

Kualitas Pelayanan dan Reputasi Manajemen Terhadap Produk Bank BTN Syariah KCP Solo

Enik Tri Afrika¹, R. Taufiq Nur Muftiyanto², Esti Dwi Rahmawati³

¹⁻³Universitas Duta Bangsa Surakarta, Indonesia

Alamat: Jl. Ki Mangun Sarkono No.20, Nusukan, Kec. Banjarsari, Kota Surakarta, Jawa Tengah
57135, Indonesia

Email : eniktriafr@gmail.com, taufiq_nurmuftiyanto@udb.ac.id, esti_dwirahmawati@udb.ac.id

Korespondensi penulis: eniktriafr@gmail.com

Abstract. This research aims at Service Quality and Management Reputation for Bank BTN Syariah KCP Solo Products. The approach used in this research is a quantitative approach. The sampling technique in this research was a purposive sampling technique with the sample used amounting to 96 respondents. The data collection technique uses online questionnaire distribution with the help of Google forms. Data analysis techniques in this research are validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression test, coefficient of determination test, f test and t test. Based on data research analysis, the results show that there is an influence of service quality on bank products, there is an influence of management reputation on bank products, the f test shows that there is a simultaneous influence of service quality and management reputation on bank products. The results of the coefficient of determination test show an r square value of 0.502, which means that the influence of the service quality variable (x1) and management reputation (x2) simultaneously on the bank product variable (y) is 50.2%..

Keywords service quality, management reputation, bank products

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk Kualitas Pelayanan dan Reputasi Manajemen Terhadap Produk Bank BTN Syariah KCP Solo. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Teknik sampling pada penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* dengan sampel yang digunakan yaitu berjumlah 96 responden. Teknik pengumpulan datanya menggunakan cara penyebaran kuesioner secara *online* dengan berbantuan *google form*. Teknik analisis data pada penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, uji f serta uji t. Berdasarkan analisis penelitian data didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap produk bank, terdapat pengaruh reputasi manajemen terhadap produk bank, pada Uji f menunjukkan terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan reputasi manajemen secara simultan terhadap produk bank. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai r square sebesar 0,502, yang artinya pengaruh variabel kualitas pelayanan (X1) dan reputasi manajemen (X2) secara simultan terhadap variabel produk bank (Y) sebesar 50,2 %..

Kata kunci: kualitas pelayanan, reputasi manajemen, produk bank

1. LATAR BELAKANG

Perbankan syariah Indonesia diresmikan pada tanggal 2 Juli 2007 Kemudian dalam sejarah perkembangan perbankan syariah, bank muamalat menjadi yang pertama berdiri pada tahun 1992. Jaringan Unit Usaha Syariah bank BTN telah memiliki jaringan yang tersebar diseluruh Indonesia dengan rincian sebagai berikut, Kantor Cabang Syariah terdapat 22 unit, Kantor Cabang Pembantu Syariah ada 21 unit, Kantor Kas Syariah ada 7 unit, dan Kantor Layanan Syariah ada 240 unit (Kasmir, S.E., 2014). Pertumbuhan pesat kinerja BTN Syariah

dalam beberapa tahun terakhir menguatkan alasan BTN untuk segera menyapih unit usahanya itu. Sejak November 2023, aset BTN Syariah sudah tembus Rp 50 triliun.

Hingga akhir 2023, nilai meningkat lagi menjadi Rp 54,3 triliun, tumbuh 19,7% secara tahunan (*year on year/YoY*). Kualitas pelayanan dalam industri perbankan, khususnya di Bank BTN Syariah KCP Solo, telah menjadi fokus perhatian yang semakin meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Penelitian ini fokus pada pengaruh kualitas pelayanan dan reputasi manajemen terhadap produk bank Syariah KCP Solo, masih ada potensi untuk memperluas variabel penelitian yang dapat reputasi manajemen secara lebih komprehensif. Misalnya, faktor-faktor eksternal seperti kondisi ekonomi, tingkat suku bunga, atau preferensi nasabah yang juga dapat memengaruhi reputasi manajemen. Dalam konteks ini, kualitas pelayanan diidentifikasi sebagai faktor kunci yang dapat memengaruhi persepsi nasabah terhadap produk bank.

