

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Bank Muamalat

PT. Bank Muamalat Indonesia memulai perjalanannya sebagai Bank Syariah pertama di Indonesia pada 1 November 1991 atau 24 Rabi'us Tsani 1412 H. pendirian Bank Muamalat Indonesia digagas oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Sejak resmi beroperasi pada 1 Mei 1992 atau 27 Syawal 1412 H, Bank Muamalat Indonesia terus berinovasi dan mengeluarkan produk-produk keuangan syariah seperti Asuransi Syariah (Asuransi Tafakur), Dana Pensiun lembaga keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan multifinance syariah (Al-Ijarah Indonesia Finance) yang seluruhnya menjadi terobosan di Indonesia.

Seiring kapasitas Bank yang semakin diakui, Bank Muamalat semakin melebarkan sayap dengan terus menambah jaringan kantor cabangnya di seluruh Indonesia. Pada tahun 2009, Bank mendapatkan izin untuk membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia dan menjadi bank pertama di Indonesia serta satu-satunya yang mewujudkan ekspansi bisnis di Malaysia. Hingga saat ini, Bank Muamalat telah memiliki 325 kantor layanan termasuk 1 (satu) kantor cabang di Malaysia. Operasional Bank juga didukung oleh jaringan layanan yang luas berupa 710 unit ATM Muamalat, 120.000 jaringan ATM bersama dan ATM prima, serta lebih dari 11.000 jaringan ATM di Malaysia melalui Malaysia Electronic Payment (MEPS).

Menginjak usianya ke-20 pada tahun 2012, Bank Muamalat melakukan rebranding pada logo Bank untuk semakin meningkatkan awareness terhadap image sebagai Bank Syariah, Islami, modern dan Profesional. Bank tersebut terus mewujudkan berbagai pencapaian serta prestasi yang diakui baik secara nasional maupun internasional. Sejak tahun 2015, Bank Muamalat bermetamorfosa untuk menjadi entitas yang semakin baik dan meraih pertumbuhan jangka panjang. Dengan strategi bisnis yang terarah, Bank Muamalat Indonesia akan terus melaju mewujudkan visi menjadi *“The Best Islamic Bank and Top 10 in Indonesia with Strong Regional Presence”*. (Bank Muamalat,2016)

2. Letak Geografis PT. Bank Muamalat Yogyakarta

PT.Bank Muamalat Yogyakarta yang merupakan kantor pusat terletak di Jalan P. Mangkubumi No 50 Kota Yogyakarta. Letak geografis PT Bank Muamalat sangat strategis bagi nasabah maupun karyawannya sendiri. Hal ini dikarenakan kantor PT Bank Muamalat terletak dipinggir jalan pusat kota yang mudah terlihat oleh siapapun di Jalan P. Mangkubumi. Rumah karyawan yang bekerja pada PT Bank Muamalat juga tidak terlalu jauh sehingga membuat karyawan lebih mudah dan tidak menghabiskan waktu yang cukup lama, hal ini dikarenakan letak kantor berada ditengah tengah. (Bank Muamalat,2016)

3. Visi & Misi PT. Bank Muamalat Yogyakarta

Setiap organisasi harus mempunyai visi dan misi yang jelas. Hanya dengan visi dan misi maka aktivitas dan program akan terarah sesuai dengan tujuan yang dikehendaki. Adapun visi dan misi Bank Muamalat yaitu :

a. Visi : “Menjadi bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui ditingkat regional”.

b. Misi

Misi Bank Muamalat adalah :

“ Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesimbangan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumberdaya manusia yang islami dan professional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan”.

B. Hasil Penyebaran Kuesioner

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dengan menyebarkan kepada nasabah tabungan iB Hijrah di Bank Muamalat Cabang Yogyakarta dengan menggunakan *purposive sampling*. Total item pertanyaan ini adalah 18 pertanyaan, yang terdiri dari 6 item pertanyaan dari variabel kualitas pelayanan, 7 item dari variabel kualitas produk, dan 5 item pertanyaan variabel kepuasan nasabah. Kuesioner yang tersebar sebanyak 42 kuesioner kepada nasabah yang saat itu mendatangi Bank Muamalat Cabang Yogyakarta untuk melakukan transaksi di Bank Muamalat Cabang Yogyakarta.

Hasil penyebaran kuesioner disajikan dalam bentuk tabel 4.1 yang menunjukkan jumlah kuesioner yang disebar. Jumlah kuesioner yang disebar sejumlah 42 kuesioner, dari jumlah kuesioner yang disebar tersebut yang kembali sejumlah 42 kuesioner.

