

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Penelitian**

Sektor keuangan perbankan berperan sangat penting bagi aktivitas perekonomian. Bank adalah lembaga keuangan terpenting dan sangat mempengaruhi perekonomian suatu bangsa baik secara mikro maupun makro. Bank sendiri merupakan suatu lembaga keuangan yang memiliki kewenangan untuk menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman modal kerja untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat umum.

Berbicara soal bank tentunya tidak lepas dari adanya bank syariah. Bank syariah merupakan bank yang setiap menjalankan aktivitas usahanya menggunakan landasan prinsip-prinsip syariah yang terdiri dari BUS (Bank Umum Syariah), BPRS (Bank Perkreditan Rakyat Syariah) dan UUS (unit Usaha Syariah). Bank syariah juga selalu menggunakan hukum-hukum yang tercantum dalam Al-Quran dan Hadist. Berbeda dengan bank konvensional yang mengandalkan sistem bunga, bank syariah lebih mengutamakan sistem bagi hasil, sistem sewa, dan sistem jual beli yang tidak menggunakan sistem riba sama sekali.

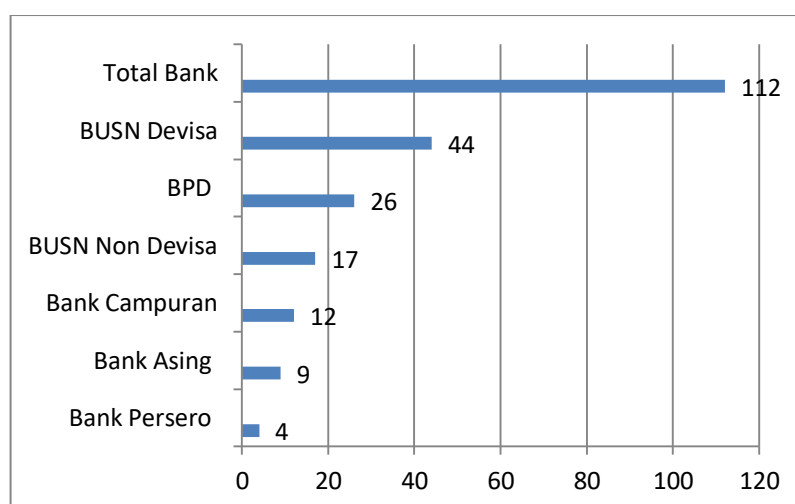
Menurut Scahik, pengertian bank syariah adalah suatu bentuk dari bank modern yang berlandaskan hukum-hukum agama islam, yang dikembangkan pada abad pertengahan islam dengan jalan menggunakan konsep bagi hasil dan bagi

resiko sebagai sistem utama dan menghapuskan sistem keuangan yang dilandasi dengan anggapan kepastian keuntungan yang telah ditentukan sebelumnya.

Dalam Undang-undang RI nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang Perbankan (pasal 1 ayat 2), pengertian Bank adalah sebuah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lain dengan tujuan untuk meningkatkan taraf hidup orang banyak.

Data statistik yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada Mei 2019 terdapat total bank sebanyak 112 bank, BUSN Devisa sebanyak 44, BPD sebanyak 26, BUSN Non Devisa sebanyak 17, Bank Campuran sebanyak 12, Bank Asing sebanyak 9 dan Bank Persero sebanyak 4 bank. Data statistik tersebut digambarkan dalam tabel dibawah ini.

**Gambar 1.1**  
**Jumlah Bank Umum di Indonesia 2019**



Sumber: [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)

Lembaga perbankan dan keuangan syariah saat ini juga berkembang dengan pesat. Perkembangan lembaga perbankan dan keuangan di Indonesia diawali dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tahun 1991 dan beroperasi secara efektif pada tahun 1992. Indonesia terbilang terlambat dalam mengembangkan lembaga keuangan syariah dibandingkan dengan negara tetangga Malaysia yang telah mendirikan Bank Islam semenjak tahun 1983.

Namun, hal ini bukan tanpa ada sebab. Keinginan untuk mendirikan lembaga perbankan dan keuangan syariah di Indonesia sebenarnya sudah ada sejak lama, terutama pada tahun 1970-an, ketika didirikannya *Islamic Development Bank* (IDB) pada tahun 1975 oleh negara-negara Organisasi Konferensi Islam termasuk Indonesia didalamnya. Berdirinya IDB ini telah memotivasi banyak negara Islam untuk mendirikan lembaga keuangan syariah. Sejak itu, bank-bank syariah bermunculan di Mesir, Sudan, negara-negara teluk, Pakistan, Iran, Malaysia, Bangladesh dan Turki (Antonio, 2001) Pada saat itu, bank syariah belum bisa didirikan di Indonesia, karena kondisi politik yang tidak kondusif. Pendirian bank syariah diidentikan dengan masalah ideologi dan dikaitkan dengan konsep negara Islam sehingga dianggap dapat mengganggu stabilitas keamanan negara. Disamping itu, bank syariah berdasarkan prinsip bagi hasil, juga belum diatur dalam Undang Undang Pokok Perbankan No. 14 Tahun 1967 (Yustiady, 2003).

