

# 2023

## JURNAL AKUNTANSI MUHAMMADIYAH

P - ISSN 2087-9776

E - ISSN 2715-3134

# JAM

Vol. 13 No. 1

Edisi: Januari – Juni 2023



FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH

1. PENGARUH *ONLINE SHOP* PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN INTENSITAS PENGGUNAAN INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Mahasiswa FEBI Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh)  
*Seri Murni & Delia Desrita*
2. PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENANGANAN KELUHAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA CABANG BANDA ACEH DAUD BEUREUEH 2  
*Ismail Rasyid Ridla Tarigan, Nevi Hasnita & Binti Mas Pelin*
3. PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KUALITAS LABA PADA PERUSAHAAN MANUKFAKTUR SEKTOR TEKSTIL DAN GARMEN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2018-2020  
*Hendri Mauliansyah, Zulkifli Umar, Ermad MJ & Awil Fata*
4. DAMPAK PENJUALAN BERSIH DAN BEBAN OPERASI TERHADAP LABA USAHA PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR PLASTIK DAN KEMASAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA  
*Fitri Yunina, Cut Fitrika Syawalina, Eva Susanti & Rifal Vauzi*
5. PENGARUH PENERAPAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP EFEKTIVITAS SISTEM PENGENDALIAN INTERNAL PADA PT. PLN (PERSERO) UNIT LAYANAN PLTD LUENG BATA DI BANDA ACEH TAHUN 2022  
*Maidar, Surya Fatma & Tengku Taufiq*
6. PENGARUH LIKUIDITAS, *DEBT TO EQUITY RATIO* DAN *EARNING PER SHARE* TERHADAP DIVIDEN KAS PADA PERUSAHAAN SEKTOR BATU BARA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2018-2020  
*Syamsidar, Rusnaldi & Okta Adinda*
7. PENGARUH KEBIJAKAN DIVIDEN, KEBIJAKAN UTANG DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SUBSEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2019-2021  
*Elviza, Mulyadi AR & Arifma Retzha Wiranda*
8. ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA SISTEM INFORMASI AKUNTANSI PADA DINAS PEKERJAAN UMUM DAN PENATAAN RUANG KABUPATEN PIDIE  
*Intan Rizkia Chudri, Irmawati & Cut Atika Suri*
9. ANALISIS PERBANDINGAN KINERJA KEUANGAN DENGAN MENGGUNAKAN *INCOME STATEMENT APPROACH* DAN *VALUE ADDED STATEMENT* PADA PT. TRANSPORTER FEDERAL INDONESIA  
*Emmi Suryani Nasution, Desi Purnama Sari & Ricka Elviani*
10. ANALISIS DETERMINAN PAJAK DAERAH TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH PROVINSI ACEH  
*Surna Latri & Vhaiz Indal Akbar*

JAM

VOLUME 13

NOMOR 1

HALAMAN  
1 - 136

BANDA ACEH  
2023

P-ISSN 2087-9776  
E-ISSN 2715-3134

## DEWAN REDAKSI

### PEMBINA

- |  |
|--|
| <ol style="list-style-type: none"><li>1. Rektor Universitas Muhammadiyah Aceh</li><li>2. Para Wakil Rektor Unmuha</li><li>3. Dekan Fakultas Ekonomi Unmuha</li></ol> |
|--|

Penanggungjawab:

**Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Aceh**

Ketua Penyunting:

**H. Zulkifli Umar, SE., M.Si., Ak., CA.**

Wakil Ketua Penyunting:

**Eva Susanti, SE., M.Si., Ak., CA.**

Penyunting Pelaksana:

- |  |                                |
|--|--------------------------------|
| 1. Dr. Dwi Cahyono, M.Si.. Akt.        | (Univ. Muhammadiyah Jember)    |
| 2. Dr. Ramli Gadeng, M.Pd.             | (Univ. Syiah Kuala Banda Aceh) |
| 3. Dr. H. Aliamin, SE., M.Si., Ak.     | (Univ. Syiah Kuala Banda Aceh) |
| 4. Dr. Sri Suyanta, M.Ag.              | (UIN Ar-Raniry Banda Aceh)     |
| 5. Taufik A Rahim, SE., M.Si., Ph.D.   | (Univ. Muhammadiyah Aceh)      |
| 6. Drs.Tarmizi Gadeng, SE., M.Si.. MM. | (Univ. Muhammadiyah Aceh)      |

Staf Pelaksana

- |                           |                             |
|---------------------------|-----------------------------|
| 1. Editor                 | : Irmawati, SE., M.Si., Ak. |
| 2. Adm.& Keuangan         | : Rusnaidi, SE., M.Si.      |
| 3. Distribusi & Pemasaran | : Elviza, SE.. M.Si.        |
| 4. Pengelola IT           | : Devi Kumala, S.Si., M.Si. |

Diterbitkan oleh:

**Program Studi Akuntansi  
Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh**

Jl. Muhammadiyah No. 91 Desa Batoh  
Kecamatan Lueng Bata – Kota Banda Aceh

## SEKAPUR SIRIH

### REKTOR UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH

Assalamu'alaikum wr.wb.

Eksistensi dan identitas sebuah Universitas dapat diukur dan dipahami dari kreasi ilmiah dari setiap elemen di universitas tersebut. Makin banyak dan berbobot karya ilmiah yang dihasilkan, makin tinggi pula eksistensi, pemahaman dan penghargaan orang terhadap perguruan tinggi yang bersangkutan. Kreasi Ilmiah diwujudkan dalam bentuk jurnal. Jurnal adalah sebagai alat komunikasi efektif dengan Stakeholder.

Salah satu kreasi ilmiah yang akan menjadi barometer bagi eksistensi, pemahaman dan penghargaan terhadap sebuah universitas adalah publikasi ilmiah baik yang dipublikasikan di berbagai jurnal maupun dalam bentuk *text book* yang dapat menjadi acuan bagi para mahasiswa dan siapapun yang berminat untuk memahami suatu fenomena ilmiah yang ditulis oleh civitas akademika universitas tersebut.

Berdasarkan perspektif inilah dan ditengah kelangkaan Civitas Akademika Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh melahirkan karya ilmiah berupa dalam bentuk Jurnal yang bernama Jurnal Akuntansi Muhammadiyah (JAM), kami amat apresiatif kepada Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh, Tim Redaksi dan Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh yang telah mampu melahirkan salah satu karya yang cukup penting dalam rangka memberi dorongan dan motivasi untuk pengembangan wawasan para staf pengajar dalam penelitian-penelitian ke depan. Jurnal ini, disamping memperkaya khazanah keilmuan juga diharapkan dapat menjadi salah satu referensi dalam studi ilmu akuntansi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi tidak hanya di Universitas Muhammadiyah Aceh akan tetapi juga diseluruh Universitas di Indonesia dan di luar negeri.

Rektor

**Dr. Aslam Nur., M.A**

## SEKAPUR SIRIH

### DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH

Assalamu'alaikum wr.wb.

Pertama sekali tidak henti-hentinya secara tulus kita panjatkan puji dan syukur keharibaan Allah SWT yang telah memberi taufik, hidayah dan petunjukNya kepada kita semua sehingga dapat berbuat sesuatu yang selalu mendapat bimbingan sepenuhnya dari Allah SWT. Selanjutnya selawat beiring salam khusus kita persembahkan kepada junjungan kita nabi besar Muhammad SAW yang telah mengajar dan mendidik ummat manusia sehingga mampu membuka mata hati kita semua dalam melaksanakan berbagai usaha dan kegiatan yang bermanfaat bagi agama, nusa dan bangsa.

