

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kualitas Pelayanan

Kata pelayanan, secara etimologis dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia mengandung arti “usaha melayani kebutuhan orang lain”. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau nasabah yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Kualitas pelayanan merupakan perspektif konsumen dalam jangka panjang dan merupakan evaluasi kognitif dari jasa transfer.

Bahwa setiap interaksi antar sesama manusia “harus” sejalan dengan *rule of the game* syariat Islam. Sedangkan yang dimaksud dengan kandungan akhlak adalah bahwa semua interaksi yang mendapat legitimasi hukum Islam “pasti” mempunyai nilai-nilai akhlak mulia didalamnya. Sebagai contohnya adalah prosesi jual beli, jika 2 nilai diatas kita terapkan pada ranah jual beli, maka akad jual beli yang kita lakukan harus sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam fikih Islam, disamping itu akad ini juga memiliki nilai dan pesan akhlak didalamnya, yaitu menolong dan memudahkan urusan sesama manusia, atau dengan bahasa yang lebih simpel segala bentuk interaksi dalam Islam disamping mempunyai *profit oriented* juga tidak boleh menafikan *social oriented*.

Memberikan pelayanan terbaik kepada umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya. Dan sekarang tiba saatnya bagi kita untuk menelaah “sebagian kecil” ayat al-Qur’an dan hadits-hadits yang mendorong umat manusia untuk memberikan pelayanan terbaik kepada sesama. Akan tetapi sebelum berbicara lebih jauh Islam meletakkan batasan yang difirmankan oleh Allah dalam QS.

Al-Maidah ayat 2 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحِلُّوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا آمِينَ الْبَيْتِ
 الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ أَن
 صَادُوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ
 وَالْعُدْوَانِ يَوَاتِقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Terjemahnya:

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu melanggar syiarsyiar kesucian Allah, dan jangan (melanggar kehormatan) bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) hadyu (hewan-hewan kurban) dan qala'id (hewan-hewan kurban yang diberi tanda), dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitulharam; mereka mencari karunia dan keridaan Tuhannya. Tetapi apabila kamu telah menyelesaikan ihram, maka bolehlah kamu berburu. Jangan sampai kebencian(mu) kepada suatu kaum karena mereka menghalanghalangimu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat melampaui batas (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksaan-Nya.”

Melalui ayat di atas, Allah memerintahkan kepada kita untuk saling menolong didalam koridor “mengerjakan kebajikan dan takwa” dan Allah melarang sebaliknya. Jika kita melanggar ketentuan Allah maka hukuman akan diberikan dan “Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”. Jadi interaksi itu

boleh dilakukan kapanpun dan dengan siapapun selama tidak melanggar batasan diatas.

Salah satu model pengukuran kualitas pelayanan adalah dengan menggunakan dimensi CARTER (*Compliance, Assurance, Realibility, Tangibles, Empathy dan Responsiveness*) yang telah dikemukakan oleh Othman dan Owen pada salah satu penelitiannya di KFH (Kuwait Finance House) pada tahun 2001.

Parasuraman melakukan penelitian di tahun 1988 pada kelompok fokus, baik pengguna maupun penyedia jasa. Akhirnya ditemukan hasil bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara *communication, competence, courtesy, credibility*, dan *security* yang kemudian dikelompokkan menjadi satu dimensi, yaitu *assurance*. Demikian pula halnya mereka yang mengemukakan hubungan yang sangat kuat diantara *access* dan *understanding*, yang kemudian digabung menjadi satu dimensi, yaitu *empathy*. Akhirnya Parasuraman pada tahun 1998 mengemukakan lima dimensi pelayanan, yaitu berwujud (*tangibles*), reliabilitas, ketanggapan (*responsiveness*), jaminan dan kepastian (*assurance*), empati (*emphaty*).¹⁸

Othman dan Owen memodifikasi dimensi pelayanan (SERVQUAL) oleh Parasuraman itu dengan menambahkan satu dimensi lagi. Satu dimensi yang akan ditambahkan yaitu dimensi *compliance* yang dikenal dengan *Compliance with Islamic law* (kepatuhan terhadap hukum Islam), *which means*

¹⁸ Farid Jasfar, *Manajemen Jasa*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, Cet. Ke-1, 2005), hal. 51

the ability to fulfill with Islamic law and operate under the principles of Islamic banking and economy. Kepatuhan, yang berarti kemampuan untuk memenuhi hukum Islam dan beroperasi di bawah prinsip-prinsip perbankan Islam dan ekonomi.¹⁹