Berhubung adanya perubahan kondisi sosial, ekonomi dan politik, ide pendirian bank Islam dimunculkan kembali pada awal tahun 1990, yang diinisiasi oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Ide ini didukung oleh Ikatan Cendekiawan

Ulama Indonesia (ICMI), sekelompok pengusaha Muslim dan Pemerintah. Presiden Soeharto memberikan dukungan secara politik dan dana bagi pendirian bank syariah tersebut. Respon positif Soeharto terhadap pendirian bank Islam di Indonesia berkaitan dengan politik akomodasi yang dijalankan oleh pemerintah orde baru terhadap umat Islam dan juga ketertarikannya terhadap sistem bagi hasil yang akan diterapkan dalam bank Islam (Muslim Kara, 2005). Berdasarkan dukungan tersebut akhirnya Bank Muamalat Indonesia (BMI), bank syariah pertama di Indonesia, pada tahun 1991 didirikan.

Kelahiran lembaga keuangan syariah di Indonesia ditandai secara resmi dengan pendirian Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tahun 1991. Berdirinya BMI, dan seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat atas pelayanan keuangan berbasis syariah, memotivasi lahirnya lembaga keuangan syariah lainnya. Sebagai contoh, pada awal tahun 1994, berdiri perusahaan asuransi syariah yang dinamakan dengan Syariah Takaful Indonesia. Perusahaan ini didirikan oleh ICMI, Abdi bangsa Foundation, Bank Muamalat Indonesia, Asuransi Jiwa Tugu Mandiro dan beberapa pengusaha Muslim serta Pemerintah melalui Kementerian Keuangan. Pada 1997, PT Danareksa Investment (DIM) meluncurkan reksa dana syariah yang merupakan produk pasar modal syariah pertama di Indonesia. Pada tahun 1998, *dual system* bank diberlakukan dengan diamandemennya UU Perbankan No. 7 Tahun 1992 dengan UU No.10 Tahun 1998. Sistem perbankan ini membolehkan bank-bank konvensional beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan membuka Unit Usaha Syariah (UUS)

sehingga mempercepat pertumbuhan perbankan syariah (Masterplan Arsitektur Keuangan Syariah Indonesia, 2015).

Disamping itu, pada tahun 2000, Bursa Efek Jakarta bersama dengan PT. Danareksa Investment Management (DIM) meluncurkan *Jakarta Islamic Index* (JII) yang terdiri atas saham-saham *blue chip* yang memiliki kepatuhan syariah. Penerbitan Sukuk Korporasi adalah sebuah prestasi besar lainnya dalam industri keuangan syariah di Indonesia. Hal ini terjadi ketika Indosat (perusahaan telekomunikasi) menerbitkan Sukuk pertama (berdasarkan Mudharabah) pada tahun 2002. Langkah ini diikuti oleh korporasi lainnya yaitu Matahari Putra Prima yang menerbitkan Sukuk Ijarah pada tahun 2004. Kontribusi penting pemerintah terwujud pada tahun 2008 ketika Dewan Perwakilan Rakyat menerbitkan Undang-Undang Sukuk Negara No. 19 Tahun 2008 dan Undang-Undang Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008. Sukuk Negara pertama diterbitkan pada tahun 2008 yang diikuti oleh Sukuk Ritel pertama di dunia pada tahun 2009 (Masterplan Arsitektur Keuangan Syariah Indonesia, 2015).

Menurut data statistik Perbankan Syariah yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa keuangan (OJK) pada Mei 2019 terdapat 14 Bank Umum Syariah (BUS), 20 Unit Usaha Syariah (UUS) dan 164 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dengan total aset BUS dan UUS sebesar Rp. 472.404 Miliar. Sedangkan jumlah kantor Bank Umum Syariah sebanyak 1881, kantor Unit Usaha Syariah sebanyak 370 dan jumlah kantor Bank Pembiayaan Rakyat Syariah sebanyak 507 kantor. Detail statistik diatas digambarkan dalam tabel di bawah ini.

**Tabel 1.1**  
**Statistik Perbankan Syariah OJK 2019**

BUS/UUS/BPRS	Jumlah Bank	Jumlah Kantor	Total Asset (Miliar Rupiah)
BUS	14	1881	313.210
UUS	20	370	159.194
BPRS	164	507	-
<b>TOTAL</b>	<b>198</b>	<b>2758</b>	<b>472.404</b>

*Sumber: www.ojk.go.id*

Dalam dunia perbankan, sumber daya manusia memegang peranan yang sangat penting karena sumber daya manusia merupakan kumpulan orang-orang yang berusaha memberikan kualitas pelayanan yang terbaik kepada setiap nasabah. Pelayanan pada dasarnya kegiatan yang ditawarkan organisasi atau perorangan kepada konsumen yang bersifat tidak berwujud. Secara umum, pelayanan di Indonesia dinilai masih kurang baik dalam melakukan pelayanan kepada konsumennya, termasuk dalam dunia perbankan yang kurang baik dalam melakukan pelayanan kepada nasabah dan sering dianggap bertele-tele dalam melakukan pelayanan kepada nasabahnya sehingga masalah tersebut harus segera diperbaiki untuk merubah citra buruk tersebut menjadi lebih baik.

