



***Excellent Service* dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Bojonegoro**

Pratiwi Nur Laili¹, Taufiqur Rahman²

^{1,2} Universitas Trunojoyo Madura

e-mail: 200721100137@student.trunojoyo.ac.id¹; taufiqur.rahman@trunojoyo.ac.id²

Abstrak: Sumber daya manusia adalah faktor produksi yang paling menentukan dibanding dengan fasilitas atau perangkat lain yang ada di suatu perusahaan. Hal tersebut disebabkan perangkat yang serba canggih diperusahaan tidak dioperasikan oleh manusia. Suatu kegiatan perusahaan tidak dapat berjalan lancar tanpa sumber daya manusia di dalam suatu perusahaan. *Excellent Service* merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh bank Syariah untuk mempertahankan nasabah BSI agar tetap loyal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana mempertahankan loyalitas di Bank Syariah Indonesia KC Bojonegoro dengan *Excellent service*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif, jenis data yang digunakan yaitu data sekunder yang didapat dengan metode teknik kepustakaan yakni penulis mengumpulkan data melalui referensi, artikel, dan literatur yang sesuai dengan topik penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *excellent service* berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan, terhadap loyalitas nasabah. kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, semua hubungan menunjukkan arah hubungan yang positif. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan di bank syariah untuk mempertimbangkan loyalitas untuk mendapatkan nasabah baru ataupun mempertahankan nasabah yang sudah eksis.

Kata Kunci: *Excellent Service*, Loyalitas Nasabah, Bank Syariah

PENDAHULUAN

Kegiatan ekonomi merupakan kegiatan yang sangat berhubungan dengan perbankan. Perbankan dalam kegiatan ekonomi memiliki peran yang sangat penting yaitu sebagai lembaga intermediatary yang menyalurkan dana dari masyarakat yang memiliki kelebihan dana kepada masyarakat yang kekurangan dana. Selain itu, ada beberapa peran perbankan yang menunjukkan betapa pentingnya keberadaan perbankan dalam perekonomian yaitu menyediakan mekanisme dan alat pembayaran yang lebih efisien dalam kegiatan ekonomi, mendukung permodalan, mendukung kelancaran transaksi internasional, penyimpanan barang-barang berharga dan pemberian jasa-jasa lainnya.

Keberhasilan perbankan dalam melakukan kegiatan usahanya tidak lepas dari pelayanan prima yang diberikan oleh perbankan. Perbankan harus mampu memberikan pelayanan prima karena pelayanan prima merupakan salah satu faktor utama dalam memberikan kepuasan kepada nasabah (*consumer satisfaction*). Adanya pelayanan yang buruk dan tidak sesuai standar yang diinginkan nasabah dapat menyebabkan nasabah merasa tidak puas. Ketidakpuasan nasabah atas pelayanan yang diterima dapat menimbulkan kemarahan nasabah (Wathani & Kurniasih, 2015).

Pemerintah menaruh harapan besar terhadap Bank syariah Indonesia, karena dengan adanya Bank syariah Indonesia menjadi sebuah alternatif bagi masyarakat Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Dapat diketahui bahwa sistem operasional Bank Syariah Indonesia sesuai dengan aturan Agama Islam sehingga dianggap sesuai

untuk memfasilitasi adanya sistem keuangan bagi masyarakat Indonesia. Dalam hal ini menjadi peluang bagi perkembangan Bank Syariah Indonesia. Namun, dibalik peluang tersebut justru terdapat sebuah tantangan yang harus dihadapi Bank Syariah dalam mengakomodir dan memfasilitasi pembiayaan masyarakat (Rahayu & Taufiqur, 2023).

Bank Syariah ialah bank yang tidak melibatkan bunga saat melaksanakan kegiatan operasionalnya. Bank syariah yang kita kenal sebagai bank tanpa bunga ini, merupakan perbankan yang dalam pengembangannya menggunakan landasan Alquran dan Hadis Nabi Muhammad SAW. Bank Syariah Indonesia (BSI) sendiri ialah gabungan dari beberapa bank seperti BNI syariah, BRI Syariah serta Bank Syariah mandiri, sehingga menjadi satu entitas pada satu Februari 2021 yang bertepatan terhadap 19 Jumadil akhir 1442 H, dengan tujuan menggabungkan beberapa bank yang telah disebutkan tersebut untuk kemudian menjadi yang memiliki pelayanan yang lebih lengkap (Harun & Rahman, 2023).

