

## **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DAN IMPLIKASINYA TERHADAP CITRA MEREK PRODUK JASA TABUNGAN IB MUAMALAT HAJI DAN UMRAH**

**Eka Khaerull Fakhmy**

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Langlangbuana  
**fakhmyeka19@gmail.com**

**Abstrak:** Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan metode verifikatif. Variabel bebas adalah Kualitas Pelayanan sedangkan variabel terikat adalah Kepuasan Nasabah dan Citra Merek. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara dan studi kepustakaan. Metode analisis menggunakan Regresi Linear Berganda, Uji Validitas dan Uji Reliabilitas, Uji t hipotesis, dan koefisien determinasi. Dengan menggunakan program SPSS Versi 22. Hasil analisis regresi linear berganda menyimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah yang berimplikasi terhadap Citra Merek. Besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah secara parsial dan besarnya pengaruh Kepuasan nasabah terhadap citra merek secara parsial adalah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan nasabah sebagai variabel intervening yang memperkuat implikasinya terhadap citra merek.  
**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Merek.

---

**Abstract :** The method used in this research is descriptive method and verifikatif method. The independent variable is Service Quality while the dependent variable is Customer Satisfaction and Brand Image. Data collection techniques used questionnaires, interviews and literature studies. Analysis method using Multiple Linear Regression, Validity Test and Reliability Test, Hypothesis t test, and coefficient of determination. Using SPSS Version 22 program. The results of multiple linear regression analysis concluded that Service Quality affects Customer Satisfaction that has implications on Brand Image. The amount of influence Quality of Service to Customer Satisfaction partially and the influence of customer satisfaction on the brand image partially is the Quality of Service affects customer satisfaction as intervening variables that strengthen the implication to Brand Image.  
**Keywords:** Service Quality, Customer Satisfaction and Brand Image.

---

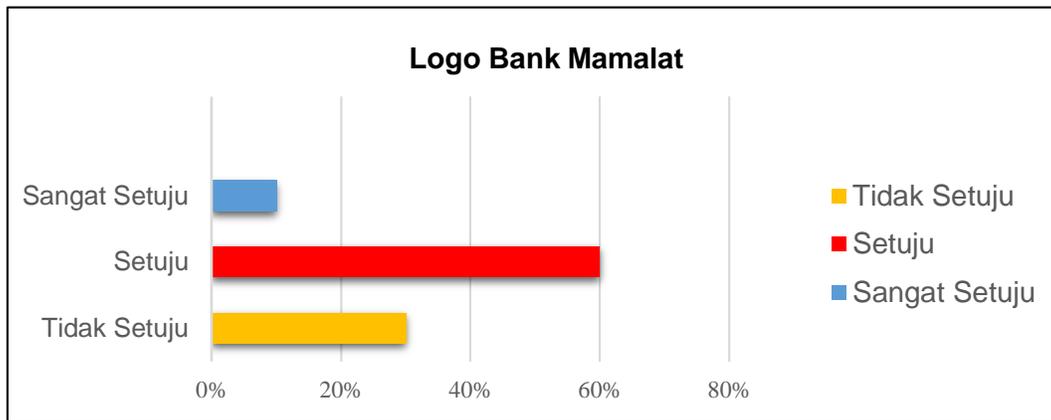
### **PENDAHULUAN**

Saat ini industri jasa perbankan syariah di Indonesia berkembang sangat cepat, dan persaingannya semakin kompetitif. Meski mengalami perkembangan yang pesat, dalam praktiknya bentuk kegiatan usaha, produk, dan jasa perbankan syariah yang secara konseptual tidak berdasar pada bunga kurang dimengerti oleh masyarakat, yang menyebabkan kurangnya minat masyarakat untuk menggunakan bank syariah. Salah satu perusahaan perbankan syariah di Indonesia adalah PT.Bank Muamalat Indonesia yang merupakan lembaga

