maka kepuasan nasabah tersebut bisa menurun.

Pada Bank Muamalat KCU Malang memiliki peran penting supaya meyakinkan para masyarakat mau menyimpan uangnya pada bank muamalat terdekat. Bank Muamalat ialah salah satu bank pertama yang ada di Indonesia yang sistem operasionalnya berdasarkan konsep perbankan secara Syariah. Sistem Syariah yang digunakan lebih cenderung pada nilai-nilai islami. Sehingga, mutu pelayanan yang menjadi faktor utama untuk memicu kepuasan nasabah serta juga harus sesuai dengan syariat dan nilai-nilai islam. Salah satu keunggulan Bank Muamalat yaitu berbagai macam produknya dan *Bank Muamalat Indonesia tidak hanya memiliki kantor cabang di Indonesia tetapi juga di luar negeri seperti Malaysia dan Kuala Lumpur*.

Riset yang mendukung tentang efek pelayanan prima, moralitas bisnis Islam, dan fasilitas terhadap kepuasan nasabah dikaji oleh Aksel dengan temuan hasil yaitu variabel pelayanan memberi efek signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kemudian, diteliti juga oleh Devi yang menunjukkan hasil bahwa fasilitas berefek terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan riset terdahulu tersebut maka penulis terinspirasi untuk mengerjakan riset dengan judul “Efek Pelayanan Prima, Moralitas Bisnis Islam, dan Fasilitas pada Kepuasan pelanggan Bank Muamalat KCU Malang”. Riset ini bertujuan untuk mengetahui apakah pelayanan prima, moralitas bisnis Islam, dan fasilitas berefek pada kepuasan pelanggan Bank Muamalat KCU Malang.

TINJAUAN PUSTAKA

1) Pelayanan Prima

Menurut Nurmah dalam Suhartono, Eka Putri Nur Azizah, Lukman Hakim, dan Hartanti menyatakan bahwa, pelayanan prima (*excellence service*) merupakan suatu

⁷ Hakim and Muliadi, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Adisucipto Yogyakarta.”

layanan yang diterima pelanggan sehingga bisa memberikan kepuasan kepada nasabah dan memberikan referensi kepada orang lain untuk menggunakan layanan tersebut.⁸ Pelayanan prima adalah keseluruhan layanan yang diberikan oleh perusahaan, kepada pelanggannya dengan sadar dan terpadu serta berkesinambungan sesuai standar mutu dengan berorientasi pada kepuasan pelanggan.⁹

Budaya pelayanan prima menurut Barata dalam Suparman :¹⁰

1. Ketahanan
2. Perilaku
3. Performa
4. Kepedulian
5. Perbuatan
6. Responsibilitas

2) Moralitas Bisnis Islam

Menurut Baidowi dalam Puspitasari moralitas (akhlaq) merupakan suatu akhlaq yang merujuk pada kajian mengenai nilai-nilai yang membimbing sikap manusia. Ini mengaitkan pandangan mengenai baik dan buruk, salah dan benar, dan seperti apa seseorang bersosialisasi dengan sesama manusia dan lingkungan di sekitarnya. Moralitas mencakup penerapan prinsip-prinsip ini dalam berbagai konteks kehidupan, termasuk dalam mengambil keputusan-keputusan moral.¹¹ Menurut Djakfar dalam Syahputri dan Suryaningsih, moralitas bisnis syariah merupakan aturan yang menata mengenai moralitas dalam menjalankan bisnis sesuai aturan dalam berbisnis dalam Islam.¹²

Etika bisnis Islam memiliki indikator sebagai berikut :¹³

⁸ Suhartono Suhartono et al., "Hubungan Pelayanan Prima Dengan Kepuasan Pelanggan Pt Kereta Api Indonesia (Persero) Pada Stasiun Pasar Senen (Studi Kasus: Ka Progo Pasar Senen-Lempuyangan Kelas Ekonomi)," *Kolaborasi : Jurnal Administrasi Publik* 5, no. 3 (2019): 262–273.

