



Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Nasabah Menabung di BTN Syariah Jambi

Ahmad Akbar¹, Bambang Kurniawan², Ahmad Ayahrizal³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi
amdakbar141@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of product quality and service quality on customer preferences at Bank BTN Syariah Jambi. This research employs a quantitative descriptive approach. The type of research is quantitative descriptive. Data were obtained through questionnaires, observations, and documentation. The method used to analyze the data is multiple regression analysis. The sample was selected using purposive sampling, with a total of 90 customers. The results indicate that both product quality and service quality have a partial and simultaneous effect on saving preferences at BTN Syariah Jambi. Simultaneously, there is a positive influence between product quality and service quality variables on customers' saving preferences, with the F-test result showing a significance value of $0.000 < 0.05$. The product quality variable obtained a t-test significance value of $0.000 < 0.05$, and the service quality variable obtained a t-test significance value of $0.011 < 0.05$.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Saving Preferences, BTN Syariah

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap preferensi nasabah di Bank BTN Syariah Jambi. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Jenis penelitian ini ialah deskriptif kuantitatif. Data didapatkan dari penyebaran kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Metode yang digunakan untuk menganalisis data ialah analisis regresi berganda. Sampel penelitian dipilih menggunakan purposive sampling sebanyak 90 nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap preferensi menabung di BTN Syariah Jambi. Secara simultan, terdapat pengaruh positif antara variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan dengan preferensi nasabah menabung dengan hasil uji f diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Sedangkan variabel kualitas produk diperoleh nilai signifikansi uji t $0,000 < 0,05$ dan variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai signifikansi uji t $0,011 < 0,05$.

Kata Kunci: : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Preferensi menabung, BTN Syariah

PENDAHULUAN

Perbankan syariah merupakan industri keuangan syariah yang paling berkembang di Indonesia dibanding industri pasar modal syariah dan industri keuangan non bank syariah. Tujuan pendirian perbankan syariah bukan hanya untuk keuntungan perusahaan tetapi juga berorientasi untuk menciptakan kesejahteraan di masyarakat dan akhirnya dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi Negara (Salahuddin, 2018).

Lembaga keuangan, khususnya perbankan, adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan dana tersebut untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. Sejarah menunjukkan bahwa lembaga keuangan awalnya berfungsi

sebagai jasa penukaran uang. Salah satu fungsi bank syariah sebagai lembaga keuangan adalah memperlancar mekanisme ekonomi, terutama di sektor riil (Yudiana, 2013). Sektor perbankan di Indonesia dibagi menjadi dua kelompok, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Tujuan bank termasuk memberikan informasi keuangan yang dibutuhkan oleh nasabah (Kasmir, 2008). Dalam operasionalnya, perbankan syariah menggunakan sistem bagi hasil yang berdasarkan Al-Qur'an dan Hadis, dengan tujuan menghasilkan keuntungan bagi masyarakat dan pihak bank.

Perkembangan bank syariah di Indonesia dimulai dengan berdirinya Bank Muamalat sebagai pelopor yang menerapkan sistem perbankan Islam di tengah dominasi bank konvensional. Krisis moneter tahun 1998 menyebabkan banyak bank konvensional jatuh dan dilikuidasi, sementara bank syariah tetap eksis, semakin diminati, dan mampu bertahan menghadapi krisis (Trimulato, 2021).

Namun, persaingan yang semakin ketat di industri perbankan, baik konvensional maupun syariah, membuat Bank BTN Syariah Jambi yang berdiri pada tahun 2021 dan baru ada satu cabang di jambi yang harus berfokus pada peningkatan kualitas produk dan kualitas pelayanan agar dapat mempertahankan loyalitas nasabah serta meningkatkan preferensi masyarakat untuk menabung di bank tersebut (Aisyah, 2022). Dalam hal ini, kualitas produk dan kualitas pelayanan menjadi dua faktor utama yang berperan penting dalam mempengaruhi preferensi nasabah.