keuangan yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yang dalam lalu lintas kegiatannya adalah memberikan pendanaan, pembiayaan dan jasa yang tidak jauh beda dengan bank konvensional lainnya, bank syariah masih menggunakan produk tabungan, deposito dan giro, salah satu perbedaannya seperti sistem bagi hasil pada bank syariah dan sistem bunga pada bank konvensional. Perusahaan jasa perbankan menjadikan citra sebagai alat pemikat dalam mempertahankan nasabah. Bertujuan untuk memperlihatkan Image-nya, karena dengan image yang bagus akan memberi

nilai tambah bagi perusahaan dan juga membuat para nasabah percaya, senang dan betah bila kondisi tempat perusahaan itu memberikan suasana yang nyaman. Selain itu, dalam konsep pemasaran, citra merek sering direferensikan sebagai aspek psikologis, yaitu citra yang dibangun dalam alam bawah sadar nasabah melalui informasi dan ekspektasi yang diharapkan melalui produk jasa yang diberikan. Untuk itulah pembangunan sebuah citra merek, terutama citra yang positif menjadi salah satu hal yang penting. Sebab tanpa citra yang kuat dan positif, sangatlah sulit bagi perusahaan untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan yang sudah ada. Bank Muamalat yang dikenal sebagai pelopor (pioneer) perbankan syariah di Indonesia menimbulkan ekspektasi yang besar dengan anggapan Bank Muamalat lebih berpengalaman dari bank berbasis syariah lainnya, munculah stigma bahwa Bank Muamalat menggambarkan rasa percaya (trust) dengan sistem syariah yang sudah diberikan terhadap para nasabahnya sehingga menjadi andalan bagi bank untuk merealisasikan ekspektasi nasabah sekaligus mengembangkan citra merek yang lebih baik. Logo Bank Muamalat dengan ciri khas tulisan Arabnya karena merupakan peranan penting untuk memperkenalkan status bank syariah yang identik dengan keislamiannya seakan-akan kepercayaan

nasabah semakin meningkat dan bangga telah menjadi salah satu bagian dari bank tersebut dan dengan logo ini pun perusahaan bisa menarik lagi nasabah yang baru, tetapi halnya dengan logo yang sederhana dan mudah diingat akan selalu melekat didalam benak nasabah dan masyarakat umum lainnya. Begitu pula dengan Bank Muamalat Capem Cicadas selain untuk mewujudkan rasa percaya kepada nasabah dan membangun citra merek yang positif sekaligus mempertahankan dan menarik nasabah baru, perusahaan selalu meningkatkan kepuasan terhadap nasabahnya tergantung bagaimana tingkat pelayanan yang diberikan, hal ini pun terlihat dari sambutan hangat keramahan para karyawannya serta memberikan rasa senang, nyaman dan betah saat nasabah sedang mengantri atau pun bertransaksi didalam bank. Meskipun peningkatan pelayanan telah dianggap maksimal oleh pihak perusahaan belum tentu dapat memberikan kepuasan bagi nasabah, karena tingkat pelayanan yang diberikan oleh bank dengan pelayanan yang di terima dengan tujuan memberikan kepuasan bagi nasabahnya akan mempengaruhi penilaian citra merek bank itu sendiri. Berdasarkan data yang di himpun pada saat melakukan Pra Survey diketahui ke 10 Responden, diketahui data sebagai berikut :

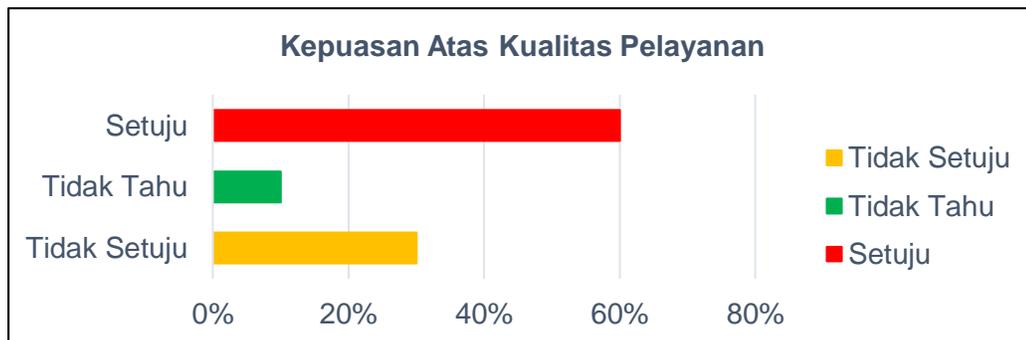


**Gambar 1. Penilaian Responden terhadap Citra Merek pada Produk Jasa Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Capem Cicadas Kota Bandung**

