

BAB II

LANDASAN TEORI

A. *Total Quality Management*

1. Pengertian *Total Quality Management*

Definisi TQM menurut Santoso adalah merupakan sebuah sistem manajemen yang mengangkat kualitas sebagai strategi usaha dan berorientasi pada kepuasan pelanggan dengan melibatkan seluruh anggota organisasi.¹¹

2. Karakteristik *Total Quality Management*

TQM hanya dapat dicapai dengan memperhatikan karakteristik TQM sebagai berikut

1. Focus pada pelanggan, baik pelanggan internal maupun eksternal.
2. Memiliki observasi tinggi terhadap kualitas.
3. Menggunakan pendekatan ilmiah dalam pengambilan keputusan dan pemecah masalah.
4. Memiliki komitmen jangka panjang.
5. Membutuhkan kerja sama tim.
6. Memperbaiki proses secara berkesinambangan.
7. Menyelenggarakan pendidikan dan penelitian.
8. Memberikan kebebasan yang terkendali.
9. Memiliki kesatuan tujuan.¹²

¹¹ Fandy Tjiptono dan Anastasia, *Total Quality Management*, (Yogyakarta: Andi, 2010), Hlm. 4

¹² Fandy Tjiptono dan Anastasia, *Total Quality*..... Hlm. 4

B. Kualitas Produk

1. Pengertian Kualitas Produk

Produk adalah suatu himpunan dari atribut-atribut fisik atau abstrak yang mungkin akan diterima pembeli sebagai pemenuhan kebutuhannya. Sedangkan menurut Kotler produk adalah setiap tawaran yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan.¹³

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen.¹⁴

Kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen. Kualitas didefinisikan sebagai tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen, sedangkan kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, kehandalan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut nilai.

¹³ Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran 1. Milenium ed.* (Jakarta: PT. Prenhalindo, 2009), Hlm. 13

¹⁴ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005)., Hlm. 136

2. Indikator Kualitas Produk

Menurut Mullins, Orville. Larreche, dan Boyd apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing, indikator dari kualitas produk terdiri dari:¹⁵

a. *Performance* (kinerja)

Berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk. Kinerja merupakan karakteristik atau fungsi utama suatu produk. Ini merupakan manfaat atau khasiat utama produk yang kita beli. Biasanya ini menjadi pertimbangan pertama kita membeli produk.

b. *Durability* (daya tahan)

Yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya tahan produk.¹⁶

¹⁵ Kasmir, *Pemasaran Bank*,..... Hlm. 141

¹⁶ M. Nasution, *Total Quality Management*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005), Hlm. 5

c. *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi)

Sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.

d. *Features* (fitur)

Karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk. Dimensi fitur merupakan karakteristik atau ciri-ciri tambahan yang melengkapi manfaat dasar suatu produk. Fitur bersifat pilihan atau option bagi konsumen. Kalau manfaat utama sudah standar, fitur seringkali ditambahkan. Idenya, fitur bisa meningkatkan kualitas produk kalau pesaing tidak memiliki.

e. *Reliability* (reliabilitas)

Probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.

f. *Aesthetics* (estetika)

Berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk.¹⁷

¹⁷ M. Nasution, *Total Quality*,.....Hlm. 5

g. *Perceived quality* (kesan kualitas)

Sering dibilang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan. Jadi, persepsi konsumen terhadap produk didapat dari harga, merk, periklanan, reputasi, dan negara asal. Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah suatu keadaan dimana konsumen merasa cocok dengan suatu produk atau sesuai dengan keinginan yang diharapkan untuk memenuhi kebutuhannya.¹⁸

C. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Pelayanan

Menurut Philip Kotler pelayanan atau *service* adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat diakitkan dengan suatu produk fisik.

Menurut Malayu Hasibuan, pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya.¹⁹

¹⁸ M. Nasution, *Total Quality* Hlm. 5

¹⁹ Malayu S.P. Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011), Hlm.

2. Indikator Pelayanan yang Baik

a. Pemimpin dan kepemimpinan bank

Pemimpin dan kepemimpinan bank paling menentukan baik atau buruknya pelayanan dan etika suatu bank. Karena itu manajer suatu bank merupakan cermin tentang baik atau buruknya pelayanan bank bersangkutan. Manajer harus mampu membina para karyawannya sedemikian rupa sehingga pelayanan dan etika karyawan dalam melayani masyarakat baik dan benar.

b. Organisasi bank

Organisasi bank dan *job description* setiap karyawan harus disusun dengan baik agar tumpang tindih dalam pelayanan dapat dihindarkan. Dengan cara ini dapat diharapkan pelayanan akan lebih baik dan benar.

c. Karyawan bank (SDM)

Karyawan bank harus bermental baik dan profesional dalam tugasnya masing-masing, sehingga pelayanan terhadap masyarakat baik dan benar.²⁰

d. *Desentralisasi authority*

Desentralisasi authority pada karyawan bank harus dikembangkan agar pelayanan dapat ditingkatkan. Karena dengan *desentralisasi authority* ini, birokratisme dapat dikurangi, sehingga

²⁰ Malayu S.P. Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*,..... Hlm. 152-153

pelayanan dapat lebih cepat dan lancar. Misalnya dengan teller sistem dalam pembayaran cek.