Othman dan Owen melakukan penelitian tentang kualitas pelayanan pada perbankan syariah yang dipublikasikan dengan judul “*Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banks: A Case Study in Kuwait Finance House International*”, dimuat pada *Journal of Islamic Financial Services*”. Dalam penelitian yang digunakan model CARTER untuk mengukur kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan dalam model CARTER ini diukur dari enam dimensi, yakni dimensi:

1. *Compliance* (Kepatuhan)

Compliance (Kepatuhan) adalah kemampuan untuk menenuhi hukum Islam dan beroperasi dibawah prinsip-prinsip perbankan dan ekonomi Islam. Dalam melaksanakan tugasnya bank syariah tidak boleh menyeleweng dari ajaran Islam (batil) namun harus selalu tolong menolong agar tercipta kemaslahatan.

2. *Assurance* (Jaminan)

Assurance (Jaminan) adalah kemampuan penyedia jasa dalam hal ini perbankan Islam untuk meyakinkan kepada nasabahnya. Indikator dari secara lisan maupun tertulis kepada nasabah, sopan santun pegawai,

¹⁹ Abdul Qawi Othman dan Lyn Owen, “*Adopting And Measuring Customer Service Quaity In Islamic Banks: A Case Study N Kuwait Finance House*”, *International Journal Of Islamic Service*, Vol.3 No.1, 2001, hal. 10

penguasaan pegawai atas produk dan jasa yang ditawarkan, kinerja dari fasilitas yang meyakinkan, serta penyediaan fasilitas yang memudahkan nasabah mengakses bank.²⁰

Dalam pelayanan untuk nasabah, pegawai harus menjaga keramahtamahan dan kesopanan. Seringkali orang tertarik membeli suatu produk karena keramahtamahan yang diperlihatkan oleh penjual. Keramahtamahan ini terkait dengan sikap terhadap orang lain. Menjaga kata-kata dari ucapan dan ungkapan yang buruk dan menyakiti perasaan orang lain. Menjaga perbuatan dan sikap yang menyakiti orang lain, termasuk menunjukkan wajah ceria di hadapan siapa pun.²¹

3. *Reliability* Keandalan)

Reliability (Keandalan) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

Reliability dinilai dari kemampuan bank dalam memberikan layanan yang konsisten, konsisten dengan yang dijanjikan kepada nasabah, misalnya dalam hal pemenuhan terhadap jam operasi, konsistensi pegawai dalam melayani, penyediaan produk yang sesuai dengan janji, dan lain-lain.

²⁰ Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global*, (Jakarta: PRENAMEDIA GROUP, 2017), hal. 208

²¹ Dede Rodin, *Tafsir Ayat Ekonomi*, (Semarang: CV. Karya Abadi Jaya, Cet. Ke-1, 2015), hal. 173

4. *Tangible* aspek yang terlihat secara fisik misal peralatan, personel, dan bahan-bahan komunikasi.

Tangibles (Wujud Fisik) adalah kemunculan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan bahan komunikasi.²² Dimensi ini berkenaan dengan hal-hal fisik yang dapat dengan mudah dilihat oleh nasabah. Indikator dari dimensi wujud fisik ini adalah penampilan gedung atau kantor, kebersihan ruangan, penampilan pegawai, lokasi bank dan lain-lain yang sifatnya fisik.

Penting bagi para pelaku lembaga keuangan syariah untuk menjalankan operasional perusahaannya memperhatikan sisi penampilan fisik para pengelola maupunkaryawan dalam hal berpakaian, berperilaku atau beretika.

5. *Emphaty* (Kepedulian)

Emphaty (Kepedulian) adalah kemampuan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan. Indikator dari *emphaty* adalah keinginan untuk memahami kebutuhan nasabah, pengembangan produk yang sesuai dengan keinginan nasabah, perhatian terhadap nasabah, kecepatan dalam melayani.

6. *Responsiveness* (Keinginan)

Responsiveness (keinginan) adalah untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat *Responsiveness* (Ketanggapan) adalah kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang

²² Abdul Qawi Othman dan Lyn Owen, "Adopting And Measuring Customer Service Quaity In Islamic Banks: A Case Study N Kuwait Finance House", *International Journal Of Islamic Service*, Vol.3 No.1, 2001, hal. 10-11

cepat. Kesiapan bank memberikan tanggapan secara cepat kepada nasabah dalam menindaklanjuti keluhan dengan memberikan informasi yang jelas.