Tabel 1. Jumlah Nasabah Tabungan BTN Syariah Pada Tahun 2023

No.	Bulan	Jumlah Nasabah	Perkembangan %
1	Februari	42	4.71%
2	Maret	83	9.30%
3	April	103	11.55%
4	Mei	45	5.04%
5	Juni	17	1.91%
6	Juli	88	9.87%
7	Agustus	132	14.80%
8	September	87	9.75%
9	Okttober	153	17.15%
10	November	142	15.92%
Jumlah		892	100

Sumber: BTN Syariah Jambi (2023)

Berdasarkan Tabel 1. dapat menunjukkan bahwa jumlah nasabah BTN Syariah Jambi dalam satu tahun mengalami fluktuatif (tidak stabil). Jumlah secara keseluruhan pada tahun 2023 adalah 892 nasabah dengan rata-rata perkembangan perbulan terdapat fluktuasi yang signifikan sebesar 56,16%. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat jumlah nasabah yang tidak konsisten, sehingga perlu dilakukan analisis faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat menabung di bank BTN Syariah Jambi.

Keputusan nasabah di pengaruhi oleh beberapa faktor seperti kualitas produk di sektor perbankan merujuk pada berbagai aspek yang mencakup keunggulan produk, fitur yang ditawarkan, serta kemudahan yang diberikan kepada nasabah dalam menggunakan produk tersebut. Produk tabungan syariah diharapkan tidak hanya menawarkan keuntungan finansial yang kompetitif, tetapi juga memenuhi prinsip-prinsip syariah. Produk-produk seperti tabungan, deposito, dan pembiayaan yang sesuai dengan syariah diharapkan dapat menarik minat nasabah yang menginginkan transaksi perbankan yang bebas dari unsur riba, gharar (ketidakpastian), dan maysir (perjudian).

Untuk memperluas dan mempercepat perkembangan bank syariah di Indonesia, pemerintah menerbitkan undang-undang tersebut sehingga semua bank umum di Indonesia membuat unit usaha syariah, tidak terkecuali PT. Bank Tabungan Negara Tbk membuka Unit Usaha Syariah dengan

brand BTN Syariah. Namun demikian, berdasarkan Undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah dan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 59 Tahun 2020 tentang Persyaratan dan Tata Cara Pemisahan UUS, PT. Bank Tabungan Negara Tbk harus melakukan spin off dan melepas Unit Usaha Syariah. Unit usaha syariah pada pertengahan 2023 harus dipisah dengan bank konvensional induk dengan beberapa cara, yaitu: mendirikan bank baru, atau menyerahkan aset ke bank syariah yang sudah ada (Rachman, 2024).

Dalam perbankan syariah, kualitas pelayanan juga melibatkan pemahaman terhadap prinsip-prinsip syariah dalam transaksi. Jasa pelayanan merupakan kunci sukses dalam sebuah bisnis jasa termasuk jasa perbankan syariah dan kepuasan tersebut dapat diwujudkan dengan memberikan pelayanan prima (service excellent) bagi nasabah yang datang. Aktivitas pelayanan jasa, merupakan aktivitas yang diharapkan oleh bank syariah untuk dapat meningkatkan pendapatan bank yang berasal dari fee atas pelayanan jasa bank. Beberapa bank berusaha untuk meningkatkan teknologi informasi agar dapat memberikan pelayanan jasa yang memuaskan nasabah. Pelayanan yang dapat memuaskan ialah pelayanan jasa yang cepat dan akurat. Harapan nasabah dalam pelayanan jasa bank ialah kecepatan dan keakuratannya (Solvia, 2023).

Preferensi nasabah dalam memilih bank syariah dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas produk dan pelayanan. Dalam konteks perbankan, preferensi nasabah merujuk pada kecenderungan nasabah untuk memilih dan menggunakan produk atau layanan dari bank tertentu. Preferensi ini biasanya dipengaruhi oleh tingkat kepuasan nasabah terhadap produk dan layanan yang mereka terima. preferensi nasabah dalam memilih pembiayaan bank syariah umumnya juga didasarkan niat kuat untuk melaksanakan syariah Islam, terutama untuk menghindari bunga bank. Penelitian ini menunjukkan bahwa niat yang kuat untuk melaksanakan syariah Islam dan sistem bagi-hasil saja tidak cukup, tetapi juga harus didukung dengan kemudahan persyaratan dan kecepatan proses pemberian pembiayaan kepada calon nasabah. (Sanjani dan Sari, 2021).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap preferensi nasabah untuk menabung di Bank BTN Syariah Jambi. Dengan semakin ketatnya persaingan di industri perbankan, Bank BTN Syariah Jambi harus dapat menawarkan produk dan layanan yang unggul agar dapat menarik dan mempertahankan nasabah.