Sumber: Data yang telah diolah penulis

Dari grafik diatas, diketahui bahwa ketika responden diberikan pernyataan terhadap logo Bank Muamalat ternyata responden menjawab 30% tidak setuju, 60% menjawab setuju dan 10% menjawab sangat setuju. Ini menunjukkan adanya masalah karena nasabah tidak tertarik dengan logo Bank Muamalat dikarenakan logo tersebut rumit untuk diingat nasabah. Kepuasan nasabah merupakan faktor utama dalam menilai kualitas pelayanan, dimana nasabah menilai kinerja yang diterima dan dirasakan langsung terhadap pelayanan yang diberikan, ini ditentukan oleh

bagaimana tingkat kesesuaian antara respon yang diberikan dengan yang diharapkan oleh nasabah. Semakin tinggi kualitas pelayanan akan semakin meningkat kepada kepuasan nasabah selanjutnya akan berdampak positif perilaku niat seseorang dalam menyikapi hal itu begitu pun sebaliknya semakin rendah kualitas pelayanan yang diberikan akan semakin menurun kepuasan nasabah dan akan berdampak negatif kepada perusahaan itu. Berdasarkan data yang di himpun pada saat melakukan Pra Survey diketahui ke 10 Responden, diketahui data sebagai berikut :

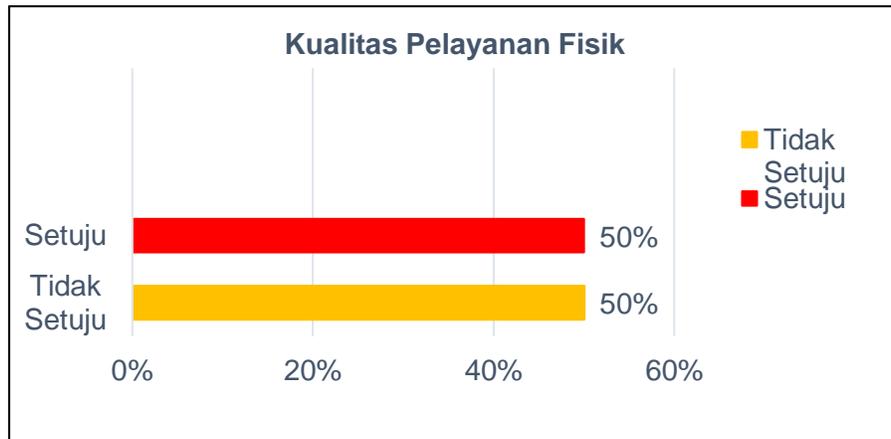


**Gambar 2. Penilaian Responden Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Capem Cicadas Kota Bandung**

Sumber: Data yang telah diolah penulis

Dari diagram diatas, diketahui bahwa ketika responden diberikan pernyataan terhadap kepuasan atas kualitas pelayanan ternyata nasabah menjawab tidak setuju 30%, tidak tahu 10% dan 60% menjawab setuju. Ini menunjukkan adanya masalah karena dalam pelayanan kurangnya ketersediaan peralatan yang modern seperti tidak tersedianya mesin antrian dan tidak ada layar informasi antrian. Kualitas pelayanan prima sangat diutamakan oleh Bank Muamalat Capem Cicadas terhadap nasabahnya, hal ini terlihat dari senyum, sapa, dan salam para karyawan selain itu untuk mewujudkan kepuasan terhadap nasabah melalui fasilitas fisik seperti tata

ruang, tempat parkir, suhu udara AC, mesin ruang ATM, dan terjaganya kebersihan, dengan itu nasabah pun merasa aman, nyaman, dan betah saat berada di bank disamping itu fasilitas peralatan perbankan yang modern juga sangat membantu nasabah dalam mengantri dan bertransaksi agar lebih efektif dalam menjalaninya, dengan memberikan kualitas pelayanan yang prima sehingga tingkat kepuasan nasabah semakin tinggi agar citra bank tersebut tetap baik dalam penilaian nasabahnya. Berdasarkan data yang di himpun pada saat melakukan Pra Survey diketahui ke 10 Responden, diketahui data sebagai dihalaman berikut :