B. Kualitas Layanan dalam Pandangan Islam

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam Al-Qur'an surat al-Baqarah ayat 267:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ
مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيذِهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۖ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.”²³

C. Produk Tabungan Pensiun

1. Dana Pensiun

Pengertian dana pensiun secara umum merupakan dana yang sengaja dipungut oleh perusahaan dari karyawannya dan merupakan pendapatan yang akan diperoleh seseorang setelah mengabdikan atau bekerja

²³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: PT Syaamil Cipta Media, 2005), hal. 45

selama sekian tahun. Pensiun diberikan pada saat karyawan tersebut sudah memasuki usia ataupun sebab-sebab lain. Menurut Undang-Undang No. 11 Tahun 1992 tentang dana pensiun, dana pensiun adalah badan hukum yang mengelola dan menjalankan program yang menjanjikan manfaat pensiun.²⁴ Dana pensiun merupakan lembaga atau badan hukum yang mengelola program pensiun yang dimaksudkan untuk memberikan kesejahteraan kepada karyawan suatu perusahaan terutama yang telah pensiun.²⁵ Peraturan dana pensiun terhadap manfaat yang diterima oleh nasabah belum ditetapkan dengan pasti tetapi hanya ditetapkan besarnya iuran secara pasti. Penyebabnya karena manfaat yang akan diterima dan disesuaikan dengan pertumbuhan investasi setiap tahunnya sehingga perolehan keuntungan dari waktu ke waktu tidak pasti dan tidak tetap tergantung kepada hasil usaha yang benar-benar dihasilkan oleh Bank sebagai pengelola dana (mudharib). Pengelola dana akan berusaha mengoptimalkan keuntungan dari pemakai dana. Keuntungan ini dinamakan yaitu sistem bagi hasil.

Dana pensiun telah dijelaskan dalam Firman Allah QS. Al-Hasyr (59) ayat 18 yang berbunyi:

²⁴ Republik Indonesia, “UU No. 11 Tahun 1992 tentang dana pensiun”

²⁵ Siamat, *Manajemen Lembaga Keuangan*, (Jakarta: Lembaga Penerbit FE-UI, 2004), hal.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍّ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah dibuat untuk hari esok (masa depan). Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

D. Kepuasan Nasabah Lansia

Kepuasan atau *satisfaction* berasal dari bahasa latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan dapat di artikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Namun, di tinjau dari perspektif perilaku konsumen, istilah kepuasan konsumen lantas menjadi sesuatu yang kompleks.²⁶

Kotler mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dengan harapan.²⁷ Sedangkan Richard F. Gerson mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai persepsi konsumen bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui.²⁸ Howard & Steth mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau

²⁶ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Cet. Ketiga (Jawa Timur: Banyumedia Publishing, 2007), hal. 349.

²⁷ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Terj. Teguh hendra (Jakarta: Prenhalindo, 2002), hal. 246.

²⁸ Richard F. Gerson, *Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Terj. Widyaningrum (Jakarta: PPM, 2002), hal. 3.

ketidaksepadanan antara hasil yang di dapatkan di bandingkan dengan pengorbanan yang di lakukan.²⁹ Oleh karena itu, setiap transaksi atau pengalaman baru, akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Konsumen yang puas adalah konsumen yang akan berbagi rasa dan pengalamannya dengan konsumen lain.³⁰

Terdapat beberapa faktor yang nantinya akan mempengaruhi kepuasan nasabah seperti yang diutarakan Swastha dan Handoko terdapat lima faktor yang mempengaruhi kepuasan yaitu sebagai berikut:³¹

a. Kualitas produk

Secara langsung akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, dan jika hal tersebut berlangsung secara terus menerus akan mengakibatkan nasabah yang selalu setia membeli atau menggunakan produk tersebut dan biasa disebut dengan loyalitas nasabah.

b. Kualitas jasa

Merupakan kualitas pelayanan yang diberikan pihak perbankan kepada nasabahnya.

c. Emosional

Merupakan keyakinan penjual atau pihak perbankan itu sendiri terhadap usahanya. Keyakinan tersebut akan menciptakan inovasi yang dapat meningkatkan usahanya, seperti halnya dalam inovasi produk.

²⁹ *Ibid*, hal. 353.