Kualitas produk yang baik diharapkan dapat memberikan manfaat finansial yang kompetitif serta memenuhi kebutuhan nasabah akan produk yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Di sisi lain, kualitas pelayanan yang baik akan memberikan pengalaman positif bagi nasabah dalam melakukan transaksi, sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan preferensi nasabah terhadap bank tersebut.

Brand BTN Syariah Jambi belum banyak dikenal secara luas oleh masyarakat, karena pada umumnya masyarakat lebih familiar dengan BTN konvensional. Sebagai unit usaha yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah Islam, BTN Syariah belum cukup dipromosikan atau disosialisasikan dibandingkan dengan BTN konvensional yang sudah lama berdiri dan lebih dikenal. Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berharga bagi pengelola Bank BTN Syariah Jambi dalam merumuskan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan loyalitas dan preferensi nasabah.

Penelitian ini menjadi penting mengingat persaingan yang semakin ketat di sektor perbankan, baik syariah maupun konvensional. Bank BTN Syariah Jambi perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi preferensi nasabah agar dapat bersaing dengan bank lain. Kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik diharapkan dapat menjadi kunci untuk menarik lebih banyak nasabah menabung di Bank BTN Syariah Jambi.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Produk dalam Perbankan Syariah

Kualitas produk merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank. Di perbankan syariah, kualitas produk mencakup kepatuhan terhadap prinsip syariah, seperti tidak adanya unsur riba, serta keunggulan produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Produk tabungan syariah diharapkan mampu menawarkan nilai tambah, baik dari sisi keuntungan finansial maupun manfaat spiritual, sehingga dapat menarik minat masyarakat yang menginginkan layanan perbankan yang sesuai dengan ajaran agama (Antonio. 2001).

Kualitas Pelayanan dalam Perbankan Syariah

Pelayanan yang diberikan oleh perbankan syariah merupakan suatu kepuasan bagi nasabah dalam tetap selalu loyal kepada bank dalam menggunakan produk dan jasa yang di pasarkan baik berupa produk penghimpunan dana maupun produk penyaluran dana (pembiayaan), maka keloyalan nasabah sangat tergantung dari pelayanan bank, termasuk didalamnya juga pelayanan yang diberikan bank pembiayaan syariah, dimana yang berhubungan dengan pelayanan kepada masyarakat menengah kecil maupun mikro, sesuai dengan fungsi bank yang melayani skala ekonomi kecil yang berada di pedesaan sesuai dengan titahnya (Naasfi, 2020).

Preferensi dalam Islam

Preferensi dalam Islam terkait dengan teori konsumsi dalam Islam, karena dasar pembahasan preferensi adalah teori perilaku konsumen. Tanpa disadari, dari berbagai komoditas dan jasa yang tersedia, manusia mampu memilih yang sesuai. Ketika membuat pilihan, manusia menentukan nilai relatif dari berbagai komoditas tersebut. Konsumsi dalam Islam selalu berpedoman pada ajaran Islam. Ajaran penting yang berkaitan dengan konsumsi, misalnya adalah anjuran untuk bersikap sederhana dalam membelanjakan harta, seperti yang difirmankan Allah SWT dalam surah Al-Furqan ayat 67 (Karim, 2008).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Disebut penelitian kuantitatif karena penelitian ini digunakan dalam penelitian, proses, hipotesis, ekskusi, analisis data dan penalaran data hingga penulisan dengan pengukuran, perhitungan, rumus dan kepastian data numerik. Pendekatan ini bersifat deskriptif karena bertujuan untuk menghasilkan gambaran yang sistematis, faktual, dan menyeluruh tentang fakta dan karakteristik suatu populasi atau sampel (Sugiyono, 2019).

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian di BTN Syariah Jambi berada di Jl. Hayam Wuruk No.27, Talang Jauh, Kec. Jelutung, Kota Jambi, Jambi 36124. Penelitian ini akan dilakukan dari Bulan Juli hingga September 2024.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Sumber data pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah di BTN Syariah Jambi berjumlah 892 nasabah. Jumlah sampel yang didapatkan adalah 90 nasabah Bank Tabungan Negara Syariah Jambi.

