

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Hakikat Lokasi

1. Definisi Lokasi

Menurut lupyoadi lokasi adalah di mana tempat perusahaan harus melakukan operasi serta stafnya akan di tempatkan untuk menjalankan aktivitas perusahaan.¹ Jadi lokasi adalah tempat di mana suatu usaha akan dijalankan. Dalam penelitian ini yang dimaksud lokasi adalah kantor Bank Negara Indonesia cabang X.

Menurut tjiptono lokasi seringkali menjadi faktor yang sangat krusial yang berpengaruh langsung terhadap sebuah kesuksesan dunia usaha khususnya bidang jasa, karena lokasi berkaitan erat dengan potensial pasar penyedia jasa khususnya perbankan.

2. Faktor-Faktor Mempertimbangkan Memilih Lokasi

Menurut Tjiptono² lokasi diukur dengan beberapa indikator antara lain:

- a. akses lokasi yaitu yang mudah dan di jangkau oleh transportasi umum.
- b. visibilitas yaitu tempat atau lokasi yang dapat dilihat dengan jelas oleh pandang normal
- c. lalu lintas ada dua hal yang harus diperhatikan antara lain:
(kepadatan dan kemacetan yang dapat menghambat terhadap

¹ Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran jasa*, (Jakarta:salemba Empat, 2009), Hal 92

² Fandy tjiptono, *service quality dan staticfaction*, (Yogyakarta: ANDI, 2016), Hal. 190

pelayanan yang darurat seperti pemadam kebakaran dan ambulance serta banyaknya orang yang lalu-lalang dapat menjadi peluang besar terhadap *impulse buying* yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi dengan spontan tanpa direncanakan).

- d. fasilitas parkir yang luas dan nyaman untuk lalu-lalang mobil atau motor untuk membantu operasional.
- e. ekspansi yaitu tersedia tempat yang luas apabila terjadinya perluasan dikemudian hari karena usaha semakin besar.
- f. lingkungan yaitu, daerah yang mendukung untuk di dirikannya usaha tersebut.
- g. regulasi pemerintah dalam menjalankan usaha harus di perhatikan regulasi pemerintah misalnya AMDAL.

Jadi hubungan lokasi sangat dengan kepuasan nasabah sangat penting karena dalam memilih lokasi mengutamakan agar kepuasan nasabah dalam berhubungan dengan bank.

B. Hakikat Fasilitas

1. Definisi Fasilitas

Menurut Kotler fasilitas merupakan segala sesuatu peralatan fisik yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan kepuasan yang maksimal. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen.

Menurut Tjiptono fasilitas sumber daya fisik yang tersedia sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen yang meliputi fasilitas fisik (gedung), perlengkapan dan peralatan. Yang termasuk fasilitas dapat berupa alat, benda-benda, perlengkapan, uang dan ruang tempat kerja. Yang berkaitan langsung dengan apa yang dirasakan oleh konsumen.³

2. Ruang Lingkup Dimensi Fasilitas Perbankan

Fasilitas dapat dibedakan menjadi dua antara fasilitas fisik berupa sarana prasarana, peralatan yang menunjang aktivitas suatu perusahaan, sedangkan aktivitas non fisik namun memiliki rasa estetika yang timbul seperti keselamatan, kenyamanan, dan kesenangan yang di berikan perusahaan terhadap konsumen.

Fasilitas perbankan suatu kemudahan yang diberikan oleh bank untuk melancarkan kegiatan operasionalnya. Dengan perkembangan zaman dan diikuti perkembangan teknologi dan informasi fasilitas perbankan dapat dinikmati nasabahnya secara maksimal. Adanya kemajuan teknologi yang semakin pesat dan cepat jenis-jenis fasilitas perbankan dapat dinikmati dimana saja dan kapan saja. Nasabah dapat melakukan cek saldo, transfer atau membayar transaksi untuk memenuhi kebutuhannya berupa tagihan melalui fasilitas sarana prasarana yang di sediakan oleh bank. Fasilitas fisik yang disediakan