Kualitas pelayanan yang baik tidak hanya mencakup aspek teknis seperti kecepatan dan akurasi transaksi, tetapi juga aspek interpersonal seperti keprofesionalan petugas bank, kemudahan komunikasi, dan responsif terhadap kebutuhan nasabah. Research gap dapat terletak pada generalisasi hasil penelitian ini ke bank syariah lainnya di wilayah yang berbeda atau dengan jumlah sampel yang lebih besar untuk meningkatkan validitas eksternal penelitian. Dalam penelitian yang saya lakukan terhadap indikator yang berada di variabel kualitas layanan memengaruhi dalam reputasi manajemen dikarenakan sebuah ulasan dari pengguna Bank Syariah sendiri sangat berpengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung bagi calon pengguna berikutnya.

Prinsip ini Berdasarkan permasalahan yang diuraikan dalam latar belakang di atas maka penulis melakukan penelitian dengan judul “ **Kualitas Pelayanan Dan Reputasi Manajemen Terhadap Produk Pada Bank BTN Syariah KCP Solo**”

2. KAJIAN TEORITIS

Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan (Indrasari, 2019). Definisi kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan

tersebut, dikatakan bahwa *service quality* atau kualitas layanan adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Menurut (Kotler, 2019) ada lima dimensi indikator utama untuk mengukur kualitas pelayanan, sebagai berikut: Berwujud Pemberian jasa yang meliputi fasilitas fisik dan layanan yang akan diterima oleh konsumen, Keandalan Kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurasi dalam kemampuan memberikan pelayanan dengan cepat dan terpercaya dan Cepat tanggap Kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat dan tanggap.

Reputasi Manajemen

Reputasi Manajemen merupakan keseluruhan nilai-nilai yang oleh para pemangku kepentingan disandangkan atau disematkan kepada perusahaan berdasarkan persepsi dan interpretasi mereka atas citra yang dikomunikasikan perusahaan secara terus-menerus Menurut (Warta, 2017). Ketika pelanggan memiliki anggapan yang baik atas sebuah perusahaan, maka perusahaan tersebut dapat mengejar lebih banyak peluang serta menjadi lebih efisien dan efektif dalam operasionalnya.

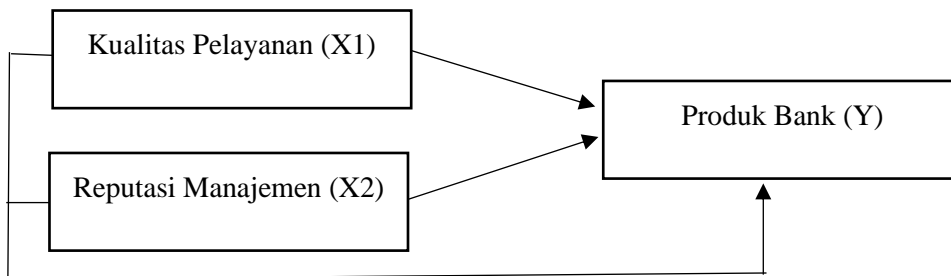
Terdapat indikator dalam penentuan Reputasi Manajemen yaitu (Harwinda & Ikhsano, 2020) mengatakan bahwa reputasi memiliki empat elemen yang perlu ditangani oleh perusahaan. Keempat elemen tersebut adalah sebagai berikut : Kredibilitas Berkaitan dengan image dari pada perusahaan, Terpercaya Berkaitan dengan image suatu perusahaan di mata karyawannya, Keterandalan *Image* yang dibangun dan Tanggung jawab Sosial *Image* perusahaan di mata masyarakat.

Produk Bank

Bank syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum islam dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga dan tidak membayar bunga kepada nasabah, Menurut (Apriyanti, 2018). Imbalan bank syariah yang diterima maupun yang dibayarkan kepada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian yang dilakukan oleh pihak nasabah dan pihak bank.

Perjanjian (akad) yang terdapat di perbankan syariah harus tunduk pada syarat dan rukun akad sebagaimana diatur dalam syariat islam, Menurut (Andrianto & Firmansyah, 2019). Menurut (Bank Indonesia, 2009) terdapat beberapa indikator, yaitu Penghimpunan Dana

: kegiatan usaha lembaga keuangan dalam menarik dan mengumpulkan dana-dana dari masyarakat dan menampungnya dalam bentuk simpanan, giro, tabungan, deposito surat berharga lainnya, Minat berkunjung Kembali : perilaku pelanggan, dimana pelanggan memberikan respon positif terhadap kualitas layanan suatu perusahaan dan berniat untuk melakukan kunjungan atau membeli kembali produk perusahaan dan Pembiayaan Berdasarkan Akad Sewa Menyewa.



