

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh *complaint handling* dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sibuhuan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Complaint handling berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen PT Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sibuhuan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik, cepat, adil, dan responsif pihak bank dalam mengelola serta menyelesaikan setiap keluhan atau komplain yang diajukan oleh nasabah funding, maka tingkat kepuasan konsumen akan semakin meningkat secara nyata.
2. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen PT Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sibuhuan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi dan konsisten kualitas layanan yang diberikan oleh pihak bank meliputi keandalan, ketanggapan, jaminan, empati, serta ketersediaan fasilitas fisik maka tingkat kepuasan nasabah funding akan semakin optimal.
3. *Complaint handling* dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen PT Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sibuhuan. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi yang sinergis antara efektivitas penanganan keluhan dan konsistensi kualitas pelayanan harian merupakan faktor kunci yang secara bersama-sama menentukan tinggi ringannya tingkat kepuasan nasabah di kantor cabang tersebut.

B. Implikasi Penelitian

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, penelitian ini memberikan beberapa implikasi penting, baik secara praktis bagi manajemen perbankan maupun secara teoretis bagi pengembangan ilmu pengetahuan, sebagai berikut:

1. Implikasi Praktis / Manajerial

- a. Optimalisasi Layanan Penanganan Keluhan (*Service Recovery*): Pihak manajemen PT BSI KCP Sibuhuan perlu menyediakan alur atau fast-track khusus untuk penanganan keluhan nasabah yang bersifat darurat (seperti kegagalan transaksi ATM atau kendala BSI Mobile). Hal ini penting agar nasabah yang mengalami kendala tidak perlu mengantre bersama nasabah transaksi rutin, sehingga durasi penyelesaian masalah (*resolution time*) dapat dipangkas dan kepastian informasi dapat diberikan lebih cepat.
- b. Peningkatan Kapasitas dan Keandalan Operasional (*Reliability*): Guna mengatasi fenomena penumpukan antrean (*service overload*) pada *peak hours*, manajemen cabang disarankan untuk mengoptimalkan keandalan mesin ATM/CRM di luar kantor, meningkatkan kecepatan pelayanan di loket Teller dan *Customer Service*, serta memastikan konsistensi informasi produk antara petugas frontliner dengan media digital.
- c. Penguatan Kompetensi Interaksional *Frontliner*: Dibutuhkan pelatihan berkala (*service excellence*) bagi seluruh petugas frontliner dan security terkait aspek empati, komunikasi persuasive, serta penerapan nilai-nilai syariah (keterbukaan, keadilan, dan amanah) saat berinteraksi dan melayani nasabah.

2. Implikasi Teoretis / Akademis

- a. Penguatan Justice Theory dan Model SERVQUAL dalam Industri Bank Syariah: Penelitian ini memperkuat penerapan Justice Theory (keadilan distributif, prosedural, dan interaksional) serta model SERVQUAL dalam konteks industri perbankan syariah di tingkat kantor cabang pembantu. Hasil penelitian mengonfirmasi bahwa kepuasan konsumen perbankan syariah tidak hanya ditentukan oleh aspek transaksional, melainkan juga oleh keadilan dan empati saat memproses keluhan.
- b. Kontribusi terhadap Literatur Pemasaran Jasa Syariah: Penelitian ini berhasil mengisi kesenjangan penelitian (research gap) terdahulu mengenai efektivitas complaint handling dan kualitas layanan dalam memitigasi risiko penurunan kepuasan akibat keterbatasan fasilitas fisik dan tingginya volume kunjungan nasabah di daerah.

C. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan yang diharapkan dapat disempurnakan oleh peneliti selanjutnya, antara lain:

1. Cakupan Sampel dan Objek Terbatas: Penelitian ini hanya memfokuskan objek penelitian pada nasabah kategori funding (pendanaan/tabungan) di PT BSI KCP Sibuhuan. Hasil penelitian ini belum mencakup persepsi nasabah dari segmen pembiayaan (*financing*) maupun segmen nasabah digital murni.
2. Keterbatasan Variabel Penelitian: Variabel yang diteliti terbatas pada complaint handling (X1) dan kualitas layanan (X2). Terdapat faktor-faktor lain yang potensial mempengaruhi kepuasan konsumen tetapi tidak diukur dalam penelitian ini, seperti persepsi kemudahan teknologi

(BSI Mobile), citra merek (*corporate image*), dan kepatuhan syariah (*sharia compliance*).