**Gambar 3. Penilaian Responden Terhadap Kualitas Pelayanan Nasabah Bank Muamalat Capem Cicadas Kota Bandung**

*Sumber:* Data yang telah diolah penulis

Dari grafik diatas, diketahui bahwa ketika responden diberikan pernyataan terhadap kualitas pelayanan fisik ternyata nasabah menjawab tidak setuju 50% dan 50% menjawab setuju. Ini menunjukkan adanya masalah karena dalam pelayanan fisik seperti kurang luasnya ruang antrian, tempat parkir terlalu kecil, minimnya kursi antrian, dan suhu ruang ATM panas hal ini membuat nasabah tidak nyaman saat bertransaksi atau mengantri di ruangan Bank tersebut. Berdasarkan uraian latar

belakang di atas maka akan dilakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Implikasinya Terhadap Citra Merek Bank Muamalat Capem Cicadas".

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan nasabah Bank Muamalat Capem Cicadas

2. Untuk mengetahui bagaimana kepuasan nasabah Bank Muamalat Capem Cicadas.
3. Untuk mengetahui bagaimana citra merek Bank Muamalat Capem Cicadas.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Capem Cicadas.
5. Untuk mengetahui berapa besar implikasi kepuasan nasabah terhadap citra merek pada Produk Jasa Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Capem Cicadas.

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Tjiptono & Chandra (2016) konsep kualitas dianggap sebagai ukuran kesempurnaan sebuah produk atau jasa yang terdiri dari kualitas desain dan kualitas kesesuaian (*conformance quality*). Kualitas desain merupakan fungsi secara spesifik dari sebuah produk atau jasa, kualitas kesesuaian adalah ukuran seberapa besar tingkat kesesuaian antara sebuah produk atau jasa dengan persyaratan atau spesifikasi kualitas yang ditetapkan sebelumnya

Terdapat lima dimensi pokok untuk mengukur kualitas layanan. Dimensi pokok tersebut antara lain:

1. Reliabilitas (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan dengan segera dan tanggap.
3. Jaminan (*Assurance*), berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan dalam menumbuhkan

4. rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*).
4. Empaty (*Empathy*), berarti memahami masalah para pelanggan dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan.
5. Bukti Fisik (*Tangibles*), berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas pelayanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi/sarana komunikasi.

### **Kepuasan Konsumen**

Menurut Kotler & Keller (2012) menandakan bahwa kepuasan adalah "perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipresepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka". Apabila kinerja berada di atas persepsi konsumen, maka konsumen akan sangat puas dan demikian pula sebaliknya apabila kinerja yang ada berada di bawah persepsi konsumen, maka konsumen akan kecewa. Kotler & Keller (2012) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, antara lain :

1. Sistem Keluhan dan Saran  
Suatu perusahaan yang berorientasi pada pelanggan akan memberikan kesempatan yang luas pada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar dan lain-lain.
2. *Ghost Shopping (Mystery Shopping)*  
Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan

potensial. Sebagai pembeli potensial terhadap produk dari perusahaan dan juga dari produk pesaing.

3. Survei Kepuasan Pelanggan

Sebagian besar riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik survei melalui pos, telepon, e-mail, website, maupun wawancara langsung. Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan balikan secara langsung (*feedback*) dari pelanggan dan juga akan memberikan kesan positif terhadap para pelanggannya.