³ Nuning Nurna Dewi, dan isfarokhatul aini. “analisis pengaruh fasilitas, lokasi dan kualitas layanan terhadap tingkat kepuasan orang tua di lembaga PIAUD AL-HASYIMI 2 TAWANGSARI”. *Jurnal Manajemen jambi*, Vol. 2 No, 2 desember 2019, Hal. 32

Bank Negara Indonesia yang dapat dinikmati kapan pun dan dimanapun adalah ATM, *Internet Banking*, *Mobile Banking*.⁴

C. Hakikat Kualitas Pelayanan *Frontliner*

1. Definisi kualitas

Kualitas memiliki banyak definisi yang berbeda, salah satunya yaitu, kualitas merupakan suatu kondisi yang dinamis berhubungan langsung dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Definisi lain juga menjelaskan “kualitas sebagai dasar strategi bisnis yang menghasilkan barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen baik internal atau eksternal secara eksplisit dan implisit. Modernisasi dengan kemajuan teknologi menambah semakin ketatnya persaingan bisnis untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan dengan kualitas pelayanan menjadi salah satu modal utama untuk bertahan mendapatkan kepercayaan dari pelanggan.

Sedangkan definisi kualitas menurut Kotler adalah, “seluruh ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang tersirat”. Berdasarkan beberapa pengertian dapat disimpulkan bahwa kualitas hidup kerja merupakan pola pikir atau kerangka kerja yang dapat menterjemahkan tuntutan dan kebutuhan konsumen dalam manajemen bisnis baik sektor barang atau jasa.

⁴ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi Ketiga*. (Yogyakarta: Andi, 2008), hal. 160

2. Definisi pelayanan

Pelayanan menurut kamus besar bahasa Indonesia dinyatakan: “pelayanan adalah perihal atau memudahkan yang diberikan adanya sehubungan interaksi jual beli barang atau jasa.” Sedangkan definisi pelayanan lebih rinci adalah “suatu aktifitas yang terjadi diakibatkan terjadinya interaksi antara konsumen dan karyawan atau hal lain yang disebabkan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen”.

Selain itu pelayanan juga didefinisikan sebagai “kegiatan yang dilakukan oleh seseorang dengan landasan faktor material melalui sistem prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha untuk memenuhi kepentingan orang lain sesuai haknya”. Dari beberapa definisi di atas, dapat diketahui bahwa pelayanan adalah bentuk sistem, prosedur atau metode tertentu yang diberikan kepada orang lain agar pelanggan dapat terpenuhi keputuhannya sesuai dengan harapan mereka.

3. Definisi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dengan harapan para nasabah atas pelayanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan membandingkan persepsi para nasabah atas pelayanan yang mereka terima. Dalam sumber lain dijelaskan kualitas pelayanan merupakan “tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat

keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen”. Apabila jasa yang diterima sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah maka, dipersepsikan kualitas jasa baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui dari harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan idela atau baik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan suatu perusahaan adalah seberapa jauh dan besar ia dapat memenuhi harapan dari para nasabah.

4. Standar Kualitas Pelayanan

Untuk mengukur sejauh mana tingkat kualitas pelayanan suatu perusahaan yang mampu mempengaruhi kepuasan konsumen diperlukan suatu dimensi atau ruang yang dapat mewakili kualitas pelayanan dalam perusahaan.

Ada lima dimensi kualitas menurut parasuraman dalam Fandi Tjiptono yang dapat digunakan sebagai acuan kerangka perencanaan strategis dan taktik serta analisisnya. Dimensi-dimensi tersebut adalah:

a. *Tangible* (Bukti fisik)

Adalah suatu kemampuan yang dimiliki perusahaan untuk menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Aspek ini meliputi fasilitas yang dimiliki perusahaan berupa, fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai serta sarana komunikasi. Segala sesuatu yang terlihat secara fisik harus modern dan menarik.

b. *Reability* (Kehandalan)