3. Metode Pengumpulan Data: Pengumpulan data utama mengandalkan kuesioner berbasis persepsi mandiri (*self-report questionnaire*). Hal ini berpotensi menimbulkan bias jawaban subjektif dari responden tergantung pada situasi dan emosi nasabah saat mengisi kuesioner.

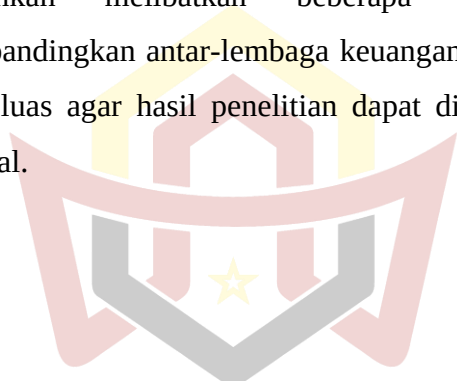
D. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi pihak manajemen bank maupun masukan akademis bagi peneliti selanjutnya:

1. Bagi PT Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sibuhuan
 - a. Meningkatkan Efektivitas *Complaint Handling*: Pihak manajemen disarankan untuk mempercepat durasi penanganan keluhan nasabah, khususnya terkait gangguan teknis pada transaksi digital dan mesin ATM/CRM. Penyediaan alur penanganan komplain yang lebih jelas serta pemberian kepastian informasi secara berkala sangat penting agar nasabah merasa tenang dan diperhatikan dengan adil.
 - b. Mempertahankan dan Meningkatkan Kualitas Layanan: Pihak bank hendaknya terus menjaga keandalan transaksi serta kerapian administrasi harian. Pelatihan berkala bagi *frontliner* (Teller dan *Customer Service*) dalam hal ketanggapan, keakuratan informasi, serta empati perlu terus ditingkatkan guna memberikan pengalaman bertransaksi yang nyaman bagi seluruh nasabah.
 - c. Optimalisasi Fasilitas Operasional: Untuk mengatasi penumpukan antrean pada jam-jam sibuk, bank disarankan untuk mengoptimalkan ruang tunggu serta mengedukasi nasabah secara konsisten mengenai penggunaan fitur-fitur transaksi mandiri di *BSI Mobile*.

2. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya

- a. Pengembangan Variabel Penelitian: Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah atau mengganti variabel bebas lain yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen, seperti citra merek (*brand image*), persepsi kemudahan penggunaan *mobile banking*, etika pemasaran syariah, atau tingkat kepercayaan nasabah.
- b. Perluasan Objek dan Metode Penelitian: Peneliti berikutnya dapat memperluas cakupan populasi dan sampel penelitian, tidak hanya terbatas pada nasabah *funding* di satu kantor cabang pembantu, melainkan melibatkan beberapa kantor cabang atau membandingkan antar-lembaga keuangan syariah di wilayah yang lebih luas agar hasil penelitian dapat digeneralisasi secara lebih optimal.



UIN IMAM BONJOL
PADANG

DAFTAR PUSTAKA

- Anjelisa, A., Fatmawati, I., & Nuryakin, N. (2023). *The effect of Islamic service quality on customer satisfaction and loyalty in Islamic banks in Indonesia. International Journal of Management Science and Information Technology*, 3(1), 1–16. <https://doi.org/10.35870/ijmsit.v3i1.1041>
- Alfarizi, M. (2023). Interaction of customer satisfaction and digital service retention: Evidence of PLS from Indonesian Islamic banking. *International Journal of Islamic Economics and Finance*, 6(1), 151–180. <https://doi.org/10.18196/ijief.v6i1.16824>
- Anisa, M. N., Alrasyid, H., & Taqwiem, A. (2024). Customer satisfaction in Islamic banking: Analyzing the key drivers in Indonesia. *Maliki Islamic Economics Journal*, 4(2), 93–110.
- Aprilianti, K., & Sanurdi, S. (2020). *The effect of Islamic service quality and mobile banking features on customer loyalty with satisfaction as an intervening variable: A study of customers of NTB Syariah Bank. Jurnal Pendidikan IPS*, 15(1), 2259. <https://doi.org/10.37630/jpi.v15i1.2259>
- Andriyani, M., & Ardianto, R. (2020). *Pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah bank. EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(02), 133–140. (dikutip dari JEKSya)
- Assauri, S. (2016). *Manajemen Operasi Produksi: Pencapaian Sasaran Organisasi Berkesinambungan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Amirudin, & Khoirunnisa, S. (2024). Pengaruh customer experience dan complaint handling terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) melalui kepuasan sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen Perbankan Syariah*, 5(1), 23–38.
- Aisyah, M. (2023). Islamic bank service quality and its impact on Indonesian customers' satisfaction and loyalty. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 15(1), 55–74.

