

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dewasa ini, sektor industri perbankan di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan. Salah satu penyebab pertumbuhan tersebut yaitu faktor internal dan eksternal dunia perbankan. Hal ini semakin dirasakan oleh masyarakat yang dibuktikan dengan adanya bank-bank konvensional yang sudah memiliki pangsa pasar cukup tinggi karena fleksibilitas pada layanan yang ditawarkan oleh bank, lokasi dan juga tarif yang mereka bayar dalam simpanan deposito.

Perbankan merupakan salah satu bagian penting dari sistem keuangan untuk kelancaran kegiatan perekonomian suatu negara. Bank sebagai Lembaga intermediasi, menerima simpanan dari nasabah dan meminjamkan kepada nasabah lain yang membutuhkan dana. Dalam memenuhi kebutuhan calon nasabah serta untuk mengembangkan dan memberikan pelayanan kepada masyarakat, maka beberapa bank di Indonesia telah memperluas daerah operasinya dengan cara membuka kantorkantor cabang di perkotaan dan kantor-kantor kas di wilayah kecamatan, sehingga bank dapat meningkatkan pelayanannya.

Pada dasarnya bank syariah sama dengan bank umum, yaitu perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan, artinya aktivitas perbankan selalu berkaitan dalam bidang keuangan. Sehingga berbicara

mengenai bank tidak terlepas dari masalah keuangan.<sup>2</sup> Bank syariah dalam menjalankan aktivitasnya, baik penghimpunan dana maupun dalam rangka penyaluran dananya memberikan dan mengenakan imbalan atas dasar prinsip syariah yaitu jual beli dan bagi hasil.<sup>3</sup> Di Indonesia terdapat berbagai macam Badan Usaha Milik Negara salah satunya adalah bank. Banyak sekali bank-bank yang ada di Indonesia mulai dari bank yang sifatnya konvensional sampai yang sifatnya berdasar aturan syari'at (berbasis syariah). Bank Syariah sendiri merupakan lembaga keuangan bank berbasis syariah yang berbentuk Bank Umum Syariah (BUS) maupun Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BRPS). Berdasarkan Pasal 1 ayat (7) Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan syariah Indonesia, dijelaskan bahwa "Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Alasan mendasar dari penggabungan tersebut adalah keinginan memiliki bank syari'ah yang besar, kuat, dan efisien dengan aset dan kemampuan pembiayaan yang besar, sehingga memberikan kontribusi yang besar pula bagi perekonomian nasional.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002) hal. 23-24.

<sup>3</sup> Totok Budisantoso, Sigit Triandaru, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, Edisi 2, (Jakarta: Salemba Empat, 2006) hal. 153.

<sup>4</sup> Basuki Purwadi, Syaifullah & Muhammad Afdi Nizar, *Akselerasi dan Inklusivitas Sektor Keuangan: Jalan Menuju Kesejahteraan Rakyat*, (Jakarta: PT Nagakusuma Media Kreatif, 2016) hal. 16

Perkembangan bank syariah di Indonesia bertambah dengan pesat dikarenakan tujuan ekonomi Islam yang tidak hanya terfokus pada tujuan komersil yang tergambar pada pencapaian keuntungan maksimal semata, tetapi juga mempertimbangkan terhadap peranannya dalam memberikan kesejahteraan secara luas bagi masyarakat, yang merupakan implementasi peran bank syariah selaku pelaksana fungsi sosial. Pada tahun 2021 ini BUMN syariah Indonesia mengesahkan merger tiga Bank syariah Indonesia, yaitu BSM, BRIS dan BNI syariah menjadi Bank Syariah Indonesia. Oleh karena itu, dalam paper ini penulis akan membahas terkait fenomena atau keputusan merger ketiga bank syariah tersebut.