Analisis Data

Analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Adapun hasil karakteristik responden pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Karakteristik Responden

Karakteristik	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin		
Laki-Laki	42	46,67
Perempuan	48	53,33
Umur		
< 18 tahun	0	0,00
18-25 tahun	8	8,89
26-33 tahun	20	22,22
34-41 tahun	30	33,33
≥ 41 tahun	32	35,56
Pendidikan Terakhir		
SD	3	3,33
SLTP/Sederajat	6	6,67
SLTA/Sederajat	30	33,33
Diploma	17	18,89
S1	29	32,22
S2/S3	5	5,56
Pekerjaan		
Pelajar/Mahasiswa	2	2,22
Karyawan Negeri Sipil (PNS)	9	10,00
Wiraswasta	35	38,89
Swasta	25	27,78
Lain-lain	19	21,11
Penghasilan		
< Rp.1.000.000,00	9	10,00
Rp.1.000.000,00-Rp.2.500.000,00	18	20,00
Rp.2.600.000,00-Rp.5.000.000,00	39	43,33
≥ Rp.5.000.000,00	24	26,67

Hasil Uji Asumsi Klasik

Adapun hasil uji asumsi klasik pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

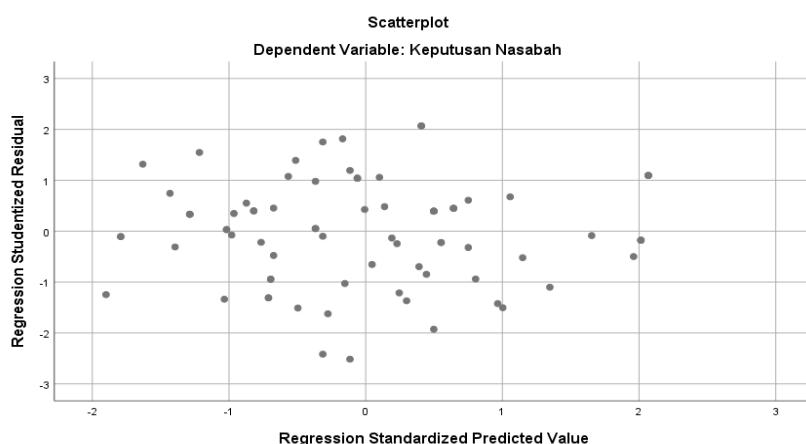
		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,31474670
Most Extreme Differences	Absolute	0,077
	Positive	0,072
	Negative	-0,077
Test Statistic		0,077
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat dilihat nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* (0,200) > 0,05 maka dapat diartikan bahwa data berdistribusi normal.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
X ₁	0,243	4,112
X ₂	0,243	4,112

Berdasarkan Tabel 4.9, terlihat bahwa nilai VIF < 10 dan nilai tolerance > 0,1 dengan demikian maka dapat diartikan bahwa semua variabel Kualitas Produk (X₁) dan variabel Kualitas Pelayanan (X₂) tidak terjadi multikolinearitas sehingga proses analisis dapat dilanjutkan.



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Grafik di atas menunjukkan bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini tidak terjadi heterokedastisitas, sehingga proses analisis dapat dilanjutkan.

Model Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	B	Std. Error
Konstanta	7,169	1,230
Kualitas Produk (X ₁)	0,402	0,037
Kualitas Pelayanan (X ₂)	0,159	0,061

Adapun persamaan regresi linear yang terbentuk adalah:

$$Y = 7,169 + 0,402 X_1 + 0,159 X_2$$

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 6. Hasil Uji F

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1083,980	2	541,990	306,504	0,000
Residual	153,842	87	1,768		
Total	1237,822	89			

Berdasarkan Tabel 4.11 hasil uji F dengan bantuan perhitungan dari program SPSS 25, maka terlihat bahwa dalam uji F statistik ini menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X_1) dan variabel Kualitas Pelayanan (X_2) secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel Preferensi Nasabah (Y).

Tabel 7. Hasil Uji t

Variabel	t	Sig.
Konstanta	5,827	0,000
X1	10,860	0,000
X2	2,592	0,011

Sumber: Data Olah, 2024

Nilai t-hitung dibandingkan dengan t-tabel dengan $\alpha = 0,05$ dan $df=89$ diperoleh nilai t-tabel = 1,66216. Berdasarkan Tabel 4.12 hasil pengujian yang telah dilakukan diperoleh. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, diperoleh nilai:

1) Kualitas Produk (X_1) terhadap Preferensi Nasabah (Y)

Nilai signifikansi variabel Kualitas Produk (X_1) adalah sebesar kualitas produk (X_1) yaitu $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $10,860 > 1,66216$. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap preferensi nasabah pada BTN Syariah dengan nilai signifikan yang lebih kecil dari nilai probabilitas.

2) Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Preferensi Nasabah (Y)

Nilai signifikansi variabel Kualitas Pelayanan (X_2) adalah sebesar kualitas pelayanan (X_2) yaitu $0,011 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $2,592 > 1,66216$. Hasil perhitungan tersebut menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Preferensi Nasabah pada BTN Syariah dengan nilai signifikan yang lebih kecil dari nilai probabilitas.

Tabel 8. Hasil Koefisien Determinan

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,936	0,876	0,873

Sumber: Data Olah, 2024

Pada Tabel diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar $0,873 = 87,3\%$. Ini berarti variabel Kualitas Produk (X_1) dan variabel Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh terhadap variabel Preferensi Nasabah pada BTN Syariah sebesar 87,3% dan sisanya sebesar 12,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Preferensi Nasabah pada BTN Syariah

Kualitas produk dalam sektor perbankan mengacu pada keunggulan dan manfaat layanan keuangan yang ditawarkan bank kepada nasabah, yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan harapan mereka secara optimal. Di perbankan syariah, seperti BTN Syariah, kualitas produk mencakup kepatuhan pada prinsip-prinsip syariah, transparansi, keamanan, serta berbagai layanan yang bebas riba dan mendukung kesejahteraan finansial nasabah sesuai ajaran Islam. Produk-produk berkualitas, seperti tabungan, pembiayaan, dan investasi berbasis syariah, dinilai dari kemudahan akses, fleksibilitas, keuntungan, dan fitur-fitur tambahan yang memberikan nilai lebih bagi nasabah. Kualitas produk yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan nasabah tetapi juga mendorong loyalitas dan preferensi mereka untuk terus menabung di bank tersebut.

Berdasarkan hasil perhitungan, nilai signifikansi variabel kualitas produk (X1) yaitu $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $10,860 > 1,66216$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap preferensi nasabah pada BTN Syariah. Selanjutnya, kualitas produk memiliki hubungan positif terhadap preferensi nasabah pada BTN Syariah. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi nilai kualitas produk tentang BTN Syariah maka akan semakin meningkatkan preferensi nasabah pada BTN Syariah.

Ketika produk perbankan memenuhi kebutuhan nasabah dengan fitur yang andal, mudah diakses, dan sesuai ekspektasi, nasabah lebih cenderung memiliki preferensi kuat untuk menggunakan produk tersebut secara berkelanjutan. Dalam konteks perbankan syariah, produk yang sesuai prinsip-prinsip syariah dan memberikan nilai tambah juga menarik minat nasabah yang mengutamakan layanan sesuai ajaran agama mereka. Oleh karena itu, kualitas produk yang baik dapat menjadi faktor utama yang membentuk preferensi nasabah terhadap bank, karena menciptakan pengalaman positif yang mendorong loyalitas dan keputusan mereka dalam memilih produk.

Penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi¹ bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah. Pengaruh produk bank terhadap preferensi utama menabung pada perbankan syariah adalah produk yang inovatif. Produk bank yang inovatif di perbankan syariah memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi utama nasabah untuk menabung karena menawarkan solusi yang relevan dengan kebutuhan modern sambil tetap mengikuti prinsip syariah. Inovasi dalam produk, seperti tabungan berbasis bagi hasil atau investasi yang bebas riba, tidak hanya meningkatkan daya tarik tetapi juga memenuhi nilai-nilai yang dicari nasabah, sehingga mereka lebih memilih layanan bank syariah.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Nasabah pada BTN Syariah

Kualitas pelayanan di sektor perbankan adalah faktor penting yang mencakup kecepatan, ketepatan, keramahan, dan keandalan layanan yang diberikan kepada nasabah dalam setiap interaksi dengan bank. Dalam perbankan, pelayanan berkualitas tinggi berarti nasabah merasa dihargai, dilayani dengan cepat dan efisien, serta didukung oleh petugas yang profesional dan responsif. Di bank syariah seperti BTN Syariah, kualitas pelayanan juga melibatkan kepatuhan pada prinsip syariah dan transparansi yang memperkuat kepercayaan nasabah. Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan nasabah, membangun loyalitas, dan menjadi daya tarik utama bagi nasabah baru untuk memilih dan mempertahankan layanan bank tersebut.