- Blodgett, Jeffrey G., Donna J. Hill, dan Stephen S. Tax. 2012. "The Effects of Distributive, Procedural, and Interactional Justice on Postcomplaint Behavior." *Journal of Retailing*, Vol. 73, No. 2, hal. 185-189.
- Chege, C. N. (2021). *Examining the influence of service reliability on customer satisfaction in the insurance industry in Kenya*. *The Strategic Journal of Business & Change Management*, 8(3), 412–425.
- Dewi, T. M., Purwoko, B., & Zulkifli, Z. (2023). *Strategi kualitas pelayanan perbankan dalam meningkatkan kepuasan nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk*. *EKOBISMAN : Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen*, 8(1), 60–75. <https://doi.org/10.35814/ekobisman.v8i1.5816>
- Firdaus, A., & Amalia, H. K. (2024). The role of perceived service quality and Islamic financial literacy on customer loyalty in NTB Syariah Bank. *International Journal of Islamic Business and Economics*, 8(1), 78–99. <https://doi.org/10.28918/ijibec.v8i1.6809>
- Habibi, H., Parmitasari, R. D. A., & Sapa, N. B. (2023). Islamic economic ethics in customer complaint handling: Enhancing customer satisfaction at BSI. *Jurnal Ilmu Manajemen Profitability*, 9(1), 1–18. <https://doi.org/10.26618/profitability.v9i1.16825>
- Halim, D. A., & Latifah, F. N. (2023). *The role of customer service in increasing customer satisfaction of Islamic banking in the digitalization era at BSI Sepanjang Wonocolo*. *Journal of Islamic Economic and Business*, 4(2), 89–101.
- Haryanto, R., Al Jufri, E. A. N., & Ahmad, A. A. (2023). *The service quality, corporate image, satisfaction, and loyalty: A study of sharia banks in rural areas during COVID-19*. *International Journal of Islamic Banking and Finance*, 3(2), 71–85.
- Hukama, A. (2023). Peran mediasi customer satisfaction pada pengaruh service convenience dan religious motive terhadap word of mouth nasabah bank syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 4353–4363. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.10897>.

- Indriawati, D. A., & Susilo, E. (2023). The determinants of customer satisfaction at Bank Syariah Indonesia. *Journal of Islamic Economic and Business Research*, 3(1), 45–58.
- Jabbar, M. Q., & Hana, K. F. (2021). The effect of trust and service quality on BSI mobile banking user satisfaction with customer loyalty as an intervening variable (case study of IAIN Kudus students). *Islamic Economic and Business Journal*, 7(1), 1–15. <https://doi.org/10.30863/iebjournal.v7i1.9258>
- Johnston, Robert, dan Xiangyu Kong. 2011. "The Customer Experience: A Review of Operational Management Literature." *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 22, No. 1, hal. 12-14.
- Kamal, R., & Utami, N. (2023). Pengaruh kualitas layanan perbankan syariah terhadap kepuasan nasabah. *Karimah Tauhid*, 2(4), 1029–1033. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v2i4.8771>
- Kurniawan, M. R., & Masruchin. (2025). Pengaruh kualitas layanan dan nilai-nilai syariah terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Ahmad Yani Sidoarjo. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 8(1). [https://doi.org/10.25299/jtb.2025.vol8\(1\).22822](https://doi.org/10.25299/jtb.2025.vol8(1).22822)
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management* (15th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education. (Atau jika memakai versi terjemahan: Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga*).
- Khoirin, K. F., Ishak, K., Selamat, M. I., & Hasanah, U. (2023). Influence of customer service on customer satisfaction in Indonesian Sharia Bank KCP Bengkalis. *International Journal of Integrative Sciences*, 2(7), 1043–1056. <https://doi.org/10.55927/ijis.v2i7.5158>
- Narteh, B. (2018). Customer complaint handling and outcomes in the banking industry: An empirical investigation. *International Journal of Bank Marketing*, 36(1), 143–157. <https://doi.org/10.1108/IJBM-01-2017-0002>