³⁰ Basu Swasta Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2008), hal. 119.

³¹ Basu Swastha Dan Hani Handoko, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: BPF, 2000), hal.

d. Harga

Seorang konsumen atau seorang nasabah mengharapkan barang atau pelayanan jasa yang bagus dengan harga yang lebih murah atau dengan harga yang bisa bersaing. Harga dapat diartikan sebagai akibat dimana jika harga yang ditetapkan tinggi maka akibat dari pemberian kualitas produk dan pelayanan yang baik.

e. Biaya

Biaya disini berkaitan dengan pola pikir seseorang dimana jika suatu penyedia jasa atau pihak perbankan mampu mengeluarkan biaya banyak untuk melakukan promosi atau produksi maka dianggap produk yang dikeluarkan berkualitas, sehingga nasabah lebih puas terhadap produk tersebut.

Sumarni mengungkapkan bahwa strategi pemasaran yang perlu dilakukan bank untuk memuaskan nasabah sebagai berikut:³²

- a. Bank harus mendengarkan “suara” nasabah sehingga kualitas produk/jasa bank tepat seperti yang diinginkan nasabah.
- b. Perbaikan kualitas produk memerlukan komitmen total dari para petugas bank
- c. Melalui *bench marking* yaitu mengukur kinerja dibandingkan pesaing terbaik dikelasnya dan berupaya meniru bahkan melampauinya, penyempurnaan kualitas produk/jasa bank dapat ditingkatkan. Jadi,

³² Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank: Edisi Revisi*, (Yogyakarta: Liberty, 2002), hal. 229

kualitas tidak dapat diperiksa saja tetapi juga harus direncanakan sejak awal.

E. Penelitian Terdahulu

Untuk membantu penelitian ini, penulis memaparkan penelitian terdahulu dengan permasalahan yang akan diteliti. Hasil dari penelitian terdahulu digunakan untuk bahan referensi tambahan, perbandingan, dan penguat bagi penelitian ini. Adapun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Restu Khaliq dalam jurnalnya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Banjarmasin Kalimantan Selatan”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah yang signifikan dari kualitas pelayanan CARTER yang terdiri dari *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangible*, *empathy*, dan *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Banjarmasin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel kualitas pelayanan CARTER menunjukkan hasil yang signifikan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah. Jika dilihat berdasarkan perhitungan *T-statistics*, *dimensi kualitas pelayanan* yang mempengaruhi kepuasan nasabah secara berturut-turut dari yang paling besar adalah *compliance*, *reliability*, *responsiveness*, *tangibles*, *emphaty*, kemudian *assurance*.³³ Penelitian ini berbeda dengan yang akan dilakukan oleh peneliti karena objeknya adalah Bank Syariah Mandiri

³³ 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. 186

Banjarmasin, sedangkan peneliti melakukan penelitian pada Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung. Adapun persamaan pada kedua penelitian yaitu menggunakan jenis penelitian kuantitatif.

Penelitian yang dilakukan oleh Fathan Budiman dalam jurnal yang berjudul “Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Boyolali”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Boyolali. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Fathan setelah diuji menggunakan alat bantu IBM SPSS Versi 25 diperoleh hasil nilai *t hitung* lebih besar dari *t tabel* dengan signifikansi 5%, hal ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah mampu memediasi pengaruh kinerja pelayanan, customer relationship management dan digitalisasi bank terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Boyolali.³⁴ Persamaan antara penelitian yang dilakukan oleh fathan dan yang dilakukan oleh peneliti terletak pada objek penelitian yaitu pada Bank Syariah Indonesia. Adapun perbedaannya terletak pada variabel Y pada jurnal Fathan yang menunjukkan loyalitas nasabah, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu kepuasan nasabah.

Aditya Wardhana melakukan penelitian dalam jurnalnya tentang “Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking (M-Banking)* terhadap Kepuasan Nasabah di Indonesia” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah bank di

³⁴ Fathan Budiman, “Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Boyolali”, *Intelektiva: Jurnal Ekonomi, Sosial dan Humaniora*, E-ISSN 2686-5661, Vo.2, No.05, Desember 2020, hal. 160

Indonesia dengan pembahasan variabel pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah bank di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai normal chisquare. Hal ini menunjukkan bahwa variabel X tersebut secara parsial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y.³⁵ Adapun persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada variabel kepuasan layanan. Sedangkan perbedaannya terletak pada alat analisis yang digunakan dalam mengukur kepuasan nasabah.