Bank Syariah ialah bank yang tidak melibatkan bunga saat melaksanakan kegiatan operasionalnya. Bank syariah yang kita kenal sebagai bank tanpa bunga ini, merupakan perbankan yang dalam pengembangannya menggunakan landasan Alquran dan Hadis Nabi Muhammad SAW. Bank syariah adalah bank yang kegiatan usahanya berjalan sesuai dengan prinsip syariah dan terdiri dari dua macam jenis yaitu Bank Umum Syariah (BUS) dan bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) prinsip syariah adalah prinsip hukum Islam yang berada didalam kegiatan perbankan yang berlandaskan fatwa yang telah

dikeluarkan oleh salah satu lembaga yang berwenang untuk menetapkan fatwa di bidang syariah.

Bank syariah dengan menggunakan sistem bagi hasil, dan berlandaskan pada Al quran dan hadist. Berdasarkan Pasal 2 UU Nomor 21 tahun 2008, dijelaskan bahwa perbankan syariah dalam proses melakukan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-hatian. Serta terkait tujuan dengan tujuan bank syariah, yang ada pada pasal 3 dijelaskan bahwa perbankan syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat (Yusuf, 2023).

Dalam penelitian Taufiqur Rohman dan ulka ayla, Bank Syariah merupakan lembaga keuangan yang menjalankan aktivitasnya sesuai dengan hukum-hukum Islam, meliputi layanan bank umum syariah serta perbankan investasi yang berlandaskan syariah. Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah dan sebagian besar terdiri dari bank umum syariah dan bank keuangan syariah. Berikut ini adalah prinsip-prinsip syariah yang tercantum di bawah ini antara lain: Tidak ada bunga (bunga majemuk). Dalam pengertian ini, bunga dianggap setara dengan riba. Dan bebas dari kegiatan spekulatif yang tidak produktif (Alya et al., 2024).

Dalam penelitian Nurafifah dan Haron tentang persepsi konsumen di Malaysia terhadap bank syariah terdiri beberapa dimensi yaitu pemanfaatan fasilitas perbankan, pengetahuan terhadap perbankan Islam, peranan konsumen dalam memilih produk perbankan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pentingnya persepsi atau perilaku nasabah dalam memengaruhi keputusannya untuk memilih jasa

perbankan syariah. Tetapi perkembangan bank syariah tidak terlepas dari iklim kompetisi dalam dunia perbankan antara bank konvensional dan bank syariah.

Di sisi lain, perubahan lingkungan yang demikian pesat semakin mendukung kompetisi yang sedang terjadi saat ini. Salah satu indikator keberhasilan seringkali dilihat dari pencapaian loyalitas pelanggan melalui strategi pemasaran dan kepuasan pelanggan dalam hal ini adalah nasabah bank. Loyalitas pelanggan merupakan bagian terpenting pada pengulangan pembelian pada pelanggan. Menurut Beerli, dkk. loyalitas pelanggan memiliki korelasi yang positif dengan performa bisnis suatu perusahaan. Loyalitas pelanggan tidak hanya meningkatkan nilai dalam bisnis, tetapi juga dapat menarik pelanggan baru (Nurul, 2024).

Menurut pendapat Aaker, berpendapat bahwa loyalitas sebagai suatu perilaku yang diharapkan atas suatu produk atau layanan yang antara lain meliputi kemungkinan pembelian lebih lanjut atau perubahan perjanjian layanan, atau sebaliknya seberapa besar kemungkinan pelanggan akan beralih kepada pemilik merek lain atau penyedia layanan lain. Menurut Kotler menciptakan pelanggan yang loyal adalah inti dari setiap bisnis. Kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan dan akan memberikan berbagai manfaat, dalam hubungan perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis; memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang; dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan dapat membentuk rekomendasi darimulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan; reputasi perusahaan menjadi lebih baik di mata pelanggan; dan laba yang diperoleh dapat meningkat Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi

pula tingkat kepuasan pelanggan yang dihasilkan.

Pelayanan dapat diartikan sebagai setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan yang berkualitas adalah apabila yang dikerjakan seseorang untuk orang lain menimbulkan rasa tenang dan bahagia yang memberikan implementasi erat tali silaturahmi antara kedua belah pihak yang bersangkutan dengan terjadinya silaturahmi maka dapat meluaskan rizki dan memanjangkan usia (Febiola et al., 2023). Dari pernyataan di atas terlihat bahwa kepuasan nasabah berpengaruh pada loyalitas nasabah. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dapat mendorong meningkatnya kepuasan nasabah yang dapat memberikan dampak pada terciptanya loyalitas nasabah. Pada penelitian ini, menyebutkan bahwa Kualitas pelayanan Islami mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KC Bojonegoro, Kepuasan nasabah mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KC Bojonegoro.