- Oliver, Richard L. 2020. *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. New York: Routledge.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). *SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Putri, P., & Junaidi, J. (2022). *The influence of service quality, commitment and customer satisfaction on customer loyalty in choosing an Islamic bank*. *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*, 8(2), 175–184. <https://doi.org/10.30997/jsei.v8i2.6983>
- Rezeki, M. R., Majid, M. S. A., & Kassim, S. H. (2023). The effect of e-service quality on e-loyalty of Islamic banking customers: Does e-satisfaction act as mediator? *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 9(2), 228–245. <https://doi.org/10.20885/JEKI.vol9.iss2.art6>
- Rismawan, R. (2024). *Pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen*. *Ameena Journal*, 2(2), 130–141. <https://doi.org/10.63732/aij.v2i2.55>
- Safriani, S., & Siregar, P. A. (2024). *Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah PT. BPRS Al-Washliyah Medan*. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(2). <https://doi.org/10.29040/jie.v8i2.12858>
- Sari, I. P., dkk. (2023). *The impact of complaint handling and service quality on customer satisfaction and customer loyalty in customers of Pontianak Branch of Bank Kalbar Syariah*. *Journal of Sharia Economics*, 5(1), 14–29.
- Setiono, B. A., & Hidayat, S. (2022). *Influence of service quality with dimensions of reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangibles on customer satisfaction*. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(3), 1540–1552.
- Sarja, & Aziz, M. A. (2024). *Pengaruh kualitas layanan perbankan syariah terhadap kepuasan nasabah: Studi kasus tabungan nasabah Bank BRI Syariah*.

- Iqtishodiah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 6(1), 1–13.
<https://doi.org/10.62490/iqtishodiah.v6i1.406>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyawan, E., Suharyanto, S., Zuhroh, R. S., & Putri, Z. R. A. (2024). The role of Islamic banking service quality on customer satisfaction in increasing customer retention. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 8(3). <https://doi.org/10.29040/ijebar.v8i3.15472>
- Suryadi, D. (2023). Service quality in case: kegagalan layanan perbankan syariah dan strategi pemulihan layanan (service recovery). *Jurnal Asy-Syukriyyah*, 21(1), 100–115. <https://doi.org/10.36769/asy.v21i1.100>
- Sulistiyawan, E., Suharyanto, S., Zuhroh, R. S., & Putri, Z. R. A. (2024). *The role of Islamic banking service quality on customer satisfaction in increasing customer retention*. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 8(3). <https://doi.org/10.29040/ijebar.v8i3.15472>
- Simangunsong, D. A. Y., Nasution, A. I. L., & Ilhamy Nasution, M. L. (2023). *Pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah: Studi kasus Bank Sumut Syariah KCP Lubuk Pakam*. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 1(4), 153–173. <https://doi.org/10.59841/jureksi.v1i4.435>
- Susanti, I. (2023). *Pengaruh kualitas layanan dan citra merek terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah di Garut*. *Persya: Jurnal Perbankan Syariah*, 1(2), 38–44. <https://doi.org/10.62070/persya.v1i2.12>
- Tjiptono, F. (2017). *Service management: Mewujudkan layanan prima* (Edisi 3). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset, 2017.
- Triuspitorini, F. A., Rahmawati, D. A., & Ibtisamah, R. (2025). Drivers of customer satisfaction in Islamic mobile banking: An analysis of service quality, ease of

use, trust, and Islamic marketing ethics in Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 12(1), 98–115.

Ustha, E., & Nurani, R. (2022). *Innovative strategies for customer satisfaction in service quality: A case study of Indonesian Islamic banks in Pekanbaru. Journal of Islamic Economics and Finance (JIEF)*, 2(2), 112–125.

Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2003). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (3rd ed.). New York, NY: McGraw-Hill.