Penelitian Orin Verawati Ramadani dkk yang berjudul “Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada BMT Barokatul Ummah Di Kabupaten Merauke”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengukur kepuasan nasabah pada BMT Barokatul. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai dari f hitung $>$ f tabel. Sehingga dimensi *Compliance* dan *Assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BMT Barokatul Ummah di Kabupaten Merauke. Hal ini membuktikan bahwa dimensi *Shariah Compliance* dan *Assurance* telah dijalankan dengan baik, dan mempunyai pengaruh positif dan signifikan kepada kepuasan nasabah pada BMT Barokatul Ummah. Artinya semakin ditingkatkan dimensi *Shariah Compliance* dan *Assurance* maka kepuasan nasabah semakin tinggi.³⁶ Perbedaan penelitian Ramadani dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada objek penelitian berupa BMT atau *baitul maal* sejenis

³⁵ Aditya Wardhana, “Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking (M-Banking)* terhadap Kepuasan Nasabah di Indonesia”, *DeReMa Jurnal Manajemen Vol.1 No.2*, September 2015, hal. 280

³⁶ Orin Verawati Ramadani, dkk., “Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada BMT Barokatul Ummah Di Kabupaten Merauke”, *Hasanuddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship (HJABE)*, Vol. 2 No. 3, Juli 2019, hal. 65-75

koperasi ini berbeda dengan Sistem Operasi Bank yang dipilih sebagai objek penelitian oleh peneliti. Persamaan penelitian Ramadani dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada pengukuran kepuasan nasabah dengan menggunakan Model Carter.

Penelitian yang dilakukan oleh Hari Suhandi dalam jurnal yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Belawan”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara parsial maupun simultan pengaruh variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Belawan. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa Nilai Signifikansinya untuk variabel kualitas pelayanan lebih kecil dibandingkan dengan dari alpha atau $t_{hitung} > t_{tabel}$. Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menolak H_0 dan menerima H_a untuk variabel kualitas pelayanan. Dengan demikian, secara parsial bahwa variabel kualitas pelayanan berhubungan signifikan dengan kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Belawan. Kedua variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Belawan. Akan tetapi variabel kualitas produk memiliki pengaruh lebih besar dibandingkan dengan variabel kualitas layanan.³⁷ Adapun persamaan antara penelitian yang dilakukan oleh Hari dan penelitian yang dilakukan oleh pebeliti yaitu terletak pada variabel Y yaitu

³⁷ Hari Suhandi, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Belawan”, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol.7, No.1, 1 Februari 2020, hal. 35

kepuasan nasabah. Sedangkan perbedaan antara keduanya terletak pada objek penelitian yang menunjukkan dimana Hari melakukan penelitian pada BSM Syariah Cabang Belawaan sedangkan peneliti melakukan penelitian pada nasabah BSI KCP Tulungagung.

Ratna Sari dan Luther Bela melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Standar Pelayanan Prima Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Syariah Makassar”. Adapun tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh penerapan standar pelayanan prima terkhusus aspek sikap, keterampilan, dan penampilan karyawan khususnya karyawan frontliner sebagai garda terdepan pelayanan terhadap kepuasan nasabah, dan untuk mengetahui variabel mana diantara ketiga aspek pelayanan prima (sikap, ketrampilan, penampilan) yang paling besar pengaruhnya pada kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa t hitung $>$ t tabel, hal ini membuktikan bahwa aspek pelayanan berpengaruh dan signifikan pada variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan.³⁸ Adapun persamaan antara penelitian yang dilakukan oleh Ratna dan Bela dengan yang dilakukan oleh peneliti yaitu terletak pada jenis penelitian menggunakan metode kuantitatif, sedangkan perbedaan antara keduanya yaitu pada variabel independen yang diambil.

Penelitian yang dilakukan oleh Abu Amar Fauzi dengan judul “Mengukur Pengaruh Kualitas Layanan Model CARTER terhadap Kepuasan

³⁸ A. Ratna Sari dan Luther Bela, “Pengaruh Standar Pelayanan Prima Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Syariah Makassar”, *ASSETS, Volume 7, Nomor 2*, Desember 2017, hal. 292-307

Nasabah Perbankan Syariah Indonesia”. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi persepsi nasabah terhadap kualitas layanan serta pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur mengindikasikan bahwa kualitas layanan dari bank syariah memiliki hubungan signifikan terhadap kepuasan nasabah.³⁹ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada alat analisis yang digunakan dimana penelitian ini menggunakan alat bantu berupa WrpPLS 5.0 sedangkan peneliti menggunakan SPSS versi 23. Persamaan penelitian Abu dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada pengukuran kepuasan nasabah dengan menggunakan Model Charter.