Tabel 4. 1 Hasil Penyebaran Kuesioner

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang disebar	42
Kuesioner yang kembali	42
Kuesioner yang tidak dapat diolah	0
Kuesioner yang dapat diolah	42

C. Analisis Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia dan masa menabung. Peneliti telah merangkum karakteristik responden secara terperinci yang ditunjukkan dalam tabel 4.1.

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden

Karakteristik	Jumlah (Orang)	Persentase
Jenis kelamin :		
1. Perempuan	21	50%
2. Laki-laki	21	50%
Usia :		
1. 21-30 Tahun	22	52,4%
2. 31-40 Tahun	17	40,5%
3. 41-50 Tahun	3	7,1%
Masa Menabung :		
1. < 1 Tahun	10	23,8%
2. 1-5 Tahun	10	23,8%
3. 6-10 Tahun	21	50,0%
4. > 10 Tahun	1	2,4%

Sumber : Data Kuesioner yang diolah (2019)

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat dilihat bahwa responden atau nasabah pada Bank Muamalat Cabang Yogyakarta adalah Laki-laki yaitu berjumlah 21 orang (50,0%) dan perempuan yaitu berjumlah 21 orang (50,0%). Data rentan usia responden mayoritas berkisar antara 21-30 tahun sebanyak 22 orang dengan persentase 52,4% selanjutnya yang berumur 31-40 tahun sebanyak 17 orang dengan persentase 40,5% dan usia responden yang paling sedikit adalah diatas 41-50 tahun yaitu sebanyak 3 orang dengan persentase 7,1%.

Dalam kriteria masa menabung diketahui bahwa dari 42 responden nasabah Bank Muamalat menurut lamanya menjadi nasabah antara 6-10 tahun sebanyak 21 orang dengan 50,0%, 1-5 tahun sebanyak 10 orang dengan persentase 23,8% , kurang dari 1 tahun sebanyak 10 orang dengan persentase 23,8% dan yang paling rendah yaitu masa menabung lebih dari 10 tahun hanya 1 orang dengan persentase 2,4%.

D. Analisis Uji Instrumen

1. Hasil Uji Validitas

Pada penelitian ini menggunakan uji validitas yang berfungsi untuk mengukur instrument yang terdapat dalam penelitian dengan kategori valid atau tidak valid. Berikut ini merupakan hasil pengujian validitas dari masing-masing variabel :

Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	R Hitung	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,735	Valid
	X1.2	0,800	Valid
	X1.3	0,835	Valid
	X1.4	0,917	Valid
	X1.5	0,790	Valid
	X1.6	0,866	Valid
Kualitas Produk (X2)	X2.1	0,826	Valid
	X2.2	0,921	Valid
	X2.3	0,902	Valid
	X2.4	0,890	Valid
	X2.5	0,861	Valid
	X2.6	0,723	Valid
	X2.7	0,735	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	Y1	0,892	Valid
	Y2	0,902	Valid
	Y3	0,856	Valid
	Y4	0,920	Valid
	Y5	0,951	Valid

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 2019

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dilihat bahwa instrument dari variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah dikatakan valid. Valid atau tidaknya pertanyaan dari masing-masing variabel dapat dilihat dari nilai R hitung lebih besar dari nilai R tabel sebesar 0,05 dan tabel diatas menunjukkan bahwa R hitung lebih besar dari pada R tabel yang artinya instrument dari masing-masing variabel dapat dikatakan valid.

2. Hasil Uji Reliability

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu koefisien yang berupa indikator dari masing-masing variabel. Sebuah kuesioner dapat dikatakan reliabel jika jawaban dari pertanyaan yang terdapat dikuesioner terjawab dengan konsisten dari waktu ke waktu. Berikut ini merupakan hasil dari uji reliabilitas masing-masing variabel :

Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,903	6

Sumber : Hasil Olah Data SPSS

Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliability Kualitas Produk (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,929	7

Sumber : Hasil Olah Data SPSS

Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Nasabah (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,944	5

Sumber : Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan tabel 4.4 , 4.5, 4,6 menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,60. Hal ini berarti semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini reliable, sehingga semua item pertanyaan dapat dipercaya dan dapat digunakan pada penelitian selanjutnya.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas berfungsi untuk menguji tentang model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen (variabel bebas). Model regresi yang baik apabila variabel independen tidak saling berkorelasi. Untuk melihat hasil uji ini dalam penelitian yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Value Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *Tolerance* > 0,10 atau VIF < 10 menunjukkan bahwa tidak adanya multikolonieritas. Berikut hasil uji multikolonieritas dalam tabel 4.7