e. Peralatan bank

Peralatan bank yang baik dan canggih akan meningkatkan pelayanan bank kepada masyarakat. Misalnya dengan komputer yang *online* dapat melayani penarikan tabungan melalui *ATM card*, *debit card*, maupun *credit card*.

f. Kantor cabang bank

Apabila kantor cabang bank semakin banyak, pelayanan kepada masyarakat akan dapat ditingkatkan. Misalnya pelaksanaan transfer dan inkaso dapat lebih cepat.

g. Pengembangan karyawan bank

Pengembangan pengetahuan dan keterampilan karyawan bank harus dilakukan agar pelayanan terhadap masyarakat dapat ditingkatkan.²¹

Terdapat lima kelompok karakteristik yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas Jasa, antara lain :

- a. Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai dan sarana komunikasi.
- b. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.

²¹ Malayu S.P. Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*,..... Hlm. 154-155

- c. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staff untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- d. Jaminan (*assurance*), mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, risiko dan keragu-raguan.
- e. Empati (*empathy*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan para pelanggan.²²

3. Hakekat Pelayanan

Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan. Artinya karyawan langsung berhadapan dengan pelanggan atau nasabah sudah tahu tempatnya atau pelayanan melalui telepon. Berikut dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti oleh seorang *customer service*, *pramuniaga*, *public relation*, *satpam* ataupun kasir.

- a. Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih.
- b. Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum.
- c. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah kenal.

²² Irmayanti Hasan, *Manajemen Operasional Perspektif Integratif*, (Malang: UIN-Maliki Press, 2011), Hlm. 167-168

- d. Tenang, sopan, hormat serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan.
- e. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar.
- f. Bergairah dalam melayani nasabah dan menunjukkan keahlian.
- g. Jangan menyela atau memotong pembicaraan.
- h. Mampu meyakinkan nasabah serta memberikan kepuasan.
- i. Jika tidak mampu mengatasi permasalahan jangan ragu-ragu untuk minta bantuan.
- j. Bila belum mampu memberi pelayanan beritahu kapan akan dilakukan pelayanan atau membuat perjanjian.²³

Semua dasar-dasar pelayanan ini harus dikuasai dan dilaksanakan oleh seluruh karyawan, terutama bagi mereka yang berhubungan langsung dengan pelanggan atau nasabah. Dengan memahami dasar-dasar pelayanan ini diharapkan pelayanan yang diberikan benar-benar prima dan optimal.²⁴

Dalam praktiknya, pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri dan hampir semua perusahaan menggunakan kriteria yang sama untuk membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik. Terdapat beberapa faktor pendukung yang berpengaruh langsung terhadap mutu pelayanan yang diberikan. Pelayanan yang baik harus diikuti oleh tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan,

²³ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2009), Hlm. 15-22

²⁴ Kasmir, *Etika Customer*.....Hlm. 15-22

ketepatan dan keakuratan pekerjaan. Berikut adalah beberapa ciri-ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh karyawan yang bertugas melayani pelanggan atau nasabah.

1) Tersedianya karyawan yang baik

Kenyamanan nasabah sangat tergantung dari karyawan yang melayaninya, karyawan harus ramah, sopan dan menarik. Oleh karena itu sebelum menjadi karyawan yang bertugas melayani pelanggan harus melalui pendidikan dan pelatihan khusus terlebih dahulu. Di samping kualitas karyawan yang melayani pelanggan harus sesuai standar. Jumlah karyawan yang disediakan juga harus seimbang. Jangan sampai pelanggan menunggu antrian terlalu lama terutama pada saat jam-jam sibuk.²⁵

2) Tersedianya sarana dan prasarana yang baik

Pada dasarnya nasabah ingin dilayani secara prima. Untuk melayani nasabah, salah satu hal paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang baik. Peralatan yang dimiliki seperti ruang tunggu dan ruang untuk menerima tamu harus dilengkapi berbagai fasilitas sehingga membuat pelanggan atau nasabah menjadi betah dalam ruangan.

3) Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga akhir atau selesai

²⁵ Kasmir, *Etika Customer Service*,..... Hlm. 35

Bertanggung jawab kepada nasabah sejak awal hingga selesai artinya dalam menjalankan kegiatan pelayanan karyawan harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai. Jika terjadi sesuatu, karyawan yang dari awal menangani masalah tersebut, segera mengambil alih tanggung jawab. Resiko apabila ada karyawan yang tidak dilayani secara tuntas akan menjadi preseden yang buruk bagi perusahaan. Pelanggan yang tidak puas akan membiicarakan hal-hal negative tentang perusahaan.²⁶

4) Mampu melayani secara cepat dan tepat

Artinya dalam melayani nasabah diharapkan karyawan harus melakukan sesuai prosedur. Layanan yang diberikan sesuai untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam pelayanan yang diberikan sesuai dengan standar perusahaan dan keinginan nasabah. Begitu juga dengan proses pekerjaan harus sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan. Maksud ketepatan disini adalah usahakan jangan sampai terjadi kesalahan baik dalam hal pembicaraan maupun pekerjaan. Kesalahan akan mengakibatkan nasabah kesal yang menimbulkan anggapan perusahaan tidak profesional.