Adalah kemampuan perusahaan yang profesional dan handal dalam memberikan layanan sesuai dengan yang di janjikan secara akurat dan terpercaya. Aspek ini merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan. Guna mendukung hal tersebut maka setiap karyawan di dalam lembaga perbankan diberikan pelatihan dan pendidikan guna untuk meningkatkan kemampuannya. Kemampuan untuk memberikan pelayanan yang akurat tanggap cepat kepada nasabahnya.

c. *Responsiveness* (Daya tangkap)

Adalah sikap *responsive* para pegawai untuk membantu para nasabah dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Untuk hal itu pihak manajemen lembaga perbankan perlu memberikan motivasi terhadap karyawannya untuk memberikan pelayanan dengan secara maksimal, agar terwujudkan kepuasan nasabah secara maksimal. Akan lebih maksimal pemberian motivasi kerja yang baik jika diimbangi dengan imbalan yang sesuai dengan kemampuan yang dimiliki.

d. *Assurance* (jaminan)

Adalah konsumen akan dilayani dengan baik oleh karyawan dengan memiliki tingkat kompetensi yang maksimal untuk memberikan rasa aman dan nyaman. Adanya jaminan bahwa karyawan memiliki pengetahuan, kompetensi, kemampuan, dan

sifat atau perilaku yang dapat dipercaya, maka hal ini sangat penting supaya nasabah yakin akan melakukan transaksi yang mereka lakukan benar dan tepat sasaran. Jaminan dalam perusahaan antara lain, pengetahuan, kesopanan petugas serta sifat yang dapat dipercaya sehingga nasabah bebas dari risiko dan dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

e. Empati

Adalah kepedulian dan perhatian individu yang diberikan perusahaannya kepada konsumennya meliputi kemudahan dalam menjalankan hubungan komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan para pelanggan secara cepat dan tepat.⁵

5. *Frontliner*

Pada umumnya organisasi bank dibagi atas bagian atau divisi *Back Office* dan *Front Office*. *Back Office* adalah bagian bagian organisasi yang membidangi seperti pembukuan, audit, urusan sumberdaya manusia (HRD) yang para karyawannya tidak berhubungan langsung dengan nasabah bank.

Sedangkan *Front Office* adalah bagian-bagian organisasi dimana karyawan secara langsung melayani nasabah. Setiap individu karyawan diberikan desentralisasi otoritas terhadap deskripsi pekerjaannya.⁶ *Front Office* dibank lebih dikenal dengan sebutan *Front*

⁵ Nina Indah Febriana. "Analisis kualitas pelayanan Bank terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu Tulungagung". *Jurnal AN-NISBAH*, Vol. 03, No. 01, Oktober 2016. Hal. 149-152.

⁶ Malayu S.P. Hasibuan, *dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008), hal. 47

liner. Pada bagian atau divisi *Frontliner* ini dibagi kedalam 3 bagian jabatan, yaitu: *Teller*, *Customer service*, dan *Officer*.

a. *Teller*

Teller diartikan sebagai petugas bank yang diberikan kepercayaan oleh bank penuh menjadi kuasa kas terbatas untuk memegang, memelihara, dan menyimpan sejumlah uang tunai sesuai dengan limitnya masing-masing untuk keperluan melayani secara langsung dalam arti menerima tau membayar uang tunai atau yang diperlukan sama dengan uang tunai selama waktu yang telah ditentukan (*Chase hour*).⁷

Jadi *Teller* adalah petugas penerima setoran tunai maupun non tunai serta melakukan pembayaran atas penarikan tunai dan bertanggung jawab kepada *hrad teller*. Tujuan penerapan sistem *teller* untuk meningkatkan pelayanan mutu pelayanan kepada nasabah secara profesional, langsung, cepat dan aman.

b. *Customer service*

Istilah *Customer service* secara khusus digunakan untuk dunia perbankan. Yang memiliki tugas khusus melayani nasabah dengan nama *customer service*. Yang memiliki peranan penting dalam dunia perbankan, dengan tugas utama memberikan pelayanan dan membina hubungan baik dengan nasabah.