Menurut Data Statistik Perkembangan Syariah (SPS) Otoritas Jasa Keuangan perkembangan jumlah bank syariah adalah sebagai berikut :

**Tabel 1.1**  
**Perkembangan Bank Syariah Tahun 2015-2019**

Kelompok Bank	Satuan	Tahun				
		2015	2016	2017	2018	2019
BUS	Unit	12	13	13	13	14
UUS	Unit	22	21	21	21	20
BPRS	Unit	163	166	167	167	164

*Sumber: www.ojk.go.id*

Negara Indonesia diharapkan mampu membuat berbagai sistem perbankan yang dapat mengalami pertumbuhan dengan baik diambil secara literasi serta pemahaman masyarakat harus ditingkatkan mengenai perbankan syariah. Seiring berkembangnya zaman Pengenalan ekonomi dan keuangan syariah di Indonesia. Adanya perubahan zaman serta kondisi yang terjadi

saat ini yang mampu mengubah karakter konsumen, perubahan perilaku, perubahan teknologi dan perubahan tuntunan penggunaannya.

Salah satu komponen penting pada perusahaan perbankan adalah kepuasan nasabah, tanpa adanya nasabah suatu bank tidak ada artinya. Di bagian lain juga telah dijelaskan bahwa nasabah itu berarti dana, tanpa nasabah tidak akan ada dana. Begitu penting ibaratnya darah tanpa manusia, tanpa darah manusia tidak dapat hidup. Demikian pula bank, tanpa dana bank tidak bisa melakukan kegiatannya. Oleh karena itu, suatu perusahaan yang bernama “Bank” harus mencari dan menarik nasabah sebanyak mungkin. Untuk dapat menarik agar nasabah mau membuka rekeningnya pada bank, diperlukan pelayanan yang baik.

Setiap perusahaan dituntut untuk membuat pelanggan merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang baik kelangsungan hidup suatu perusahaan tergantung pada kepuasan pelanggannya. Sebaliknya kekecauan pelanggan dalam memberi pelayanan bisa menjadikan kehancuran perusahaan yang akan mendatang. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang terciptanya loyalitas pelanggan dan kunci dari keberhasilan manajemen bank sebenarnya adalah dapat merebut hati dari masyarakat, sehingga menjadi *financial intermediary* (perantara keuangan) dengan predikat baik. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan nilai dari seorang pemasok, produsen, atau penyedia jasa.

Menurut direktur G.E, John F. Welch, Jr. “Kualitas merupakan jaminan terbaik atas kesetiaan pelanggan, pertahanan terkuat dalam menghadapi persaingan asing, dan satu-satunya jalan menuju pertumbuhan dan pendapatan yang langgeng.” Terdapat hubungan erat antara kualitas produk dan pelayanan, kepuasan pelanggan, dan profitabilitas perusahaan. Beberapa pakar telah mendefinisikannya sebagai “tepat guna” sesuai persyaratan bebas penyimpangan dan sebagainya.<sup>5</sup>

Sedangkan menurut Kotler dan Keller kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang disebabkan oleh kinerja atau hasil suatu produk yang dirasakan, dibanding dengan harapannya. Oleh karena itu kepuasan pelanggan juga merupakan salah satu kunci yang akan menjadi keunggulan daya saing di perbankan saat ini adanya perbedaan kriteria pemilihan bank oleh nasabah maka akan di tuntut untuk selalu berusaha meningkatkan kualitas dalam pelayanan dan melakukan inovasi secara terus menerus semangkin tinggi kualitas dalam pelayanan terhadap suatu bank dapat dipersepsikan maka meningkatnya kepuasan konsumen terhadap suatu bank tersebut. Karena sangat erat kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen atau nasabah terhadap suatu bank tersebut sehingga memungkinkan bank tersebut dapat memahami harapan dan kebutuhan, yang pada akhirnya akan menciptakan kesetiaan (*loyalty*) pada bank tersebut.