5) Mampu berkomunikasi

Mampu berkomunikasi artinya karyawan harus mampu berbicara kepada nasabah. Karyawan juga harus mampu dengan

²⁶ Kasmir, *Etika Customer Service*,..... Hlm. 36

cepat memahami keinginan nasabah. Komunikasi harus dapat membuat pelanggan senang sehingga jika nasabah mempunyai masalah, nasabah tidak segan-segan mengemukakan kepada petugas. Demikian pula dengan komunikasi lewat telepon atau sarana lainnya harus dengan tutur kata yang lemah lembut yang enak didengar oleh telinga pelanggan.²⁷

6) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi

Artinya karyawan harus menjaga kerahasiaan nasabah terutama yang berkaitan uang dan kepribadian nasabah. Khusus untuk nasabah lembaga keuangan seperti bank, kerahasiaan nasabah sangat dijunjung tinggi. Pada dasarnya menjaga rahasia sama artinya dengan menjaga rahasia perusahaan. Oleh karena itu, karyawan harus mampu menjaga kerahasiaan bank terhadap siapapun.

7) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik

Karena tugas karyawan selaku berhubungan dengan manusia, karyawan perlu didikan khusus mengenai kemampuan dan pengetahuan untuk menghadapi nasabah atau kemampuan dalam bekerja. Demikian dengan ketepatan dan keakuratan pekerjaan juga akan terjamin. Dalam hal ini kualitas manusia

²⁷ Kasmir, *Etika Customer Service*,..... Hlm. 37

tersebut juga akan terjamin. Dalam hal ini kualitas manusia tersebut perlu dididik sesuai dengan bidang pengetahuan.²⁸

8) Berusaha memahami kebutuhan nasabah

Artinya karyawan harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh nasabah. Karyawan yang lamban akan membuat nasabah lari. Petugas harus lebih dulu mengerti kemauan nasabah dengan cara penjelasan, keluhan atau kebutuhan nasabah secara baik agar pelayanan terhadap keluhan yang diharapkan nasabah tidak salah. Termasuk memberikan jalan keluar yang diinginkan.

9) Mampu memberi kepercayaan kepada nasabah

Kepercayaan merupakan ujung tombak perusahaan untuk menjalankan aktivitasnya. Sekali pelayanan yang diberikan dapat memuaskan pelanggan, maka akan menimbulkan kepercayaan. Satu hal yang perlu diingat bahwa meningkatkan kepercayaan lebih berat daripada mempertahankan kepercayaan yang sudah diberikan.²⁹

4. Pelayanan dalam Pandangan Islam

Ada 6 (enam) karakteristik pelayanan dalam pandangan Islam yang dapat digunakan sebagai panduan, antara lain:³⁰

- a. Jujur, yaitu sikap yang tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ada fakta, tidak berkhianat serta tidak pernah ingkar janji.

²⁸ Kasmir, *Etika Customer Service*,..... Hlm. 38

²⁹ *Ibid*, Hlm. 39

³⁰ Johar Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), Hlm. 92

- b. Bertanggung jawab dan terpercaya (*Al-amanah*), yaitu sikap dalam menjalankan bisnisnya selalu bertanggung jawab dan dapat dipercaya.
- c. Tidak menipu (*Al-Kadzib*), yaitu sikap yang sangat mulia dalam menjalankan bisnisnya adalah tidak pernah menipu. Seperti praktik bisnis dan dagang yang diterapkan oleh Rasulullah SAW adalah tidak pernah menipu.
- d. Menepati janji dan tidak curang yaitu suatu sikap pebisnis yang selalu menepati janji baik kepada para pembeli maupun diantara sesama pebisnis.
- e. Melayani dengan rendah hati (*Khidmah*), yaitu sikap ramah tamah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah namun tetap penuh tanggung jawab.
- f. Tidak melupakan akhirat, yaitu ketika sedang menjalankan bisnisnya tidak boleh terlalu menyibukkan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat, sehingga jika datang waktu shalat, mereka wajib melaksanakannya sebelum habis waktunya.

D. *Automatic Teller Machine (ATM)*

1. Pengertian *Automatic Teller Machine (ATM)*

Bank Card merupakan “uang plastik” yang dikeluarkan oleh bank. Kegunaannya adalah sebagai alat pembayaran di tempat-tempat tertentu. Di samping itu, dengan kartu ini juga dapat diuangkan diberbagai tempat seperti di ATM (*Automatic Teller Machine*).

Salah satu sarana yang memegang peranan penting dalam penggunaan kartu kredit adalah *Automatic Teller Machine (ATM)*, ATM ini merupakan mesin yang dapat melayani kebutuhan nasabah secara otomatis setiap saat selama 24 jam dan 7 hari dalam seminggu termasuk hari libur. Pengertian ATM dewasa ini sudah diterjemahkan kedalam Bahasa Indonesia menjadi Anjungan Tunai Mandiri.³¹

Automatic Teller Machine (ATM) juga dikenal sebagai Anjungan Tunai Mandiri, yaitu sebuah alat elektronik yang mengizinkan nasabah bank untuk mengambil uang dan mengecek rekening tabungan mereka tanpa perlu dilayani oleh seorang teller atau kasir.³²

Jenis-jenis ATM yang sudah dikenal luas dimasyarakat dewasa ini adalah sebagai berikut.