Pada Tahun 1991 Fakultas Ekonomi didirikan melalui melalui surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 0230/1991 tanggal 29 April 1991 terdiri dari 2 (dua) program studi yaitu Program Studi Manajemen dan Akuntansi dan terakhir perpanjangan Izin Operasional Program Studi Akuntansi berdasarkan Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional No. 1630/D/T/K-I/2009 Tanggal 27 Maret 2009. Selanjutnya pada tahun 2015 Program Studi Akuntansi memperoleh hasil akreditasi "B" dari Badan Akreditasi Nasional berdasarkan Surat Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 004/BAN-PT/Akred/S/I/2015 Tanggal 09 Januari 2015.

Berkaitan dengan hal tersebut di atas,Program Studi Akuntansi membuat suatu program pengembangan penelitian staf pengajar/dosen dalam bentuk jurnal yang dinamakan Jurnal Akuntansi Muhammadiyah (JAM) dengan nomor P.ISSN 2087-9776 dan E.ISSN 2715-3134 yang dikeluarkan oleh PDII-LIPI serta diterbitkan 2 (dua) kali dalam setahun yaitu edisi Januari-Juni dan Juli-Desember.

Dalam rangka penerbitan Jurnal ini, kami selalu membuka diri untuk menerima tulisan-tulisan bermutu, guna dapat kami muat dalam penerbitan-penerbitan berikutnya. Selaku Dekan, kami menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada tim pengelola dan semua penulis yang telah menyumbangkan karya terbaiknya di jurnal ini sehingga Jurnal Akuntansi volume 13 no.1 Edisi Januari-Juni 2023 ini bisa terbit sebagai kelanjutan dari edisi sebelumnya. Diharapkan terbitan selanjutnya rekan-rekan dari perguruan tinggi Ekonomi khususnya Program Studi Akuntansi se-Indonesia agar dapat menyumbangkan hasil karyanya untuk dapat dimuat pada Jurnal Akuntansi Muhammadiyah (JAM) Aceh. Semoga karya para penulis semuanya menjadi ilmu yang menginspirasi kebaikan dan kemanfaatan di dunia ilmu akuntansi.

Sebagai penghargaan perkenankanlah kami menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang tak terhingga kepada seluruh pengelola Jurnal Akuntansi Muhammadiyah (JAM) yang telah bekerja keras melakukan semua proses penerbitan Jurnal Akuntansi Muhammadiyah (JAM) Aceh, sehingga jurnal ini tampil dalam bentuk dan isi yang berkualitas. Dan akhir kata semoga Allah SWT selalu memberikan taufik dan hidayahNya kepada kita semua sehingga kita mampu menerbitkan Jurnal Akuntansi Muhammadiyah (JAM) Aceh dengan sebaik-baiknya.

Dekan

**Drs. Tarmizi Gadeng, SE., M.Si., MM.**

DAFTAR ISI

Dewan Redaksi .....	i
Sekapur Sirih Rektor Universitas Muhammadiyah Aceh .....	ii
Sekapur Sirih Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh .....	iii
Daftar Isi .....	iv
Pedoman Penulisan .....	v

Jurnal

1. PENGARUH <i>ONLINE SHOP</i> PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN INTENSITAS PENGGUNAAN INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Mahasiswa FEBI Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh) <i>Seri Murni &amp; Delia Desrita</i> .....	1-14
2. PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENANGANAN KELUHAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA CABANG BANDA ACEH DAUD BEUREUEH 2 <i>Ismail Rasyid Ridla Tarigan, Nevi Hasnita &amp; Binti Mas Pelin</i> .....	15-30
3. PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KUALITAS LABA PADA PERUSAHAAN MANUKFAKTUR SEKTOR TEKSTIL DAN GARMEN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2018-2020 <i>Hendri Mauliansyah, Zulkifli Umar, Ermad MJ &amp; Awil Fata</i> .....	31-46
4. DAMPAK PENJUALAN BERSIH DAN BEBAN OPERASI TERHADAP LABA USAHA PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR PLASTIK DAN KEMASAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA <i>Fitri Yunina, Cut Fitrika Syawalina, Eva Susanti &amp; Rifal Vauzi</i> .....	47-60
5. PENGARUH PENERAPAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP EFEKTIVITAS SISTEM PENGENDALIAN INTERNAL PADA PT. PLN (PERSERO) UNIT LAYANAN PLTD LUENG BATA DI BANDA ACEH TAHUN 2022 <i>Maidar, Surya Fatma &amp; Tengku Taufiq</i> .....	61-70
6. PENGARUH LIKUIDITAS, <i>DEBT TO EQUITY RATIO</i> DAN <i>EARNING PER SHARE</i> TERHADAP DIVIDEN KAS PADA PERUSAHAAN SEKTOR BATU BARA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2018-2020 <i>Syamsidar, Rusnaldi &amp; Okta Adinda</i> .....	71-84
7. PENGARUH KEBIJAKAN DIVIDEN, KEBIJAKAN UTANG DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SUBSEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2019-2021 <i>Elviza, Mulyadi AR &amp; Arifma Retzha Wiranda</i> .....	85-96
8. ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA SISTEM INFORMASI AKUNTANSI PADA DINAS PEKERJAAN UMUM DAN PENATAAN RUANG KABUPATEN PIDIE <i>Intan Rizkia Chudri, Irmawati &amp; Cut Atika Suri</i> .....	97-106
9. ANALISIS PERBANDINGAN KINERJA KEUANGAN DENGAN MENGGUNAKAN <i>INCOME STATEMENT APPROACH</i> DAN <i>VALUE ADDED STATEMENT</i> PADA PT. TRANSPORTER FEDERAL INDONESIA <i>Emmi Suryani Nasution, Desi Purnama Sari &amp; Ricka Elviani</i> .....	107-120
10. ANALISIS DETERMINAN PAJAK DAERAH TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH PROVINSI ACEH <i>Surna Lastri &amp; Vhaiz Indal Akbar</i> .....	121-136

## METODE PENULISAN

### BENTUK NASKAH

Jurnal Akuntansi Muhammadiyah (JAM) Aceh menerima naskah dalam bentuk hasil penelitian (*Research Paper*) atau artikel ulasan (*Review*) dan resensi buku (*Book Review*), baik dalam bahasa Indonesia maupun bahasa Inggris.

### CARA PENGIRIMAN NASKAH

Penulis mengirimkan 2 (dua) eksemplar naskah serta CD berisi naskah tersebut ke alamat redaksi: Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh, Jl. Muhammadiyah No. 91 Banda Aceh 23245, Telepon 0651-21023, Fax. 0651-21023, e\_mail: [jurnalfeunmuha@yahoo.com](mailto:jurnalfeunmuha@yahoo.com).

### FORMAT NASKAH

Naskah yang dikirim terdiri atas 15 s/d 20 halaman kuarto (A4) dengan spasi 1,5, huruf Times New Roman font 12. Naskah dilengkapi dengan biodata penulis. Semua halaman naskah, termasuk tabel, lampiran, dan referensi harus diberi nomor urut halaman. Setiap tabel atau gambar diberi nomor urut, judul, dan sumber kutipan. Naskah dibuat dalam bentuk 2 kolom kecuali abstrak. Naskah diserahkan dalam bentuk hardcopy (*print out*) dan softcopy dalam CD. Sistematika penulisan disesuaikan dengan kategori artikel yang akan dipublikasikan di Jurnal Akuntansi Muhammadiyah (JAM) Aceh. Naskah yang masuk dikategorikan kedalam tiga kategori, artikel hasil penelitian, artikel ulasan dan artikel resensi buku. Sistematika penulisan untuk masing-masing kategori artikel adalah sebagai berikut:

#### A. Sistematika Naskah Artikel Hasil Penelitian

Judul Naskah

Abstrak, dibuat dalam bahasa Inggris atau bahasa Indonesia lebih kurang 200 kata, dan disertai kata kunci (*key word*), maksimal 5 kata. Abstrak ditulis satu spasi dan dalam satu paragraf.