Kualitas pelayanan dalam dunia perbankan sangat berperan penting dalam mencapai keberhasilan suatu perbankan. Karena tanpa adanya pelayanan yang baik bisnis perbankan akan kesulitan untuk mencapai suatu keberhasilan. Kualitas pelayanan adalah prestasi atau pencapaian dalam memberikan sebuah pelayanan kepada konsumen atau nasabah sehingga merasa puas dengan pelayanan yang

diberikan oleh suatu perbankan. Jika nilai dalam perbankan bagi nasabah adalah kemudahan bertransaksi dan keamanan, maka kepuasan nasabah akan didapat pada perbankan yang mampu memberikan kemudahan dalam bertransaksi financial yang dilakukan serta keamanan dalam menjaga aset-aset nasabah atau data-data penting lainnya.

Konsumen biasanya akan membandingkan pelayanan suatu perbankan dengan perbankan lainnya. Dimana jika pelayanan yang diberikan oleh suatu bank kepada nasabahnya kurang baik maka nasabah tersebut akan kecewa karena pelayanan yang diberikan oleh bank tersebut tidak sesuai dengan apa yang diharapkan dan dirasakan oleh nasabah, pelayanan atau kinerja seperti ini akan sangat merugikan perusahaan karena tidak menutup kemungkinan nasabah yang telah menerima pelayanan yang kurang baik itu akan berhenti atau berpindah pada perbankan lain yang pelayanannya dinilai lebih baik oleh nasabah tersebut dan ini menandakan perusahaan masih kesulitan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumennya. Beda halnya dengan nasabah yang mendapat pelayanan baik dari suatu bank atau perusahaan, nasabah akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh bank karena pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang nasabah harapkan dan dirasakan nasabah. Ini akan menjadi suatu nilai yang sangat berharga dan menjadi suatu keuntungan bagi suatu perbankan karena dengan memberikan suatu pelayanan yang baik konsumen akan semakin betah menggunakan jasa perbankan tersebut dan secara tidak langsung konsumen akan mempromosikan bank tersebut kepada nasabah lain atau calon nasabah dengan cara *word of mouth*, yang dimana strategi pemasaran dengan cara *word of mouth*

dapat dengan mudah membujuk atau mempengaruhi calon nasabah untuk menggunakan jasa perbankan yang telah nasabah lain gunakan terlebih dahulu. Dengan berbagai macam pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan, ini akan mengakibatkan adanya persaingan antar perusahaan untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumennya sehingga nantinya bisa mendapatkan keuntungan dan memenangkan pangsa pasar.

Menurut Tjiptono (2001) kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga menurut Tjiptono (2007) kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Untuk mengetahui kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Pelayanan menurut Kasmir, S.E., M.M., diartikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Sedangkan Pelayanan Nasabah atau *Customer Service Officer*



menurut Buku Operasional Bank Rakyat Indonesia adalah kelompok kerja pelayanan yang merupakan himpunan dari pegawai yang profesional dibidang pelayanan dan ditujukan untuk meningkatkan kepuasan kepada nasabah, dengan cara memenuhi harapan dan kebutuhannya.

Dalam hal ini, pelayanan adalah hal utama yang diprioritaskan oleh PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sukabumi Surade. Memberikan pelayanan yang baik serta cekatan adalah suatu motivasi kerja bagi pihak bank dalam mempertahankan nasabahnya yang artinya nasabah puas dengan pelayanan yang diberikan oleh bank.

PT. Bank Syariah Mandiri hadir sebagai bank yang memegang teguh prinsip-prinsip syariah dalam pelaksanaan operasionalnya. Bank Syariah Mandiri menyadari betul bahwa kualitas pelayanan memiliki peranan penting dalam menciptakan kepuasan nasabah. Nasabah yang semakin kritis terhadap pelayanan yang diperoleh membuat Bank Syariah Mandiri harus dapat melakukan atau melaksanakan kegiatan operasional sebaik mungkin untuk memberikan pelayanan terbaik.

Bank Syariah Mandiri memiliki misi meningkatkan kualitas produk serta layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah. Bank Syariah Mandiri dalam perkembangannya selalu berupaya meningkatkan kualitas pelayanan baik dari segi karyawan maupun fasilitas yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri.