TINJAUAN PUSTAKA

Service excellence

Service excellence atau yang biasa disebut dengan pelayanan prima merupakan suatu pelayanan terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. *Service excellence* adalah sebuah upaya yang dilakukan oleh para pelaku bisnis dalam memberikan layanan yang terbaik terhadap pelanggan atau konsumen. Pengertian pelayanan prima (*Excellent Service*) berkaitan dengan jasa pelayanan yang dilaksanakan oleh karyawan perusahaan dalam upaya untuk memberikan kepuasan dan

menumbuhkan kepercayaan pihak pelanggan (konsumen). Melayani pelanggan dengan baik akan membuat pelanggan merasa diistimewakan, dengan memperhatikan kebutuhan pelanggan juga akan sangat membuat pelanggan senang (Hapsari, 2015).

Hasil penelitian Silvia et al., (2023) menunjukkan bahwa *Service Excellent* (X1) dan Kepuasan Nasabah (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Kinerja Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Cilandak sebesar 92,3%, sedangkan sisanya 7,7% dipengaruhi oleh faktor lain. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif, berbeda dengan penelitian ini yang menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi konsep ini dapat dilakukan melalui praktik seperti berdoa bersama sebelum memulai pekerjaan dan memastikan kehalalan produk yang dijual. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan perspektif Al-Qur'an, yang menjadi salah satu perbedaan dengan penelitian ini yang tidak menggunakan perspektif tersebut.

Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah merupakan salah satu faktor sukses utama bagi bank syariah untuk memperoleh daya saing yang berkesinambungan. Dalam persaingan bisnis, suatu bank harus memiliki nasabah yang setia dan menaruh keyakinan yang terus-menerus kepada perusahaan perbankan tersebut sehingga mereka tidak ada keinginan untuk berpindah kepada bank pesaing yang lainnya. Loyalitas nasabah merupakan suatu komitmen untuk membeli kembali suatu barang atau jasa secara konsisten di masa yang akan datang.

Perbankan Syariah

Dalam pasal 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah

dijelaskan bahwa Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan hal-hal yang berhubungan dengan keadaan sesuatu dengan jalan mengumpulkan data, menyusun dan mengklasifikasinya. deskriptif kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan hal-hal yang berhubungan dengan keadaan sesuatu dengan jalan mengumpulkan data, menyusun dan mengklasifikasinya.

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari objek penelitian. Data primer dalam penelitian ini berasal dari buku panduan pelayanan BSI KC Bojonegoro, hasil wawancara dengan karyawan dan juga nasabah. Data Sekunder Yaitu data pendukung berupa informasi yang bersifat ilmiah dan teoritis, seperti buku, jurnal, dan literatur-literatur lain yang berkaitan dengan pembahasan penelitian. Teknik Pengumpulan data Untuk memperoleh data pada penelitian ini maka penulis menggunakan metode. Teknik kepustakaan yaitu mengumpulkan data melalui buku referensi, artikel, dan literatur yang sesuai dengan topik penelitian. Wawancara yaitu

pengumpulan informasi dengan cara tanya jawab langsung dengan responden untuk memperoleh data-data yang diperlukan, dan berpedoman pada pertanyaan-pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya. Observasi yaitu metode pengumpulan data melalui pengamatan dan peninjauan secara langsung di lapangan atau lokasi penelitian. Tujuan observasi ini adalah untuk memperoleh gambaran nyata tentang penerapan pelayanan di BSI KC Bojonegoro.

Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis kualitatif. Analisis kualitatif adalah analisis berupa penjelasan data dengan uraian kalimat. Penjelasan data pada penelitian ini yaitu penjelasan konsep *service excellence* perbankan syariah saat ini. Penjelasan tentang konsep *service excellence* perbankan syariah akan dijelaskan berdasarkan panduan pelayanan BSI KC Bojonegoro, hasil wawancara dengan karyawan dan data kuesioner yang disebarkan kepada nasabah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi *Excellent Service* dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah

Excellent service dalam mempertahankan loyalitas nasabah di bank syariah Indonesia KC bojonegoro. *Service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan dan ditujukan untuk memberi kepuasan melalui pelayanan yang diberikan seseorang secara memuaskan. Sedangkan *Excellence* adalah sesuatu yang diberikan mempunyai kualitas tinggi dan melebihi apa yang diharapkan *customer*. Sederhananya, pelayanan prima *service excellence* adalah pelayanan yang memenuhi standar kualitas yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan. Sehingga dalam pelayanan prima terdapat dua elemen

penting yang saling berkaitan yaitu pelayanan dan kualitas.

Pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam dunia perbankan, hal ini disebabkan karena usaha perbankan memiliki hubungan yang sangat erat dengan pihak lain (nasabah). Tanpa nasabah usaha perbankan tidak akan berjalan dengan baik, sehingga hubungan dengan nasabah harus dijaga dengan baik. Dalam menjalin hubungan dengan nasabah ada tiga konsep dasar pelayanan yang perlu diperhatikan oleh bank syariah yaitu keikhlasan, kesuaian pelayanan dengan syariat, dan berusaha melayani dengan pelayanan terbaik. Di BSI KC Bojonegoro pelayanannya sudah cukup baik hal ini disampaikan oleh beberapa nasabah yang sudah diwawancarai. Karena apabila ada hal yang membuat nasabah itu akan berdampak bagi bank tersebut.

Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia KC Bojonegoro. Visi Bank Syariah Indonesia KC Bojonegoro Top 10 Global Islamic Bank, menciptakan Bank Syariah yang masuk ke dalam 10 besar menurut kapitalisasi pasar secara global dalam waktu 5 tahun ke depan. Misi Bank Syariah Indonesia KC Bojonegoro yaitu memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik para pemegang saham. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik indonesia

Adapun faktor yang dapat mempengaruhi *excellent Service* dalam mempertahankan loyalitas nasabah yaitu kemampuan (*Ability*) yaitu penerapan kemampuan oleh *customer service* dalam melayani nasabah merupakan bagaimana cara *customer service* melakukan pelayanan prima dengan kemampuan yang dimiliki oleh *customer service*, sehingga nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Seperti yang dipaparkan Ariska Yuly selaku *customer service* di BSI KC Bojonegoro dalam wawancara yang dilakukan oleh peneliti.

"Iya sebisa mungkin CS membangun komunikasi secara efektif soalnya saya di CS itu melayaninya kan juga ada batas maksimal pelayanan 1 nasabah itu 30 menit dan juga tergantung keperluan nasabah jadi berkomunikasi ya se efektif mungkin dan menyamakan informasi ke pada nasabah drngan benar dan juga dapa dipahami oleh nasabah , pas berkomunikasi sama nasabah harus jelas, gak bertele – tele, biasanya saya ngejelasinnya yang simpel yang nasabah kir- kira paham maksud saya jadi agar mudah diterima juga, biasanya itu menggunakan bahasa jawa atau krama inggil, karena nasabah banyak gak terlalu bisa pakai bahasa indonesia, gerak-gerik tubuh juga pas salam itu tangan didepan dada, gak boleh bersalaman"

Peneliti juga melakukan wawancara kepada siti asifah yang merupakan salah satu nasabah di BSI KC Bojonegoro.

"Ariska Yuly, iya mbak, petugasnya menggunakan bahasa jawa karena saya awal ditanya itu menggunakan bahasa jawa, petugas e juga ramah, sopan. Pas saya mau buka tabungan itu juga dijelaskan tabungannya itu macamnya banyak dan dijelaskan satu-satu juga mbak, diterangkan biayanya, manfaatnya juga, oh iya juga ditawarkan kartu ATM juga mbak."

Sikap (*Atitude*) merupakan pelayanan prima sikap (*atitute*) *customer service* merupakan poin yang tidak kalah penting karena sikap inilah yang nantinya akan ditonjolkan ketika melayani nasabah. Untuk mengetahui sikap *customer service* saat melayani nasabah peneliti. Dari hasil wawancara dengan CS, sikap yang ditonjolkan untuk melayani nasabah sudah sebaik mungkin, selalu

ramah dengan menggunakan tutur kata yang sopan, penuh simpatik serta bersikap menghargai nasabah. Sikap yang ditunjukkan CS itu selalu murah senyum, tidak gampang emosi ketika melayani nasabah menggunakan kalimat-kalimat yang menunjukkan keramahannya dengan nada suara yang lembut dan halus. Serta sikap menghargai yang CS tunjukkan itu dengan selalu fokus kepada nasabah, mendengarkan keluhan nasabah, selalu merespon nasabah dan jangan sampai nasabah menunggu.