##### I. PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang penelitian dan perumusan permasalahan.

##### II. KAJIAN KEPUSTAKAAN

Berisikan referensi yang berhubungan dengan penelitian

##### III. METODE PENELITIAN

Berisikan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian, antara lain meliputi spesifikasi penelitian, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, teknis pengolahan data, dan analisis data.

#### IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisikan hasil penelitian dan pembahasan terhadap hasil penelitian

#### V. KESIMPULAN DAN SARAN

### **B. Sistematika Naskah Artikel Ulasan**

Judul Naskah

Abstrak, dibuat dalam bahasa Inggris dan bahasa Indonesia, dan disertai dengan kata kunci (*key word*) maksimal 5 kata. Abstrak ditulis satu spasi dan dalam satu paragraf.

#### I. PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang penelitian dan perumusan permasalahan

#### II. PEMBAHASAN

Berisikan pembahasan terhadap permasalahan yang dikaji dalam naskah

#### III. KESIMPULAN DAN SARAN

### **C. Sistematika Naskah Artikel Resensi Buku**

Naskah ditulis di atas kertas kuarto (A4), terdiri dari 5 s/d 7 halaman, dengan spasi ganda.

Naskah dilengkapi dengan sac sampul buku dirensensi.

Sumber Kutipan

1. Sumber kutipan ditulis menyesuaikan sistem catatan perut (*bodynote atau sidenote*).
2. Sumber kutipan yang berasal dari website ditulis dengan susunan sebagai berikut: Nama penulis, judul tulisan (“...”), nama website, alamat artikel, tanggal dan waktu download.

### **Daftar Pustaka**

Penulisan daftar Pustaka disusun alfabetis dengan susunan publisitas.

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENANGANAN KELUHAN  
TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA  
CABANG BANDA ACEH DAUD BEUREUEH 2**

*Ismail Rasyid Ridla Tarigan<sup>1</sup>, Nevi Hasnita<sup>2</sup>, Binti Mas Pelin<sup>3</sup>*  
*<sup>1,2,3</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry*

*E-Mail: 1) [ismail.rasyid@ar-raniry.ac.id](mailto:ismail.rasyid@ar-raniry.ac.id), [nevi.hasnita@ar-raniry.ac.id](mailto:nevi.hasnita@ar-raniry.ac.id), [bintimasp12@gmail.com](mailto:bintimasp12@gmail.com)*

**ABSTRACT**

*Loyalty is a strong commitment to a personal products or services of a company that survive in the long term. This study aims to determine the effect of service quality and handling of complaints on customer loyalty of Islamic Banks Indonesia Branch Banda Aceh Daud Beureueh 2. This research using a quantitative approach to the method of regression analysis multiple linear to prove the hypothesis. Research result shows the quality of service of  $1.414 < 1.984$  and handling complaints of  $6.328 > 1.984$ . This means partially the quality of service has no effect on customer loyalty, while the variables complaint handling has a positive effect on customer loyalty. Simultaneously the quality of service and complaint handling is obtained equal to  $58,739 > 1,984$ , together they have an effect on customer loyalty.*

**Keywords:** *Service Quality, Complaint Handling, Customer Loyalty.*

**ABSTRAK**

Loyalitas merupakan sebuah komitmen yang kuat seseorang terhadap produk atau jasa suatu perusahaan yang bertahan dalam jangka panjang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Banda Aceh Daud Beureueh 2. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis Regresi linear berganda untuk membuktikan hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan sebesar  $1,414 < 1,984$  dan penanganan keluhan sebesar  $6,328 > 1,984$ . Artinya secara parsial kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah, sedangkan variabel penanganan keluhan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Secara simultan kualitas pelayanan dan penanganan keluhan diperoleh sebesar  $58,739 > 1,984$ , secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

**Kata Kunci:** *Kualitas Pelayanan, Penanganan Keluhan, Loyalitas Nasabah.*

**PENDAHULUAN**

Berkembangnya Lembaga Keuangan Syariah yang cukup pesat tidak terlepas dari ekspansi perbankan syariah. Penerapan strategi pemasaran suatu perusahaan harus sejalan dengan perkembangan industri keuangan, serta terus berinovasi dalam memberikan pelayanan

terhadap masyarakat untuk mempertahankan loyalitas nasabah.

Menurut Kotler (2005) loyalitas merupakan suatu bentuk hubungan yang kuat antara nasabah dan perusahaan. Loyalitas nasabah berkaitan dengan kepuasan nasabah, karena loyalitas nasabah akan tercipta jika



nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh bank tersebut. Tingkat kepuasan nasabah adalah perbandingan antara nilai jasa yang diterima dengan apa yang diperkirakan akan diterima nasabah tersebut (Kotler, 2016).

Selain itu, menurut Griffin (2005), pelanggan yang loyal adalah mereka yang sangat puas dengan produk atau jasa sehingga memiliki sifat antusias untuk memperkenalkannya pada siapa pun yang mereka kenal. Adapun dimensi dari loyalitas menurut Kotler dan Keller (2016:57) yaitu *Repeat Purchase* (pembelian secara berulang), *Referalls* (merekomendasikan perusahaan kepada orang terdekat) dan *Retention* (memiliki ketahanan, tidak mudah terpengaruh oleh produk/jasa pesaing). Loyalitas nasabah terhadap suatu produk dan pelayanan dilandasi oleh faktor-faktor tertentu. Dalam penelitian ini, faktor-faktor tersebut akan menjadi variabel penelitian. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah, diantaranya adalah kualitas layanan dan penanganan keluhan.

Keberhasilan Bank Syariah sangat ditentukan oleh kualitas pelayanannya. Dalam rangka mewujudkan perkembangan serta kemajuan Perbankan Syariah dimasa kini dan masa depan, sangat penting untuk memberikan layanan berkualitas tinggi. Meningkatkan profitabilitas perusahaan memerlukan penyediaan layanan yang luar biasa dengan rasa nyaman kepada nasabah dan meyakinkan mereka bahwa bank menawarkan layanan dan barang berkualitas tinggi (Beerli, et. al 2004). Istilah kualitas layanan mengacu pada penilaian

pelanggan tentang tingkat layanan yang diterima dengan tingkat layanan yang diharapkan (Suryani, 2015). Jika pelayanan memenuhi harapan, maka kualitas pelayanan dianggap baik dan memuaskan.

Menurut Wijayanto (2015) Pelayanan berkualitas merupakan salah satu keunggulan energi saing bagi perusahaan sebagai bahan perbandingan kriteria pemilihan bank. Oleh karena itu, bank senantiasa dituntut untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan menciptakan inovasi secara terus menerus. Semakin tinggi kualitas dalam pelayanan suatu bank maka dapat dipersepsikan meningkat pula kepuasan nasabah. Sebab sangat erat pengaruh mutu pelayanan terhadap kepuasan nasabah ataupun nasabah terhadap suatu bank sehingga memungkinkan bank bisa menguasai harapan serta kebutuhan, yang artinya hendak mendapatkan loyalitas nasabah. Beberapa dimensi kualitas pelayanan yang sering dijadikan acuan yaitu, *reability*, *assurance*, *tangibel*, *empathy* dan *Responsiveness*.