Berdasarkan hasil perhitungan, nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan (X2) yaitu $0,011 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $2,592 > 1,66216$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap preferensi nasabah pada BTN Syariah. Selanjutnya, kualitas pelayanan memiliki hubungan positif terhadap preferensi nasabah pada BTN Syariah. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang berikan oleh pihak bank maka akan semakin meningkatkan preferensi nasabah pada BTN Syariah.

Kualitas pelayanan yang baik memiliki hubungan positif terhadap preferensi nasabah karena layanan yang memuaskan dapat meningkatkan pengalaman dan kenyamanan nasabah, mendorong mereka untuk terus memilih bank tersebut sebagai penyedia layanan keuangan.

¹ Anggriani Dewi, Faktor-Faktor yang Memengaruhi Preferensi Nasabah Terhadap Bank Syariah di Kota Palopo, *Jurnal Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Patopo*, Vol.04 No.02 (2018), 9

Dalam perbankan, pelayanan yang responsif, ramah, dan cepat menciptakan perasaan dihargai dan diprioritaskan, yang memperkuat kepercayaan nasabah terhadap bank. Di perbankan syariah, kualitas pelayanan yang juga mempertimbangkan prinsip-prinsip syariah menambah nilai bagi nasabah yang memprioritaskan kesesuaian dengan keyakinan mereka. Dengan demikian, pelayanan yang unggul tidak hanya membuat nasabah merasa puas, tetapi juga memperkuat preferensi mereka untuk tetap menggunakan produk dan layanan bank tersebut secara berkelanjutan.

Penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyuningsih² bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah. Kualitas pelayanan yang baik secara positif dan signifikan mempengaruhi preferensi nasabah, karena pelayanan yang cepat, ramah, dan profesional membuat nasabah merasa dihargai dan nyaman dalam bertransaksi. Kepuasan yang dihasilkan dari pengalaman layanan yang baik cenderung meningkatkan kecenderungan nasabah untuk memilih, menggunakan, dan merekomendasikan layanan bank tersebut.

3. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Nasabah pada BTN Syariah

Preferensi nasabah merupakan kecenderungan atau pilihan nasabah dalam menentukan bank yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka dalam layanan keuangan. Faktor-faktor yang memengaruhi preferensi ini meliputi kualitas produk dan kualitas pelayanan yang harus memiliki kesesuaian produk dan layanan dengan nilai-nilai pribadi nasabah, seperti prinsip syariah bagi nasabah bank syariah. Nasabah cenderung memiliki preferensi terhadap bank yang menawarkan pengalaman positif dan memenuhi kebutuhan mereka dengan tepat, seperti kecepatan layanan, keamanan transaksi, inovasi produk, dan kenyamanan dalam berinteraksi dengan bank. Preferensi nasabah ini penting bagi bank karena dapat memengaruhi loyalitas, frekuensi transaksi, dan kecenderungan mereka untuk merekomendasikan bank kepada orang lain.

Berdasarkan hasil uji-F diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap preferensi nasabah pada BTN Syariah. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kualitas produk dan kualitas pelayanan bank maka akan semakin meningkatkan preferensi nasabah pada BTN Syariah.

Selain itu, berdasarkan koefisien determinasi mengindikasikan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi preferensi nasabah pada BTN Syariah sebesar 87,3%. Hal ini cukup menjelaskan bahwa preferensi nasabah pada BTN Syariah dapat meningkat baik dengan mempertimbangkan kualitas produk dan kualitas pelayanan. Kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik memiliki hubungan positif terhadap preferensi nasabah karena kedua faktor ini memberikan pengalaman yang memuaskan dan memenuhi ekspektasi nasabah. Produk yang berkualitas tinggi, relevan, dan sesuai dengan kebutuhan nasabah membuat mereka lebih tertarik untuk memilih dan menggunakan layanan bank secara berkelanjutan.