Penampilan (*Appearance*) dalam perusahaan penampilan merupakan suatu hal penting dalam menunjang pelayanan prima, karena penampilan adalah hal yang dilihat pertama kali oleh nasabah, penampilan yang menarik akan menjadikan kesan yang baik bagi nasabah. Dari hasil wawancara dengan CS, menurutnya penampilan fisik dan non fisik CS telah sesuai dengan standar kantor dan mampu menggambarkan kredibilitasnya sebagai CS. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diteliti, dapat diketahui bahwa loyalitas *Excellent service* sangat penting dan diperlukan kemampuan, sikap dan juga penampilan demi membuat nasabah itu puas Ketika ke BSI KC Bojonegoro.

Dalam persaingan dunia bisnis seperti sekarang di dalam zaman globalisasi pelanggan merupakan faktor yang sangat penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Pelanggan harus di jaga agar tetap memakai produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Perusahaan harus memberikan sesuatu yang lebih bagi pelanggannya melebihi apa yang diharapkan oleh pelanggan itu sendiri. Pelanggan harus dibuat puas atas produk atau penggunaan jasa yang dipakainya agar mereka selalu setia menggunakan produk atau jasa yang dihasilkan (Fadhilah, 2024).

Menurunnya keuntungan yang diterima oleh perusahaan selain kesalahan manajemen dalam menjalankan perusahaannya bisa disebabkan oleh kekurangpekaan para petinggi perusahaan dalam melihat keinginan dan kebutuhan para konsumennya terhadap produk yang dihasilkan atau jasa yang ditawarkan juga tidak tahu cara memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan sehingga keinginan dan kebutuhannya terpenuhi dan ia merasa puas melebihi apa yang dapat diberikan oleh pesaing (Kusuma, 2024).

Service yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumennya mempunyai peran dan dampak yang sangat penting (Hilmi, 2024). *Service* merupakan jiwa dari suatu perusahaan. *Service* adalah sikap untuk bertahan dan memenangkan persaingan di masa depan oleh karena itu *service* yang diberikan secara tepat kepada konsumen akan membuat konsumen tersebut menjadi pelanggan yang loyal dan akan merekomendasikan bahkan menjadi pembela produk yang dihasilkan Perusahaan (Mabrukah, 2024). Begitu banyaknya kemiripan produk yang beredar, pemasar harus menciptakan lingkungan layanan terhadap suatu produk, yang unik dan sulit ditiru karena layanan lebih sulit ditiru sama baiknya oleh pesaing (Hasbi, 2024).

Layanan yang diberikan dengan berfokus kepada kepuasan pengguna sering disebut juga dengan layanan prima atau layanan istimewa (*service excellent*). Esensi dalam layanan prima adalah upaya memberikan layanan terbaik bagi pelanggan yang berorientasi pada kepentingan pelanggan pengguna sehingga dapat meningkatkan memungkinkan kita mampu memberikan kepuasan yang optimal. Upaya memberikan layanan yang terbaik ini

dapat diwujudkan apabila kita dapat menonjolkan kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggung jawab yang baik dan terkoordinasi. *Service excellent* adalah dua kata berasal dari bahasa Inggris *service* dan *excellent* (Zidny & Hasbi, 2022).

Service artinya jasa, pelayanan, tugas dan *excellent* artinya unggul, ulung, baik sekali, dengan demikian dalam perspektif ini pelayanan yang sempurna merupakan salah satu nilai jual yang penting bagi sebuah industri jasa. Sebuah pelayanan dikatakan sempurna apabila dampak yang terjadi pada konsumen adalah loyalitas yang sangat tinggi. Sehingga konsumen tidak akan ragu-ragu lagi untuk membeli produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Bahkan, pelanggan yang loyal akan dengan sendirinya memasarkan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen lain dengan sukarela dikarenakan sudah sangat nyaman dan diuntungkan dengan adanya pelayanan yang sempurna tersebut (Widayanti & Sari, 2023).

Servis itu sebuah nilai yang harus diberikan terus-menerus kepada pelanggan. Dimana Nilai merupakan Perkiraan konsumen tentang kemampuan total suatu produk untuk memenuhi kebutuhannya. Dengan mengetahui dan memahami kebutuhan pelanggan, maka perusahaan dapat memenuhi value yang dimaksud oleh para pelanggan. Nilai terhantar pada Pelanggan merupakan selisih antara jumlah nilai bagi pelanggan dan jumlah biaya dari pelanggan. Dan Jumlah nilai adalah sekelompok keuntungan yang diharapkan pelanggan dari barang dan jasa tertentu (Hasbi & Widayanti, 2021).