Menurut Pungky Oktaviani (2019) loyalitas pelanggan dapat dipengaruhi oleh cara penanganan keluhan. Penanganan keluhan/pengaduan merupakan perwujudan dari strategi dan taktik perusahaan (bank) dalam menghadapi rencana dan taktik pesaing yang lebih baik. Pengaduan nasabah saat ini merupakan salah satu aspek terpenting dari kemampuan bank untuk tumbuh dan berkembang, karena jika nasabah tidak menerima layanan yang memadai saat melakukan pengaduan, mereka akan cepat

beralih. Menurut Salay (2008) proses manajemen keluhan yang baik dapat mempengaruhi loyalitas nasabah dan mencegah mereka berpindah bank.

Menangani keluhan secara efektif memungkinkan mengubah nasabah yang tidak puas menjadi pelanggan produk/layanan yang puas dan bahkan pelanggan yang berkomitmen. Menurut Tjiptono (2008) setidaknya terdapat empat aspek penanganan keluhan yang penting, yaitu empati, kecepatan, kewajaran atau keadilan, dan kemudahan.

Perbankan syariah merupakan suatu lembaga keuangan yang bergerak di bidang jasa yang menerapkan prinsip syariah dalam sistem operasionalnya. Dalam lingkup organisasi bisnis yang dijalankan, loyalitas pelanggan memegang peranan yang sangat penting. Sejalan dengan pengembangan bank syariah, untuk mencapai keunggulan kompetitif melalui hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan nasabah maka perusahaan harus membangun loyalitas kepada nasabahnya.

Aceh merupakan Provinsi yang mendukung perkembangan bank syariah. Perkembangan ini diperkuat dengan adanya Qanun Aceh No. 11 Tahun 2018, tentang Lembaga Keuangan Syariah, menyatakan bahwa semua lembaga keuangan termasuk bank yang beroperasi di Provinsi Aceh harus mengikuti prinsip syariah. Perbankan syariah di Aceh semakin menunjukkan eksistensinya dengan diresmikannya Bank Syariah Indonesia (BSI) pada tanggal 1 Februari 2021 yang

merupakan hasil merger dari Bank Mandiri Syariah, BRI Syariah, dan BNI Syariah.

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan hasil merger tiga bank syariah yaitu BRI Syariah, Bank Mandiri Syariah, dan BNI Syariah yang menjadi entitas baru. Tersedianya beragam produk bank syariah seperti layanan jasa dan produk, menjadikan bank syariah sebagai sistem keuangan yang kredibel dan dapat dinikmati seluruh lapisan masyarakat. Bank Syariah Indonesia memberikan fasilitas layanan dalam setiap transaksi, termasuk layanan pengaduan, seperti melalui aplikasi BSI Mobile, website Bank Syariah Indonesia dan *live chat* Aisyah melalui [www.bankbsi.co.id](http://www.bankbsi.co.id), guna memberikan kemudahan bagi nasabah.

Namun permasalahan dalam hal pelayanan sering terjadi dalam pelaksanaan kegiatan keuangan. Masalah tersebut dapat menimbulkan keluhan dari nasabah. Keluhan nasabah biasanya berkembang ketika kesan pelanggan terhadap layanan yang diinginkan berbeda dari apa yang diharapkan. Namun, pihak bank tidak bisa menghindari keluhan, pihak bank harus mampu menanggapi masalah tersebut sesuai dengan prosedur yang ditetapkan.

Selama masa transisi banyak keluhan masyarakat terkait layanan Bank Syariah Indonesia di Aceh. Berdasarkan penerapan Bank Syariah Indonesia di Aceh yang terkesan kurang persiapan, menyebabkan pelayanan yang diberikan tidak maksimal. Bahkan ada beberapa nasabah BSI Aceh yang melaporkan ke Ombudsman RI perwakilan Aceh bahwa kualitas pelayanan dan akses fitur layanan

dimasa transisi tersebut dinilai buruk. Hal ini disebabkan oleh terjadinya koneksi jaringan yang tidak stabil/*down* seperti pada *Mobile Banking* dan mesin ATM. Melihat fenomena tersebut, perusahaan harus menganalisis dan memahami aspek pendukung yang dapat meningkatkan loyalitas nasabah (idxchannel, 2021). Salah satu kantor cabang BSI yang beroperasi di Aceh adalah BSI Kantor Cabang Banda Aceh di Jl. T. Daud Beureuh No.172-174 Kel. Bandar Baru Kec. Kuta Alam. PT. BSI Kantor Cabang Banda Aceh Daud Beureueh 2 dalam membangun loyalitas nasabah yaitu dengan membina hubungan yang baik dengan nasabah, memberikan pelayanan berkualitas dan sigap menangani keluhan dari nasabah. Per 1 Januari - 31 Desember 2021 BSI kantor cabang Banda Aceh Daud Beureueh 2 memiliki nasabah sebanyak 65.400 orang. Pada Maret 2022 jumlah nasabah bertambah 4.600 orang sehingga jumlah keseluruhan nasabah mencapai 70.000 orang. (BSI 2022).

Keluhan pelanggan BSI KC Banda Aceh Daud Beureueh 2 harus ditangani dengan baik agar nasabah tetap memiliki loyalitas yang kuat. Bank melakukan berbagai upaya untuk mempertahankan loyalitas nasabah. Penanganan keluhan secara efektif merupakan salah satu bentuk implementasi pelayanan. Keluhan itu sendiri terjadi akibat adanya ketidakpuasan terhadap pelayanan bank. Apabila hal tersebut tidak ditindaklanjuti, nasabah yang mengeluh kemungkinan besar akan beralih ke bank lain dan cenderung menyebarkan berita tidak menyenangkan kepada orang lain.

Berdasarkan riset terdahulu dilakukan oleh Cut, dkk (2019), Anindhyta Budiarti (2011), dan Mustofa (2016), menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan penanganan keluhan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah. Penelitian ini mengemukakan bahwa semakin meningkat kualitas pelayanan dan penanganan keluhan maka semakin meningkat pula loyalitas nasabah.

Melihat uraian diatas tentang fenomena yang ada, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Banda Aceh Daud Beureueh 2**”

## KERANGKA PEMIKIRAN

### Loyalitas Nasabah

Menurut Griffin (2007:16) loyalitas adalah sikap dari nasabah dalam menentukan pilihannya untuk tetap menggunakan produk atau jasa dari suatu perusahaan. Sikap menentukan pilihan tersebut juga untuk membuat komitmen dan melakukan pembelian ulang pada perusahaan tersebut. Loyalitas dapat diartikan sebagai kesetiaan, kepatuhan atau ketaatan. Loyalitas adalah wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terus menerus terhadap barang atau jasa di perusahaan tersebut.

Menurut Kotler (2008) mengartikan loyalitas pelanggan adalah komitmen jangka panjang untuk berlangganan kembali atau membeli kembali produk atau layanan tertentu

secara teratur. Loyalitas pelanggan digambarkan sebagai pengabdian pelanggan terhadap merek, toko atau pemasok, yang diekspresikan dengan sikap yang menguntungkan dan pembelian yang sering. Akibatnya, dapat dinyatakan bahwa loyalitas pelanggan sangat penting dalam bisnis karena dapat meningkatkan profitabilitas.

Menurut Kotler (2008:140) loyalitas nasabah terbagi menjadi empat jenis yaitu:

1. Tanpa Loyalitas (*No Loyalty*)  
Untuk berbagai alasan, beberapa nasabah yang tidak mengembangkan loyalitas terhadap produk atau jasa tertentu. Artinya, nasabah tidak akan pernah menjadi nasabah yang loyal, mereka hanya berkontribusi sedikit terhadap suatu perusahaan.
2. Loyalitas yang Lemah (*Inertia Loyalty*)  
Keterkaitan yang lemah digabung dengan pembelian ulang tinggi akan menghasilkan loyalitas yang lemah. Nasabah yang memiliki sikap ini biasanya membeli berdasarkan kebiasaan.
3. Loyalitas Tersembunyi (*Latent Loyalty*)  
Tingkat preferensi yang relatif tinggi yang digabung dengan tingkat pembelian berulang yang rendah menunjukkan loyalitas yang tersembunyi. Pengaruh situasi dan sikap yang menentukan pembelian ulang, perusahaan dapat mengatasi loyalitas tersembunyi ini dengan cara memahami faktor situasi yang berkontribusi pada loyalitas tersembunyi tersebut.
4. Loyalitas Premium (*Premium Loyalty*)  
Loyalitas premium merupakan jenis loyalitas yang terjadi bila suatu tingkat ketertarikan yang tinggi berjalan selaras dengan aktifitas pembelian kembali. Loyalitas seperti inilah yang sangat diharapkan oleh perusahaan pada tingkat preferensi yang tinggi, maka nasabah dan bangga menemukan dan menggunakan produk tersebut dan dengan senang hati membagi pengetahuan dari pengalaman mereka kepada orang-orang terdekatnya seperti teman, keluarga atau nasabah (Kotler, 2008).

Menurut (Griffin, 2005) pelanggan yang loyal adalah mereka yang sangat puas dengan produk atau jasa sehingga memiliki sifat antusias untuk memperkenalkannya pada siapa pun yang mereka kenal. Menurut Kotler dan Keller (2016:57) menyebutkan beberapa indikator dari loyalitas pelanggan apabila:

1. *Repeat Purchase*  
Melakukan pembelian secara teratur loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap produk/jasa suatu perusahaan. Pembelian berulang yang dilakukan oleh nasabah menunjukkan adanya keterikatan dan kepuasan terhadap produk bank.
2. *Referalls*  
Merekomendasikan atau mereferensikan produk perusahaan kepada orang terdekat yang berada di sekitar lingkungannya. Nasabah yang merasa nyaman dan memiliki kepuasan terhadap produk/jasa yang diberikan oleh bank maka mereka akan menyarankan produk bank tersebut kepada orang-orang terdekat secara suka rela.
3. *Retention*  
Menunjukkan kekebalan dari daya tarik dari pesaing. Nasabah yang memiliki ketahanan loyalitas tidak mudah terpengaruh oleh produk atau jasa yang lebih unggul dari perusahaan lain. Berdasarkan penjelasan tersebut, Griffin (2003:113) yang menyatakan bahwa indikasi seorang nasabah yang loyal itu adalah melakukan pembelian ulang, membeli diluar lini produk, merekomendasikan produk kepada orang lain, dan tidak terpengaruh oleh produk sejenis pesaing.

### **Kualitas Layanan**

Menurut Tjiptono (1996) kualitas mengacu pada keadaan dinamis dimana produk, layanan, proses atau lingkungan memenuhi atau melampaui harapan. Sementara layanan adalah tingkat kesempurnaan yang diperlukan, kontrol atas manfaat ini diperlukan untuk memenuhi

standar nasabah. Setiap perusahaan harus mempertahankan citra yang baik dari produk dan perusahaannya dimata nasabah atau masyarakat umum untuk menjaga dan membangun kepercayaan pelanggan. Kualitas produk, kualitas layanan, penanganan keluhan, dan jaminan keamanan semuanya dapat berkontribusi pada citra ini (Kasmir 2007). Setiap organisasi menuntut *service excellence* atau pelayanan yang unggul, pada hakekatnya sikap pegawai dalam memberikan pelayanan yang memuaskan, dipadukan dengan interaksi manusia, yang sangat signifikan dalam menentukan kualitas pelayanan (Nurlia, 2018).

Agama Islam telah menjelaskan tentang pelayanan suatu perusahaan terhadap nasabah harus sesuai dengan ketentuan yang ada. Berhasil atau tidaknya suatu usaha yang dijalankan tergantung dengan perilaku baik atau buruknya pengusaha tersebut. Seperti yang diterangkan dalam Al-qur'an surat Ali Imran ayat 159

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ  
لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي  
الْأَمْرِ ۗ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya : "Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampun untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal" (QS Ali Imran [3] : 159).

Berdasarkan ayat diatas pada tafsir Ibnu Katsir, Al-Hasan Al-Basri mengatakan bahwa begitulah akhlak Nabi Muhammad SAW yang diutus oleh Allah. Sesungguhnya bahwa setiap manusia dituntun untuk berlaku lemah lembut kepada orang lain, agar dapat merasakan kenyamanan ketika berada disekitarnya.

Gounari (2003) mengartikan kualitas layanan merupakan instrumen penting yang akan membuat nasabah/nasabah berperilaku positif seperti mereferensikan produk/jasa perusahaan kepada pihak lain. Kemudian Parasuraman (1988) mengkategorikan beberapa dimensi yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan khususnya dalam bidang perbankan, yaitu:

1. Keandalan (*Reability*), yaitu kemampuan sistem pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Artinya bahwa layanan yang diberikan harus tepat waktu dan dalam spesifikasi yang sama dan tanpa kesalahan, kapanpun layanan tersebut diberikan.
2. Jaminan (*Assurance*), meliputi pengetahuan, kemampuan, keramahan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya dari kontak personal untuk menghilangkan sifat keragu-raguan nasabah dan membuat mereka merasa terbebas dari bahaya dan risiko.
3. Bukti langsung (*Tangibles*) yaitu penampilan layanan dan fasilitas fisik yang menunjang layanan berkualitas.
4. Empati (*Empathy*), yaitu sikap kontak personal atau perusahaan untuk memahami kebutuhan dan kesulitan nasabah, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan kemudahan untuk melakukan komunikasi atau hubungan. Bentuk empati antara lain adalah perhatian karyawan, sikap yang menyenangkan dan upaya untuk memperhatikan nasabah.
5. Daya Tanggap (*Responsiveness*), meliputi kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu memberikan jasa yang dibutuhkan nasabah atau dengan kata lain disebut kemampuan untuk bisa menolong kosumen. Biasanya, layanan perbankan akan

menggunakan kerangka bauran pemasaran, yang sering dikenal sebagai 7 P, dalam upaya mencapai kualitas layanan yang tinggi, yaitu :

- a. Produk dan Layanan (*Product and Services*);
- b. Lokasi (*Place*);
- c. Proses (*Process*);
- d. Partisipasi (*Participant*);
- e. Lingkungan Fisik (*Physical Surrounding*);
- f. Harga (*Price*);
- g. Promosi (*Promotion*).

Fondasi akan semakin kuat jika kualitas dan nilai yang ditawarkan kepada nasabah sama-sama baik. Kapasitas dan kemauan korporasi untuk melakukan prosedur dan tindakan untuk mengidentifikasi, menilai, dan menanggapi setiap harapan dan tuntutan nasabah atas jasa keuangan disebut sebagai kualitas layanan perbankan (Cristobal et al. 2007).

### Penanganan Keluhan

Menurut Sangadji dan sopiah (2013) mengutarakan tentang keluhan nasabah merupakan ungkapan emosional nasabah karena adanya suatu harapan yang tidak sesuai dengan kenyataan atau apa yang diterima, baik yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan maupun dengan pelayanan. Jadi dapat disimpulkan bahwa penanganan keluhan adalah permasalahan dari nasabah bank yang harus ditanggapi dan ditangani secara cepat dan tepat oleh karyawan bank. Setiap keluhan yang muncul dari calon nasabah atau nasabah harus diidentifikasi berdasarkan jenis dan tingkat penyelesaiannya, yang tujuannya adalah untuk mencari solusi yang akurat dari keluhan tersebut.

Selain itu Tjiptono (2005:210) mengatakan bahwa setiap organisasi yang berorientasi pada nasabah (*Customer-Oriented*) perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para nasabahnya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka. Sedangkan Sunarto (2006:253) “mengartikan perilaku keluhan nasabah sebagai istilah yang mencakup semua tindakan nasabah yang berbeda bila mereka merasa tidak puas dengan suatu pembelian/pelayanan.