Hal ini sejalan dengan yang dikatakan Basu Swastha dan Handoko bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

---

<sup>5</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhalindo, 1997), hal. 48

yaitu kualitas produk, kualitas jasa/pelayanan, emosional, harga, dan biaya.<sup>6</sup> Oleh karena itu kualitas pelayanan jelas merupakan definisi kualitas yang berpusat pada pelanggan. Kita dapat mengatakan bahwa seorang penjual telah memberikan kualitas bila produk atau pelayanan penjual memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Sebuah perusahaan yang hampir selalu memuaskan kebanyakan kebutuhan pelanggannya disebut perusahaan berkualitas.

Metode dalam pengukuran kualitas pelayanan yang sering digunakan secara luas biasanya ialah metode *servqual*, akan tetapi metode *servqual* tersebut biasanya digunakan oleh bank konvensional dimana metode ini juga bersifat general, yang mana terdiri dari berdasarkan lima dimensi. Menurut Othman dan Owen pada *Journal of Islamic Financial Service* dalam model pengukuran untuk mengukur jasa yang bersamaan dengan prinsip syari'ah model ini yang digunakan yaitu model *CARTER* dimana dalam pengukuran kualitas dalam pelayanan tersebut meliputi 6 dimensi yaitu; *compliance*, *assurance*, *reability*, *tangibility*, *emphaty*, *responsiveness*. Model ini sama dengan metode *servqual* yang membedakan terletak pada dimensi *compliance* (pemenuhan prinsip dan hukum islam).

Hasil pengukuran kualitas layanan pelanggan dapat menunjukkan karakteristik atau atribut apa dari produk/jasa yang membuat pelanggan tidak puas. Tujuan dari pengukuran tingkat kepuasan nasabah adalah untuk dapat segera mengetahui faktor-faktor yang membuat para pelanggan tidak

---

<sup>6</sup> Basu Sastha dan Handoko, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: BPFE, 2000), hal.83

puas untuk segera diperbaiki, sehingga pelayanan tidak mengecewakan. Dalam memberikan pelayanan setidaknya perusahaan harus memenuhi prinsip yang telah ditentukan sebelumnya.<sup>7</sup>

Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan dan pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan.<sup>8</sup>

Penelitian sebelumnya pernah dilakukan oleh Hari Suhandi<sup>9</sup> yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Penelitian lain dilakukan oleh Restu Khaliq<sup>10</sup> bahwa terdapat pula pengaruh positif signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah industri perbankan syariah di Kota Banjarmasin. Dari kedua hasil penelitian terdahulu dapat dikatakan bahwa kepuasan nasabah terhadap pelayanan perusahaan perbankan akan menjadi sangat penting untuk mempertahankan posisi perusahaan perbankan itu sendiri di dunia industri keuangan khususnya perbankan syariah. Kualitas

---

<sup>7</sup> Suprpto, *“Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan”*, (Jakarta: Rineka Cipta 2011), hal 45-46

<sup>8</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: Bayumedia, 2011), hal. 433

<sup>9</sup> Hari Suhandi, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Belawan”, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, ISSN: 2355-1500, Vo.7, No.1, 1 Februari 2020

<sup>10</sup> Restu Khaliq, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Banjarmasin Kalimantan Selatan”, *RELEVANCE: Journal of Management and Business*. Vol.2, No.1, hal. 174-188

pelayanan dimaksudkan sebagai usaha untuk memenuhi harapan nasabah, sedangkan harapan nasabah tidak selamanya sama. Seiring berjalannya waktu, harapan nasabah pada perbankan terkait kualitas pelayanan tentu juga akan berbeda dan akan terus berkembang mengingat persaingan juga semakin ketat. Hal ini bertentangan dengan penelitian Siti Amelia Aldila<sup>11</sup> yang menunjukkan bahwa hanya dimensi *reliability* dan *tangibles* yang berpengaruh positif sedangkan pada dimensi *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Suatu penelitian yang dilakukan oleh Fanani<sup>12</sup> dengan judul “Pengaruh Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Malang”. Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Dan Empati Dan Mencintai Customer terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian, Hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa seluruh variable berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara parsial semua variabel berpengaruh positif signifikan pada alpha 5% terhadap kepuasan nasabah terkecuali Daya Tangkap dan Empati.

