DAMPAK KEPUASAN NASABAH SEBAGAI MEDIASI ANTARA KUALITAS PELAYANAN DAN *CUSTOMER ENGAGEMENT*

(Studi kasus BSI KCP Sungai Penuh, Jambi)

Niken Andari¹⁾, Sefnedi²⁾

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

E-mail: andariniken222@gmail.com; sefnedi@bunghatta.ac.id

PENDAHULUAN

Pada tahun 2008, pemerintah memperkenalkan Pemberlakuan UU No. 21 Tahun 2008 (UU No. 21 Tahun 2008) tentang Bank Syariah. Dengan demikian, kebijakan tersebut telah menyebabkan peningkatan jumlah bank syariah [1]. Meskipun lebih banyak bank konvensional yang telah didirikan. Namun, beberapa usaha-usaha perbankan yang bersifat daerah yang berasaskan syariah juga mulai bermunculan. Salah satunya adalah Bank Syariah Indonesia (BSI). Dengan banyaknya BSI yang ada di Indonesia hal tersebut telah menimbulkan persaingan yang tinggi antar bank syariah lainnya. BSI yang tidak terlepas dari persaingan yang ketat adalah yang berlokasi di kota sungai penuh provinsi Jambi. Untuk mengungkap fenomena terkait *customers engagement* nasabah BSI KCP Sungai Penuh. Maka, dilakukan survei awal kepada 30 ditemukan skor rata-rata sebanyak 2,4 dengan TCR 48,0%. Hal ini menunjukkan bahwa *customer engagement* antara nasabah dengan BSI KCP Sungai Penuh masih tergolong kedalam kategori sangat rendah.

METODE

Populasi yang digunakan adalah Masyarakat kota Sungai penuh yang menjadi nasabah BSI KCP Sungai Penuh dan tidak diketahui dengan pasti jumlahnya, maka untuk mendapatkan jumlah sampel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan rumus Lemeshow p [2].

$$n = \frac{Z\alpha^2 \times P \times Q}{d^2}$$

Keterangan:

- n = Jumlah Sampel yang diperlukan
- Z = Nilai standar dari distribusi sesuai nilai = 5% = 1,96
- p = Maksimal Estimasi = 50%
- Q = 1-P

d = Tingkat ketelitian 10%

Berdasarkan pada rumus tersebut, maka perhitungan untuk jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,1^2}$$

n = 96,04 dibulatkan menjadi 100

Penelitian ini tergolong kedalam penelitian kuantitatif, Jenis data yang digunakan adalah data primer. Data primer adalah Data primer secara khusus di kumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian [3]. Instrumen dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *skala likert's-5*. Teknik analisis data yang di gunakan adalah *Measurement Model Assessment* digunakan untuk menguji validitas konstruk dan item-item pernyataan [4]. Pengujian yang di gunakan dalam MMA adalah *Convergent validity* dan *Discriminant validity*. Pada *Discriminant validity* menggunakan 3 metode. Yaitu *Fornell-Larcker criterion*, *Cross loadings*, *Heterotrait – Monotrait Ratio* (HTMT). Selanjutnya di gunakan Analisis dekriptif, Analisis deskriptif dilakukan untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan data yang telah terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum [3]. selanjutnya digunakan uji *R square* dan untuk pengujian hipotesis digunakan prosedur *Structural Model Assesment* (SMA). Yang berperan sebagai Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas pelayanan, kemudian variabel mediasi adalah Kepuasan nasabah dan variabel terikat adalah *Customer engagement*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian hipotesis pada penelitian ini dengan model SEM PLS dilakukan pada *structural model assessment* yang menggunakan *software* Smart-PLS versi 4.0.9.5 dengan metode *bootstrapping*, hasil dari metode tersebut digunakan untuk menjawab hipotesis pada penelitian ini. Suatu

hipotesis dapat diterima apabila memiliki nilai *T-statistic* lebih besar dari 1,96 dan *P values* kecil dari 0.05 maka dapat di katakana bahwa hipotesis pada penelitian dapat diterima P [4].

Tabel 1. Uji Hipotesis

	<i>Original sample</i>	<i>T statistics</i>	<i>P values</i>
Kepuasan nasabah-> <i>Customer engagement t</i>	0.412	3.762	0.000
Kualitas pelayanan-> <i>Customer engagement t</i>	0.402	3.034	0.002
Kualitas pelayanan->Kepuasan nasabah	0.716	10.704	0.000
Kualitas pelayanan->Kepuasan nasabah-> <i>Customer engagement t</i>	0.295	3.568	0.000

Berdasarkan Tabel 1. diatas terlihat Pengaruh kualitas pelayanan terhadap *customer engagement* menghasilkan nilai *original sample* sebesar 0,402 (bertanda positif), *T statistic* 3,034 (besar dari >1,96) dan *P value* 0,002 (kecil dari <0,05). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah menghasilkan nilai *original sample* sebesar 0,716 (bertanda positif), *T statistic* 10,704 (besar dari >1,96) dan *P value* 0,000 (kecil dari <0,05) yang dalam hal ini diterima Beberapa penelitian terdahulu telah membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan/nasabah [5]. Pengaruh kepuasan nasabah terhadap *customer engagement* menghasilkan nilai *original sample* sebesar 0,412 (bertanda positif), *T statistic* 3,762 (besar dari >1,96) dan *P value* 0,000 (kecil dari <0,05). Pengaruh kepuasan nasabah memediasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap *customer engagement* menghasilkan nilai

original sample sebesar 0,295 (bertanda positif), *T statistic* 3,568 (besar dari >1,96) dan *P value* 0,000 (kecil dari <0,05).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap customer engagement BSI KCP Sungai Penuh, Jambi. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Sungai Penuh, Jambi. Kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap *customer engagement* BSI KCP Sungai Penuh, Jambi. Kepuasan nasabah mampu memediasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap *customer engagement* BSI KCP Sungai Penuh, Jambi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abror, A., Patrisia, D., Engriani, Y., Evanita, S., Yasri, Y., & Dastgir, S. (2020). Service Quality, Religiosity, Customer Satisfaction, Customer Engagement And Islamic Bank's Customer Loyalty. *Journal Of Islamic Marketing*, 11(6), 1691– 1705. <https://doi.org/10.1108/Jima-03-2019-0044>
- [2] Caniago, A., & Rustanto, A. E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Umkm Di Jakarta (Studi Kasus Pembelian Melalui Shopee). *Dalam Humaniora Dan Kebijakan Publik* (Vol. 5).
- [3] Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta
- [4] Ghazali, Iman & Hengky Lathan. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Smart PLS 2.0*. Universitas Diponegoro.
- [5] Sefnedi, S., & Utami, W. (2022). Hospital Service Quality and Behavioral Compliance: The Role of Patient Satisfaction as Mediator. *KnE Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v7i6.10623>