Komplain menurut Tjiptono dalam Wahjono (2010:185) pada dasarnya berhubungan dengan tiga sumber utama, yakni:

1. 40% masalah yang disebabkan oleh perusahaan, seperti kualitas produk rendah, komunikasi atau informasi yang tidak akurat dan berlebihan, harga yang terlalu mahal, dan lain-lain.
2. 20 % masalah disebabkan karyawan, misalnya sikap dan perilaku kasar dan tidak sopan.
3. 40 % berasal dari nasabah itu sendiri, misalnya tidak teliti membaca intruksi atau petunjuk yang diberikan, ekspektasi yang berlebihan dan lain-lain.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengelolaan pengaduan merupakan hal yang sangat penting dalam bisnis jasa keuangan, khususnya perbankan. Karena pengelolaan keluhan nasabah yang efisien akan memungkinkan bank untuk menenangkan nasabah yang tidak senang dan mengubahnya menjadi nasabah yang puas.

Wahjono (2010) berpendapat bahwa nasabah yang ingin memperoleh keadilan (*Justice and Fairness*) dalam bentuk:

1. *Outcome Fairness* berupa hasil atau kompensasi yang setimpal dengan ketidakpuasan yang dialami.
2. *Procedural Fairness* berupa proses penanganan komplain dan pemecahan masalah yang jelas, tepat waktu dan prosedurnya tidak mengecewakan.
3. *Interaction Fairness* berupa perlakuan yang sopan dan menunjukkan kepedulian dan kejujuran.

Menurut Tjiptono (2008) setidaknya terdapat empat aspek penanganan keluhan yang penting, yaitu:

1. Empati terhadap nasabah yang marah. Dalam situasi yang bermasalah seperti nasabah yang emosi atau marah, perlu diluangkan waktu untuk mendengarkan keluhan mereka dan berusaha memahami situasi yang dirasakan oleh nasabah tersebut. Dengan demikian permasalahan yang dihadapi dapat menjadi jelas, sehingga pemecahan yang optimal dapat diupayakan bersama.
2. Kecepatan dalam penanganan keluhan. Kecepatan merupakan hal yang sangat penting dalam penanganan keluhan. Apabila keluhan nasabah tidak segera ditanggapi, maka rasa tidak puas terhadap perusahaan akan menjadi permanen dan tidak dapat diubah lagi. Sedangkan apabila keluhan dapat ditangani dengan cepat, maka ada kemungkinan nasabah tersebut menjadi puas. Apabila nasabah puas dengan cara penanganan keluhannya, maka besar kemungkinannya ia akan menjadi nasabah perusahaan kembali.
3. Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan. Perusahaan harus memperhatikan aspek kewajaran dalam hal biaya dan kinerja jangka panjang. Hasil yang diharapkan tentunya adalah situasi fair, realistis, dan proporsional, di mana nasabah dan perusahaan sama-sama diuntungkan.
4. Kemudahan bagi nasabah untuk menghubungi perusahaan. Akses nasabah dalam menyampaikan kritik, saran, pertanyaan, maupun keluhan/komplain merupakan faktor penting yang harus dipertimbangkan dengan cermat. Hal

tersebut membutuhkan adanya mode komunikasi yang mudah ketika digunakan oleh nasabah dalam menyampaikan keluhan. Sangat penting bagi nasabah untuk memberikan umpan balik, rekomendasi, kritik, pertanyaan, atau keluhan. Di sini, ada kebutuhan kritis akan bentuk komunikasi yang sederhana dan berbiaya rendah yang melaluinya nasabah dapat mengungkapkan keluhan mereka. Untuk menangani pengaduan nasabah, korporasi dapat memberikan nomor telepon bebas pulsa (*Hot Line Service*) dan/atau website jika diperlukan dan layak (Tjiptono, Chandra, 2011).

## METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada firasat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiono, 2014: 13).

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia KC Banda Aceh Daud Beureueh 2 dengan jumlah 70.000 nasabah.

**Tabel 1.**  
**Jumlah Nasabah BSI KC Banda Aceh Daud Beureueh 2 Tahun 2022**

Jenis Rekening	Jumlah Nasabah
Tabungan	69.271
Giro	479
Deposito	250
Total	70.000

Sumber: BSI 2022

Dalam penelitian ini, pengambilan sampel menggunakan teknik *Probability Sampling*. Menurut Sugiyono (2019), *Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik penentuan sampel menggunakan metode *Simple Random Sampling*, yaitu pengambilan anggota sampel secara acak tanpa memperhatikan strata dalam populasi itu (Sugiyono, 2019).

Teknik penentuan ini digunakan karena kriteria/karakteristik anggota populasi bersifat homogen. Pengambilan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin. Menurut Sugiyono (2011) penelitian yang menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel jumlahnya harus representatif agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan, serta dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana tanpa memerlukan tabel jumlah sampel. Rumus Slovin untuk menentukan sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dalam rumus slovin ada ketentuan sebagai berikut: Nilai  $e = 0,1$  (10%) untuk populasi dalam jumlah besar Nilai  $e = 0,2$  (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil. Sehingga persentase batas toleransi kesalahan yang digunakan adalah 10%. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan menggunakan rumus perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{70.000}{1+70.000(0,1)^2}$$
$$n = \frac{70.000}{700,01}$$
$$n = 99$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, ukuran sampel untuk penelitian ini dihitung menjadi 99 responden, dan disesuaikan peneliti menjadi 100 orang.

Data utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2019) data primer adalah informasi yang dikumpulkan dari pengamatan yang dilakukan di lapangan selama penelitian. Data primer penelitian berasal dari kuesioner yang akan dibagikan kepada nasabah Bank Syariah Indonesia KC Banda Aceh Daud Beureueh 2.

Pengumpulan data merupakan data-data yang harus dikumpulkan menyangkut dengan topik penelitian. Penelitian ini dilakukan dengan cara mendatangi langsung lokasi penelitian (*Field Research*) untuk memperoleh data-data yang diperlukan. Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner secara offline kepada nasabah Bank Syariah Indonesia cabang Banda Aceh.

Kuesioner adalah alat pengumpulan data di mana responden ditanyai serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis yang harus mereka jawab. Menurut (Bougie, 2017). Kuesioner (*Questionnaire*) adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya dimana responden akan mencatat jawaban mereka, dalam alternatif yang didefinisikan secara jelas.



Skala yang digunakan untuk pengukuran skala Likert. Menurut Sugiyono (2019:152) Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Dalam penelitian ini juga dilakukan pengujian instrument penelitian yaitu Uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Sedangkan metode dan Teknik Analisa data yang digunakan adalah analisis kuantitatif yang disajikan dalam bentuk angka yang dalam perhitungannya menggunakan metode statistik dibantu dengan program pengolahan data statistik SPSS versi 25. Beberapa metode yang digunakan antara lain Pengujian Asumsi Klasik, Analisis Regresi Berganda, Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dan Pengujian Hipotesis.

Uji Asumsi Klasik terdiri dari Uji Normalitas yang digunakan untuk mengetahui suatu populasi data yang dapat dilakukan dengan analisis grafik. Pada penelitian ini menggunakan diagram *Probability Plot* (P-Plot) yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Kemudian Uji Heteroskedastisitas menurut (Sujarweni, 2019) yang menyatakan bahwa uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji terjadinya perbedaan varians residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain.