Tabel 4. 7 Uji Multikolonieritas

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
	B	Std. Error	Beta					
(Constant)	2.733	2.161		1.264	.214			
1	Kualitas Pelayanan	.401	.162	.455	2.474	.018	.258	3.872
	Kualitas Produk	.294	.135	.366	2.101	.042	.258	3.872

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

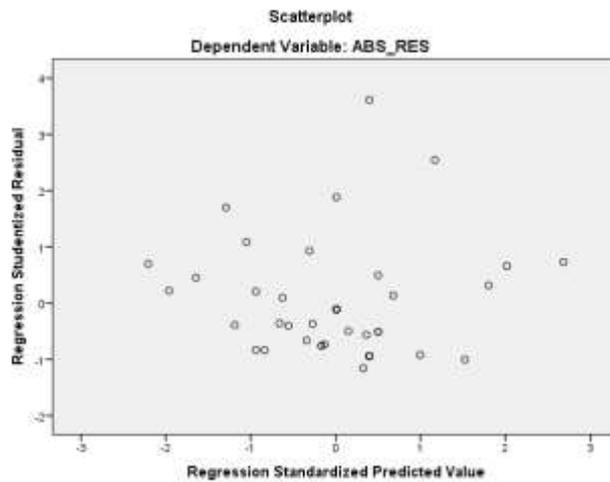
Sumber : Hasil Olah Data SPSS 2019

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat dilihat bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *Tolerance* kurang dari. Hal ini

dibuktikan dengan nilai Tolerance kurang dari 0,10. Selain itu nilai VIF menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai lebih dari 10. Berdasarkan uji yang telah dilakukan diatas, maka disimpulkan bahwa nilai Tolerance kualitas pelayanan dan kualitas produk adalah $0,258 > 0,1$ dan nilai VIF $3,872 < 10$, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dapat dikatakan terbebas dari Multikolinearitas.

b. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian ini menggunakan uji heteroskedastisitas yang berfungsi untuk melihat ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas dan untuk melihat apakah terdapat kesamaan atau tidak antara observasi satu dengan yang lainnya. Jika terdapat perbedaan antara observasi satu dengan observasi lainnya maka dapat dikatakan heteroskedastisitas. Uji asumsi klasik heteroskedastisitas ini menggunakan uji Glejesr, jika nilai signifikan diatas dari 0,05 maka tidak terjadi penyimpangan uji asumsi klasik heteroskedastisitas. Jika tidak ada varian residual terhadap semua pengaman didalam model regresi maka tidak ada masalah heteroskedastisitas. Berikut ini adalah gambar dari hasil uji heteroskedastisitas :

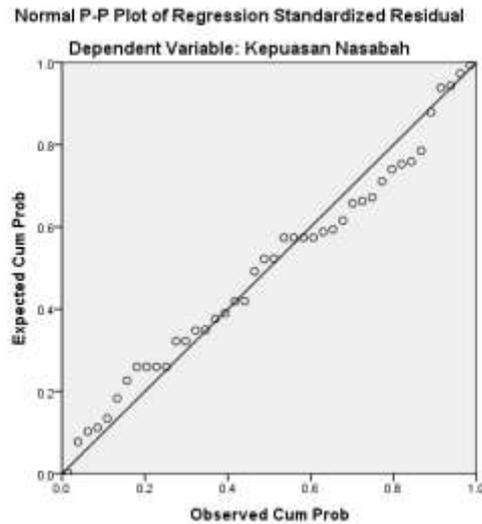


Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 4.1 diatas dapat dilihat bahwa hasil dari uji heteroskedastisitas menggunakan scatterplot yang menunjukkan bahwa titik-titik tersebut menyebar dibawah dan diatas sumbu Y dan tidak adanya pola tertentu secara jelas. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Hasil Uji Normalitas

Fungsi uji normalitas adalah untuk menguji variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Apabila distribusinya tidak normal, maka uji statistik akan menjadi tidak valid. Salah satu cara untuk melihat uji normalitas dengan menganalisis grafik *Normal Probability Plot*-nya. Jika data yang dihasilkan menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal tersebut, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas dan dapat dilihat juga apabila nilai signifikansi (sig.) > 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal, berikut hasil uji normalitas pada gambar 4.2



Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 2019

Berdasarkan gambar 4.2 diatas dapat dilihat bahwa hasil uji normalitas dengan menggunakan cara *normal probability plots* menunjukkan data distribusi normal, karena menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal tersebut.

E. Uji Analisis Data

1. Hasil Koefisien Determinasi (Adjusted R^2)

Fungsi dari koefisien determinasi adalah untuk mengukur seberapa jauh model dalam menerangkan variasi variabel terikat (dependen). Berikut adalah hasil pegujian koefisien determinasi dalam tabel 4.8.

Tabel 4. 8 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.812 ^a	.659	.642	1.553

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

Berdasarkan tabel 4.8 diatas dapat dilihat bahwa angka R sebesar 0,642 dengan demikian berarti 64,2% kualitas pelayanan dan kualitas produk mempengaruhi kepuasan nasabah, dan sisanya sebesar 35,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

2. Hasil Uji F

Pada uji F ini untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas atau independen di dalam penelitian ini berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat atau dependen. Berikut adalah hasil pengujian koefisien determinasi dalam tabel 4.9.

Tabel 4. 9 Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	181.886	2	90.943	37.724	.000 ^b
Residual	94.019	39	2.411		
Total	275.905	41			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat dilihat bahwa variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki nilai F sebesar 37,724 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Berdasarkan tabel 4.9 dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

3. Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis ini digunakan untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh variabel bebas atau independen secara parsial dalam

menerangkan variabel terikat atau dependen. Berikut hasil uji hipotesis dalam tabel 4.10.

Tabel 4. 10 Hasil Uji Hipotesis

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	2.733	2.161		1.264	.214
1	Kualitas Pelayanan	.401	.162	.455	2.474	.018
	Kualitas Produk	.284	.135	.386	2.101	.042

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Hasil analisis dari tabel 4.10 dapat ditulis dan dianalisis dalam persamaan regresi sebagai berikut :

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

$$\text{Kepuasan} = 2.733 + 0,401 X_1 + 0,284 X_2$$

Berdasarkan hasil dari tabel 4.10 diatas dijelaskan sebagai berikut :

- a. Pengujian hipotesis pertama : kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai signifikansinya sebesar 0,018 yang berarti $< 0,05$. Keterangan signifikansi tersebut yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah., didukung.
- b. Penguji hipotesis kedua : kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0,042 yang berarti $< 0,05$. Keterangan signifikansi tersebut yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, didukung.

F. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini sudah sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan masalah penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk Tabungan iB Hijrah terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Cabang Yogyakarta. berikut ini merupakan pembahasan dari hasil penelitian :

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Muamalat Cabang Yogyakarta

Variabel kualitas pelayanan memiliki t hitung sebesar 2,474 dengan nilai signifikan 0,018. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikan dari variabel kualitas pelayanan kurang dari 0,05 (5%) yaitu 0,018. Jadi, kualitas pelayanan memiliki pengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Cabang Yogyakarta. hal ini menunjukkan bahwa Bank Muamalat Cabang Yogyakarta mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah seperti, pelayanan yang cepat dan tepat waktu, pelayanan yang ramah, pelayanan yang baik dan sopan, fasilitas yang lengkap dan pelayanan lainnya.

Dalam industri jasa perbankan pelayanan merupakan hal yang sangat penting, dikarenakan kualitas pelayanan yang baik dapat menimbulkan persepsi yang baik dari nasabah. Semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini didukung oleh Cokorda dkk (2018) bahwa kualitas layanan memiliki arah yang positif dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

2. Pengaruh Kualitas Produk Tabungan iB Hijrah terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Muamlat Cabang Yogyakarta

Menurut Kolter dalam (Lupiyoadi, 2006:192), kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk yang diterima dan yang diharapkan. Kepuasan nasabah merupakan penyebab utama timbulnya loyalitas yang tinggi. Adanya kepuasan nasabah dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan nasabahnya menjadi harmonis. Dari hubungan tersebut dapat terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang dapat menguntungkan bagi pengusaha (Tjiptono,2011:33).