Di sisi lain, pelayanan yang ramah, responsif, dan profesional meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan nasabah, memperkuat kecenderungan mereka untuk terus menggunakan

² Inka Wahyuningsih, Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung di Bank Syariah Pada Mahasiswa Febi UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, *Skripsi*, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, 87

layanan bank tersebut. Terutama dalam perbankan syariah, produk yang inovatif dan sesuai prinsip syariah, didukung oleh pelayanan berkualitas, menambah nilai yang dicari nasabah, sehingga memperkuat preferensi mereka. Secara keseluruhan, kualitas produk dan pelayanan yang unggul mampu mendorong loyalitas dan memperkokoh preferensi nasabah terhadap bank. Penelitian ini relavan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasanah³ bahwa secara bersama-sama variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap preferensi nasabah Bank Syariah. Produk-produk yang dihasilkan bank harus sesuai dengan kebutuhan, maka nasabah akan tetap memilih bank tersebut dan tidak pindah ke bank lainnya. Selain itu nasabah akan tertarik untuk memilih bank tersebut jika nasabah merasa bahwa produk perbankan dapat memenuhi kebutuhannya. Nasabah akan menyenangi produk yang menawarkan mutu dan kinerja yang baik serta keistimewaan yang mencolok serta nasabah selalu menilai suatu pelayanan yang diterimanya dan dibandingkan dengan apa yang diharapkan atau diinginkan

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan mengenai “**Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Nasabah Menabung di BTN Syariah Jambi**” maka dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap preferensi nasabah pada BTN Syariah Jambi dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Jika kualitas produk semakin meningkat maka preferensi nasabah pada BTN Syariah juga akan meningkat. Kualitas pelayanan memiliki perngaruh terhadap preferensi nasabah pada BTN Syariah Jambi dengan nilai signifikansi sebesar $0,011 < 0,05$. Jika kualitas pelayanan semakin meningkat maka preferensi nasabah pada BTN Syariah juga akan meningkat. Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap preferensi nasabah pada BTN Syariah Jambi. Berdasarkan koefisien determinasi mengindikasikan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi preferensi nasabah pada BTN Syariah sebesar 87,3%

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Nur Rianto Al Arif, dan Euis. *Teori Mikroekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional*. Kencana, 2010.
- Andrianto, SE, M.Ak, & Dr. Anang Firmansyah, SE, MM. *Manajemen Bank Syariah*. UPP STIM. YKPN, 2011.
- Andrianto, SE., M. Ak., & Dr. M. Anang Firmansyah, SE., MM. *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori Dan Praktek)*. Qiara Media, 2019.
- Anita, Siska Yuli. *Preferensi Nasabah Pada Produk Bank Syariah Berdasarkan Religiusitas dan kualitas layanan*. Bali: CV Intelektual Manifes Media, 2024.
- Antonio, M. S. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Gema Insani Press, 2001.
- Arif, Nur Rianto Al. *Teori Mikroekonomi*. Kencana, 2014.
- Burhan, Umar. *Perilaku Rumah Tangga Muslim Dalam Menabung, Berinvestasi, Dan Menyusun Portofolio Kekayaan*. UB Press, 2012.
- DR. A. Wangsawidjaja Z., SH., M.H. *Pembentukan Bank Syariah*. PT Gramedia Pustaka Utama, 2012.
- Indrasari, M. *Pengantar Manajemen (Konsep Dan Pendekatan Teoritis)*. Surabaya: Unitomo Press. 2019.

³ Hasanah, Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang pada Bank Syariah. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, Vol.4 No.1 (Juni 2019), 487

- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2017.
- Karim, Adiwarman. *Ekonomi Mikro Islam*, 5th edn. PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- Kartajaya, H. *Marketing Syariah*, 2014.
- Kasmir. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*. PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- Khoirudin, Madnasir. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Seksi Penerbitan Fakultas Syariah IAIN Raden Intan Lampung, 2012.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Prehalindo, 10th edn, 2000.
- Kotler, Philip. *Marketing Management*. Pearson, 2018.
- Mas'ud, R. Strategi Membangun Loyalitas Nasabah Perbankan Syariah. Mataram: UIN Mataram Press, 2019.
- Mappiare, Andi. *Psikologi Orang Dewasa Bagi Penyesuaian Dan Pendidikan*. Usana Offsetprinting, 1994.
- Muchar, Bunstari. *Bank Dan Lembaga Keuangan*. Kencana, 2013.
- Poerwadaminta, W.J.S. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, III. Balai Pustaka, 2006.
- Prof. Dr. Abdul Ghofur Anshori, S.H., M.H. *Perbankan Syariah Di Indonesia*. Gajah Mada University Press, 2018.