⁹ Pratama Robyyanto, "Analisis Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Konter Layanan Priority Bank Syariah Mandiri Area Lampung)," *Applied Microbiology and Biotechnology* 2507, no. 1 (2020): 1–9.

¹⁰ Suparman, Islami, and Nelfianti, *Service Excellence*.

¹¹ Ira Puspitasari, "Analisis Praktik Etika Bisnis Syariah (Studi Kasus Pasar Leuwiliang)," *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* 3, no. 1 (2019): 41–51.

¹² Tyas Fariha Syahputri and Sri Abidah Suryaningsih, "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Sembako Di Pasar Kedurus Surabaya," *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 5, no. 1 (2022): 146–159.

¹³ Wati, Arif, and Devi, "Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop."

1. *KeTuhanan*
2. Berimbang
3. Kebebasan yang bertanggungjawab
4. Responsibilitas
5. Kebaikan

3) Fasilitas

Menurut Palenewen dalam Devi menyatakan bahwa, fasilitas adalah suatu hal yang bisa memperlancar serta mempermudah pelaksanaan sebuah usaha.¹⁴ Menurut Tjiptono dalam Alana dan Putro menyatakan bahwa, sarana merupakan instrumen fisik yang harus tersedia sebelum menawarkan jasa kepada pelanggan.¹⁵

Mengacu pendapat Tjiptono, fasilitas memiliki indikator, yaitu :¹⁶

1. Penampilan dan keadaan lingkungan sekitar
2. Tata ruang
3. perabotan
4. Pencahayaan
5. Kombinasi warna
6. Pesan gambar

4) Kepuasan Nasabah

Mengacu pendapat Kotler dalam Karim perasaan pelanggan yang berkaitan dengan puas atau kecewa setelah menilai layanan yang diterima dengan yang dipersepsikan.¹⁷ Menurut Tjiptono dalam Romansyah berpendapat pencapaian profitabilitas jangka panjang terdapat pada kepuasan konsumen. Kepuasan sendiri adalah penilaian yang diberikan oleh konsumen setelah merasakan manfaat dari suatu pelayanan yang diterima dengan yang dipersepsikan.¹⁸

¹⁴ Wulan Sri Devi, "Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi Di Bank Aceh Syariah KCP Ulee Kareng" 21, no. 1 (2020): 1-9.

¹⁵ Peggy Rahma and Tanto Askriyandoko, "Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek," *journal* (2019): 180-194.

¹⁶ Ibid.

¹⁷ Kasnaeny Karim, "Kajian Mengenai Kepuasan Nasabah Bank Syariah Di Kota Makassar," *Fordebi* 1, no. March 2017 (2017): 1-20.

¹⁸ Sahabuddin Romansyah, dalam bukunya "Manajemen Pemasaran Jasa : Kepuasan Nasabah Pada Industri Perbankan", tahun 2019: 65

Menurut Lupiyoadi dalam Sondakh, hal yang penting mendapat perhatian dalam kepuasan konsumen antara lain sebagai berikut: ¹⁹

1. Mutu barang atau jasa
2. Mutu layanan
3. Sentimental
4. Kegunaan
5. Tarif

METODE PENELITIAN

Riset ini adalah riset kuantitatif yang bersifat deskriptif analitis yang dimana informasi yang didapatkan di tempat penelitian akan diolah dan dianalisis sesuai hipotesis dasar yang ada. Supaya dapat melengkapi informasi yang dibutuhkan, periset menggunakan riset pustaka. Tidak hanya itu, sifat dari riset ini yaitu bersifat *asosiatif* yang berarti studi didalamnya mengaitkan hubungan antara dua faktor atau lebih. Konteks acuan riset ini adalah apakah ada efek antara pelayanan prima, moralitas bisnis Islam, dan fasilitas terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCU Malang.

POPULASI DAN SAMPEL

Dalam riset ini, Bank Muamalat KCU Malang berjumlah 5040 nasabah sebagai populasi. Akan tetapi, dalam riset ini periset menentukan populasi dari anggota yang sudah menyimpan uangnya dan yang pernah memakai jasa bank, karena anggota tersebut telah merasakan manfaat pelayanan prima, moralitas bisnis Islam, dan fasilitas yang diberikan oleh Bank Muamalat KCU Malang. Penentuan besarnya sampel dalam riset ini menggunakan perhitungan yang dikemukakan oleh Slovin dalam.²⁰ Jumlah rata-rata nasabah tetap di Bank Muamalat KCU Malang tahun 2023 sebanyak 5.040 nasabah dan tingkat kesalahan digunakan 10%. Sehingga jumlah sampel yang diambil dalam riset ini sebanyak 97 nasabah. Teknik penentuan sampel yang menggunakan teknik acak, yang berarti penarikan sampel dilakukan secara acak sehingga setiap pelanggan memiliki peluang yang sama karena sifat

¹⁹ Conny Sondakh, "Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado)," *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* 3, no. 1 (2014): 19–32.

²⁰ Ahmad Abdilla Reza, "Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Bank Terhadap Minat Transaksi Di Bank Syariah Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam," *Skripsi* 6 (2017).

riset bersifat homogen. Instrument dalam riset ini menggunakan angket yang dibagikan kepada nasabah Bank Muamalat KCU Malang.

HASIL ANALISIS DATA

Hasil Uji t dan Uji F

Tabel 1. Hasil *t test*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	0,080	1,620		0,049	0,961
Pelayanan Prima	0,211	0,081	0,197	2,609	0,011
Etika Bisnis Islam	0,156	0,089	0,156	1,749	0,084
Fasilitas	0,625	0,084	0,597	7,425	0,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

1. Pelayanan Prima (X_1) mempengaruhi kepuasan pelanggan (Y) di Bank Muamalat KCU Malang.

H_0 : Pelayanan Prima (X_1) tidak berefek positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Bank Muamalat KCU Malang.

H_1 : Pelayanan Prima (X_1) berefek positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Bank Muamalat KCU Malang.

Sesuai hasil *t test* ditemukan *t* hitung efek pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah sebesar 2,609 lebih besar dari *t* tabel yaitu 1,985 ($2,609 > 1,985$) dengan signifikansi 0,011 bermakna menolak H_0 dan menerima H_1 . Sehingga disimpulkan faktor pelayanan prima berefek positif signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCU Malang.

2. Moralitas Bisnis Islam (X_2) mempengaruhi kepuasan pelanggan (Y) di Bank Muamalat KCU Malang.

H_0 : Moralitas Bisnis Islam (X_2) berefek positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Bank Muamalat KCU Malang.

H₂: Moralitas Bisnis Islam (X₂) tidak berefek positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan (Y) di Bank Muamalat KCU Malang.

Sesuai hasil Uji t diatas menunjukkan bahwa hasil t hitung efek moralitas bisnis Islam terhadap kepuasan nasabah sebesar 1,749 lebih kecil dari t tabel yaitu 1,985 ($1,749 < 1,985$) dengan signifikansi 0,084 bermakna H₀ diterima dan H₂ ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel moralitas bisnis Islam tidak berefek positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Bank Muamalat KCU Malang.

3. Fasilitas (X₃) mempengaruhi kepuasan nasabah (Y) di Bank Muamalat KCU Malang.

H₀: Fasilitas (X₃) tidak berefek positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) di Bank Muamalat KCU Malang.

H₃: Fasilitas (X₃) berefek positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Bank Muamalat KCU Malang.

Sesuai hasil *t test* diatas menunjukkan bahwa hasil t hitung efek fasilitas terhadap kepuasan nasabah sebesar 7,425 lebih besar dari t tabel yaitu 1,985 ($7,425 > 1,985$) dengan signifikansi 0,000 bermakna H₀ ditolak dan H₃ diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas berefek positif signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCU Malang.

Tabel 2. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	415,070	3	138,357	95,202	.000 ^b
Residual	135,157	93	1,453		
Total	550,227	96			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Pelayanan Prima, Etika Bisnis Islam

4. Pelayanan Prima (X_1), Moralitas Bisnis Islam (X_2), dan Fasilitas (X_3) mempengaruhi kepuasan pelanggan (Y) di Bank Muamalat KCU Malang.

H_0 : Pelayanan Prima (X_1), Moralitas Bisnis Islam (X_2), dan Fasilitas (X_3) secara bersamaan tidak berefek positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Bank Muamalat KCU Malang.

H_4 : Pelayanan Prima (X_1), Moralitas Bisnis Islam (X_2), dan Fasilitas (X_3) secara bersama-sama berefek positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan (Y) di Bank Muamalat KCU Malang.

Berdasarkan hasil uji F diatas menunjukkan bahwa hasil F hitung efek pelayanan prima, moralitas bisnis Islam, dan fasilitas terhadap kepuasan nasabah sebesar 95,202 lebih besar dari F tabel yaitu 2,70 ($95,202 > 2,70$) dengan signifikansi 0,000. Artinya H_0 ditolak dan H_4 diterima. Sehingga kesimpulannya faktor pelayanan prima, moralitas bisnis Islam dan fasilitas secara bersamaan berefek positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Bank Muamalat KCU Malang.

Koefisien Determinasi

Koefisien deerminasi atau *adjusted* R² dalam riset ini sebesar 0,754 bermakna 75,4% variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel pelayanan prima, moralitas bisnis Islam, dan fasilitas sedangkan sisanya ($100\% - 75,4\%$) adalah 24,6% dipengaruhi faktor lainnya yang tidak dikaji pada riset ini.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Sesuai hasil uji hipotesis riset ini yang telah dilakukan untuk mengetahui efek pelayanan prima, moralitas bisnis Islam, dan fasilitas terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCU Malang.

1. Efek Pelayanan Prima (X_1) Terhadap Kepuasan Pelanggan di Bank Muamalat KCU Malang

Temuan hasil Uji t pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah diatas menunjukkan bahwa hasil t hitung sebesar 2,609 lebih besar dari t tabel yaitu 1,985 ($2,609 > 1,985$) dengan signifikansi 0,011 bermakna H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan prima berefek positif signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCU Malang. Dari hasil

tersebut artinya pelayanan prima yang diberikan oleh Bank Muamalat KCU Malang kepada pelanggannya dapat dikategorikan cukup baik. Bank Muamalat KCU Malang selalu memberikan pelayanan yang baik sehingga nasabahnya merasa bahagia.

Menurut Nurmah dalam Suhartono, Eka Putri Nur Azizah, Lukman Hakim, dan Hartanti menyatakan bahwa *good service* merupakan suatu pelayanan yang sangat memberi kepuasan bagi para penerima pelayanan atau bagi pelanggan.²¹ Istilah pelayanan prima yang memiliki arti kepedulian terhadap nasabah serta memberi pelayanan yang terbaik untuk menyediakan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan untuk mewujudkan kepuasan nasabah, supaya mereka selalu loyal kepada perusahaan.²²

Hasil riset ini selaras dengan riset yang dilakukan oleh Aksel dengan temuan bahwa keenam faktor yakni ketangguhan, perilaku, performa, kepedulian, perbuatan dan responsibilitas mempunyai efek pada kepuasan pelanggan.²³ Dengan demikian Bank Muamalat KCU Malang harus meningkatkan pelayanannya supaya dapat memuaskan nasabahnya.

2. Efek Moralitas Bisnis Islam (X₂) Terhadap Kepuasan Pelanggan di Bank Muamalat KCU Malang

Hasil Uji t menguji efek moralitas bisnis Islam terhadap kepuasan pelanggan diatas menunjukkan bahwa variabel moralitas bisnis Islam tidak berefek secara parsial terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCU Malang. Dari hasil tersebut artinya moralitas bisnis Islam tidak berefek signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Djakfar dalam Syahputri dan Suryaningsih, moralitas bisnis islam adalah norma yang mengatur tentang moralitas berbisnis yang sumbernya berasal dari Al-Qur'an dan Al- Hadits.²⁴ Hasil riset ini selaras dengan riset Thursina dengan hasil riset yang menunjukkan bahwa keadilan, kejujuran dan kepercayaan secara bersamaan berefek signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan secara parsial hanya

²¹ Suhartono et al., "Hubungan Pelayanan Prima Dengan Kepuasan Pelanggan Pt Kereta Api Indonesia (Persero) Pada Stasiun Pasar Senen (Studi Kasus: Ka Progo Pasar Senen-Lempuyangan Kelas Ekonomi)."

²² Meita Sari Setiyani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Prima Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada PT. Surya Jaya Persada Mataram" (2020): 1-9.

²³ Aksel, "Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Kartini Makassar," *Skripsi* 6, no. 1 (2018): 1-8.

²⁴ Syahputri and Suryaningsih, "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Sembako Di Pasar Kedurus Surabaya."

variabel kejujuran dan kepercayaan yang berefek signifikan terhadap kepuasan pelanggan sedangkan variabel keadilan tidak berefek signifikan terhadap kepuasan pelanggan.²⁵ Dengan demikian Bank Muamalat KCU Malang belum maksimal dalam menerapkan moralitas bisnis Islam sehingga belum mampu memenuhi kepuasan nasabah. Oleh karena itu, Bank Muamalat KCU Malang harus menerapkan moralitas bisnis Islam untuk memefeki kepuasan nasabah.

3. Efek Fasilitas (X₃) Terhadap Kepuasan Pelanggan di Bank Muamalat KCU Malang

Berdasarkan hasil Uji t efek fasilitas terhadap kepuasan nasabah diatas menunjukkan bahwa hasil t hitung sebesar 7,425 lebih besar dari t tabel yaitu 1,985 ($7,425 > 1,985$) dengan signifikansi 0,000. Artinya H₀ ditolak dan H₃ diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas berefek positif signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCU Malang. Dari hasil tersebut artinya fasilitas dapat memefeki kepuasan nasabah.

Menurut Palenewen dalam Devi menyatakan bahwa, fasilitas adalah suatu hal yang bisa memperlancar serta mempermudah pelaksanaan sebuah usaha.²⁶ Menurut Tjiptono dalam Alana dan Putro menyatakan bahwa, fasilitas harus disediakan terlebih dahulu sebelum menawarkan jasa kepada konsumen.²⁷

Hal ini sesuai dengan indikator yang telah dijelaskan oleh teori Tjiptono dalam Rahma dan Askriyandoko yaitu tata ruang, sarana, pencahayaan dan pewarnaan, gambar bisa berpengaruh pada kepuasan pelanggan.²⁸ Dalam riset ini variabel fasilitas diukur dengan menggunakan indikator, yaitu penampilan, perencanaan ruangan, dan perlengkapan/perabotan. Bank Muamalat harus meningkatkan sarana yang digunakan untuk layanan agar kepuasan pelanggan semakin meningkat.

4. Efek Pelayanan Prima (X₁), Moralitas Bisnis Islam (X₂), dan Fasilitas (X₃) terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Bank Muamalat KCU Malang.

Secara simultan variabel pelayanan prima, moralitas bisnis Islam, dan fasilitas berefek positif signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah. Hal ini terlihat dari

²⁵ Thursina, "Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Riyadh Store Di Banda Aceh," *Skripsi* (2019).

²⁶ Devi, "Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi Di Bank Aceh Syariah KCP Ulee Kareng."

²⁷ Rahma and Askriyandoko, "Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek."

²⁸ Ibid.

dengan hasil uji F diatas menunjukkan bahwa hasil F hitung efek pelayanan prima, moralitas bisnis Islam, dan fasilitas terhadap kepuasan nasabah sebesar 95,202 lebih besar dari F tabel yaitu 2,70 ($95,202 > 2,70$) dengan signifikansi 0,000. Artinya H_0 ditolak dan H_4 diterima. Variabel pelayanan prima, moralitas bisnis Islam dan fasilitas secara bersama-sama berefek positif signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCU Malang. Adapun sumbangan presentase determinasi (R^2) yang diberikan oleh variabel pelayanan prima, moralitas bisnis Islam, dan fasilitas terhadap kepuasan nasabah memberikan kontribusi sebesar 75,4%, sedangkan sisanya ($100\% - 75,4\%$) adalah 24,6% menunjukkan diefeki oleh variabel lain diluar persamaan.

Hasil riset ini sesuai dengan riset yang dilakukan oleh Devi menunjukkan bahwa hasil riset ini adalah (1) sarana dan mutu pelayanan secara bersamaan berefek terhadap kepuasan pelanggan. (2) sarana berefek signifikan terhadap kepuasan nasabah. (3) Mutu pelayanan berefek signifikan terhadap kepuasan pelanggan.²⁹

Pelayanan prima, moralitas bisnis Islam, dan fasilitas dapat berupa pelayanan dari karyawannya ataupun fasilitas fisik. Pelayanan yang baik dan bermutu serta menerapkan moralitas bisnis Islam sesuai dengan nilai-nilai Islam, dan menyediakan fasilitas yang memadai, maka dapat menarik perhatian masyarakat untuk bertransaksi. Apabila jasa atau pelayanannya dirasa sesuai dengan yang diharapkan, maka dapat memuaskan nasabahnya. Sebaliknya jasa atau pelayanan yang diterima tidak sesuai dengan yang diharapkan, maka mutu pelayanan atau jasanya dinilai buruk. Dengan demikian baik atau tidaknya mutu pelayanan maupun jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

PENUTUP

Kesimpulan

Hasil dari riset ini dapat disimpulkan yaitu:

1. Faktor pelayanan prima berefek positif signifikan pada kepuasan pelanggan di Bank Muamalat KCU Malang. Dari hasil tersebut artinya pelayanan prima yang diberikan oleh Bank Muamalat KCU Malang kepada nasabahnya dapat dimasukkan dalam kategori cukup baik. Semakin bagus pelayanan maka pelanggan semakin merasa puas.

²⁹ Devi, "Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi Di Bank Aceh Syariah KCP Ulee Kareng."

2. Berdasarkan hasil *t test* ditemukan hasil bahwa variabel moralitas bisnis Islam tidak berefek secara parsial pada kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCU Malang. Hasil tersebut artinya moralitas bisnis Islam tidak berefek pada kepuasan pelanggan. Sehingga Bank Muamalat KCU Malang belum maksimal dalam menerapkan moralitas bisnis Islam sehingga belum mampu memenuhi kepuasan nasabah. Oleh karena itu, Bank Muamalat KCU Malang harus menerapkan moralitas bisnis Islam untuk memefeki kepuasan nasabah.
3. Berdasarkan hasil *t test* ditemukan hasil faktor fasilitas berefek signifikan pada kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCU Malang berarti sarana dapat memberi efek kepuasan nasabah. Dengan demikian Bank Muamalat KCU Malang harus menyediakan fasilitas yang lengkap untuk memefeki kepuasan nasabah.
4. Secara simultan variabel bahwa variabel pelayanan prima, moralitas bisnis Islam dan fasilitas secara bersamaan mempunyai efek positif signifikan pada kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCU Malang. Sehingga Bank Muamalat KCU Malang harus meningkatkan pelayanan prima agar semakin memuaskan nasabahnya, serta harus menerapkan moralitas bisnis Islam agar semakin memuaskan nasabah, dan juga menyediakan fasilitas yang memadai supaya memuaskan nasabah.

Saran

Saran yang bisa diberikan yaitu :

1. Bagi Bank Muamalat KCU Malang

Bagi Bank Muamalat KCU Malang disarankan untuk meningkatkan pelayanan prima agar sesuai dengan yang diharapkan oleh nasabah untuk memenuhi kepuasannya, serta harus menerapkan moralitas bisnis Islam agar sesuai dengan nilai-nilai Islam guna memuaskan nasabah, dan juga menyediakan fasilitas yang memadai supaya nasabah nyaman dan merasa puas.

2. Bagi Peneliti Lain

Saran untuk periset selanjutnya bisa menambahkan variabel dalam risetnya yang bisa mempengaruhi kepuasan nasabah, misalnya mutu produk dalam Bank Muamalat KCU Malang. selanjutnya dapat meneliti faktor lainnya seperti loyalitas nasabah dan mutu produk yang ada di Bank Muamalat KCU Malang.

DAFTAR PUSTAKA

- Aksel. "Efek Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Kartini Makassar." *Skripsi* 6, no. 1 (2018): 1–8.
- Atmaja, Jaka. "Mutu Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB." *Jurnal Ecodemica* 2, no. 1 (2018): 49–63.
- Devi, Wulan Sri. "Efek Fasilitas Dan Mutu Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi Di Bank Aceh Syariah KCP Ulee Kareng" 21, no. 1 (2020): 1–9.
- Hakim, and Selamat Muliadi. "Efek Mutu Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Adisucipto Yogyakarta." *Jurnal* (n.d.): 73–79.
- Karim, Kasnaeny. "Kajian Mengenai Kepuasan Nasabah Bank Syariah Di Kota Makassar." *Fordebi* 1, no. March 2017 (2017): 1–20.
- Nawatmi, Sri. "Moralitas Bisnis Dalam Perspektif Islam [Business Ethics in Islamic Perspective]." *Iqtishodiyah : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 9, no. 1 (2010): 50–59.
- Puspitasari, Ira. "Analisis Praktik Moralitas Bisnis Syariah (Studi Kasus Pasar Leuwiliang)." *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* 3, no. 1 (2019): 41–51.
- Putritama, Afrida. "Penerapan Moralitas Bisnis Islam Dalam Industri Perbankan Syariah." *Nominal, Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen* 7, no. 1 (2018).
- Rahma, Peggy, and Tanto Askriyandoko. "Efek Fasilitas Dan Mutu Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek." *journal* (2019): 180–194.
- Reza, Ahmad Abdilla. "Efek Fasilitas Dan Pelayanan Bank Terhadap Minat Transaksi Di Bank Syariah Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam." *Skripsi* 6 (2017).
- Robyyanto, Pratama. "Analisis Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Konter Layanan Priority Bank Syariah Mandiri Area Lampung)." *Applied Microbiology and Biotechnology* 2507, no. 1 (2020): 1–9.
- Setiyani, Meita Sari. "Efek Mutu Pelayanan Prima Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada PT. Surya Jaya Persada Mataram" (2020): 1–9.
- Sondakh, Conny. "Mutu Layanan, Citra Merek Dan Efeknya Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado)." *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* 3, no. 1 (2014): 19–32.
- Suhartono, Suhartono, Eka Putri Nur Azizah, Lukman Hakim, and Hartanti Hartanti. "Hubungan Pelayanan Prima Dengan Kepuasan Pelanggan Pt Kereta Api Indonesia (Persero) Pada Stasiun Pasar Senen (Studi Kasus: Ka Progo Pasar Senen-Lempuyangan Kelas Ekonomi)." *Kolaborasi : Jurnal Administrasi Publik* 5, no. 3 (2019): 262–273.

Suparman, Vina Islami, and Fera Nelfianti. *Service Excellence*, 2019.

Syahputri, Tyas Fariha, and Sri Abidah Suryaningsih. "Penerapan Moralitas Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Sembako Di Pasar Kedurus Surabaya." *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 5, no. 1 (2022): 146–159.

Thursina. "Efek Penerapan Moralitas Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Riyadh Store Di Banda Aceh." *Skripsi* (2019).

Wati, Destiya, Suyudi Arif, and Abrista Devi. "Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Moralitas Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3, no. 1 (2021): 141–154.