Hasil dari penelitian diatas masih dirasa kurang jika ditinjau dari metode *servqual* mengenai dimensi kualitas pelayanan yang dinilai atas

---

<sup>11</sup> Siti Amelia Aldila, Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Model Carter di BPRS Amanah Ummah Leuwiliang Bogor, *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 04, No. 02, April 2018

<sup>12</sup> Abdul Hafid Fanani, Pengaruh Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, *ISTISQHODUNA*, Vol, 17 (2), tahun 2018

Bukti Fisik (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*).<sup>13</sup> Hal itu menandakan bahwa perlu diadakan penelitian kembali, agar konsep pelayanan sesuai dengan harapan ataupun keinginan para konsumen mengingat begitu banyak aspek penilaian dari segi pelayanan jasa.

Ketika persaingan terjadi tentu juga akan meningkatkan kualitas pelayanan pada masyarakat akan produk tabungan pensiun. Dalam hal ini Bank Syariah Indonesia dapat menarik nasabah melalui pelayanannya mengingat akan banyak perbankan lain yang dapat memberikan banyak pilihan bagi konsumen terkait jasa layanan produk tabungan pensiun. Berpijak dari seluruh uraian tersebut di atas dan analisis penelitian terdahulu yang sudah ada maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dimana sesuai fenomena yang ada bahwa dalam upaya meningkatkan kepuasan pembeli tentunya perlu didakan strategi-strategi khusus agar banyaknya nasabah yang tertarik memilik produk tabungan pensiun yang dapat digunakan untuk jaminan di masa tua ini sebagai jalan keluar atau perantara dalam menghimpun uang juga sesuai syariat Islam khususnya di Kabupaten Tulungagung.

Maka dari itu penulis tertarik melakukan penelitian di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung yang terletak di Kabupaten Tulungagung tepatnya pada Jl. Panglima Sudirman No. 51, Desa Kepatihan, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung.

---

<sup>13</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek, Edisi Pertama*. (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hal. 148

Jumlah nasabah yang menggunakan produk tabungan pensiun di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung tercatat terus mengalami peningkatan mencapai 80% hingga saat ini.<sup>14</sup> Optimisme tersebut tampaknya sangat wajar mengingat segala fasilitas dan fitur-fitur yang ditawarkan serta pelayanan produk tabungan pensiun sudah sangat excellent, dan tidak kalah dengan fitur-fitur yang ada di tabungan bank konvensional. Optimisme tersebut juga wajar, karena dari tahun ke tahun menunjukkan pertumbuhan yang signifikan.

Berdasarkan pemaparan sebelumnya pada penelitian terdahulu yang dirasa kurang jika kualitas pelayanan ditinjau dari metode *servqual* mengenai dimensi kualitas pelayanan yang dinilai atas Bukti Fisik (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*). Hal ini menandakan bahwa perlu diadakan penelitian kembali, agar konsep pelayanan sesuai dengan harapan atau keinginan para nasabah mengingat begitu banyak aspek penilaian dari segi pelayanan jasa. Dari sisi inilah perlu adanya penambahan dimensi *compliance* (kepatuhan) yang berarti mengukur kemampuan perusahaan agar sesuai dengan hukum Islam dan prinsip-prinsip perbankan syariah. Penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Produk Tabungan Pensiun Terhadap Kepuasan Nasabah Lansia Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung Tahun 2020-2021.**

---

<sup>14</sup> Data Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang penulis mengidentifikasi beberapa masalah yang akan dijadikan penelitian selanjutnya. Maka peneliti mendapatkan beberapa permasalahan di antaranya bagaimanakah kualitas pelayanan menurut Othman dan Owen yang terdiri dari *compliance*, *assurance*, *reability*, *tangibility*, *emphaty*, *responsiveness* dalam produk tabungan pensiun Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung, dan seberapa persen nasabah lansia yang merasa puas dan tidak puas dalam pelayanan Bank Syariah Indonesia serta apakah kualitas layanan produk tabungan memberikan pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan kepuasan nasabah lansia.