⁷ Faisal Afif, *Strategi dan Operasional bank*, (Jakarta : PT. bumi aksara, 2008), hal. 30

Customer Service bank dalam memberikan pelayanan para nasabah selalu berusaha menarik dengan cara menyakinkan para calon nasabah agar menjadi nasabah yang bersangkutan dengan berbagai cara. Selain itu *customer service* harus dapat menjaga nasabah yang lama agar tetap menjadi nasabah bank. Oleh karena itu tugas *customer service* menjadi tulang punggung kegiatan operasional dalam dunia perbankan.

c. *Account officer*

Dalam dunia perbankan *Account officer* memiliki peran yang sangat besar dengan menghubungkan bank dengan nasabahnya. Dengan memiliki tugas melayani nasabah dengan seutuhnya.

Dari uraian diatas dapat dijelaskan bahwa pengertian *Account officer* adalah aparat manajemen yang ditugaskan untuk membantu direksi dalam menangani tugas-tugas, khusus yang menyangkut dengan *marketing* dan pembiayaan.⁸

6. Tugas dan fungsi *Frontliner*

Adapun tugas dan fungsi Fronliner antara lain adalah :

a. *Tugas dan Fungsi Teller*

Teller bertugas untuk melayani semua transaksi yang dilakukan oleh nasabah maupun melayani kebutuhan internal bank. Pelayanan yang harus dilakukan teller antara lain menerima setoran dan

⁸ Faisal Afif..., hal. 33

penarikan tabungan, melayani setoran dan penarikan deposito, melayani pembiayaan dan cicilan pembiayaan. Sedangkan dalam hubungan internal *teller* harus senantiasa memberikan dana (kas kecil) bagi transaksi-transaksi dilakukan oleh staf bagian umum karena posisi *teller* adalah kas besar.

Tugas dan tanggung jawab seorang *teller* adalah sebagai berikut:

- 1) Menerima setoran tunai
- 2) Melaksanakan pembayaran tunai sesuai batas kewenangan bayar, setelah memenuhi syarat bayar
- 3) Menerima setoran dengan warkat bank yang satu (misal bank A) dan warkat bank lain.
- 4) Mempertanggung jawabkan uang tunai yang diserahkan pada awal operasi kantor, menyetorkan uang yang melebihi batas simpan siang hari sebelum istirahat siang dan menyerahkan kelebihan batas simpan malam hari pada akhir hari kerja kepada *head teller*.
- 5) Mengamankan peralatan utama teller yang berada dibawah tanggung jawabnya yaitu kunci validasi, lempengan pengaman, stempel (inisial teller), kunci laci dan kunci *cash box*.
- 6) Menvalidasi aplikasi (formulir), warkat, dan membutuhkan stempel sesuai dengan jenis transaksi.

- 7) Meneruskan warkat/dokumen transaksi yang diterima untuk diproses oleh bagian terkait sesuai prosedur.
- 8) Membuat tiket-tiket sehubungan dengan transaksi yang dilakukan.
- 9) Membuat rekapitulasi teller dan membuat jurnal seksi.

b. Tugas dan Fungsi *Customer Service*

Customer Service berfungsi sebagai pintu gerbang dan pusat informasi yang memulai dan membuka hubungan antara nasabah dengan bank.

Tugas dan tanggung jawab *customer service* adalah :

- 1) Memahami produk *knowledge* dari bank yang bersangkutan.
- 2) Memperkenalkan dan siap melayani dengan memberikan informasi yang sejelas jelasnya kepada nasabah mengenai produk-produk yang ada.
- 3) Membimbing nasabah dalam pengisian formulir aplikasi maupun formulir-formulir lainnya.
- 4) Merupakan tempat terpercaya untuk menangani keluhan nasabah.

Fungsi *Customer Service* adalah:

- 1) Sebagai Resepsionis

Seorang *customer service* berfungsi sebagai penerima tamu yang datang ke bank, fungsinya adalah melayani pertanyaan

yang diajukan nasabah dan memberikan informasi yang diinginkan selengkap mungkin.