Yang terakhir ialah Uji Multikolinearitas yang menurut Fauzi (2019) menjelaskan bahwa multikolinearitas adalah kondisi dimana variabel independen pada persamaan regresi linear yang berhubungan satu sama lain. Jika terdapat adanya hubungan linear atau multikolinearitas antar variabel independen maka akan menimbulkan kesulitan dalam memisahkan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya. Pengujian multikolinearitas dengan menggunakan VIF (*Variance Inflation Factor*) dengan nilai  $VIF < 1$  maka tidak terjadi multikolonieritas. Data yang baik adalah data yang tidak terjadi multikolonieritas.

Regresi berganda terjadi ketika lebih dari satu variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Penelitian ini menggunakan skala pengukuran rasio dalam persamaan linier untuk menunjukkan pengaruh variabel bebas dan terikat. Persamaan umum regresi berganda adalah :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan :

- Y = Loyalitas Nasabah
- a = Konstanta
- $x_1$  = Kualitas Pelayanan
- $b_1$  = Koefisien Regresi  $X_1$
- $x_2$  = Penanganan Keluhan
- $b_2$  = Koefisien Regresi  $X_2$
- e = Error

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini terdiri dari Uji Parsial (Uji t), Uji Simultan (Uji F) dan Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ). Menurut Sujarweni (2015) menyatakan bahwa Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel

dependen yaitu pengaruh dari masing-masing variabel independen yang terdiri atas kualitas pelayanan dan penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah yang menjadi variabel dependennya.

Jika nilai probabilitas signifikannya lebih kecil dari 5% atau 0,05 maka suatu variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis ini diterima jika taraf signifikan  $< 0,05$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun kriteria uji parsial:

1. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
2. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Atau :

1. Jika  $p < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
2. Jika  $p > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Menurut Ghazali (2013:98) mengartikan Uji F pada dasarnya menunjukkan apabila semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Sedangkan menurut Sudjana (2009) mengatakan uji ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen dari suatu persamaan regresi dengan menggunakan hipotesis statistik. Apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan Apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima.

Menurut Ghazali (2006:87) menjelaskan bahwa koefisien determinasi yang dinotasikan dengan  $R^2$  adalah alat yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Selain itu Astuti (2015:64) menafsirkan setiap penambahan satu variabel independen, maka nilai  $R^2$  pasti akan meningkat. Uji ini sempurna jika  $adjust R^2$  mendekati nilainya (100%). Nilai  $adjust R^2$  dapat naik/turun apabila satu variabel independen ditambahkan dalam mode. Tujuan analisis ini untuk menghitung pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan nilai koefisien terminasi adalah antara nol dan satu.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Sugiyono (2019) sebelum melakukan uji pengaruh kualitas pelayanan dan penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah BSI Banda Aceh, maka terlebih dahulu dilakukan uji mengenai deskripsi variabel penelitian menggunakan analisis statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku secara generalisasi. Adapun hasil dari uji analisis deskriptif tersebut sesuai dengan tabel dibawah ini:

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif**

	N	Min	Max	Sum	Mean	Std. Deviation
Total X <sub>1</sub>	100	13	25	2110	21.10	2.787
Total X <sub>2</sub>	100	9	20	1642	16.42	2.610
Total Y	100	4	30	2338	23.38	4.320
Valid N (listwise)	100					

Sumber: Data diolah (2022)

Menurut Sunjoyo (2013:38), “Uji Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan dan keabsahan suatu alat ukur. Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Suatu instrument pengukuran dinyatakan valid apabila pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Sujarweni, 2019). Hasil  $r_{hitung}$  dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  dimana  $df=n-2$  dengan sig 5%, jika  $r_{tabel} < r_{hitung}$  maka data tersebut adalah valid.

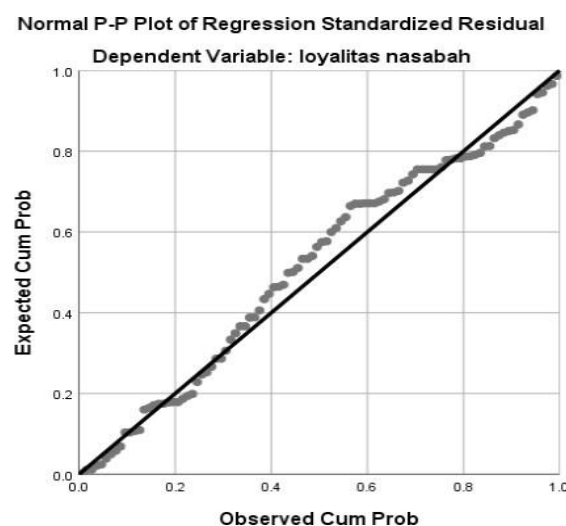
Nilai  $r_{tabel}$  0,195 dan jumlah data yang digunakan untuk verifikasi validitas sebanyak 100 responden dengan taraf signifikan 5%. Uji validitas angket untuk variabel  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$  dengan tegas bahwa semua item dalam variabel tersebut valid dan uji signifikansi dilakukan dengan menggunakan kriteria menggunakan  $r$  tabel pada tingkat 0,05 (5%) yaitu 0,195 dalam penelitian ini.

Pengujian realibilitas kuesioner dalam penelitian ini digunakan untuk menunjukkan seberapa baik pengukuran dapat menghasilkan nilai yang konsisten ketika diulang pada subjek yang sama; tidak berubah jika pengukuran diulang pada subjek yang sama. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Jika nilai  $\alpha > 0,60$  maka kuesioner dinyatakan reliabel, sebaliknya jika nilai  $\alpha < 0,60$  maka kuesioner tidak reliabel. Nilai *Cronbach's Alpha* untuk  $X_1$  adalah 0,830,  $X_2$  adalah 0,862 dan  $Y$  adalah 0,868. Karena

*Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Maka disimpulkan bahwa seluruh pernyataan kuesioner adalah reliabel.

Uji Asumsi Klasik yaitu Uji Normalitas tujuannya untuk mengetahui apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Pengujian menggunakan metode *Probability Plot* (P-Plot).

**Gambar 1**  
**P-Plot**

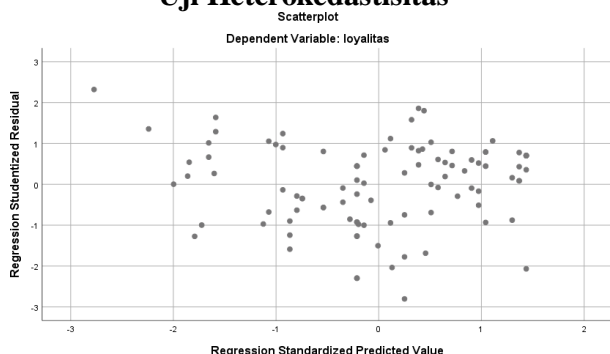


Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS versi 25

Gambar 1 menunjukkan bahwa nilai residual terdistribusi normal, karena titik tersebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

Heteroskedastisitas adalah uji statistik yang mencari variasi varians residual dari satu periode pengamatan ke periode pengamatan berikutnya.

**Gambar 2**  
**Uji Heterokedastisitas**



Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS versi 25

Berdasarkan gambar 2 dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak heteroskedastisitas karena penyebaran titik-titik data tidak berpola.

Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk melihat apakah model regresi menemukan hubungan linier antara variabel bebas. Nilai VIF dan *Tolerance* nilai tersebut digunakan untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas.

**Tabel 3**  
**Variabel Collinearity Statistic**

Variabel	Collinearity Statistic		Keterangan
	Tolerance	VIF	
(constant)			
Kualitas Pelayanan	0.469	2.133	Tidak Multikolinearitas
Kepercayaan	0.469	2.133	Tidak Multikolinearitas

Sumber: Data diolah (2022)

Hasil uji berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa besaran nilai VIF pada tabel data yaitu 2,133 lebih kecil dari nilai ketentuan VIF yaitu <10. Berdasarkan data yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa nilai *Tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10, sehingga tidak ditemukan adanya multikolinearitas.