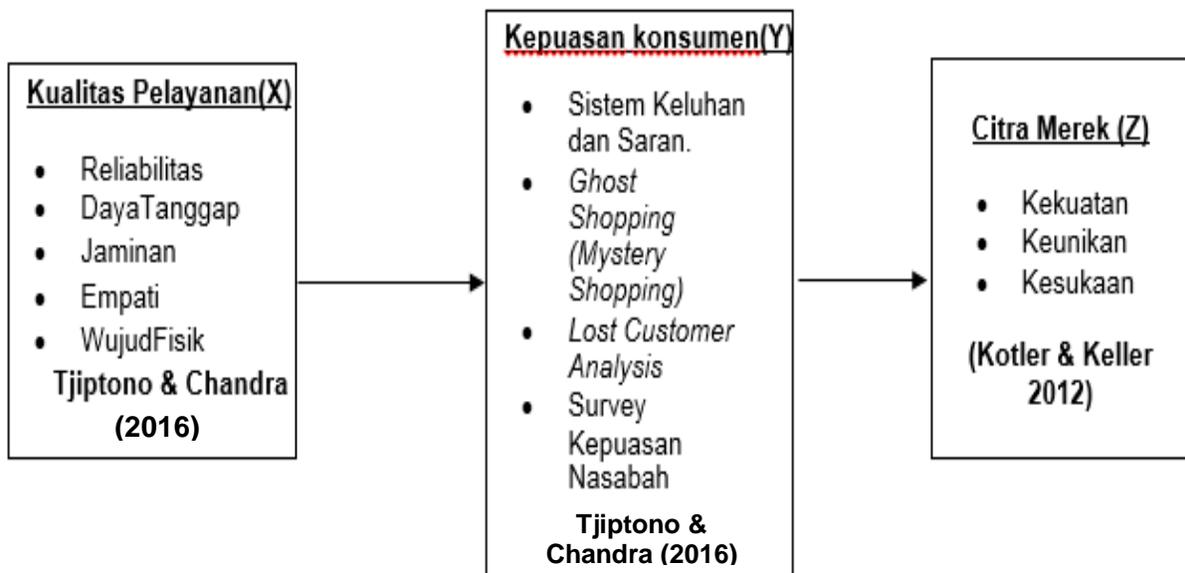
**Citra Merek**

Menurut Kotler & Keller (2012) citra merek merupakan “*perceptions and beliefs held by consumers. As reflected in the association held in consumer memory*”. Yaitu “persepsi dan keyakinan konsumen, seperti tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam memori konsumen”.

Menurut pendapat Kotler & Keller (2012) pengukuran citra merek dapat

dilakukan berdasarkan pada aspek sebuah merek, yaitu:

1. Kekuatan (*Strengthness*)  
 Kekuatan dalam hal ini adalah keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh merek yang bersifat fisik yang tidak ditemukan pada merek lainnya.
2. Keunikan (*Uniqueness*)  
 Keunikan adalah kemampuan untuk membedakan sebuah merek diantara merek lainnya. Keunikan ini muncul dari atribut produk yang menjadi kesan unik atau diferensiasi antara produk satu dengan produk lainnya yang memberikan alasan bagi konsumen bahwa mereka harus membeli produk tersebut.
3. Kesukaan (*Favorable*)  
 Untuk memilih mana yang disukai dan unik yang berhubungan dengan merek, pemasar harus menganalisis dengan teliti mengenai konsumen dan kompetisi untuk memutuskan posisi terbaik bagi merek tersebut.



**Gambar 4. Kerangka Pemikiran**

Sumber: Data yang telah diolah penulis

Adapun hipotesis yang telah diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Kualitas Pelayanan di PT Bank Muamalat Indonesia Capem Cicadas dianggap kurang baik.
2. Kepuasan nasabah di PT Bank Muamalat Indonesia Capem Cicadas dianggap kurang puas.
3. Citra Merek di PT Bank Muamalat Indonesia Capem Cicadas dianggap kurang baik.
4. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Indonesia Capem Cicadas
5. Kepuasan nasabah berimplikasi terhadap Citra Merek Pada Produk Jasa Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Capem Cicadas.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dengan metode deskriptif dan metode verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Sehingga penelitian dapat mengetahui nilai dari suatu variabel dan menguji kebenaran Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Implikasinya Terhadap Citra Merek Bank Muamalat Capem Cicadas.