2) Sebagai *Deskman*

Seorang *Customer Service* berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan nasabah atau calon nasabah.

3) Sebagai Salesman

Seorang *Customer Service* berfungsi sebagai orang yang menjual produk perbankan sekaligus sebagai pelaksana *cross selling* atau menawarkan produk bank kepada nasabah yang datang ke bank

c. Tugas dan Fungsi *Account Officer*

Dalam melaksanakan tugasnya, *Account Officer* memiliki fungsi ganda. Di satu pihak ia merupakan personil bank yang harus bekerja dibawah peraturan dan tujuan bank. Dan di pihak lain, ia dituntut untuk memberikan kondisi yang paling baik bagi nasabahnya, yang umumnya tercermin dari biaya yang harus dikeluarkan oleh para nasabah.

Pada dasarnya, peranan seorang *account officer* adalah sebagai berikut :

1. Mengelola *account*

Seorang *Account Officer* berperan untuk membina nasabah agar mendapatkan efisiensi dan optimalisasi dari setiap

transaksi keuangan yang dilakukan tanpa meninggalkan tanggung jawabnya sebagai personil bank.

2. Mengelola produk

Seorang *account officer* harus mampu menjebatani kemungkinan pemakaian berbagai produk yang paling sesuai untuk kebutuhan nasabahnya.

3. Mengelola Kredit

Account Officer berperan untuk melakukan pemantauan atas pinjaman yang diberikan nasabah selalu memenuhi komitmen atas pinjamannya

4. Mengelola Penjualan

Account Officer pada dasarnya merupakan ujung tombak bank dalam memasarkan produknya, maka seorang *account officer* juga harus memiliki *salesmanship* yang memadai untuk dapat memasarkan produk yang ditawarkan

5. Mengelola *Profitability*

Seorang *Account Officer* juga berperan dalam menentukan keuntungan yang diperoleh bank. Dengan demikian, ia harus yakin segala hal yang dilakukannya berada dalam situasi yang memberikan keuntungan kepada bank.⁹

D. Hakikat Kepuasan Nasabah

1. Definisi Kepuasan Nasabah

⁹ Faisal Afif..., hal. 42-47

Menurut Kotler kepuasan Nasabah atau konsumen adalah suatu sikap perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya. Apabila kenyataan sama dengan harapannya, maka layanan dapat dikatakan memuaskan. Begitu pula dengan nasabah Bank Negara Indonesia. Nasabah akan merasa puas atas pelayanan yang mereka terima jika pelayanan yang mereka terima melebihi apa yang mereka harapkan.

Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui dari yang diharapkan pelanggan. Sedangkan ketidakpuasan timbul akibat adanya hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. Nasabah suatu bank akan merasa puas apabila keuntungan yang mereka peroleh dari kegiatan transaksi dengan berbagai produk bank, melebihi atau setidaknya sama dengan apa yang diharapkan oleh nasabah.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan Nasabah

Menurut Lupioadi terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, yaitu:

a. Kualitas produk

Pelanggan akan merasa puas apabila hasil evaluasi produk yang mereka gunakan berkualitas. Konsumen selalu menuntut produk yang berkualitas untuk setiap pengorbanan yang dilakukan oleh

konsumen untuk mendapatkan produk tersebut. Hal ini kualitas produk akan memberikan nilai tambah di konsumen.

b. Lokasi

Pelanggan akan merasa puas apabila letak kegiatan usaha baik jasa atau barang memiliki lokasi yang strategis dan mudah jangkauan akan memberikan nilai tersendiri kepada pelanggan.

c. Fasilitas

Fasilitas merupakan sarana prasarana yang mendukung dalam berkegiatan usaha untuk menentukan kesuksesan dalam berusaha baik jasa atau barang. Perusahaan harus mampu berdinamis dalam memberikan kebutuhan dalam menyediakan fasilitas yang dibutuhkan pelanggan saat mengunjungi atau menggunakan produk perusahaan tersebut. Pemberian fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan akan mempengaruhi tingkat kepuasan dan citra perusahaan yang baik.

d. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan terutama dibidang jasa, pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang prima sesuai dengan yang diharapkan. Pelanggan yang puas akan menunjukkan kemungkinan besar untuk kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang puas akan cenderung memberikan persepsi atau pendapat terhadap perusahaan tersebut baik.

e. Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia apabila menggunakan produk tertentu yang cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan dari kualitas produk tetapi berasal dari nilai sosial atau *self esteem* yang membuat pelanggan merasa puas ketika menggunakan produk tertentu.

f. Harga

Produk yang memiliki kualitas sama namun memberikan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

g. Biaya

Pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa. Harapan pelanggan dapat dibentuk dari pengalaman masa lampau, komentar dari orang disekelilingnya. Serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Konsumen yang puas akan setia lebih lama, dan memberi komentar yang baik untuk perusahaan.¹⁰

¹⁰ Nina Indah Febriana. "Analisis kualitas pelayanan Bank terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu Tulungagung". *Jurnal AN-NISBAH*, Vol. 03, No. 01, Oktober 2016. Hal. 152-154

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Andreas S. Manampiring, Willem, J.A.F Tumbuan, Rudy S. Wenas dengan judul Analisis produk, harga, lokasi, serta promosi terhadap kepuasan konsumen kartu kredit bank Mandiri Manado. Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, lokasi, serta promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen kartu kredit bank Mandiri, sedangkan secara parsial bauran produk, harga dan promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen kartu kredit bank Mandiri. Serta bauran lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen kartu kredit bank Mandiri. Penelitian tersebut memiliki persamaan dengan penelitian ini yang salah satunya variabel lokasi.¹¹

Penelitian yang dilakukan oleh Suwanto, dan Risa Anggraini dengan judul pengaruh Lokasi, Kualitas Produk Tabungan, dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan nasabah menabung di BMT Adzkiyah Khidmatul Ummah di Kota Metro, Universitas Muhammadiyah Metro. Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif dengan analisis

¹¹ Andreas S. Manampiring, Willem, J.A.F Tumbuan, Rudy S. Wenas. "Analisis produk, harga, lokasi, serta promosi terhadap kepuasan konsumen kartu kredit bank Mandiri Manado" *Jurnal EMBA*, Vol, 4, No, 2 Juni 2016, Hal. 164

regresi linier berganda. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Variabel Lokasi, Kualitas Produk Tabungan, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah menabung di BMT Adzkiyah Khidmatul Ummah di Kota Metro, variabel Lokasi, dan Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah menabung di BMT Adzkiyah Khidmatul Ummah di Kota Metro dan variabel kualitas produk tidak berpengaruh signifikan. Penelitian tersebut memiliki persamaan dengan penelitian ini yang salah satunya variabel lokasi dan kualitas pelayanan.¹²

Penelitian yang dilakukan oleh Rizka putri rumas tari dan Aris Sunindyo dengan judul Analisis pengaruh kualitas pelayanan, produk, harga, dan lokasi terhadap kepuasan nasabah (studi kasus pada PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk. Unit Ngesrep Semarang). Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda, Hasil penelitian menunjukkan secara parsial dan simultan kualitas pelayanan, produk, harga, dan lokasi terhadap kepuasan nasabah (studi kasus pada PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk. Unit Ngesrep Semarang). Penelitian tersebut memiliki persamaan dengan penelitian ini yang salah satunya variabel lokasi dan kualitas pelayanan.