Hal ini tertuang dalam *Shared Values* Bank Syariah Mandiri pada poin *Customer Focus*. Pada poin tersebut, Bank Syariah Mandiri bertekad untuk terus

mengembangkan pelayanan dan berusaha melampaui harapan nasabah. Bank Syariah Mandiri melihat *service excellence* sebagai bentuk komitmen untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Salah satu cara meningkatkan pelayanan pada Bank Syariah Mandiri adalah dengan mengadakan pelatihan bagi karyawan terkait *service excellence*. Kemudian, Bank Syariah Mandiri juga mengadakan *gathering internal* yang disebut *Community of Practice* yang diintegrasikan pada *Knowledge Management Portal* Bank Syariah Mandiri. Setiap karyawan dari berbagai fungsi akan membagi pengalaman mereka yang bisa diakses dari portal tersebut.

Dalam meningkatkan kualitas pelayanan Bank Syariah Mandiri tidak setengah-setengah untuk memberikan pelayanan yang prima kepada nasabahnya. Hal ini dapat dilihat dari keseriusan Bank Syariah Mandiri dengan membentuk grup unit tersendiri, yaitu *Customer Complaint Handling*. Grup ini tidak hanya bertugas menangani keluhan konsumen, namun turut membangun budaya Bank Syariah Mandiri untuk mendukung *service excellence*.

Berbagai usaha yang dilakukan Bank Syariah Mandiri dalam memberikan kepuasan kepada konsumen mendapatkan apresiasi dari MarkPlus, Inc. Bank Syariah Mandiri berhasil meraih *Gold Winner* dalam *WOW Service Excellence Award* (WOW SEA 2015) untuk kategori Bank Syariah. Penghargaan ini diberikan kepada merek-merek yang memiliki servis yang WOW dan Bank Syariah Mandiri dinilai pantas mendapatkan predikat tersebut diajang WOW SEA 2015.

Data perkembangan nasabah menunjukkan bahwa jumlah nasabah Bank Syariah Mandiri mengalami fluktuatif. Dapat dilihat pada tahun 2015 jumlah

nasabah Bank Syariah Mandiri sebesar 960, pada tahun 2016 sebesar 755 dan tahun 2017 sebesar 672 nasabah. Total penurunan nasabah dari tahun 2015 sampai 2017 sebesar 288 nasabah. Bank Syariah Mandiri juga mengalami kenaikan nasabah pada tahun 2018 menjadi 724 nasabah. Detail statistik diatas digambarkan dalam tabel dibawah ini.

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sukabumi Surade Tahun 2015 – 2018**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Nasabah</b>
2015	960
2016	755
2017	672
2018	724

*Sumber: PT. Bank Syariah Mandiri KCP Sukabumi Surade*

Peningkatan dan penurunan jumlah nasabah ini dapat menunjukkan seberapa tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah dalam memperoleh pelayanan dari Bank Syariah Mandiri. Keberhasilan Bank Syariah Mandiri dalam meningkatkan jumlah nasabah yang sempat turun pada tahun 2015 sampai 2017 tidak lepas dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri yang mampu memenuhi kebutuhan nasabahnya sehingga nasabah tersebut merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh bank.

Menurut Lupiyoadi dan hamdani (2006) Kepuasan Konsumen merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan yang diharapkan.

Menurut Kotler, Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Jadi, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan amat puas atau senang. Kunci untuk menghasikan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi.

Kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang sangat erat dengan kepuasan konsumen. Dengan pelayanan yang berkualitas akan mendorong konsumen untuk menjalin hubungan yang erat dengan suatu perusahaan. Dengan ikatan yang seperti ini perusahaan memungkinkan untuk memahami harapan dan kebutuhan konsumennya. Pelayanan terhadap konsumen tidak hanya sekedar melayani atau menjawab keluhan konsumen mengenai produk atau jasa yang tidak memuaskan, akan tetapi lebih kepada memecahkan masalah yang timbul pada konsumen setelah membeli atau mendapatkan jasa pelayanan dari perusahaan.

Dari permasalahan tersebut, kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Oleh karena itu, peneliti akan meneliti lima dimensi kualitas pelayanan kelima yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (Kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan) dan *emphaty* (empati). Peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dan menyajikannya dalam satu kerangka ilmiah yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap**

## **Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sukabumi Surade”.**

### **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Pelayanan di Indonesia dinilai masih kurang baik.
2. Perbankan dalam melakukan pelayanan terlalu bertele-tele.
3. Terjadinya persaingan antar perusahaan.
4. Banyaknya konsumen yang membandingkan pelayanan setiap perusahaan.
5. Konsumen merasa kecewa dengan pelayanan yang diberikan.
6. Sulitnya perusahaan dalam mengukur kepuasan konsumen.
7. Jumlah nasabah bank syariah mandiri mengalami fluktuatif.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang dikemukakan diatas, masalah dapat dirumuskan pada apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri sebagai berikut:

1. Apakah *tangible*/bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri?
2. Apakah *reliability*/kehandalan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri?