Pada penelitian ini sampel adalah nasabah produk jasa Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Capem Cicadas Kota Bandung yang berjumlah 88 orang dengan menggunakan Non Probability Sampling dengan teknik Accidental Sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara dan studi kepustakaan. Metode analisis menggunakan Regresi Linear Berganda, Uji Validitas dan Uji Reliabilitas, Uji t hipotesis, dan koefisien determinasi. Dengan menggunakan program SPSS Versi 22.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 1. Analisis Regresi Linear Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardize t	Sig.	
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,569	3,415	1,338	,185	
	Kualitas Pelayanan	,199	,060	,303	,001	
	Kepuasan Nasabah	,545	,094	,532	,000	

a. Dependent Variable: Citra Merek

Sumber: Data yang telah diolah menggunakan SPSS. 22

## Uji Parsial Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Tabel 2. Uji Parsial

Model		Coefficients <sup>a</sup>				Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	
		B	Std. Error			
1	(Constant)	13,430	3,661		3,669	,000
	Kualitas Pelayanan	,408	,053	,637	7,667	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data yang telah diolah menggunakan SPSS. 22

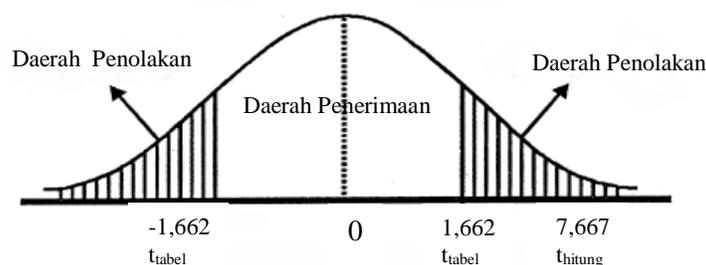
Untuk menguji makna (*test of significance*) koefisien jalur yang telah dihitung, maka perlu dirumuskan terlebih dahulu hipotesis sebagai berikut :

Ho :  $P_{yx} = 0$  artinya Kualitas Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah.

Ha :  $P_{yx} \neq 0$  artinya Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah.

$t_{tabel}$  : dicari di dalam tabel distribusi t dengan ketentuan sebagai berikut,  $\alpha = 0,05$  dan  $dk = (n-k-1)$  atau  $88-1-1=86$ , yaitu sebesar 1,66277

Pada tabel Coefficient dihalaman sebelumnya diperoleh  $t_{hitung}$  Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah. Nilai Kepuasan Nasabah = 7,667 > 1,662



Gambar 5. Kurva Uji t (Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah)

Sumber: Data yang telah diolah penulis

Dengan demikian maka hipotesis uji t variabel berpengaruh secara positif dan dapat diterima. Artinya Kualitas

Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Capem Cicadas Kota Bandung.

**Koefisien Determinasi**

**Tabel 3. Koefisien Determinasi (Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah)**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	,719 <sup>a</sup>	,516	,513	4,08986

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber: Data yang telah diolah menggunakan SPSS. 22

$$Kd = (r^2) \times 100\%$$

$$= (0,719^2) \times 100\%$$

$$= 51,6\%$$

Oleh karena itu dapat diartikan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah sebesar

51,6% (*R square*) dan dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti sebesar 48,4%. Besarnya pengaruh yang diterima oleh Kepuasan Nasabah (Y) dari Kualitas Pelayanan dinyatakan dengan variabel residu ( $\epsilon$ ) adalah  $R^2_{yx,.,yx} + \rho_{y\epsilon} = 51,6\% + 48,4\% = 100\%$ .

**Uji Parsial Kepuasan Nasabah Berimplikasi Terhadap Citra Merek Pada Produk Jasa Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah Bank Muamalat Capem Cicadas Kota Bandung**

**Tabel 4. Uji Parsial**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>					
Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	9,964	3,173	3,140	,002
	Kepuasan Nasabah	,743	,076	,725	,000

a. Dependent Variable: Citra Merek

Sumber: Data yang telah diolah menggunakan SPSS. 22

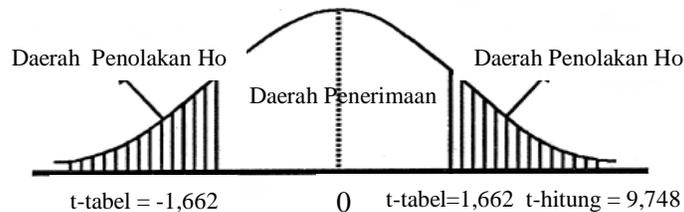
Untuk menguji makna (*test of significance*) koefisien jalur yang telah dihitung, maka perlu dirumuskan terlebih dahulu hipotesis sebagai berikut :

Ho :  $P_{yz} = 0$  artinya Kepuasan Nasabah secara parsial tidak Berimplikasi Terhadap Citra Merek.