¹² Suwanto, dan Risa Anggraini, "pengaruh Lokasi, Kualitas Produk Tabungan, dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan nasabah menabung di BMT Adzkiyah Khidmatul Ummah di Kota Metro, Universitas Muhammadiyah Metro", *Change Agent For Management Journal*, Vol 3, No. 2, Oktober. 2019, Hal. 439

Penelitian yang dilakukan oleh Venny Natallie Rembet, Lisbeth Mananeke, S jendry S. Loindong dengan judul pengaruh service performance, kepercayaan, dan lokasi terhadap kepuasan nasabah pada bank SulutGo cabang BEO. Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda, hasil penelitian menunjukkan bahwa Secara simultan variabel: *service performance*, kepercayaan, lokasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada bank SulutGo cabang BEO kabupaten Kepulauan Talaud. Secara parsial variabel *service performance*, dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada bank SulutGo cabang BEO kabupaten Kepulauan Talaud. Sedangkan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada bank SulutGo cabang BEO kabupaten Kepulauan Talaud. Penelitian tersebut memiliki persamaan dengan penelitian ini yang salah satunya service performance dan lokasi.¹³

Penelitian yang dilakukan Seanewati Oetama dan Desy Herlina Sari dengan judul pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri di sampit. Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda, hasil penelitian menunjukkan bahwa Secara simultan variabel fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri di sampit. Sedangkan secara parsial variabel fasilitas dan

¹³ Venny Natallie Rembet, Lisbeth Mananeke, S jendry S. Loindong, "pengaruh service performance, kepercayaan, dan lokasi terhadap kepuasan nasabah pada bank SulutGo cabang BEO". *Jurnal EMBA*, Vol, 8, No, 3 Juli 2020, Hal. 332

kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri di sampit. Penelitian tersebut memiliki persamaan dengan penelitian ini yang salah satunya kualitas pelayanan dan fasilitas.¹⁴

Penelitian yang dilakukan oleh Zaenal Abidin, Hadi Sumarsono, Siti Chamidah dengan judul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank BRI unit Slahung. Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda, dengan hasil penelitian menunjukkan Secara simultan variabel bukti fisik, kehandalan, daya tangkap, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah bank BRI unit Slahung, sedangkan secara parsial variabel bukti fisik, kehandalan, daya tangkap tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah bank BRI unit Slahung, sedangkan variabel jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah bank BRI unit Slahung. Penelitian tersebut memiliki persamaan dengan penelitian ini yang salah satunya kualitas pelayanan.¹⁵

Penelitian yang dilakukan oleh Nina Indah Febriana dengan judul Analisis kualitas pelayanan Bank terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu Tulungagung. Analisis dalam penelitian tersebut menggunakan analisis *SERVQUAL* atau analisi

¹⁴ Seanewati Oetama dan Desy Herlina Sari “pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri di sampit”. *Jurnal Terapan dan Manajemen Bisnis*, Vol, 3, No, 1, 2017, Hal. 59

¹⁵ Zaenal Abidin, Hadi Sumarsono, Siti Chamidah ” pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank BRI unit Slahung” *Journal of Marketing Modern*, Vol, 1, No, 1, Juli 2020. Hal. 60

Gap, dengan hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari *reliability, assurance, tangibles, empathy dan responsiveness* secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu Tulungagung. Penelitian tersebut memiliki persamaan dengan penelitian ini yang salah satunya kualitas pelayanan.¹⁶

Penelitian yang dilakukan oleh Nuning Nurna Dewi, dan isfarokhatul aini dengan judul analisis pengaruh fasilitas, lokasi dan kualitas layanan terhadap tingkat kepuasan orang tua di lembaga PIAUD AL-HASYIMI 2 TAWANGSARI. Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda, dengan hasil penelitian menunjukkan Variabel fasilitas berpengaruh secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen, sedangkan lokasi dan kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Secara simultan variabel fasilitas, lokasi dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Penelitian tersebut memiliki persamaan dengan penelitian ini yang salah satunya kualitas pelayanan dan lokasi.¹⁷

Penelitian yang dilakukan oleh Maryani dan Babul Jannah dengan judul analisis pengaruh fasilitas dan pelayanan terhadap tingkat kepuasan

¹⁶ Nina Indah Febriana, "Analisis kualitas pelayanan Bank terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu Tulungagung", *Jurnal AN-NISBAH*, Vol. 03, No. 01, Oktober 2016.