## **C. Rumusan Masalah**

1. Apakah *compliance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Lansia Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung?
2. Apakah *assurance* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Lansia Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung?
3. Apakah *reability* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Lansia Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung?
4. Apakah *tangibility* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Lansia Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung?
5. Apakah *emphaty* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Lansia Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung?
6. Apakah *responsiveness* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah KCP Tulungagung?

7. Apakah *compliance*, *assurance*, *reability*, *tangibility*, *emphaty*, *responsiveness* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Lansia Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung?

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

1. Untuk menguji apakah *compliance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Lansia Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung
2. Untuk menguji apakah *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Lansia Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung
3. Untuk menguji apakah *reability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Lansia Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung
4. Untuk menguji apakah *tangibility* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Lansia Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung
5. Untuk menguji apakah *emphaty* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Lansia Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung
6. Untuk menguji apakah *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Lansia Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung
7. Untuk menguji apakah *compliance*, *assurance*, *reability*, *tangibility*, *emphaty*, *responsiveness* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Lansia Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung

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

1. Manfaat Secara Teoritis

Penelitian ini mempunyai manfaat teoritis untuk memperluas serta menambah wawasan bagi para pembaca, serta hasil dari penelitian

ini dapat bermanfaat sebagai bahan referensi untuk bahan diskusi dalam pengembangan ilmu khususnya di bidang perbankan syariah.

## 2. Manfaat Secara Praktis

### a. Bagi IAIN Tulungagung

Penelitian ini dapat dijadikan referensi sebagai bahan untuk penelitian selanjutnya guna mempermudah pengetahuan dalam mempelajari materi tentang kualitas pelayanan Bank Syariah Indonesia untuk meningkatkan kepuasan nasabah lansia.

### b. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan guna menambah wawasan dan pengetahuan mahasiswa serta dapat digunakan sebagai perbandingan untuk penelitian di kemudian hari.

### c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti lain yang mengadakan penelitian sejenis, hasil penelitian dapat digunakan untuk menambah wawasan tentang pengaruh kualitas pelayanan pada masa pandemi terhadap kepuasan nasabah.

### d. Bagi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tulungagung Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan produk tabungan pensiun (*mudharabah*) untuk kepuasan nasabah lansia.

## **F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan oleh penulis diatas, maka ruang lingkup dalam bahan penelitian ini yaitu mengenai optimalisasi

standar pelayanan produk tabungan pensiun untuk meningkatkan kepuasan nasabah lansia tahun 2020-2021.

Batasan masalah ditujukan sebagai patokan melakukan penelitian. Batasan masalah pada penelitian ini adalah kualitas pelayanan produk tabungan pensiun untuk meningkatkan kepuasan nasabah lansia yang dilaksanakan di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tulungagung.

## **G. Penegasan Istilah**

### 1. Penegasan Istilah secara Konseptual

#### a. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.<sup>15</sup>

#### b. Produk Tabungan

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.<sup>16</sup>

#### c. Kepuasan Nasabah

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkannya<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, hal. 99

<sup>16</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2008), hal. 123

<sup>17</sup> Kotler dan K.L. Keller, *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Indeks Prentice Hall, 2007) hal.

## 2. Penegasan Istilah secara Operasional

Berdasarkan uraian di atas, maka yang dimaksud judul skripsi secara operasional adalah membuktikan apakah kualitas pelayanan produk tabungan pensiun yang dilakukan oleh pihak Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tulungagung memberikan pengaruh secara signifikan atau tidak terhadap kepuasan nasabah terkhusus nasabah lansia.