Gambar 1

Berdasarkan kajian teoritis tersebut, hipotesis pada penelitian ini yaitu:

H1 = Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Produk Bank (Y)

H2 = Terdapat pengaruh Reputasi Manajemen (X2) terhadap Produk Bank (Y)

H3 = Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Reputasi Manajemen (X2) secara simultan terhadap Produk Bank (Y)

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, populasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu konsumen Bank BTN Syariah KCP Solo. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik non-probability dengan teknik purposive sampling, jumlah responden yang diambil sebagai sampel yaitu 96 responden. Data pada penelitian ini merupakan data sekunder, yang adalah data berupa angka yang didapat dari skala kuesioner yang telah disebar dan diolah dengan SPSS 26. Tahapan pada penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda dan analisis hipotesis.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Uji Analisis Deskriptif

Tabel 1. Hasil Uji Deskriptif Analisis

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	96	16.00	25.00	21.1771	2.17156
Reputasi Manajemen	96	12.00	25.00	19.7813	3.13622
Produk Bank	96	16.00	25.00	21.1771	2.20045
Valid N (listwise)	96				

Berdasarkan hasil uji diatas dapat diuraikan bahwa setiap butir pertanyaan sudah memiliki nilai rata-rata yang bagus dan layak diuji yaitu dengan nilai rata-rata yaitu 21.17156, 19.13622 dan 21.1771.

Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	rhitung > rtabel		Keterangan
		r hitung	r table	
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,706	0,1986	Valid
	X1.2	0,792	0,1986	Valid
	X1.3	0,737	0,1986	Valid
	X1.4	0,506	0,1986	Valid
	X1.5	0,578	0,1986	Valid
Reputasi Manajemen (X2)	X2.1	0,673	0,1986	Valid
	X2.2	0,741	0,1986	Valid
	X2.3	0,801	0,1986	Valid
	X2.4	0,682	0,1986	Valid
	X2.5	0,522	0,1986	Valid
Produk Bank (Y)	X3.1	0,747	0,1986	Valid
	X3.2	0,689	0,1986	Valid
	X3.3	0,691	0,1986	Valid
	X3.4	0,719	0,1986	Valid
	X3.5	0,607	0,1986	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas yang didapat yaitu seluruh pertanyaan yang berjumlah 15 butir dinyatakan valid. Validitas dimaksudkan untuk menyatakan sejauh mana data yang ditampung pada suatu kuesioner akan mengukur apa yang diukur (Muftiyanto, 2024).

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X1)	0.682	Reliabel
2	Reoutasi Manajemen (X2)	0.737	Reliabel
3	Produk Bank (Y)	0.726	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang didapat yaitu sebesar 0,682, 0,737 dan 0,726 jika dibandingkan dengan nilai r tabel yaitu 0,6 maka lebih besar dari r tabel. Maka kuesioner dinyatakan reliabel dalam kategori sedang.

Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.53709471
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.065
	Negative	-.056
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Diketahui bahwa jika nilai asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05 maka kesimpulannya data berdistribusi normal. Berdasarkan uji normalitas *one sample kolmogrov smirnov* pada tabel di atas nilai asymp. Sig. (2-tailed) yang didapat sebesar 0,200 > 0,05. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Multikolonieritas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.883	1.583		4.349	.000		
	Kualitas Pelayanan	.383	.085	.378	4.497	.000	.743	1.345
	Reputasi Manajemen	.313	.059	.446	5.307	.000	.743	1.345

a. Dependent Variable: Produk Bank

Hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa model regresi tidak mengalami gejala multikolonieritas. Hal ini terlihat pada nilai tolerance variabel Kualitas Pelayanan dan Reputasi Manajemen lebih besar dari nilai default yang ditentukan yaitu sebesar 0,10. Sedangkan untuk nilai VIF juga menunjukkan dibawah angka 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala multikolonieritas antar variabel indenpenden dalam model regresi.

Uji Heteroskedasitas

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedasitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.465	.840		2.936	.004
	Kualitas Pelayanan	-.015	.045	-.039	-.334	.739
	Reputasi Manajemen	-.043	.031	-.164	-1.388	.168

a. Dependent Variable: Abs_Res

Hasil pengujian heteroskedasitas dengan uji glajser menunjukkan bahwa nilai signifikan (sig.) untuk variabel X (Kualitas Pelayanan dan Reputasi Manajemen) dimana nilai signifikan menunjukkan angka (0,739 ; 0,168) dengan nilai sig > 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedasitas pada model regresi.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.883	1.583		4.349	.000
	Kualitas Pelayanan	.383	.085	.378	4.497	.000
	Reputasi Manajemen	.313	.059	.446	5.307	.000

a. Dependent Variable: Produk Bank

Adapun rumus persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

$$Y = 6,883 + 0,383X_1 - 0,313X_2$$

Uji T

Tabel 8. Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.883	1.583		4.349	.000
	Kualitas Pelayanan	.383	.085	.378	4.497	.000
	Reputasi Manajemen	.313	.059	.446	5.307	.000

a. Dependent Variable: Produk Bank

A. Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Variabel Kualitas Pelayanan (X1) menunjukkan nilai sig. sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), serta memiliki nilai t hitung sebesar 4.497 dimana nilai tersebut lebih besar daripada nilai t tabel 1,661 ($4.497 > 1,661$). Jadi, variabel Kualitas Pelayanan (X1) secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Produk Bank BTN Syariah KCP Solo

B. Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Variabel Reputasi Manajemen (X2) menunjukkan nilai sig. sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), serta memiliki nilai t hitung sebesar 5.307 dimana nilai tersebut lebih besar daripada nilai t tabel 1,661 ($5.307 > 1,661$). Jadi, variabel Reputasi Manajemen (X2) secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Produk Bank BTN Syariah KCP Solo.

Uji F

Tabel 9. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	235.537	2	117.768	48.796	.000 ^b
	Residual	224.453	93	2.413		
	Total	459.990	95			

a. Dependent Variable: Produk Bank
 b. Predictors: (Constant), Reputasi Manajemen, Kualitas Pelayanan

Hasil yang diperoleh dari pengolahan data menggunakan program SPSS 26 maka dapat diperoleh nilai sig. sebesar 0,000 dengan nilai f hitung sebesar 48.796 dan f tabel sebesar 2,70 ($48.796 > 2,70$) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independent Kualitas Pelayanan

(X1) dan Reputasi Manajemen (X2) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap Produk Bank Syariah KCP Solo.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.716 ^a	.512	.502	1.55353
a. Predictors: (Constant), Reputasi Manajemen, Kualitas Pelayanan				

Hasil perhitungan program SPSS diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) yang diperoleh sebesar 0,502. Hal ini berarti 50,2% variasi Produk Bank dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan dan Reputasi Manajemen. Sedangkan sisanya 49,8% dipengaruhi oleh sebab-sebab lain diluar penelitian atau diluar dari ke dua variabel independent tersebut.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan didapatkan hasil penelitian terdapat kualitas pelayanan terhadap produk bank, terdapat pengaruh reputasi manajemen terhadap produk bank dan pada Uji f menunjukkan terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan reputasi manajemen secara simultan terhadap produk bank. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai r square sebesar 0,502, yang artinya pengaruh variabel kualitas pelayanan (X1) dan reputasi manajemen (X2) secara simultan terhadap variabel produk bank (Y) sebesar 58,9 %. Maka di dapatkan hasil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan dan reputasi manajemen berpengaruh secara simultan terhadap produk Bank BTN Syariah KCP Solo.

DAFTAR REFERENSI

- Andrianto, & Firmansyah, M. A. (2019). Manajemen bank syariah (Implementasi teori dan praktek). CV. Penerbit Qiara Media.
- Apriyanti, H. W. (2018). Model inovasi produk perbankan syariah di Indonesia. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), 83–104. <https://doi.org/10.21580/economica.2018.9.1.2053>
- Muftiyanto, R. T. N., SE., MM., M.Pd., C. H. (2024). Metodologi penelitian ekonomi. BOSSSCRIPT.

- Harwinda, A., & Ikhsano, A. (2020). Pengaruh special event pembukaan ASIAN GAMES ke-18 tahun 2018 terhadap reputasi ketua panitia INASGOC. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 31–42. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i1.6029>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press.
- Kasmir. (2014). *Analisis laporan keuangan*. PT RajaGrafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Manajemen pemasaran* (13th ed., Vol. 1). Erlangga.
- Warta. (2017). *Manajemen reputasi*. Simbiosis Rekatama Media.