Penelitian oleh Putri Dwi Cahyani yang berjudul “Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah Di Yogyakarta” memiliki tujuan untuk mengukur Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah Di Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi nasabah terhadap kualitas jasa pada empat bank dianggap tidak signifikan, kualitas setiap bank syariah tidak memiliki perbedaan yang signifikan.⁴⁰ Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada objek penelitian berupa beberapa bank syariah sedangkan penelitian yang akan dilakukan hanya meneliti Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung saja. Persamaan penelitian Putri dengan penelitian yang akan

³⁹ Abu Amar Fauzi, Mengukur Pengaruh Kualitas Layanan Model CARTER terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah Indonesia, *Journal of Business and Banking STIE Perbanas Surabaya* Vol. 6 No. 2, November 2016 – April 2017, hal. 301-314

⁴⁰ Putri Dwi Cahyani, “Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah Di Yogyakarta”, *Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 6 No. 2, Oktober 2016, hal. 151-162

dilakukan terletak pada metode yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan yaitu menggunakan metode charter.

Penelitian yang dilakukan oleh Wirdayani Wahab yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian Syariah di Kota Pekanbaru”. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pegadaian syariah di kota pekanbaru. Adapun hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa diperoleh $F_{tabel} < F_{hitung}$. Penjelasan ini menunjukkan bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah Pegadaian Syariah di Kota Pekanbaru. Dengan artian seluruh variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap variabel dependen.⁴¹ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada objek penelitian berupa pegadaian syariah sedangkan penelitian yang akan dilakukan tertuju pada bank syariah. Persamaan penelitian Wirdayani dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada metode yang digunakan untuk mengambil sampel penelitian yaitu dengan menyebar kuesioner kepada para nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Samsul Rizal dkk pada jurnal yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Bengo Cabang Watampone”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.

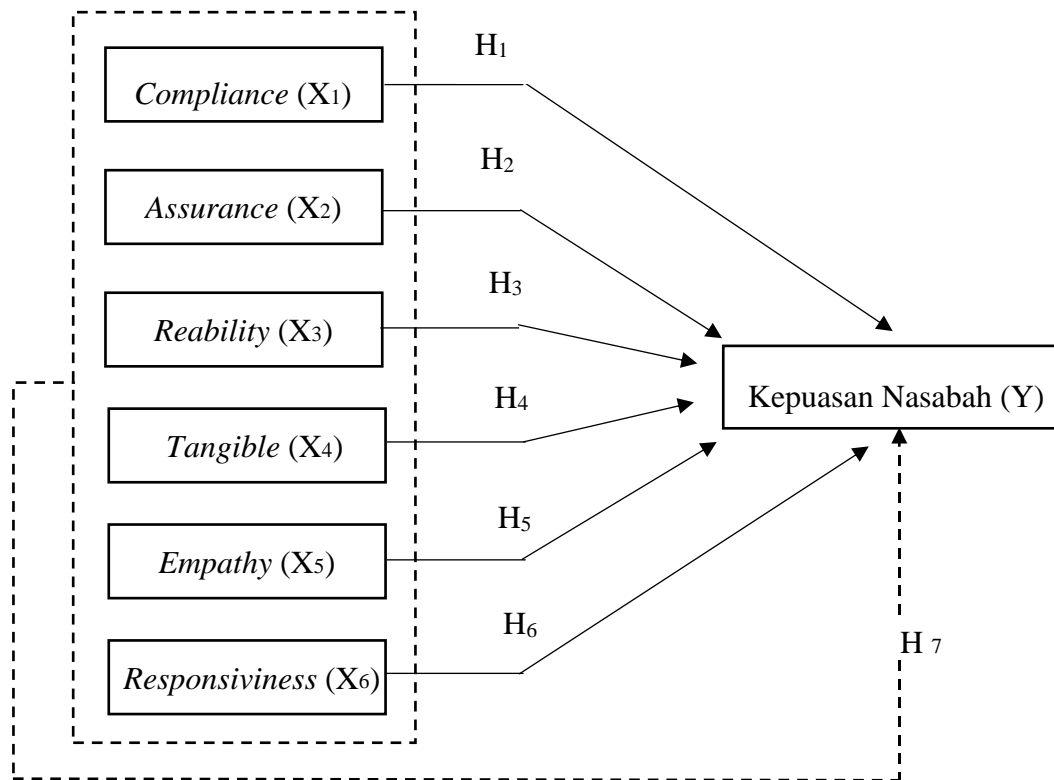
⁴¹ Wirdayani Wahab, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian Syariah di Kota Pekanbaru, *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, Volume 2, Nomor 1, Januari-Juni 2017, hal. 36