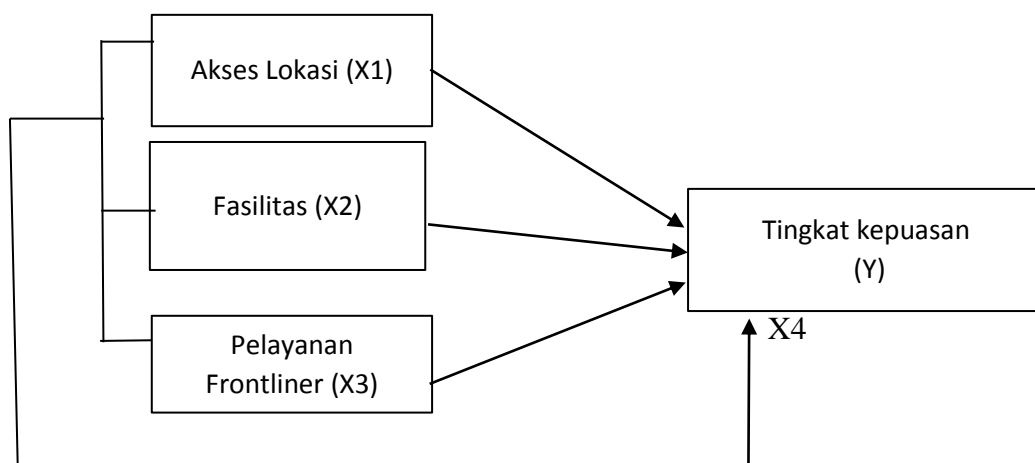
¹⁷ Nuning Nurna Dewi, dan isfarokhatul aini "analisis pengaruh fasilitas, lokasi dan kualitas layanan terhadap tingkat kepuasan orang tua di lembaga PIAUD AL-HASYIMI 2 TAWANGSARI", *Jurnal Manajemen jambi*, Vol. 2 No, 2 desember 2019, Hal. 29

nasabah bumdes bocor wetan pakuniran probolinggo. Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda, dengan hasil penelitian menunjukkan secara simultan dan parsial Variabel fasilitas dan pelayanan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah bumdes bocor wetan pakuniran probolinggo. Penelitian tersebut memiliki persamaan dengan penelitian ini yang salah satunya kualitas pelayanan dan fasilitas.¹⁸

F. Kerangka konseptual

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu mengenai hubungan antara variabel dependen (pengaruh jangkauan akses lokasi, fasilitas, sikap pelayanan *frontliner* dengan variabel independen (kepuasan nasabah) diatas, maka dapat dikembangkan dengan kerangka konseptual berikut ini:

Gambar 2.1 Skema kerangka pemikiran penelitian



¹⁸ Maryani dan Babul Jannah “analisis pengaruh fasilitas dan pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah bumdes bocor wetan pakuniran probolinggo”, *Iqtis hadiyah*, Vol. 6. No 2, 2020, hal. 159

G. Hipotesis penelitian

Dari kerangka konseptual, dugaan sementara tentang variabel yang akan diteliti yaitu:

1. Hipotesis 1

H₁: Ada pengaruh jangkauan akses lokasi terhadap kepuasan mahasiswa IAIN Tulungagung angkatan 2017 dalam pembayaran UKT melalui Bank Negara Indonesia.

2. Hipotesis 2

H₁: Ada pengaruh fasilitas terhadap kepuasan mahasiswa IAIN Tulungagung angkatan 2017 dalam pembayaran UKT melalui Bank Negara Indonesia.

3. Hipotesis 3

H₁: Ada pengaruh sikap pelayanan *frontliner* terhadap kepuasan mahasiswa IAIN Tulungagung angkatan 2017 dalam pembayaran UKT melalui Bank Negara Indonesia.

4. Hipotesis 4

H₁: Ada pengaruh jangkauan akses lokasi, fasilitas, serta sikap pelayanan *frontliner* secara bersama-sama terhadap kepuasan mahasiswa IAIN Tulungagung angkatan 2017 dalam pembayaran UKT melalui Bank Negara Indonesia.