Ho :  $P_{yz} \neq 0$  artinya Kepuasan Nasabah secara parsial Berimplikasi Terhadap Citra Merek.

$t_{tabel}$  : dicari di dalam tabel distribusi t dengan ketentuan sebagai berikut,  $\alpha = 0,05$  dan  $dk = (n-k-1)$  atau  $88-1-1=86$ , yaitu sebesar 1,66277

Pada tabel Coefficient dihalaman sebelumnya diperoleh  $t_{hitung}$  Kepuasan Nasabah terhadap Citra Merek yaitu sebesar . Nilai Kepuasan Nasabah =  $9,748 > 1,662$



**Gambar 6. Kurva Uji t Untuk (Kepuasan Nasabah Berimplikasi Terhadap Citra Merek)**

Sumber: Data yang telah diolah penulis

Dengan demikian maka hipotesis uji t variabel berpengaruh secara positif dan dapat diterima. Artinya Kepuasan Nasabah berimplikasi terhadap Citra Merek Pada Produk Jasa Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah Bank Muamalat Capem Cicadas Kota Bandung.

#### Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah analisis statistik yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah.

**Tabel 5. Koefisien Determinasi (Kepuasan Nasabah Berimplikasi Terhadap Citra Merek)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,725 <sup>a</sup>	,525	,519	4,09084

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah

Sumber: Data yang telah diolah menggunakan SPSS. 22

$$Kd = (r^2) \times 100\% \\ = (0,725^2) \times 100\% \\ = 52,5\%$$

Oleh karena itu dapat diartikan bahwa Kepuasan Nasabah berimplikasi terhadap Citra Merek sebesar 52,5% (R

square) dan dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti sebesar 47,5%. Besarnya pengaruh yang diterima oleh Citra Merek (Z) dari Kepuasan Nasabah (Z) dinyatakan dengan variabel residu (E) adalah  $R^2_{yz, yz5} + \rho_{y\epsilon} = 52,5\% + 47,5\% = 100\%$ .

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Berimplikasi Terhadap Citra Merek Pada Produk Jasa Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah Bank Muamalat Capem Cicadas Kota Bandung dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan pada Bank Muamalat Capem Cicadas Kota Bandung secara umum sudah baik. Namun sebagian nasabah masih ada yang merasa tidak nyaman dari beberapa pelayanan fisik yang diberikan oleh bank, dikarenakan ukuran luas ruang tunggu yang kurang memadai serta minimnya kursi antrian, dan tidak adanya mesin antrian yang disediakan bank, oleh karena itu dengan kurang maksimalnya fasilitas fisik/*tangible* yang berdampak pada ketidaknyamanan nasabah pada saat mengantri untuk bertransaksi, hal ini dapat menjadi sebuah ancaman tersendiri bagi Bank Muamalat Capem Cicadas Kota Bandung.
2. Kepuasan Nasabah pada Bank Muamalat Capem Cicadas Kota Bandung secara keseluruhan sudah baik. Akan tetapi masih ada kekurangan dikarenakan pihak bank tidak menyediakan kotak keluhan dan saran atas pelayanan yang berbentuk fisik, sehingga nasabah pun tidak bisa menilai secara langsung dari hasil pelayanan dan baik atau buruknya hasil kinerja para karyawan bank, oleh karena itu pelayanan yang diberikan terhadap nasabah kurang memuaskan.
3. Citra Merek Pada Produk Jasa Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah Bank Muamalat Capem Cicadas Kota Bandung secara keseluruhan sudah sesuai harapan bank. Hanya saja ada beberapa hal

yang dirasakan nasabah masih belum maksimal, kurangnya sosialisasi pembelajaran dari karyawan tentang aplikasi *e-banking* Muamalat *Mobile* yang disediakan kepada nasabah, serta keluhan yang sering muncul dari nasabah yaitu terjadi *erromya* sistem atau kesalahan server saat aplikasi ini sedang dan akan digunakan untuk bertransaksi Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah, dan kepuasan yang didapat masih belum sesuai dengan harapan yang diinginkan nasabah sehingga berdampak buruk pada Citra Merek Bank Muamalat Capem Cicadas Kota Bandung.

4. Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Muamalat Capem Cicadas Kota Bandung. Secara umum Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh Bank Muamalat sangat mempengaruhi Kepuasan Nasabah seperti Mengenai kenyamanan fasilitas fisik pada Bank Muamalat Capem Cicadas Kota Bandung.
5. Kepuasan Nasabah berimplikasi terhadap terbentuknya pada Citra Merek Produk Jasa Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah Bank Muamalat Capem Cicadas Kota Bandung, Kepuasan Nasabah apabila yang didapat baik mengenai Pelayanan Sesuai Harapan Nasabah, Mengenai Puas Dan Senang Akan Pelayanan maka akan berdampak baik pula pada Citra Merek Produk Jasa Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah Bank Muamalat Capem Cicadas Kota Bandung.

Berdasarkan kesimpulan yang telah dibuat maka selanjutnya akan diberikan saran-saran yang dapat berguna mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan

terhadap Kepuasan Nasabah dan Implikasinya terhadap Citra Merek Produk Jasa Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Capem Cicadas Kota Bandung, diantaranya :

1. Kualitas Pelayanan pada Bank Muamalat Capem Cicadas Kota Bandung, secara keseluruhan sudah baik. Tapi masih ada yang belum baik atau belum sesuai harapan seperti dimensi dari kualitas pelayanan yaitu *Tangibles* (Bukti Fisik/Pelayanan Fisik) perlu ditingkatkan dari segi lahan parkir dan ruang tunggu perlu diperluas kembali, penambahan kursi antrian, dan menggunakan mesin antrian agar kegiatan bertransaksi semakin aman dan nyaman.
2. Pada umumnya Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Capem Cicadas Kota Bandung, secara keseluruhan sudah terpenuhi. Sebaiknya dalam hal Sistem keluhan dan saran harus ditingkatkan dalam hal untuk menyediakan kotak saran atas keluhan dari nasabah yang secara fisik karena bertujuan untuk mengevaluasi pelayanan yang sudah diberikan, hasil kinerja para karyawan dan produk jasa yang dihasilkan.
3. Citra Merek Produk Jasa Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Capem Cicadas Kota Bandung secara keseluruhan sudah baik, untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi untuk penyetoran Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah nasabah menggunakan aplikasi *e-banking* Muamalat *Mobile* namun ada yang kurang terpenuhi dengan baik dari aplikasi *e-banking*

Muamalat *Mobile* ini karena sering muncul dari nasabah yaitu terjadi *erromya* sistem atau kesalahan server, maka dari itu aplikasi ini perlu di tingkatkan kembali dalam mengontrol dan pengamanan cara kerja sistem, perbaikan server secara berkala, penambahan karyawan tenaga ahli dalam bidang *IT (Information and Technology)* untuk memaksimalkan seluruh kekurangan aplikasi *e-banking* Muamalat *Mobile* yang dimiliki oleh Bank Muamalat.

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah dan Implikasinya Terhadap Citra Merek Produk Jasa Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Capem Cicadas Kota Bandung, maka dari itu sebaiknya perusahaan memperhatikan variabel-variabel tersebut. Karena dapat berguna bagi kelangsungan hidup perusahaan, salah satunya yaitu variabel Kualitas Pelayanan seperti *Realibility, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangibles* terhadap Kepuasan Nasabah agar berimplikasi pada terciptanya Citra Merek Produk Jasa Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah dimana nasabah akan merefrensikan jasa perusahaan terhadap orang lain serta nasabah tidak akan beralih ke pesaing.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service Quality dan Satisfaction*. Jakarta: Andi Publisher.