3. Apakah *responsiveness*/ketanggapan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri?
4. Apakah *assurance*/jaminan berpengaruh terhadap kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri?
5. Apakah *emphaty*/empati berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri?
6. Apakah *tangible*/bukti fisik, *reliability*/kehandalan, *responsiveness*/ketanggapan, *assurance*/jaminan dan *emphaty*/empati secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya maka tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh *tangible*/bukti fisik terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri.
2. Untuk mengetahui pengaruh *reliability*/kehandalan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri.
3. Untuk mengetahui pengaruh *responsiveness*/ketanggapan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri.
4. Untuk mengetahui pengaruh *assurance*/jaminan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri.
5. Untuk mengetahui pengaruh *emphaty*/empati terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri.

6. Untuk mengetahui pengaruh simultan *tangible*/bukti fisik, *reliability*/kehandalan, *responsiveness*/ketanggapan, *assurance*/jaminan dan *emphaty*/empati terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Dalam melakukan penelitian ini penulis mengharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait antara lain:

1. Kegunaan Teoritis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini mampu memberikan pemahaman dan referensi mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada suatu perusahaan serta untuk memberikan sumbangan pemikiran bagi penelitian selanjutnya.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Peneliti

Untuk memperoleh wawasan dan pengetahuan penulis mengenai unsur-unsur kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan sebagai salah satu syarat akademik untuk memenuhi tugas akhir pada program studi manajemen.

- b. Bagi Instansi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam penerapan ilmu manajemen kepada aplikasi yang realistis, sehingga mampu memberikan gambaran yang jelas mengenai metode dan teknik analisis yang digunakan.

c. Bagi Masyarakat

Sebagai bahan acuan dan referensi bagi pihak lain yang ingin memperdalam dan meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

**F. Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran merupakan gambaran terhadap penelitian yang dilakukan serta memberikan landasan yang kuat terhadap topik yang dipilih dan disesuaikan dengan masalah yang terjadi sebagaimana menurut (Sugiyono, 2009) kerangka pemikiran merupakan kerangka hubungan antara konsep-konsep yang ingin diamati dan diukur dengan penelitian yang dilakukan.

Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya (Kotler dan Keller, 2009).

Definisi kualitas pelayanan menurut (Tjiptono, 2011) adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut. Adapun hubungan antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen dibawah ini sebagai berikut:

1. Hubungan *Tangible* Terhadap Kepuasan Nasabah

Bukti fisik yang baik akan mempengaruhi persepsi nasabah. Karena suatu bentuk jasa tidak bisa dilihat, dicium ataupun diraba. Maka aspek



wujud fisik menjadi bagian penting sebagai alat ukur dari pelayanan. Pada saat yang bersamaan, aspek bukti fisik mempengaruhi harapan nasabah, karena bukti fisik yang baik akan mengakibatkan harapan konsumen menjadi lebih tinggi. Oleh karena itu, pihak Bank Syariah Mandiri harus memberikan bukti nyata seperti melengkapi atribut penampilan karyawan, penggunaan alat bantu dalam pelayanan dan memberikan kemudahan akses untuk nasabah. Hubungan bukti fisik dengan kepuasan nasabah adalah wujud fisik yang mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik persepsi nasabah dengan bukti fisik maka kepuasannya akan meningkat dan menciptakan rasa loyal. Sebaliknya jika persepsi konsumen terhadap bukti fisik buruk, maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah. Adapun indikator dalam dalam Tangible antara lain:

- a) Penampilan petugas dalam melayani nasabah.
- b) Kenyamanan tempat melakukan pelayanan.
- c) Kemudahan dalam proses pelayanan.
- d) Kedisiplinan karyawan/petugas dalam melakukan pelayanan.
- e) Kemudahan akses pelanggan.

## 2. Hubungan *Reliability* Terhadap Kepuasan Nasabah

Kehandalan adalah pemenuhan janji pelayanan segera dan memuaskan dari perusahaan. Pelayanan pada Bank Syariah Mandiri sebagai usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lain dengan tujuan untuk meningkatkan taraf hidup orang banyak

serta memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan dan akurat serta memberikan informasi yang tepat kepada nasabah. Hubungan kehandalan dengan kepuasan nasabah mempunyai pengaruh positif. Semakin baik persepsi nasabah terhadap kehandalan perusahaan maka kepuasan nasabah juga akan semakin tinggi. Sebaliknya jika persepsi nasabah terhadap kehandalan buruk maka kepuasan nasabah juga akan semakin rendah. Adapun indikator dalam Reliability antara lain:

- a) Kecermatan petugas.
- b) Memiliki standar pelayanan yang jelas.
- c) Kemampuan karyawan dalam menggunakan alat bantu.
- d) Keahlian petugas.
- e) Menyimpan dokumen nasabah tanpa kesalahan.