SIMPULAN

Excellent service berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan,

terhadap loyalitas nasabah. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, Semua hubungan menunjukkan arah hubungan yang positif. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan di bank syariah untuk mempertimbangkan loyalitas untuk mendapatkan nasabah baru ataupun mempertahankan nasabah yang sudah eksis. *Excellent Service* dalam mempertahankan loyalitas menggunakan kemampuan, karena dengan adanya kemampuan pada *Excellent service* nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Selain itu dengan Sikap, karena Sikap yang ditunjukkan itu harus murah senyum, tidak gampang emosi ketika melayani nasabah, dan menggunakan kalimat yang menunjukkan keramahannya dan *excellent service* harus berpenampilan yang sopan karena penampilan adalah hal yang dilihat pertama kali oleh nasabah, penampilan yang menarik akan menjadikan kesan yang baik bagi nasabah. Untuk peneliti selanjutnya dapat meneliti objek penelitian yang lebih luas.

DAFTAR RUJUKAN

- Febiola, V., Iqbal Fasa, M., & Suharto, P. (2023). Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Produk Tabungan Easy Wadiah Pada PT. Bank Syariah Indonesia Tahun 2022. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Bisnis Dan Teknologi (AMBITEK)*, 3(1), 97–104.
- Hapsari, A. (2015). Pengaruh Excellent Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Pizza Hut Malang Town Square). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 18(2), 85418.
- Harun, M., & Rahman, T. (2023). Implementasi Hybrid Contract Pada Gadai Emas Bank Syariah Indonesia

- Kantor Cabang Pembantu Batu Diponegoro Dalam Perspektif *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6(2), 588-598.
- Hasbi, M. Z. N., & Widayanti, I. (2021). Analysis of Ijarah Contract Service Innovations in Sharia Banking Transactions. *IJMA (Indonesian Journal of Management and Accounting)*, 4 (1), 282-290.
- Hilmi, A. N. I. (2024). Application of the Principle of Ikhtiyat in Murabahah Financing: A Case Study of BMT Malang, East Java. *Journal of Lslamic Economics and Bussines Ethics*, 1(3), 136-148.
- Mabrukah, A. I. S. H. (2024). Transformation of Zakat Into Rotating Business Capital: A Sustainable Economic Empowerment Solution. *Journal of Lslamic Economics and Bussines Ethics*, 1(3), 163-175.
- Nurul Rahmah Kusuma, H. N. (2024). Application of Principles and Rules for Non-Cash Transactions Using QRIS Services Maqāṣid Al-Sharī'ah Perspective. *Journal of Lslamic Economics and Bussines Ethics*, 1(3), 176-188.
- Rahayu Ningsih, P., & Taufiqur, T. (2023). Analisis Prosedur Pembiayaan Produk Cicil Emas Bsi Dalam Upaya Meningkatkan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KC Bojonegoro. *Jurnal Justisia Ekonomika: Magister Hukum Ekonomi Syariah*, 7(2), 935-946.
- Silvia, M., Ariwibowo, P., & F, D. N. (2023). Terhadap Kinerja Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Cilandak. *Economics Learning Experience & Social Thinking Education Journal*, 3(2), 115-122.
- Saputra, G. G., & Sultan, Fadhilah, H. H. (2024). Online Customer Contribution Efforts to Increase Customer Satisfaction and Repurchase Intention on Sharia E-Commerce Platforms in Islamic Countries. *Journal of Lslamic Economics and Bussines Ethics*, 1(3), 146-162.
- Widayanti, I., & Sari, S. W. H. P. (2023). The Role of DSN-MUI Fatwa in Indonesian Sharia Banking Development Flows in the Industrial Revolution 4.0. *El-Qish: Journal of Islamic Economics*, 3(1), 29-44.
- Zidny, M., & Hasbi, N. '. (2022). How Will Indonesia's Remittance Value for The Next 5 Years Due to Covid-19? (Autoregressive Integrated Moving Average Approach). *El-Qish: Journal of Islamic Economics*, 2(1), 58-67.
- Wathani, M. Z., & Kurniasih, A. (2015). Concept of Islamic Banking Service excellence By the Qur'an. *Jurnal Nisbah*, 1(1), 1-22.