³¹ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta:PT.Rajagrafindo Persada, 2016), Hlm.306

³² Vycoria, *Bongkar Rahasia E-Banking Security dengan Teknik Hacking dan Carding*, (Yogyakarta: ANDI, 2013), Hlm. 7

a. *Credit Card*

Adalah suatu system di mana pemegang kartu dapat melunasi penagihan yang terjadi atas dirinya secara angsuran dengan minimal pembayaran tertentu.

b. *Debet Card*

Pembayaran atas penagihan nasabah melalui pendebitan atas rekening yang ada di bank di mana pada saat membuka kartu.³³

2. Persyaratan Pemegang Kartu

Persyaratan untuk memperoleh kartu plastik tergantung bank atau lembaga yang mengeluarkannya. Namun, secara umum persyaratan yang di persyaratkan hamper tidak jauh berbeda antar satu dengan lembaga lainnya.

Adapun persyaratan yang di persyaratkan untuk memperoleh kartu plastik secara umum adalah sebagai berikut.

- a. Nasabah mengajukan permohonan dengan mengisi formulir permohonan yang sudah disiapkan oleh lembaga penerbit.
- b. Nasabah melengkapi persyaratan yang dipersyaratkan seperti:
- c. menyerahkan fotokopi bukti diri seperti KTP
- d. menyerahkan slip gaji atau surat keterangan penghasilan
- e. Pihak bank atau lembaga pembiayaan akan melakukan penelitian langsung ke alamat calon pemegang kartu dan lewat telepon.

³³Kasmir, Manajemen Perbankan, (Jakarta: PT.Rajagrafindo Persada,2014), Hlm.138

- f. Pihak bank atau lembaga pembiayaan akan menyetujui penerbitan kartu jika dari hasil penelitian dianggap layak dan mengirimkan kartu tersebut kepada nasabah.³⁴

3. Pelayanan *Automatic Teller Machine*

Pelayanan yang dapat diberikan oleh mesin *Automatic Teller Machine* antara lain:

- a. Penarikan uang tunai. Dalam hal ini jumlah penarikan dibatasi kepada jumlah tertentu tergantung dari limit yang diberikan. Kemudian jumlah penarikan dalam satu mesin ATM pun dibatasi.
- b. Dapat digunakan sebagai tempat untuk memesan buku cek dan BG.
- c. Dapat digunakan sebagai tempat untuk meminta rekening koran.
- d. Dapat digunakan sebagai tempat untuk mengecek saldo rekening nasabah.
- e. Dan pelayanan lainnya.

Sedangkan manfaat lain yang dapat diberikan oleh mesin ATM disamping yang di atas adalah:

- a. Praktis dan efisien dalam pelayanannya.
- b. Pengoperasian mesin ATM relative mudah.
- c. Melayani 24 jam termasuk hari libur.
- d. Menjamin keamanan dan *privacy*.
- e. Terdapat di berbagai tempat yang strategis.³⁵

³⁴ Kasmir, *Bank dan Lembaga*,.....Hlm.306

³⁵ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*,..... Hlm. 307

E. Kepuasan Nasabah

1. Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.³⁶ Nasabah adalah semua orang yang menuntut kita atau perusahaan untuk memenuhi standart kualitas tertentu dan karena itu akan memberikan pengaruh pada performansi kita atau perusahaan. Kepuasan pelanggan menurut Guiltinan adalah konsekuensi dari perbandingan yang dilakukan oleh pelanggan yang membandingkan antara tingkatan dari manfaat yang dirasakan terhadap manfaat yang diharapkan oleh pelanggan.

Menurut Fandy Tjiptono kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.³⁷

Menurut Handy Irawan kepuasan adalah persepsi terhadap produk atau jasa yang telah memenuhi harapannya. Karena itu, pelanggan tidak akan puas, apabila pelanggan mempunyai persepsi, bahwa harapannya belum terpenuhi pelanggan akan merasa puas jika persepsinya sama atau lebih dari yang diharapkan.

³⁶ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhalindo, 2010), Hlm. 36

³⁷ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran edisi 4*, (Yogyakarta: Andi Publisher, 2015), Hlm.

2. Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah

Sejalan dengan kepuasan pelanggan, A. Pasuraman dan Leonald L. Berry mengemukakan bahwa ada 5 dimensi kepuasan pelanggan, yaitu:³⁸

a. Tangibles (Bukti Fisik)

Kenyamanan ruangan bersih dan rapi, penampilan fisik, peralatan, personil dan media komunikasi.

b. Reliability (kehandalan)

Kemampuan untuk melaksanakan jasa-jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.

c. Responsiveness (responsif)

Kemudian untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan tepat

d. Assurance (jaminan)

Jaminan yang diberikan oleh lembaga kepada nasabah untuk menimbulkan rasa percaya dan tidak ragu.

e. Emphaty (perhatian)

Syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan.

Dari penjelasan definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi jasa yang telah dirasakan oleh pelanggan selama bertransaksi, seperti ruangan yang bersih nyaman

³⁸ A. Pasuraman dan Leonald Berry dalam Ridwan, *Metode Menyusun Tesis*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm 21

maupun pelayanan yang tidak dapat diraba namun dapat dirasakan seperti kehandalan pegawai Bank Muamalat dalam melayani nasabah, pemberian jasa terhadap nasabah dengan cepat dan tepat, pengetahuan yang dimiliki untuk menumbuhkan nasabah bertransaksi serta perhatian karyawan terhadap nasabah. Maka itu dapat dijadikan penilaian untuk menilai kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa lembaga keuangan.³⁹

3. Faktor-Faktor Pendukung Kepuasan Nasabah

Untuk mencapai tujuan nasabah agar terus meningkat, maka perlu dilakukan atau dilaksanakan hal-hal sebagai berikut.