Berdasarkan hasil penelitian, hipotesis (H2) membuktikan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan nasabah. Hasil uji statistik yang telah dilakukan menunjukkan bahwa t hitung variabel kualitas produk sebesar 2,101 dengan taraf signifikan sebesar 0,042 yang mana nilai itu lebih kecil dari 0,05 ($0,042 < 0,05$). Pengujian ini membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Kantor Cabang Yogyakarta. Hasil ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan Cokorda, I Gede (2018) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Pembangunan Daerah Bali.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Tabungan iB Hijrah Secara Bersama-sama Terhadap Kepuasan Nasabah Cabang Yogyakarta

Hasil pengujian hipotesis ketiga diperoleh nilai F hitung sebesar 37,724 dengan nilai signifikansi 0,000. Dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk tabungan iB Hijrah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Kantor Cabang Yogyakarta. maka semakin tinggi kualitas pelayanan dan kualitas produk maka akan meningkat juga kepuasan nasabah yang menggunakan produk tabungan iB Hijrah pada Bank Muamalat Kantor Cabang Yogyakarta. berdasarkan hasil dari nilai *adjusted R square* (R^2) yang diperoleh sebesar 0,642 (64,2%) mampu menjelaskan bahwa variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk mampu menjelaskan variasi variabel dependen yaitu kepuasan nasabah yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif yang mampu mempengaruhi 64,2% perubahan kepuasan nasabah, sedangkan sisanya sebesar 35,8% dijelaskan variasinya oleh variabel lain diluar model.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak bank untuk memenuhi harapan nasabah dalam bentuk kepedulian dan perhatian, keandalan, daya tanggap, jaminan nasabah dan juga tampilan fisik yang dimiliki bank akan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Dapat diartikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan pihak bank, maka nasabah akan

semakin merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan sudah menjadi suatu keharusan dalam perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapatkan kepercayaan nasabah.

Kualitas produk adalah keseluruhan barang dan jasa yang berkaitan dengan keinginan konsumen yang secara keunggulan produk sudah layak diperjualkan sesuai harapan pelanggan. Produk dapat memuaskan konsumen bila sudah dapat memenuhi atau melebihi keinginan dan harapannya. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Destika (2016) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan produk tabungan iB Hijrah pada PT BNI Syariah KCP Ungaran.

Dalam pemaparan hasil wawancara dapat dikatakan bahwa faktor-faktor yang dibutuhkan untuk menentukan kualitas pelayanan ada beberapa, tetapi yang paling utama adalah service dimana pihak bank harus memiliki *service excellent*. Selain hanya SPO yang Bank Muamalat jalankan harus memberi wacana atau edukasi kepada para nasabah yang bertransaksi, tidak hanya dari produk (tabunga, giro maupun deposito) kita memberikan service yang lebih. Bank Muamalat sebagai akuntannya nasabah harus dijadikannya sebagai konsultan keuangan untuk para nasabahnya. Faktor yang lainnya juga Bank Muamalat menjadi konsultan problem solvingnya bagi para nasabah. Terkadang pejabat bank yang mungkin hanya hubungannya antara bank dengan nasabah untuk hanya datang meminta nasabahnya menabung. Namun, saat ini seharusnya

karyawan Bank Muamalat harus menjadi consulting problem solving dari penyelesaian masalah-masalah keuangan dari para nasabah yang bertransaksi di Bank Muamalat.

Selain itu untuk meningkatkan kualitas pelayanan di Bank Muamalat, pihak bank memang harus memperbaiki internal dan apa kebutuhan para nasabahnya. Dengan ini Bank Muamalat mengadakan survey, meneliti apa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Ada beberapa, yang pertama, memberikan wawasan kepada para karyawan berkaitan dengan bagaimana cara melayani nasabah dengan *service excellent* yang sering dilakukan ialah siap dalam beberapa hari mendapatkan role play sehingga dapat meningkatkan kepercayaan diri untuk berbicara langsung dengan nasabah, selanjutnya dengan cara training sehingga dapat menambah wawasan kepada para karyawan dalam melayani nasabah, dan yang terakhir yaitu memberikan reward bagi karyawan yang menghasilkan hasil yang luar biasa dan bisa menjadi motivasi tersendiri untuk dapat berpengaruh kepada pelayanan nasabah. Dan tidak mungkin seorang nasabah yang tidak terlayani akan memberikan seluruh hartanya atau dananya. Dengan pelayanan inilah maka nasabahkan datang dengan percaya bahwa Bank Muamalat yang terbaik.

Selain dari pihak bank ada juga menurut nasabah memaparkan bahwa pelayanan di Bank Muamalat sudah baik, terutama keramahan para karyawan yang selalu tersenyum dalam menyambut nasabah, kesabarannya dalam menanggapi permasalahan nasabah dan pihak bank

atau para karyawan tidak membeda-bedakan status sosial nasabah. Bank Muamalat memberikan jaminan yang kuat mengenai kualitas pelayanan dan produk-produk yang ditawarkan beraneka ragam dan penuh dengan nilai-nilai yang islami. Tentu lebih percaya dan terjamin bertransaksi disini.