### 3. Hubungan *Responsiveness* Terhadap Kepuasan Nasabah

*Responsiveness* adalah dimensi kualitas pelayanan yang paling dinamis harapan pelanggan terhadap kecepatan pelayanan hampir dapat dipastikan akan berubah dengan kecenderungan naik dari waktu ke waktu. Daya tanggap pada penelitian ini merupakan kesigapan karyawan Bank Syariah Mandiri dalam melayani nasabah. Ketika nasabah mengalami masalah atau keluhan seperti lupa sandi ATM atau membuat buku rekening baru, dibutuhkan kesigapan karyawan untuk mengatasi permasalahan tersebut.

Hubungan daya tanggap dengan kepuasan nasabah mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik persepsi nasabah

terhadap daya tanggap perusahaan maka kepuasan nasabah juga akan semakin tinggi. Sebaliknya jika persepsi nasabah terhadap daya tanggap buruk maka kepuasan nasabah juga akan semakin rendah. Adapun indikator dalam Responsiviness antara lain:

- a) Merespon setiap nasabah yang ingin mendapat pelayanan.
- b) Karyawan melakukan pelayanan dengan cepat.
- c) Karyawan melakukan pelayanan dengan tanggap.
- d) Karyawan melakukan pelayanan dengan cermat.
- e) Semua keluhan nasabah direspon oleh karyawan.

#### 4. Hubungan *Assurance* Terhadap Kepuasan Nasabah

*Assurance* atau jaminan adalah pengetahuan terhadap produk secara tepat, kemampuan dalam memberikan keamanan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan dan keyakinan konsumen terhadap perusahaan. Jaminan ketepatan waktu karyawan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah menjadi tolak ukur nasabah untuk merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Hubungan jaminan dengan kepuasan konsumen mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik persepsi nasabah terhadap jaminan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan nasabah juga akan semakin tinggi. Sebaliknya jika persepsi nasabah terhadap jaminan yang diberikan oleh perusahaan buruk maka kepuasan nasabah juga akan semakin rendah. Adapun indikator dalam Jaminan antara lain:

- a) Karyawan mampu menjawab pertanyaan nasabah.

- b) Karyawan memberikan jaminan biaya dalam pelayanan.
- c) Karyawan memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan.
- d) Karyawan memberikan jaminan keamanan dalam melakukan transaksi.
- e) Karyawan konsisten bersikap sopan.

#### 5. Hubungan *Empathy* Terhadap Kepuasan Nasabah

*Empathy* merupakan kepedulian yang mencakup kemudahan komunikasi, sikap ramah karyawan dan pemahaman terhadap kebutuhan nasabah dengan cara mendengarkan kemudian memberi perhatian kepada tiap-tiap nasabah. Dengan kata lain empati yaitu perhatian khusus atau individu terhadap segala kebutuhan dan keluhan nasabah, serta adanya komunikasi yang baik antara penyedia jasa dengan nasabah. Terciptanya komunikasi yang baik dari karyawan Bank Syariah Mandiri kepada konsumen. Karyawan yang peduli dengan mendahulukan kepentingan nasabah berpengaruh dengan rasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Nasabah akan merasa senang dan nyaman dengan pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri.

Hubungan empati dengan kepuasan nasabah mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik persepsi nasabah terhadap empati yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan nasabah juga akan semakin tinggi. Sebaliknya jika persepsi nasabah terhadap empati yang diberikan oleh perusahaan buruk maka kepuasan nasabah juga akan semakin rendah. Adapun indikator dalam *Empathy* antara lain:

- a) Mendahulukan kepentingan nasabah.
- b) Karyawan memberikan pelayanan dengan sikap rasa peduli.
- c) Karyawan memberikan pelayanan dengan sikap sopan santun.
- d) Karyawan menghargai nasabah.
- e) Karyawan memperlakukan nasabah dengan penuh perhatian.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2011) ada 5 dimensi dari kualitas pelayanan, yaitu:

1. *Tangible* (Bukti Fisik)

Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi serta kendaraan operasional. Dengan demikian bukti langsung/wujud merupakan satu indikator yang paling konkrit. Wujudnya berupa segala fasilitas yang secara nyata dapat terlihat. Adapun indikator didalam *Tangible* antara lain:

- a) Penampilan petugas/ aparatur dalam melayani nasabah.
- b) Kenyamanan tempat melakukan pelayanan.
- c) Kemudahan dalam proses pelayanan.
- d) Kedisiplinan petugas dalam melakukan pelayanan.
- e) Kemudahan akses nasabah.

2. *Reliability* (Kehandalan)

Merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan. Menurut *Lovelock*, *reliability to perform the promised service dependably, this means doing it right, over a period of time*. Artinya, keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk

menampilkan pelayanan yang dijanjikan secara tepat dan konsisten. Keandalan dapat diartikan mengerjakan dengan benar sampai kurun waktu tertentu. Pemenuhan janji pelayanan yang tepat dan memuaskan meliputi ketepatan waktu dan kecakapan dalam menanggapi keluhan pelanggan serta pemberian pelayanan secara wajar dan akurat. Adapun indikator didalam Reliability antara lain:

- a) Kecermatan karyawan.
- b) Memiliki standar pelayanan yang jelas.
- c) Kemampuan karyawan dalam menggunakan alat bantu/modern.
- d) Keahlian karyawan.
- e) Menyimpan dokumen nasabah tanpa kesalahan.

### 3. *Responsiveness* (Ketanggapan)

Yaitu sikap tanggap pegawai dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan dapat menyelesaikan dengan cepat. Kecepatan pelayanan yang diberikan merupakan sikap tanggap dari petugas dalam pemberian pelayanan yang dibutuhkan. Sikap tanggap ini merupakan suatu akibat akal dan pikiran yang ditunjukkan pada pelanggan. Adapun indikator didalam

*Responsiveness* antara lain:

- a) Merespon setiap nasabah yang ingin mendapat pelayanan.
- b) karyawan melakukan pelayanan dengan cepat.
- c) Karyawan melakukan pelayanan dengan tanggap.
- d) karyawan melakukan pelayanan dengan cermat.
- e) Semua keluhan nasabah direspon oleh petugas.

#### 4. *Assurance* (Jaminan)

Mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki pegawai, bebas dari bahaya, risiko dan keraguan. Jaminan adalah upaya perlindungan yang disajikan untuk masyarakat bagi warganya terhadap resiko yang apabila resiko itu terjadi akan dapat mengakibatkan gangguan dalam struktur kehidupan yang normal. Adapun indikator didalam *Assurance* antara lain:

- a) Karyawan mampu menjawab pertanyaan nasabah.
- b) karyawan memberikan jaminan biaya dalam pelayanan.
- c) karyawan memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan.
- d) Karyawan memberikan jaminan keamanan dalam melakukan transaksi
- e) Karyawan konsisten bersikap sopan.

#### 5. *Empathy* (Empati)

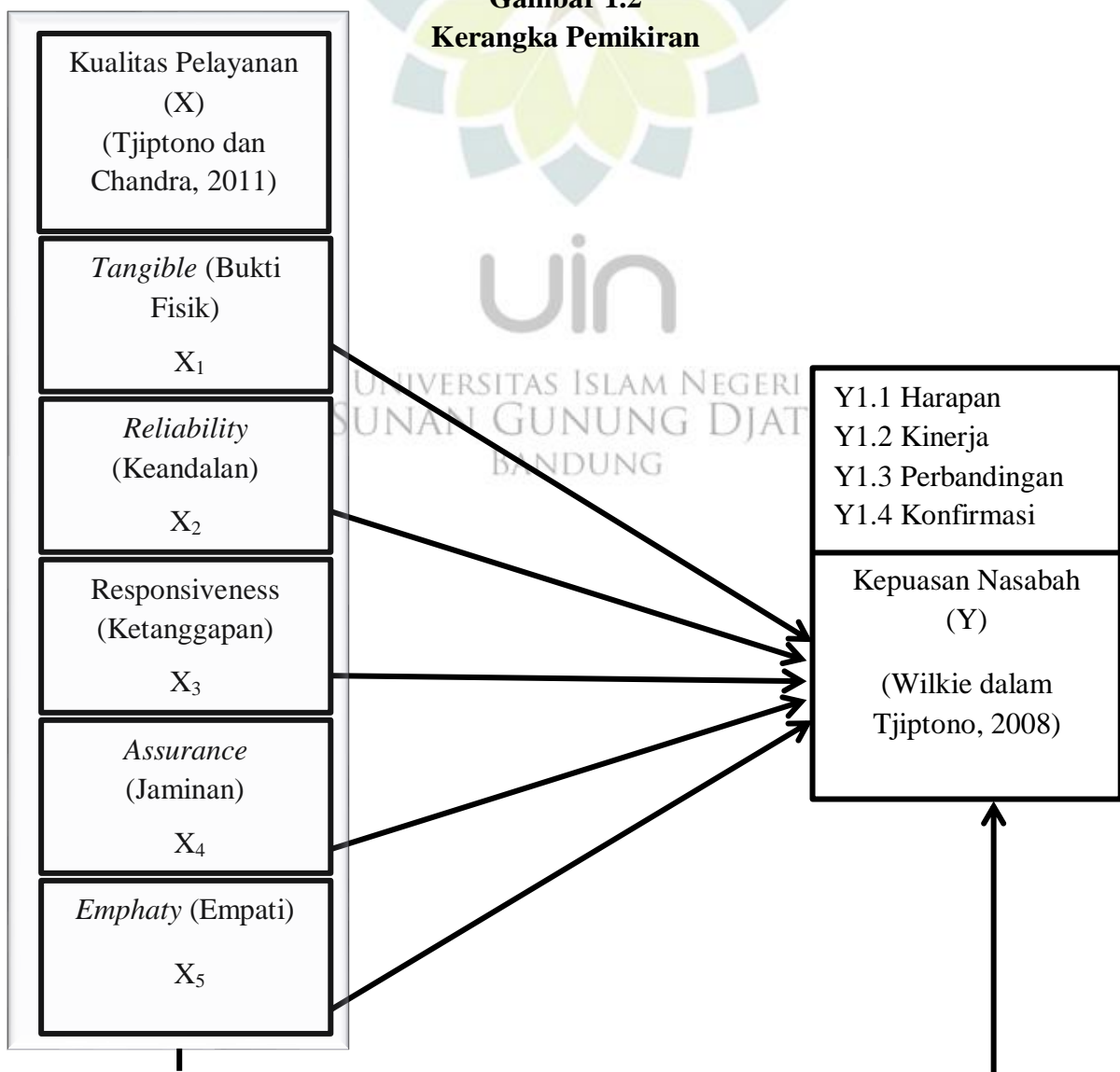
Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan. Empati merupakan *individualized attention to customer*. Empati adalah perhatian yang dilaksanakan secara pribadi atau individu terhadap pelanggan dengan menempatkan dirinya pada situasi pelanggan. Adapun indikator didalam *Empathy* antara lain:

- a) Mendahulukan kepentingan nasabah.
- b) karyawan melayani dengan sikap rasa peduli.

- c) karyawan melayani dengan sikap sopan santun.
- d) karyawan memperlakukan nasabah dengan penuh perhatian.
- e) Karyawan menghargai nasabah.

Menurut (Tjiptono, 2012) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya. (Kotler dan Keller, 2009) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.

**Gambar 1.2**  
**Kerangka Pemikiran**



Sumber : Diolah Oleh Penulis 2019



## G. Hipotesis

Berdasarkan kajian teori diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**Hipotesis 1** : Terdapat Pengaruh *Tangible* Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Sukabumi Surade.

**Hipotesis 2** : Terdapat Pengaruh *Reliability* Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Sukabumi Surade.

**Hipotesis 3** : Terdapat Pengaruh *Responsiviness* Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sukabumi Surade.

**Hipotesis 4** : Terdapat Pengaruh *Assurance* Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sukabumi Surade.

**Hipotesis 5** : Terdapat Pengaruh *Emphaty* Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sukabumi Surade.

**Hipotesis 6** : Terdapat Pengaruh *Tangible, Reliability, Responsiviness, Assurance* dan *Emphaty* secara simultan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sukabumi Surade.

**Tabel 1.3**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Analisis Perbandingan
1.	Tri Ulfa Wardani (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek	Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen	Terdapat persamaan dalam variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, perbedaannya terlihat pada objek yang diteliti
2.	Hamzah Anzani Puspasari (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Sukarajin Soreang	Terdapat pengaruh positif dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan	Terdapat persamaan dalam variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, perbedaannya terlihat pada objek yang diteliti
3.	Rahmat Hidayatulloh (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Barbershop Barbearcuts Padalarang	Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	Terdapat persamaan dalam variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, perbedaannya terlihat pada objek yang diteliti
4.	Supriyanto (2018)	Pengaruh Produk Dan Kualitas Pelayanan Hotel Berbasis Syariah Terhadap Kepuasan	Terdapat Pengaruh Positif Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan	Terdapat persamaan dalam variabel kualitas pelayanan dan kepuasan

		Pelanggan	Pelanggan	pelanggan, perbedaannya terlihat pada objek yang diteliti
5.	Apriani Triana (2018)	Pengaruh Tingkat Emosional dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Ruby Hotel Syariah Bandung	Terdapat Pengaruh Positif Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	Terdapat persamaan dalam variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, perbedaannya terlihat pada objek yang diteliti
6.	Wildan Sulaksana (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Konsumen Bengkel Global Motor Center Yogyakarta	Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	Terdapat persamaan dalam variabel kualitas Pelayanan dan kepuasan konsumen, perbedaannya terlihat pada objek yang diteliti
7.	Ulfiana Rahayu (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Biintang Redante di Kabupaten Garut	Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	Terdapat persamaan dalam variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, perbedaannya terlihat pada objek yang diteliti
8.	Anisa Nurochmah	Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan	Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap	Terdapat persamaan dalam variabel kualitas

	(2018)	Pelanggan Toko Online Nyonyawardah	Kepuasan Pelanggan	pelayanan dan kepuasan pelanggan, perbedaannya terlihat pada objek yang diteliti
9.	Mustopa Khamil (2015)	Pengaruh Kualiiitas Produk Dan Servicescape Terhadap Kepuasan Konsumen KPC Cabang Cimahi	Terdapat Pengaruh Positif Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	Terdapat persamaan variabel kepuasan konsumen, perbedaannya terlihat pada objek yang diteliti
10.	Zainal Arifin (2015)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Kara Guest House Sragen	Terdapat pengaruh secara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen	Terdapat persamaan dalam variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, perbedaannya terlihat pada objek yang diteliti

Sumber : Diolah Oleh Penulis 2018