- a. Memehatkan kualitas pelayanan dari staf bank yang melayani nasabah dengan keramahan, sopan santun serta pelayanan cepat dan efisien. Staf bank disini mulai dari staf dari bawah sampai dengan pimpinan tertinggi di bank tersebut.⁴⁰
- b. Factor pendekatan dan kedekatan untuk berinteraksi dengan staf bank tersebut. Nasabah diberlakukan seperti teman lama, sehingga timbul keakraban dan kenyamanan selama berhubungan dengan bank.
- c. Harga yang ditawarkan. Pengertian harga disini untuk bank, yaitu bunga simpanan, maupun bunga pinjaman atau bagi hasil dan biaya administrasi yang ditawarkan kompetitif dengan bank lain.

³⁹ A. Pasuraman dan Leonald Berry dalam Ridwan, *Metode*.....hlm 21

⁴⁰ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT.Rajagrafindo Persada, 2014), Hlm.264-

- d. Kenyamanan dan keamanan lokasi bank, sebagai tempat berinteraksi, dalam hal ini nasabah selalu merasakan adanya kenyamanan baik di luar bank maupun di dalam bank. Nasabah juga tidak merasa was-was bila berhubungan dengan bank.
- e. Kemudahan dalam memperoleh produk bank. Artinya jenis produk yang ditawarkan lengkap dan tidak memerlukan prosedur yang berbelit-belit atau persyaratan yang memberatkan seperti misalnya dalam hal permohonan kredit.
- f. Penanganan komplain atau keluhan. Artinya setiap ada keluhan atau komplain yang dilakukan nasabah harus ditanggapi dan ditangani secara cepat dan tepat.
- g. Kelengkapan dan kegunaan produk termasuk kelengkapan fasilitas dan produk yang ditawarkan, misalnya tersedianya fasilitas ATM.
- h. Perhatian nasabah di masa mendatang terutama terhadap pelayanan purna jualnya.⁴¹

Terdapat lima komponen yang dapat mendorong kepuasan konsumen, yaitu:

a. Kualitas produk

Kualitas produk menyangkut lima elemen, yaitu *performance, reliability, conformance, durability dan consistency*.

⁴¹ Kasmir, *Manajemen Perbankan*.....Hlm.264-265

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan bahwa jasa yang mereka gunakan berkualitas.

b. Kualitas pelayanan

Parasuraman mengemukakan lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu:

- 1) *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan cepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*ontime*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan dan tanpa melakukan kesalahan setiap kali.⁴²
- 2) *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu kemampuan atau keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen. Membiarkan konsumen menunggu, terutama tanpa alasan yang jelas akan menimbulkan kesan negatif yang seharusnya tidak terjadi. Kecuali apabila kesalahan ini ditanggapi dengan cepat, maka bisa menjadi suatu yang berkesan dan menjadi pengalaman yang menyenangkan.
- 3) *Assurance* (jaminan), meliputi pengetahuan, kemampuan, ramah, sopan dan sifat dapat dipercaya dari kontak personil untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen atau merasa terbebas dari bahaya dan risiko.

⁴² Farida Jasfar, *Manajemen Jasa*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009), Hlm. 51

- 4) *Empathy* (empati), yang meliputi sikap kontak personil maupun perusahaan untuk memahami kebutuhan maupun kesulitan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, kemudahan dalam melakukan komunikasi atau hubungan.
- 5) *Tangibles* (produk-produk fisik), tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi, dan lain-lain yang dapat dan harus ada pada dalam proses pelayanan. Penilaian terhadap dimensi ini dapat diperluas dalam bentuk hubungan dengan konsumen lain pengguna jasa.⁴³

c. Factor emosional

Kepuasan konsumen yang diperoleh pada saat menggunakan suatu produk yang berhubungan dengan gaya hidup. Kepuasan pelanggan didasari atas rasa bangga, rasa percaya diri, symbol sukses, dan sebagainya.

d. Harga

Komponen harga sangat penting karena dinilai mampu memberikan kepuasan yang relative besar. Harga yang murah akan memberikan kepuasan bagi pelanggan yang sensitif terhadap harga karena mereka akan mendapat *value for money* yang tinggi.

⁴³ Farida Jasfar, *Manajemen*Hlm. 51

e. Kemudahan

Komponen ini berhubungan dengan biaya untuk memperoleh produk atau jasa. Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Menurut Handi Irawan,⁴⁴ ada lima hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen:

- a. Kualitas produk, misalnya pelanggan akan merasa puas jika barang yang dibelinya tahan lama atau lezat atau suaranya bagus, menarik dan cantik, dan lain sebagainya.
- b. Harga, harga yang murah atau terjangkau akan menyenangkan konsumen, tetapi bagi konsumen tertentu harga yang mahal juga tidak ada masalah jika kualitasnya bagus dan pelayanannya menyenangkan.
- c. Service Quality (kualitas pelayanan), ada tiga hal yang mempengaruhinya, yaitu sistem, teknologi dan manusia. Faktor manusia memberi kontribusi 70% dalam memberikan pelayanan yang memuaskan. Hal ini tidak mudah, perusahaan harus melakukan rekrutmen yang ketat dan selektif, training yang kontinu dan berkualitas, budaya kerja, dan lain-lain harus dilakukan secara konsisten dan harus terus-menerus dievaluasi.

⁴⁴ Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2009), Hlm. 37

- b. Faktor Emosional, misalnya ada kebanggaan memakai produk tertentu, senang memakai produk murah tapi *import*, senang berbelanja di toko atau *mall* tertentu, dipuji orang ketika memakai produk.
- c. Faktor Kemudahan, pelanggan akan senang jika antrian tidak terlalu panjang dan lama, mudah jika menyelesaikan masalah, dibantu dalam menyelesaikan urusannya, dan lain-lain.

F. Perbankan Syariah

Bank adalah sebuah lembaga intermediasi keuangan umumnya didirikan dengan kewenangan untuk menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan menerbitkan promes atau yang dikenal sebagai banknote. Kata bank berasal dari bahasa Italia yaitu "*banque*" atau "*banca*" yang berarti bangku, karena waktu itu para *bankir Florence* pada masa *Renaissans* melakukan transaksi mereka untuk duduk sambil bekerja.⁴⁵

Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang paling penting dan besar peranannya dalam kehidupan masyarakat. Dalam menjalankan peranannya maka bank bertindak sebagai salah satu bentuk lembaga keuangan yang bertujuan memberikan kredit dan jasa-jasa keuangan lainnya. Adapun pemberian kredit itu dilakukan, baik dengan modal sendiri, dengan dana-dana yang dipercayakan oleh pihak ketiga, maupun dengan jalan memperedarkan alat-alat pembayaran baru berupa uang giral.⁴⁶

⁴⁵ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016), Hlm., 1

⁴⁶ Sigit Trianduri, dan Totok Budisantoso, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), Hlm., 3

Usaha bank tidak sebatas sebagai penyimpan dana dan pemberi kredit saja tetapi juga merupakan alat bagi pemerintah untuk menstabilkan moneter dan mendorong laju pertumbuhan perekonomian nasional atau sebagai *agent of development*. Sesuai dengan bidang usaha yang dijalankan bank tidak terlepas dengan dunia bisnis dan perekonomian pada umumnya sehingga untuk itu pengaturan, pengawasan dan pengendalian bank oleh pemerintah.⁴⁷

Peranan bank sebagai lembaga keuangan baik dalam menghimpun dana masyarakat maupun menyalurkannya kembali ke masyarakat semakin meningkat dalam kondisi perekonomian saat ini maupun dimasa yang akan datang, peranan perbankan mempunyai kedudukan yang strategis sebagai lembaga yang berfungsi memperlancar arus lalu lintas pembayaran yang dirasakan amat dibutuhkan.

Namun bank dalam melakukan usahanya menghadapi kendala antara lain:⁴⁸

1. Kebijakan pemerintah dalam bidang moneter sebagai kewajiban mengendalikan keuangan Negara dan roda perekonomian, yang kadang berhubungan dengan kepentingan bank.
2. Berusaha untuk mencapai keuntungan yang maksimal namun tetap berpegang kepada aturan yang ditetapkan pemerintah, dan juga dituntut untuk menjaga likuiditasnya agar dapat memenuhi kewajiban kepada

⁴⁷ Sigit Trianduri, dan Totok Budisantoso, *Bank dan Lembaga ...* Hlm. 3

⁴⁸ Syamsu Iskandar, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: In Media, 2013), Hlm. 8

nasabahnya yang dapat menarik atau mencairkan simpanannya sewaktu-waktu.

3. Tingkat persaingan yang semakin tajam yang disebabkan oleh bertambahnya bank baru beserta kantor cabang yang baru, juga bertambahnya produk-produk perbankan yang baru yang sudah didomifikasi sesuai dengan permintaan pasar.
4. Bargaining *power nasabah*/calon nasabah lebih kuat, mereka semakin pintar memilih sehingga kalau tidak bias memperoleh apa yang diinginkannya, dengan mudah mereka pindah ke bank lain.
5. Otomatis dalam sistem perbankan yang merupakan salah satu usaha meningkatkan kualitas pelayanan semakin diperlukan, namun manajemen menghadapi kendala dalam hal investasi yang relatif tidak kecil nilainya.

Pada umumnya fungsi bank adalah menghimpun dana (*funding*) dalam bentuk simpanan, menyalurkan dana (*lending*) dalam bentuk kredit, dan bentuk-bentuk usaha lainnya. Fungsi bank pada umumnya adalah sebagai berikut:⁴⁹

1. Menghimpun dana (*funding*) dalam bentuk simpanan yaitu kegiatan mengumpulkan uang dari masyarakat dalam bentuk rekening tabungan, rekening giro, dan deposito berjangka.
2. Menyalurkan dana (*lending*) dalam bentuk kredit adalah pemberian fasilitas kredit kepada nasabah maupun masyarakat umum yang

⁴⁹ Iswardano, *Uang dan Bank Edisi Keempat*, (Yogyakarta : BPFE, 2008), Hlm. 20

membutuhkan pembiayaan, seperti: Kredit Modal Kerja, Kredit Investasi, Kredit Konstruksi, Kredit Komsumtif, Kredit Pemilikan Rumah, dan lain-lain.

3. Bentuk-bentuk usaha lainnya dari bank yaitu jasa bank lainnya, seperti: pengiriman uang (transfer), kliring, jual-beli valuta asing, pembayaran gaji, uang kuliah dan lain-lain.

Fungsi bank tidak hanya pada umumnya sebagai penyimpan dana (*funding*) dalam bentuk simpanan, menyalurkan dana (*lending*), dan bentuk-bentuk usaha lainnya dari bank, tetapi bank juga berfungsi secara spesifik sebagai *agent of thrust*, *agent of development*, dan *agent of service*.

G. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian Wibowo⁵⁰ bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada Perumahan Sembungharjo Permai Pengembang PT. Sindur Graha Tama). Metode yang digunakan adalah metode analisis regresi, sampel yang diambil sebanyak 210 responden, teknik yang digunakan adalah teknik *stratified random sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai sig 0,000 < 0,05 dan nilai t_{hitung} artinya kualitas produk tolak H_0 terima H_a . Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti mengenai kualitas produk

⁵⁰ Ariadi Wibowo, Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Perumahan Sembungharjo Permai Pengembang PT. Sindur Graha Tama, 2009, Hlm. 1, <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jspi/article/view/14333> Diakses pada tanggal 28 Juli 2019

terhadap kepuasan sedangkan perbedaannya terletak pada variabel yang lainnya yaitu kualitas produk dan *Automatic Teller Machine*.

Penelitian Pancayoga, dkk⁵¹ yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan corporate social responsibility terhadap kepuasan konsumen PT. Galesong Mandiri cabang Kairagi Manado. Metode yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda. Sampel diambil sebanyak 75 responden, teknik yang digunakan adalah teknik sampel pengambilan jenuh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan dan Corporate Social Responsibility berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai sig. $0,002 < 0,05$ artinya kualitas produk tolak H_0 terima H_a . Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti mengenai kualitas produk terhadap kepuasan sedangkan perbedaannya terletak pada variabel yang lainnya yaitu kualitas produk dan *Automatic Teller Machine*.

Penelitian Hayati dan Sekartaji⁵² yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di restoran bebek dan ayam goreng pak Ndut Solo". Metode yang digunakan adalah metode analisis koefisien korelasi. Sampel yang diambil sebanyak 400 responden, teknik yang digunakan adalah teknik *stratified random sampling*. Hasil

⁵¹ Robert Pancayoga, Bode Lumanaw, Christoffer M. O. Mintarjo, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Corporate Social Responsibility Terhadap Kepuasan Konsumen PT, galesong Mandiri cabang, 2017, Hlm.1, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/17270> Diakses pada tanggal 28 Juli 2019

⁵² Yetty Husnul Hayati dan Gracia Sekartaji, Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo, 2015, Hlm. 1, <https://journal.unpak.ac.id/index.php/jimfe/article/view/455> Diakses pada tanggal 20 Juli 2019

penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} 1,966 > 0,05 t_{tabel}$ yang artinya tolak H_0 tolak H_a . Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti mengenai kualitas produk terhadap kepuasan sedangkan perbedaannya terletak pada variabel yang lainnya yaitu kualitas produk dan *Automatic Teller Machine*.

Penelitian Yulianto⁵³ yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan ATM dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah". Metode yang digunakan adalah metode uji analisis regresi linear berganda. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan ATM berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$ yang artinya tolak H_0 tolak H_a . Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti mengenai *Automatic Teller Machine* terhadap kepuasan sedangkan perbedaannya terletak pada variabel yang lainnya yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan.

Penelitian Fitriani⁵⁴ yang bertujuan untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank BRI Syariah KCP Rawamangun. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Sampel yang diambil sebanyak 357 responden dari

⁵³ Tri Yulianto, *Pengaruh Kualitas Pelayanan ATM dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah* dalam <http://eprints.ums.ac.id/35580/15/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf> diakses tanggal 17 Juli 2019 pukul 18.30 WIB

⁵⁴ Aprillia Fitriani, *Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank BRI Syariah KCP Rawamangun*, 2017, Hlm. 1

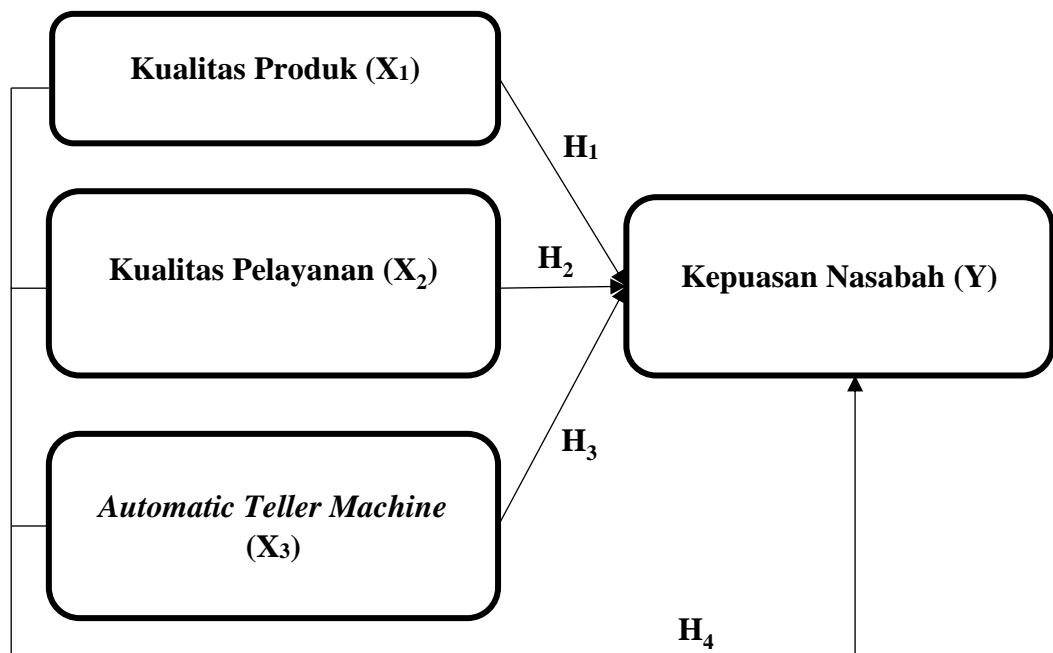
keseluruhan nasabah PT Bank BRI Syariah KCP Rawamangun. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank BRI Syariah KCP Rawamangun, dengan nilai sig. $0,006 < 0,05$ yang artinya tolak H_0 terima H_a . persamaan dari persamaan ini sama-sama meneliti tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini tidak meneliti tentang kualitas produk dan *Automatic Teller Machine* (ATM).

H. Kerangka Konseptual

Pada bagian ini, model konseptual teori tentang berbagai faktor yang telah diidentifikasi akan disederhanakan dalam sebuah kerangka konseptual. Kerangka konseptual penelitian adalah suatu hubungan atau ikatan antara konsep satu terhadap konsep lainnya dari masalah yang ingin diteliti. Dalam penelitian ini dapat dibuat suatu kerangka konseptual yang dapat menjadi pedoman dalam penulisan. Berdasarkan pada kajian pustaka tersebut dan juga penelitian terdahulu, maka dapat disusun suatu kerangka konseptual dalam penelitian ini seperti berikut :⁵⁵

⁵⁵ <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/25090/1/APRILLIA%20FITRIANI-FSHLM.pdf> Diakses pada tanggal 28 Juli 2019

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



Pola pengaruh dalam kerangka konseptual penelitian diatas dapat dijelaskan sebagai berikut : Pengaruh kualitas produk (X₁) terhadap kepuasan (Y) nasabah dikembangkan dari landasan teori Philip Kotler dalam bukunya Manajemen Pemasaran.⁵⁶ Pengaruh kualitas pelayanan (X₂) terhadap kepuasan (Y) nasabah dikembangkan dari landasan teori Philip Kotler dalam bukunya Total Quality Management.⁵⁷ Pengaruh *Automatic Teller Machine* (X₃) terhadap kepuasan (Y) nasabah dari landasan teori Kasmir dalam bukunya Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya.⁵⁸

⁵⁶ Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran 1. Milenium ed.* (Jakarta: PT. Prenhalindo, 2009), Hlm. 13

⁵⁷ M. Nasution, *Total Quality Management*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005), Hlm. 5

⁵⁸ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2016), Hlm.306

I. Hipotesis Penelitian

Hipotesis berasal dari kata *hypo* yang berarti di bawah dan *thesa* yang berarti kebenaran. Hipotesis dapat didefinisikan sebagai jawaban sementara yang kebenarannya masih harus diuji atau rangkuman simpulan teoretis yang diperoleh dari tinjauan pustaka. Hipotesis juga merupakan proposisi yang akan diuji kebenarannya atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan penelitian.⁵⁹

1. $H_{01} : \beta_1 = 0$; Tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara kualitas produk (X_1) terhadap kepuasan nasabah (Y) PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Kantor Cabang Utama Kediri.
 $H_1 : \beta_1 \neq 0$; Terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara kualitas produk (X_1) terhadap kepuasan nasabah (Y) PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Kantor Cabang Utama Kediri.
2. $H_{02} : \beta_2 = 0$; Tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y) PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Kantor Cabang Utama Kediri.
 $H_2 : \beta_2 \neq 0$; Terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y) PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk kantor cabang utama Kediri.

⁵⁹ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014)., Hlm.57

3. $H_{03} : \beta_3 = 0$; Tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara *Automatic Teller Machine*(X_3) terhadap kepuasan nasabah (Y) PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Kantor Cabang Utama Kediri.

$H_3 : \beta_3 \neq 0$; Terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara *Automatic Teller Machine*(X_3) terhadap kepuasan nasabah (Y) PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Kantor Cabang Utama Kediri.

4. $H_{04} : \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$; Tidak terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_3) dan *Automatic Teller Machine*(X_3) terhadap kepuasan nasabah (Y) PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk kantor cabang utama Kediri.

$H_{a4} : \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$; Terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_3) dan *Automatic Teller Machine*(X_3) terhadap kepuasan nasabah (Y) PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Kantor Cabang Utama Kediri.