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.

**Tabel 4**  
**Hasil Regresi Linier Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	1.618	2.277
	Kualitas Pelayanan	0.219	0.155
	Penanganan Keluhan	1.044	0.165

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan analisis dari regresi tabel 4, maka diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 1,618 + 0,219X_1 + 1,044X_2 + e$$

Berdasarkan data pada tabel diketahui bahwa:

1. Jika Variabel Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan sama-sama bernilai 0, maka Loyalitas Nasabah sebesar 1,618.
2. Nilai Koefisien Regresi Kualitas Pelayanan sebesar 0,219. Hal ini menunjukkan bahwa Loyalitas Nasabah akan meningkat sebesar 21,9% untuk setiap poin tambahan variabel Kualitas Layanan.
3. Variabel Penanganan Pengaduan memiliki koefisien sebesar 1,044. Loyalitas Nasabah akan tumbuh sebesar 104,4% jika variabel Pemrosesan Keluhan meningkat sebesar 1%.

Uji Hipotesis yaitu Uji parsial digunakan untuk menggambarkan bagaimana hubungan variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Suatu variabel independen mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap variabel dependen jika nilai probabilitas signifikansinya adalah 0,05 atau 5%. Jika ambang batas signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau t hitung > t tabel, maka hipotesis ini diterima. Dengan nilai n = 100 dan alpha 5%, maka t tabel dalam penelitian ini menghasilkan t tabel sebesar 1,984 poin. Uji statistik parsial menghasilkan temuan berikut :

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Parsial**

Model	T	Sig.
(Constant)	.711	.479
Kualitas Pelayanan	1.414	.161
Penanganan Keluhan	6.328	.000

Sumber:Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh secara Parsial terhadap Loyalitas Nasabah. Hal ini dibuktikan dengan  $t_{Hitung} < t_{Tabel}$  ( $1,414 < 1,984$ ) dengan tingkat signifikan sebesar  $0,161 > 0,05$  maka  $H_{a1}$  ditolak.
2. Variabel Penanganan Keluhan berpengaruh secara Parsial terhadap Loyalitas Nasabah. Hal ini dibuktikan dengan  $t_{Hitung} > t_{Tabel}$  ( $6,328 > 1,984$ ) dengan tingkat signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_{a2}$  diterima.

Uji simultan digunakan untuk melihat pengaruh semua faktor independen terhadap variabel dependen secara bersamaan. Berikut ini adalah hasil dari pengujian yang telah dilakukan:

**Tabel 6**  
**ANOVA**

Model	f	Sig.
1	58.739	.000 <sup>b</sup>
Regression		
Residual		
Total		

Sumber:Data diolah (2022)

Berdasarkan hasil uji simultan pada tabel 6, menunjukkan bahwa nilai  $f_{Hitung}$  sebesar 58,739 dengan nilai sig. 0,000. Hasil diatas menunjukkan bahwa  $f_{Hitung} > f_{Tabel}$  yaitu  $58,739 > 1,984$  dengan nilai sig.  $f$   $0,000 < 0,05$ . Maka  $H_{a3}$  diterima, karena terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan

dan Penanganan Keluhan yang secara bersamaan mempengaruhi Loyalitas Nasabah.

Koefisien determinasi adalah metrik untuk menentukan seberapa baik model dapat menjelaskan fluktuasi variabel dependen. Tes  $R^2$  menghasilkan hasil sebagai berikut :

**Tabel 7**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.740 <sup>a</sup>	.548	.538	2.935

Sumber:Data diolah (2022)

Sesuai tabel Nilai R Square ( $R^2$ ) sebesar 0,538 atau 53,8%,. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan atau korelasi antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) memiliki besaran sebesar 53,8 persen. Variabel lain yang tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini mempengaruhi sisanya sebesar 56,2 persen.

## Pembahasan

Berdasarkan hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dengan  $t_{Hitung} < t_{Tabel}$  ( $1,414 < 1,984$ ) dengan tingkat signifikan sebesar  $0,161 > 0,05$ . Oleh karena itu,  $H_{a1}$  ditolak bahwasanya dinyatakan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan hasil uji parsial variabel penanganan keluhan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dengan  $t_{Hitung} > t_{Tabel}$  ( $6,328 > 1,984$ ) dengan tingkat signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_{a2}$  diterima.

Berdasarkan hasil uji simultan pada menunjukkan bahwa nilai  $f_{Hitung}$  sebesar 58,739 dengan nilai sig. 0,000. Hasil pengujian data menunjukkan bahwa  $f_{Hitung} > f_{Tabel}$  yaitu 58,739 > 1,984 dengan nilai sig.  $f_{0,000} < 0,05$ . Maka  $H_3$  diterima, Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan yang secara bersamaan mempengaruhi Loyalitas Nasabah. Jika dilihat dari nilai Koefisien Determinasi  $R^2$  (*Adjust R Square*) yang dihasilkan dari uji penelitian ini sebesar 53,8%. maka tidak heran kalau ketiga faktor yang digunakan dalam penelitian ini secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan dan menjadi salah satu faktor yang sangat berpengaruh terhadap minat menabung siswa. Sedangkan sisanya 56,2% dipengaruhi oleh faktor variabel lain diluar model seperti citra perusahaan, kepercayaan, kualitas produk dan promosi.

## PENUTUP

1. Variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada BSI KC Banda Aceh Daud Beureueh 2. variabel proses komplain memiliki pengaruh yang menguntungkan dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada bsi kc banda aceh daud beureueh 2. variabel kualitas pelayanan dan penanganan keluhan berpengaruh besar terhadap loyalitas nasabah pada bsi kc banda aceh daud beureueh 2.

2. Pihak BSI sebaiknya terus melakukan peningkatan kualitas pelayanan bagi nasabah pada saat bertransaksi agar nasabah merasa nyaman dalam melakukan transaksi. Bank Syariah Indonesia KC Banda Aceh 2 diharapkan mampu membangun dan mempertahankan-kan loyalitas nasabah. Melalui peningkatan kualitas pelayanan dan penanganan keluhan serta faktor lainnya yang memiliki pengaruh. karena dengan kualitas pelayanan yang maksimal akan membawa dampak positif terhadap perusahaan. Jika nasabah merasa puas dengan apa yang diberikan oleh bank maka mereka akan loyal terhadap bank tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bougie, R. (2017). *Research Methods for Business, 6th ed.* Jakarta: Salemba Empat.
- Budiarti, Anindhyta. (2011). Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Umum Syariah Di Surabaya. *Ekuitas Vol. 15 No. 2 Juni 2011: 210 – 231.*
- Idx Channel. (2021). *Masyarakat Aceh adukan Pelayanan kurang Baik.* Retrived Mei, 06,2021, from idx channel:[https://www.idxchannel.com/economics/masyarakat-aceh-adukan-pelayanan-kurang-baik-ini-tanggapan-bsi.](https://www.idxchannel.com/economics/masyarakat-aceh-adukan-pelayanan-kurang-baik-ini-tanggapan-bsi)
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran.* Penerjemah: Bob Sabran, Jakarta: Erlangga.
- Mustofa. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi Pada Bank Muamalat Tbk. Cabang Gorotalo). *Volume. 12, Nomor 1, Juni 2016. Halaman 39-59.*

- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2019). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suryani. (2015). *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana, Prenadamedia Group.
- Tjiptono dan Gregorius Chandra. (2011). *Service Quality dan Satisfaction*. Edisi III, Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi III. Yogyakarta: ANDI.
- Wijayanto, Kusuma. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank*. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*.