Unit Bengo Cabang Watampone. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai t hitung $>$ t tabel, sehingga hipotesis uji t variabel kualitas layanan positif terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Bengo cabang Watampone.⁴² Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada teknik pengambilan sampel. Sedangkan persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada jenis penelitian berupa penelitian kuantita

F. Kerangka Konseptual

Berdasarkan latar belakang serta kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut:

⁴² Samsul Rizal, dkk., “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Bengo Cabang Watampone”, *Profitability: Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 4, Nomor 1*, 1 Februari 2020, hal. 111



**Bagan 2.1 Kerangka
Konseptual**

Keterangan:

1. Pengaruh *Compliance*(X₁) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) dikembangkan dari teori Othman dan Owen, serta tinjauan terdahulu oleh Hari Suhandi.⁴³
2. Pengaruh *Assurance* (X₂) terhadap Kepuasan Nasabah (Y), dikembangkan dari teori Othman dan Owen, serta tinjauan terdahulu oleh Orin Verawati Ramadani dkk⁴⁴

⁴³ Hari Suhandi, *Pengaruh Kualitas Pelayanan.....*, hal. 27-38

⁴⁴ Orin Verawati Ramadani, dkk., *Kualitas Pelayanan.....*,hal. 65-75

3. Pengaruh *Reability* (X₃) terhadap Kepuasan Nasabah (Y), dikembangkan dari teori Othman dan Owen, serta tinjauan terdahulu oleh Samsul Rizal dkk.⁴⁵
4. Pengaruh *Empathy* (X₄) terhadap Kepuasan Nasabah (Y), dikembangkan dari teori Othman dan Owen, serta tinjauan terdahulu oleh Abu Amar Fauzi.⁴⁶
5. Pengaruh *Tangible* (X₅) terhadap Kepuasan Nasabah (Y), dikembangkan dari teori Othman dan Owen, serta tinjauan terdahulu oleh Putri Dwi Cahyani.⁴⁷
6. Pengaruh *Responsiviness* (X₆) terhadap Kepuasan Nasabah (Y), dikembangkan dari teori Othman dan Owen, serta tinjauan terdahulu oleh Restu Khaliq.⁴⁸
7. Pengaruh *Compliance* (X₁), *Assurance* (X₂), *Reability* (X₃), *Tangible* (X₄), *Empathy* (X₅), dan *Responsiviness* (X₆) terhadap Kepuasan Nasabah (Y), dikembangkan dari teori Murti Sumarni, serta tinjauan terdahulu oleh Wirdayani Wahab.⁴⁹

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian dapat diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, sampai terbukti melalui data yang dikumpulkan

⁴⁵ Samsul Rizal, dkk., *Pengaruh Kualitas Pelayanan.....*, hal. 98-113

⁴⁶ Abu Amar Fauzi, *Mengukur Pengaruh Kualitas.....*, hal. 301-314

⁴⁷ Putri Dwi Cahyani, *Tingkat Kepuasan Nasabah.....*, hal. 151-162

⁴⁸ Restu Khaliq, *Pengaruh Kualitas Pelayanan.....*, hal. 174-188

⁴⁹ Wirdayani Wahab, *Pengaruh Kualitas Pelayanan*, hal. 28-41

dan telah diuji yang secara teoritis dianggap paling mungkin dan paling tinggi kebenarannya. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₁ : *Compliance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Lansia Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung

H₂ : *Assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Lansia Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung

H₃ : *Reability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Lansia Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung

H₄ : *Tangibility* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Lansia Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung

H₅ : *Emphaty* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Lansia Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung

H₆ : *Responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Lansia Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung

H₇ : *Compliance, assurance, reability, tangibility, emphaty, dan responsiveness* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Lansia Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung