

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Manajemen Pemasaran

Pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat tentang pemasarn adalah memenuhi kebutuhan manusia dengan cara yang menguntungkan.¹³ Istilah pemasaran muncul pertama kali sejak kemunculan istilah barter. Proses pemasaran dimulai sebelum barang-barang diproduksi dan tidak berakhir dengan penjualan. Pemasaran adalah proses menciptakan, menawarkan, dan mejual belikan suatu barang atau produk guna untuk memenuhi kebutuhan individu maupun kelompok. Menurut Kotler (dalam Hery Susanto dan Khaerul Umam), marketing (pemasaran) adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran (*exchange*).¹⁴

American Marketing Association (AMA) menyatakan bahwa definisi pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya. Manajemen pemasaran terjadi

¹³ Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2008), hal.5.

¹⁴ Hery Susanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hal. 37

ketika setidaknya satu pihak dalam sebuah pertukaran potensial berfikir tentang cara-cara untuk mendapatkan respon yang diinginkan oleh pihak lain.

Pada prakteknya dalam pemasaran memerlukan sebuah manajemen, manajemen pemasaran ialah sebuah sistem perencanaan atau pengendalian program guna untuk memasarkan barang atau produk sesuai dengan tujuan perusahaan. Menurut Philip Kotler manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian program yang dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang diinginkan dengan pasar sasaran untuk tujuan mencapai tujuan organisasi. Ini sangat bergantung pada perancangan organisasi yang menawarkan dalam hal target kebutuhan pasar dan keinginan dan menggunakan harga, komunikasi, dan distribusi yang efektif untuk menginformasikan, memotivasi dan melayani pasar.

B. Kepuasan Nasabah

1. Pengertian Kepuasan Nasabah

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan nasabah yang merasa puas. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat antara lain, pengaruh antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan. Kepuasan oleh Kotler dimaksudkan sebagai perasaan senang atau kecewa yang dirasakan oleh pelanggan terhadap perbandingan dari suatu produk antara yang diharapkan dengan hasil yang diperoleh dari

produk tersebut. Menurut Wilkie kepuasan pelanggan adalah suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa, sehingga dapat dikatakan bahwa kepuasan merupakan tingkat perasaan konsumen yang diperoleh setelah konsumen menikmati sesuatu.

Berdasarkan definisi diatas maka kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan baik itu perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang pelanggan setelah membandingkan antara harapan dengan hasil yang diperoleh setelah menggunakan produk atau jasa.¹⁵ Kualitas pelayanan merupakan fokus penilaian yang merefleksikan persepsi pelanggan terhadap lima dimensi spesifik dari layanan (jasa). Kepuasan lebih inklusif, yaitu kepuasan ditentukan oleh persepsi terhadap kualitas pelayanan (jasa), kualitas produk, harga, faktor situasi, dan faktor pribadi. Allah berfirman dalam Al-Qur'an (QS: An-Nisa': 29)

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجْرَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: "*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*"

¹⁵ Diana Rahmawati, *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa*, Universitas Negeri Yogyakarta; (Jurnal *Economia*, vol. 9 No 1, 2013), hal. 3

2. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

a. Assurance atau jaminan

Merupakan derajat tingkat keahlian dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk dapat memberikan pelayanan dan kepuasan dengan tepat dan sopan santun, rasa hormat dimana nasabah merasa nyaman, aman, dan terpercaya terhadap pelayanan yang diberikan pihak perusahaan. Dalam hal ini penilaian mencakup keyakinan nasabah terhadap pengetahuan dan kemampuan dalam memberikan ketrampilan dan jaminan keamanan pelayanan yang diberikan. Hal ini meliputi 1. karyawan sopan dan bersahabat. 2. Menyediakan saran-saran/nasehat-nasehat keuangan. 3. Interior kantor dan ruang tunggu yang nyaman. 4. Tim manajemen yang berpengalaman dan memiliki pengetahuan yang luas.

b. Reliability atau kehandalan

Merupakan derajat kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan baik oleh perusahaan. Keandalan dapat diartikan mengerjakan dengan benar sampai kurun waktu tertentu. Pemenuhan janji pelayanan yang tepat dan memuaskan meliputi kecepatan dan ketelitian pelayanan. Hal ini meliputi, 1. Pemberian layanan yang menyenangkan. 2. Penyediaan produk dan layanan yang luas. 3. Keamanan dalam bertransaksi yang terjamin. 4. Waktu pelayanan yang optimal. 5. Pengintegrasian nilai tambah layanan (ketersediaan ATM).

c. Tangible atau bukti fisik

Merupakan derajat penampilan sarana fisik, peralatan, front desk yang ada pada perusahaan. meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, personilnya dan sarana komunikasi. Hal ini berkaitan dengan fasilitas fisik, penampilan karyawan, peralatan dan teknologi yang dipergunakan dalam memberi layanan, fasilitas fisik seperti gedung, ruang tempat layanan, kebersihan, ruang tunggu, fasilitas musik, AC, tempat parkir merupakan salah satu segi dalam kualitas jasa karena akan memberikan sumbangan bagi konsumen yang memerlukan layanan perusahaan. Penampilan karyawan yang baik akan memberikan rasa dihargai bagi nasabah yang dilayani sedang dalam peralatan dan teknologi yang dipergunakan dalam memberikan layanan akan memberikan kontribusi pada kecepatan dan ketepatan layanan.

d. Empathy

Merupakan derajat kesungguhan pelayanan yang diberikan perusahaan terhadap nasabah. Dalam hal ini penilaian mencakup perhatian yang diberikan karyawan perusahaan pada setiap nasabah, meliputi kemudahan dalam melakukan keramahan dan kesopanan karyawan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan nasabah.

e. Responsiveness atau responsif

Merupakan derajat kemampuan perusahaan dalam pemberian tanggapan terhadap permintaan pelayanan nasabah. Dalam hal ini mencakup ketepatan waktu dan kecakapan dalam menanggapi keluhan pelanggan (prosedur resolusi masalah).¹⁶

3. Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah

Dalam kaitannya dengan pengukuran kepuasan pelanggan, kotler yang dikutip Tjiptono (1997:148) terdapat empat metode kepuasan pelanggan, yaitu:

a. Sistem keluhan dan saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan ditempat-tempat strategis, menyediakan kartu komentar, menyediakan saluran telepon.

Allah berfirman QS: Asy-Syura': 183

وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿١٨٣﴾

Artinya: "Dan janganlan kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlan kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan".

¹⁶ Putri Dwi Cahyani, *Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta, 2016*, *Junal Bisnis dan Ekonomi*, vol 6, no. 2 hal. 161.

b. Survei Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Dengan melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

c. *Ghost Shopping*

Metode ini dilakukan dengan cara mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian *Ghost Shopper* menyampaikan temuan-temuan mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

d. *Lost Customer Analisist* (analisis pelanggan yang hilang)

Pihak perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang sudah berhenti menjadi pelanggan atau beralih keperusahaan lain. Yang diharapkan adalah memperoleh informasi bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

4. Pengertian ATM (Automated Teller Machine)

Penggunaan waktu secara efektif dan efisien adalah salah satu hal yang menentukan suatu program kerja maupun studi, karena keberadaan

pasar global menghendaki suatu proses yang cepat dan tepat bukan lagi menganut biar lambat asal selamat merujuk pada penggunaan waktu dan kondisi. Oleh karena faktor tersebut maka timbul pola pikir yang berupa suatu inovasi dalam merealisasikan konsep efektif dan efisien tersebut. Dalam masalah ini lebih mengarah kepada tindakan perbankan dalam menanggulangi atau memberikan layanan ekstra bagi pelanggan dalam kemudahan transaksi dan tidak lagi memakan waktu yang relatif banyak.

Dalam dunia perbankan, pelayanan merupakan faktor yang penting dalam menarik daya pikat nasabah. Nasabah pada umumnya akan memilih salah satu bank yang memiliki tingkat pelayanan yang baik dan memuaskan. Pelayanan yang diberikan pihak bank kepada nasabah tidak hanya dari sisi pelayanan teller dan customer service saja tetapi harus dilihat dari segi penganekaragaman produk bank dalam meningkatkan pelayanan ATM.

ATM merupakan salah satu layanan bank yang berbasis *eletronic channel* dengan bertujuan nasabah dapat bertransaksi layaknya di cabang dengan menggunakan mesin, dan tentu hal ini sangat memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi tanpa perlu datang ke cabang. Kehadiran ATM untuk nasabah juga merupakan keuntungan untuk bank itu sendiri dari segi operasionalnya. Dengan adanya rutinitas nasabah yang dilakukan di mesin ATM tentu dapat mengurangi antrian cabang di masing-masing bank. Bank mempunyai dua tujuan yang ingin dicapai ketika ingin memperluas layanan jasanya melalui ATM. Adapun tujuannya tersebut adalah:

- a. Produk-produk yang kompleks dari bank dapat ditawarkan dalam kualitas ekuivalen dengan biaya murah dan potensi nasabah semakin besar.
- b. Dapat melakukan hubungan disetiap tempat dan kapan saja.

Kartu ATM adalah alat pembayaran menggunakan kartu yang dapat digunakan untuk melakukan penarikan tunai dan/atau pemindahan dana dimana kewajiban pemegang kartu dipenuhi seketika dengan mengurangi secara langsung simpanan pemegang kartu pada bank atau lembaga selain bank yang berwenang untuk menghimpun dana sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Dalam produk ATM, posisi konsumen secara umum masih lemah karena aplikasi permohonan ATM dibuat secara sepihak oleh pihak bank dan biasanya isinya berat sebelah. Secara umum permasalahan yang sering kali dikeluhkan oleh konsumen jasa pengguna ATM adalah:

- a. Pengaduan soal produk perbankan, seperti ATM (*Automated Teller Machine*), kartu kredit, aneka ragam jenis tabungan. Termasuk juga dalam keluhan produk perbankan adalah soal janji hadiah dan iklan produk perbankan.
- b. Pengaduan soal cara kerja petugas yang tidak simpatik dan kurang profesional khususnya petugas *service point*, seperti *teller*, *customer service*, dan satpam.

Secara umum keluhan nasabah dalam permasalahan pengguna ATM tersebut dapat digolongkan menjadi 2 jenis keluhan finansial yang

umumnya bersifat kasuistik dan keluhan non finansial yang bersifat sistematis.¹⁷

Beberapa keluhan finansial antara lain:

- a. Tidak merasa bertransaksi, tetapi saldo rekening terdebit atau kebobolan.
- b. Uang diterima tidak sesuai dengan jumlah penarikan uang atau kurang.
- c. Uang tidak diterima tetapi saldo rekening terdebit.

Sedangkan beberapa keluhan non finansial antara lain:

- a. Penerbitan kartu ATM tidak sesuai dengan janji.
- b. Lupa nomor PIN (*Personal Identification Number*).
- c. Kartu ATM tertelan.

Dalam hal ini terjadi kerugian dalam penggunaan ATM yang tiba-tiba rusak, nasabah sering kali mengalami kesulitan untuk membuktikan kerugian yang dialaminya, namun demikian, kerugian akibat pengguna ATM dapat terjadi karena kesalahan nasabah sendiri.¹⁸ Sementara itu, pihak bank sulit untuk dapat dipermasalahkan atas ATM yang *error*. Sebab, pihak bank tidak hadir dan menyaksikan sendiri proses transaksi, kecuali pihak bank mengakui adanya masalah pada mesin ATM. Persoalannya, apabila ATM mencatat dengan baik jumlah uang yang dikeluarkan namun kenyataannya nasabah tidak menerima sama sekali

¹⁷ Sudaryatno, *Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Bandung: Citra Aditya Bakti. 1999). Hal 22

¹⁸ Agustinus Simanjuntak, *Tinjauan Yuridis Para Pihak dalam Transaksi Pengambilan atau Transfer Dana melalui Mesin Anjungan Tunai Mandiri*, Artikel, Fakultas Ekonomi Universitas Petra, Surabaya. Hal 192

dana dimaksud, atau dana yang diterima oleh nasabah kurang, akibat *error*.

Pada sisi lain, ketika nasabah melakukan komplain terhadap bank, konsumen sering kali tidak sabar menunggu penyelesaian yang dilakukan oleh bank. Padahal atas komplain yang diajukan oleh konsumen, bank akan menindaklanjuti laporan nasabah tersebut. Namun demikian komplain tersebut tidak serta merta langsung di kabulkan dan tetap membutuhkan waktu dengan menunggu proses yang diperlukan untuk mengembalikan dana ke rekening nasabah yang kedebit.

Perlindungan terhadap konsumen dipandang secara materiil maupun formal makin terasa penting mengingat makin lajunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktivitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkannya dalam rangka mengejar dan mencapai kedua hal tersebut, akhirnya baik langsung atau tidak langsung maka konsumenlah yang pada umumnya akan merasa dampaknya.¹⁹ Oleh karena itu dengan disahkan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen diharapkan dapat mendorong suatu kondisi usaha yang sehat dan dinamis didalam penyediaan barang dan atau jasa yang benar-benar baik dan berkualitas, dan dapat menciptakan sistem perlindungan bagi konsumen maupun pelaku usaha yang mengandung unsur keterbukaan akses dan informasi serta adanya kepastian hukum. Sejak efektif berlakunya Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan

¹⁹ Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati (ed), *Hukum Perlindungan Konsumen*. (Bandung: Mandar Maju. 2000). Hal. 3

Konsumen, aspek pengaturan nasabah sebagai konsumen pengguna jasa perbankan.²⁰

C. Manfaat Jasa Layanan Kartu ATM

Manfaat yaitu kemudahan yang didapat dari penggunaan suatu layanan atau produk. Secara umum fungsi kartu ATM adalah agar melakukan penarikan uang tunai, namun selain itu masih banyak lagi fungsi kartu ATM antara lain:

- a. Mengetahui informasi saldo dan penarikan tunai
- b. Dapat melakukan pembayaran secara umum, tagihan telepon, kartu kredit, tagihan listrik, kartu kredit, air, uang kuliah, dan lain-lain.
- c. Dapat transfer uang antar rekening
- d. Dapat menarik uang tunai dalam waktu 24 jam, tidak terikat pada hari libur.
- e. Bebas dari antrian panjang.
- f. Menghemat waktu.
- g. Melakukan pemindah bukuan.

Sedangkan manfaat bagi pihak bank sendiri adalah

- a. Dapat menarik nasabah baru yang lebih banyak untuk menabung dan meningkatkan pendapatan.
- b. Mendorong nasabah agar lebih aktif dalam menggunakan jasa perbankan.
- c. Mengurangi antrian nasabah di kantor cabang.

²⁰ Muliaman D. Haddad, "*Perlindungan dan Pemberdayaan Nasabah Bank dalam Arsitektur Perbankan Indonesia*", Makalah pada Diskusi Perlindungan Konsumen Nasional, (Jakarta: 16 Juni 2006). Hal. 2

- d. Mampu membuka peluang munculnya produk dan jasa baru.

D. Kemudahan Jasa Layanan Kartu ATM

Kartu ATM merupakan salah satu layanan bank yang berbasis *eletronic channel* dengan bertujuan nasabah dapat bertransaksi layaknya di cabang dengan menggunakan mesin, dan tentu hal ini sangat memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi tanpa perlu datang ke cabang. Kehadiran ATM untuk nasabah juga merupakan keuntungan untuk bank itu sendiri dari segi operasionalnya. Dengan adanya rutinitas nasabah yang dilakukan di mesin ATM tentu dapat mengurangi antrian cabang di masing-masing bank. Bank mempunyai dua tujuan yang ingin dicapai ketika ingin memperluas layanan jasanya melalui ATM. Adapun kemudahan yang diperoleh dari jasa layanan kartu atm adalah :

- a. Produk-produk yang kompleks dari bank dapat ditawarkan dalam kualitas ekuivalen dengan biaya murah.
- b. Dapat melakukan hubungan disetiap tempat dan kapan saja tanpa terikat waktu.
- c. Lebih efisien dalam melakukan transaksi.
- d. interaksi individu dengan sistem yang jelas dan mudah dimengerti.
- e. tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan system tersebut
- f. mudah mengoperasikan system sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan.

E. Jenis Jasa Layanan Kartu ATM

1. Jenis-jenis kartu ATM

ATM terdiri dari dua jenis yaitu, kartu kredit dan kartu debit. Hal yang membedakan keduanya adalah kartu kredit digunakan untuk melakukan transaksi di mesin - mesin ATM, seperti menggesek saldo, transfer uang, dan lain-lain. Sementara kartu debit digunakan untuk bertransaksi pembayaran dan pembelanjaan non-tunai dengan menggunakan mesin EDC (Electronic Data Capture) seperti, belanja di Mall, Swalayan, atau pemesanan tiket yang tidak merepotkan lagi harus membawa uang cash.²¹

ATM merupakan sistem pelayanan elektronik yang melaksanakan fungsi teller secara otomatis yang mampu memberikan kemudahan kepada nasabah dalam transaksi perbankan. Transaksi ATM umumnya berupa penarikan uang tunai, informasi saldo, pemindah bukuan, pembayaran tagihan listrik, telepon, air, dan lain-lain. Kemudahan transaksi yang dapat dinikmati lewat ATM ini bekerja secara online, hal ini mengakibatkan ATM menjadi salah satu unsur penting dalam pelayanan nasabah²². Kartu atm terbagi menjadi beberapa jenis, antara lain:

- a. Kartu Atm GPN Silver, yakni kartu atm yang mempunyai limit tarik tunai sebesar Rp. 5.000.000, limit transfer rekening antar bank lain, Rp. 10.000.000, limit transfer sesama bank Rp.

²¹ Rachmad Hidayat, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 11, No.1. 2009

²² <https://www.scribd.com/doc/142525129/makalah-siap>

25.000.000, limit belanja Rp. 25.000.000, dan limit payment Rp. 25.000.000.

- b. Kartu ATM GPN Gold, yakni kartu atm yang mempunyai limit tarik tunai sebesar Rp. 10.000.000, limit transfer rekening bank lain Rp. 20.000.000, limit transfer antar rekening bank sebesar Rp. 50.000.000, limit belanja Rp. 50.000.000, dan limit payment Rp. 50.000.000, biaya admin. Rp. 1.000
- c. Kartu ATM GPN Platinum, yakni kartu atm yang mempunyai limit tarik tunai sebesar Rp. 15.000.000, limit transfer rekening bank lain Rp.50.000.000, limit transfer antar rekening bank sebesar Rp.100.000.000, limit belanja Rp. 100.000.000, limit payment sesuai saldo, dan biaya admin Rp.2.000
- d. Kartu ATM Visa Silver, yakni kartu atm yang mempunyai limit tarik tunai sebesar Rp. 5.000.000, limit transfer rekening bank lain Rp.10.000.000, limit transfer antar rekening bank sebesar Rp.25.000.000, limit belanja Rp.25.000.000, limit payment Rp. 25.000.000, dan biaya admin Rp.1.000
- e. Kartu ATM Visa Gold, yakni kartu atm yang mempunyai limit tarik tunai sebesar Rp. 10.000.000, limit transfer rekening bank lain Rp.20.000.000, limit transfer antar rekening bank sebesar Rp.50.000.000, limit belanja Rp. 50.000.000, limit payment Rp.50.000.000, dan biaya admin Rp.2.000
- f. Kartu ATM Visa Platinum, yakni kartu atm yang mempunyai limit tarik tunai sebesar Rp. 15.000.000, limit transfer rekening

bank lain Rp.50.000.000, limit transfer antar rekening bank sebesar Rp.100.000.000, limit belanja Rp. 100.000.000, limit payment sesuai saldo, dan biaya admin Rp.3.000

- g. Kartu ATM Visa Priority, yakni kartu atm yang mempunyai limit tarik tunai sebesar Rp. 15.000.000, limit transfer rekening bank lain Rp.50.000.000, limit transfer antar rekening bank sebesar Rp.200.000.000, limit belanja Rp. 200.000.000, limit payment sesuai saldo, dan biaya admin Rp.0

2. Kelemahan Kartu ATM

Beberapa kelemahan pada kartu ATM antara lain:

- a. Terdedah pada resiko pencurian nomor PIN.
- b. Resiko kartu ATM tertelan oleh mesin.
- c. Kartu ATM mudah patah.
- d. Resiko lupa nomor PIN yang dimasukkan salah sampai 3 kali, maka kartu ATM otomatis akan diblokir.
- e. Uang yang keluar tidak sesuai yang di inginkan atau tidak keluar sama sekali, dan tidak sesuai dengan pelaporan uang yang ditampilkan.
- f. Mesin mengalami kerusakan.

F. Online Banking

Menurut Pikkarainen mendefinisikan *online banking* sebagai sebuah portal internet yang memungkinkan nasabah untuk menggunakan berbagai layanan perbankan dari pembayaran tagihan hingga melakukan investasi. Mengenai *online banking* adalah aktifitas perbankan yang dapat dilakukan nasabah

dimana saja, baik dirumah, tempat usaha, dan lokasi-lokasi lain yang bukan lokasi bank yang *riil* (kantor cabang) dengan menggunakan media komunikasi seperti komputer, *handphone*, dan telepon rumah. Layanan *online banking* terdiri dari beberapa tipe layanan, yaitu sebagai berikut:

a. *Automatic Teller Machine (ATM)*

Automatic Teller Machine adalah saluran *e-banking* paling populer yang kita kenal. Selain bertransaksi melalui mesin ATM, kartu ATM juga dapat digunakan untuk berbelanja di pusat perbelanjaan, berfungsi sebagai kartu debit. Bila dulu ATM dikenal sebagai mesin untuk mengambil uang, saat ini telah muncul ATM yang dapat menerima setoran uang, yang dikenal dengan *Cash Deposit Machine*.

b. *Elektronik Banking (E-Banking)*

Layanan *e-banking* merupakan layanan perbankan yang meliputi *internet banking*, *mobile banking*, *sms banking*, dan *phone banking*. Layanan *internet banking* memungkinkan masyarakat untuk melakukan transaksi perbankan dengan menggunakan media jaringan komputer yaitu internet.⁷⁰ Bank biasanya menyediakan *website* tertentu yang dapat digunakan oleh nasabah untuk melakukan transaksi tidak termasuk dalam kategori *internet banking*.

Mobile banking merupakan suatu layanan perbankan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui *handphone* dengan menggunakan menu yang sudah tersedia di *subscriber identity module card (SIM Card)* atau biasa dikenal dengan menu layanan data atau SIM toolkit. *Short message service banking (SMS banking)* memiliki pengertian dan

fungsi yang hampir sama dengan *mobile banking*, hanya saja *mobile banking* diakses dengan menggunakan menu yang sudah tersedia di *SIM card*, sedangkan *SMS banking* menggunakan media *sms plain* (SMS manual) untuk mengakses layanan.²³

G. Pengertian Bank Syariah

Dalam Buku yang berjudul *Hukum Perbankan Nasional Indonesia*, Hermansyah mengemukakan pengertian lembaga keuangan yang bernama bank. Ia mengemukakan bank adalah lembaga keuangan yang menjadi tempat bagi orang perseorangan, badan-badan usaha swasta, badan usaha milik negara, bahkan lembaga-lembaga pemerintahan menyimpan dana-dana yang dimilikinya. Melalui kegiatan pengkreditan dan berbagai jasa yang diberikan, bank melayani kebutuhan pembiayaan serta mekanisme sistem pembayaran bagi semua sektor perekonomian. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia juga mengemukakan pengertian bank dikutip oleh Hermansyah, bank adalah usaha dibidang keuangan yang menarik dan mengeluarkan uang di masyarakat, terutama memberikan kredit dan jasa di lalu lintas pembayaran dan peredaran uang.²⁴

Berdasarkan dari dua pengertian diatas dapat dikatakan bahwa pada dasarnya bank adalah badan usaha yang kegiatannya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada pihak – pihak yang membutuhkan dalam bentuk kredit dan memberikan jasa dalam bentuk lalu lintas pembayaran. Perbankan syariah adalah sistem perbankan yang

²³ Muhammad Fadhli dan Rudy Fachruddin. *Pengaruh Persepsi Nasabah Atas Resiko, Kepercayaan, Manfaat, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Internet Banking*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA), Vol. 1 No. 2 hal. 269.

²⁴ Hermansyah, *Hukum Perbankan Nasional Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 7

dikembangkan berdasarkan syariah. Pembentukan sistem ini di latar belakang oleh larangan dalam agama islam untuk memungut maupun meminjam dengan bunga atau yang disebut riba serta larangan investasi untuk usaha – usaha yang dikategorikan haram, (misalnya usaha makanan atau minuman haram, usaha yang mengandung unsur perjudian, dan lain-lani. Bank syariah beroperasi tidak menerapkan sistem bunga, melainkan dengan metode bagi hasil dan penentuan biaya yang sesuai dengan syariah islam.²⁵

a. Produk – produk bank syariah

Perkembangan produk – produk bank dilihat dari beragamnya produk bank syariah, adapun produk produk dari perbankan syariah antara lain:

a) Penghimpun dana.

1. Prinsip Wadi'ah

Barang titipan dalam bahasa fiqih dikenal dengan *al-wadi'ah*. Terdapat Ulama yang menjelaskan bahwa arti wadi'ah secara etimologi adalah perwakilan dalam pemeliharaan harta dan sesuatu yang disimpan di tempat orang lain yang bukan miliknya agar dipelihara.²⁶ Secara terminologi, ada dua definisi wadi'ah yang dikemukakan oleh para pakar fiqh, antara lain:

- a. Menurut Ulama Hanafi, wadi'ah adalah mengikut sertakan orang lain dalam memelihara harta, baik dengan ungkapan yang jelas, melalui tindakan, maupun isyarat.

²⁵ Edi Wibowo dan Untung Hendi Widodo, *Mengapa Memilih Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), hal. 21

²⁶ Sarip Muslim, *Akuntansi Keuangan Syariah Teori dan Praktek*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), hlm. 319

- b. Menurut Ulama Maliki, Syafi'i, dan Hambali (*jumhur ulama*), wadi'ah adalah ,mewakikan orang lain untuk memelihara harta tertentu dengan cara tertentu.

Dari definisi diatas, secara esensi wadi'ah adalah menitipkan suatu harta atau barang kepada orang yang dapat dipercaya untuk menjaganya.

Wadiah adalah suatu akad yang dibolehkan oleh syara' berdasarkan Al-Qur'an, sunah, dan ijma'. Dalam surah Annisa ayat 58 Allah berfirman:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

Artinya: "Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha Melihat."

2. Prinsip Mudhorobah

Secara bahasa mudharabah berasal dari kata *dharb* yang artinya melakukan perjalanan untuk berniaga. Istilah mudharabah dengan pengertian berpergian untuk berdagang digunakan oleh ahli (penduduk) Irak. Sedangkan ahli (penduduk) Hijaz menggunakan istilah *qiradh*, yang diambil dari kata *qardh* yang artinya memotong, karena pemilik modal memotong sebagian dari hartanya untuk diperdagangkan oleh amil dan memotong sebagian dari keuntungannya. Dalam akad

mudharabah untuk produk pembiayaan, juga dinamakan dengan *profit sharing*.²⁷

Mudharabah juga dapat diartikan sebagai akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola, dengan keuntungan yang dituangkan dalam kontrak sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian si pengelola²⁸.

b) Pelayanan jasa – jasa.

Pelaksanaan fungsi jasa keuangan perbankan dapat menggunakan prinsip-prinsip transaksi syariah yang telah difatwakan oleh DSN. diantara prinsip itu adalah Bank garansi dengan prinsip kafalah

c) Penyaluran dana

Penyaluran dana di bank syariah dibagi menjadi tiga kategori berdasarkan tujuan penggunaannya. Transaksi pembiayaan dengan prinsip jual beli, sewa, dan bagi hasil. Pada kategori prinsip jual beli dan sewa, keuntungan bank ditentukan di depan dan telah menjadi bagian atas harga atas barang atau jasa. Sedangkan pada kategori prinsip bagi hasil ditentukan oleh nisbah bagi hasil yang disepakati di muka.

Adapun prinsip penyaluran dana sebagai berikut:

1. Pembiayaan untuk berbagai kegiatan investasi berdasarkan prinsip bagi hasil.

²⁷ Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hlm. 25

²⁸ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: ALFABETA, 2009), hlm. 10

2. Pembiayaan untuk berbagai kegiatan perdagangan.²⁹

H. Penelitian Terdahulu

Putri Dwi Cahyani, dengan judul Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan nasabah dan menganalisis tingkat kepuasan nasabah di masing-masing bank islam di Yogyakarta dengan adaptasi model "CARTER". Carter adalah model yang didasarkan pada dimensi "SERVQUAL", dengan dimensi baru yang disebut "Kepatuhan dengan hukum Islam" yang sesuai untuk industri perbankan.³⁰

Persamaan pada penelitian ini adalah: 1. Sama-sama menganalisis tingkat kepuasan nasabah. 2. Salah satu variabel yang diukur sama, yaitu kepuasan nasabah. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini adalah: 1. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode *purposive sampling* dan *convenience sampling*. 2. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis lajur.

Tri Yulianto (2015), dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan ATM Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Study Kasus pada Nasabah Bank BRI). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan atm dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM BRI. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BRI dan sampel

²⁹ Zainul Arifin, *Memahami Bank Syariah: Lingkup, Peluang, Tantangan dan Prospek*, (Jakarta: Alfabet, 1999), hal. 61

³⁰ Putri Dwi Cahyani, *Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta*, jurnal Bisnis dan Manajemen, 2016. Vol 6.

dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang yang pernah menggunakan ATM BRI. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil analisis uji F diperoleh hasil f hitung sebesar 26,396 yang lebih besar dari f tabel sebesar 4,00 berarti secara bersama-sama variabel kualitas pelayanan atm dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap nasabah. Persamaan pada penelitian ini adalah: 1. Sama-sama menganalisis tingkat kepuasan nasabah. 2. Sama-sama menggunakan variabel kepuasan nasabah. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini adalah: 1. Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif. 2. Teknik pengumpulan data dengan survey lokasi menggunakan kuesioner. 3. Analisis data menggunakan analisis deskriptif.³¹

Hariyanto, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Pengguna ATM BNI Syariah Di Banjarmasin. Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan kepuasan nasabah dipengaruhi oleh variabel-variabel bebas yang digunakan terhadap variabel terikat, yang menunjukkan bahwa semua variabel berpengaruh terhadap kepuasan nasabah serta faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah adalah lokasi mesin ATM Bank BNI. Persamaan pada penelitian ini adalah: 1. Sama-sama menganalisis tingkat kepuasan nasabah. 2. Dan sama-sama menggunakan variabel kepuasan nasabah. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini adalah: 1. Penelitian ini menggunakan penelitian di atas menggunakan penelitian kualitatif. Sedangkan metode penelitian kuantitatif dengan metode analisis regresi linier berganda. 2. Penelitian ini menganalisis seluruh pengguna atm

³¹ Tri Yulianto, *Pengaruh Kualitas Pelayanan ATM Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Study Kasus pada Nasabah Bank BRI)*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015

bank syariah dan bank konvensional, sedangkan penelitian diatas menganalisis kepuasan nasabah pengguna atm bank BNI.³²

Achmad Tavip Junaedi, Djumilah Hadiwidjojo, Eka Afnan Troena, Iwan Triyuwono, dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keadilan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi pada Nasabah Bank Syariah di Provinsi Riau). Penelitian ini bertujuan untuk mengekspos model hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas untuk perbankan syariah. Dalam penelitian ini ada empat variabel yang digunakan dalam penelitian ini, seperti kualitas pelayanan sebagai variabel independen, loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat, dan keadilan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Dari penelitian tersebut mendapati hasil loyalitas pelayanan dapat dipertahankan jika diimplementasikan dengan kualitas pelayanan yang lebih baik. Kualitas yang baik akan memberikan kepuasan pelanggan, memuaskan pelanggan akan selalu setia pada perbankan syariah, keadilan untuk bagi hasil akan membuat memuaskan pelanggan, tetapi keadilan bagi hasil tidak signifikan dipengaruhi dengan loyalitas pelanggan.

Persamaan pada penelitian ini adalah: 1. Sama-sama menganalisis tingkat kepuasan nasabah 2. Empat dari salah satu variabel yang diukur sama, yaitu: kepuasan nasabah. sedangkan Perbedaan pada penelitian ini adalah: 2. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. 2. Metode penelitian yang digunakan adalah explanatori, yaitu menjelaskan hubungan antara variabel

³² Hariyanto, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pengguna ATM BNI Syariah di Banjarmasin*, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Iain Antasari, Banjarmasin.

melalui pengujian hipotesis dan pengumpulan datanya melalui pengujian hipotesis.

Wirdayani Wahab, dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan oleh Industri Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru terhadap kepuasan nasabah. Persamaan pada penelitian ini adalah: 1. Sama-sama menggunakan dua variabel yang sama, yaitu kepuasan nasabah dan kualitas pelayanan. 2. Penelitian ini sama-sama menganalisis kepuasan nasabah.. sedangkan perbedaan penelitian ini adalah: 1. Metode penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. 2. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif.³³

Tri Astuti, Rr. Indah Mustikawati, dengan judul Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nabung Nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi tentang tingkat suku bunga terhadap minat nabung nasabah, mengetahui pengaruh persepsi tentang promosi terhadap minat nabung nasabah, mengetahui pengaruh persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan terhadap minat nabung nasabah, dan pelayanan terhadap minat nabung nasabah di Bank BRI cabang Sleman. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruhnya adalah nasabah di BRI Cabang Sleman dengan sampel yang digunakan 100 responden dengan teknik pengambilan sampel

³³ Wirdayani Wahab. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru*, Jurnal Ekonomi Islam, vol.2 No.1 2017

menggunakan metode random, tehnik analisis nya menggunakan analisis linier berganda.³⁴

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa uji normalitas dengan *kolmogorov-smirnov test* secara keseluruhan distribusi data bersifat norma. Dari analisis regresi diperoleh hasil: 1) Persepsi Nasabah tentang Tingkat Suku Bunga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah dengan nilai korelasi sebesar 0,406 dan t-hitung sebesar 4,394; 2) Persepsi Nasabah tentang Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah dengan hasil nilai korelasi sebesar 0,571 dan t-hitung sebesar 6,892; 3) Persepsi Nasabah tentang Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah dengan nilai korelasi 0,503 dan t-hitung 5,755; 4) secara keseluruhan Persepsi Nasabah tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah di BRI Cabang Sleman dengan F-hitung sebesar 26,374 dan R square sebesar 0,452 yang artinya variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen sebesar 45,2% sedangkan sisanya sebesar 54,8% dijelaskan oleh variabel lain diluar model regresi.

Persamaan pada penelitian ini adalah 1. Sama-sama menggunakan metode penelitian kausal komparatif, yaitu meneliti peristiwa yang telah terjadi. 2. Salah satu variabel yang digunakan sama-sama menganalisis tingkat kepuasan nasabah. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini adalah 1.

³⁴ Tri Astuti, Rr. Indah Mustikawati, Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nabung Nasabah, Jurnal Nominal, Vol. 2, No.1, 2013.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif 2. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Rachmad Hidayat, dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Nilai Nasabah terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap perbankan layanan di Jawa Timur. Penelitian ini termasuk penelitian survei dengan metode analisis deskriptif dengan mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data utama. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Mandiri di Jawa Timur. Para responden dipilih dengan menggunakan probabilitas pengambilan sampel dan teknik pengambilan sampel acak sistematis. Sampel penelitian dipilih secara acak untuk yang pertama data sedangkan yang berikut ini menggunakan interval tertentu.³⁵

Hasil analisis menggunakan Persamaan Struktural Modeling (SEM) model adalah: (1) Kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pelanggan kepuasan. (2) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (3) Nilai untuk pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (4) Kepuasan pelanggan telah pengaruh positif, signifikan terhadap loyalitas pelanggan. (5) Kualitas layanan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kesetiaan pelanggan. (6) Kualitas produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. (7) Nilai untuk pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. (8) Temuan teoretis yang mengarah

³⁵ Rachmad Hidayat, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 11, No.1. 2009

pada teori Yang dikembangkan adalah kualitas layanan berpengaruh negatif, signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun pengaruhnya signifikan pada kepuasan pelanggan. Dan kualitas produk memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Tapi pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan.

Persamaan pada penelitian ini adalah 1. Sama-sama menganalisis tingkat kepuasan nasabah 2. Dan Salah satu variabel yang diteliti sama-sama tentang kepuasan nasabah. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini adalah 1. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. 2. Pemilihan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik probability sampling dengan systematic random sampling. Dalam teknik ini setiap nasabah diberi kebebasan untuk memilih peluang dan sistem acak dimana pemilihan anggota sampel setelah dimulai dengan pemilihan secara acak untuk responden pertama dan berikutnya empat interval.

Suryani, dengan judul Analisis Faktor Bauran Pemasaran Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Sehingga Tercipta *Word of Mouth Positif* Di Pt. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Medan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan nasabah dalam konteks bauran pemasaran terhadap word of mouth positif nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Medan. Jumlah kuesioner yang berhasil dikumpulkan sebanyak 50 kuesioner/responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis faktor dilanjutkan analisis diskriminan dengan bantuan program SPSS versi 17.0.

Berdasarkan analisis faktor ditemukan bahwa satu faktor yaitu place (lokasi) terbukti tidak valid (nilai korelasi < 0.5) sehingga dikeluarkan dari model. Hasil canonical correlation diperoleh sebesar 0.593 dengan signifikansi sebesar 0.003. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa 35.20% variasi word of mouth positif dalam bentuk dapat dijelaskan oleh variabel diskriminan Product, Promotion, Price, People, Physic dan Process. Persamaan pada penelitian ini adalah 1. Sama-sama menganalisis tentang kepuasan nasabah. 2. Dan salah satu variabelnya meneliti tentang kepuasan nasabah. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini adalah 1. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. 2. Metode pada penelitian ini menggunakan metode survey, yakni dengan melakukan survey pada populasi besar maupun kecil, tetapi ada data yang dipeajari adalah data sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis.³⁶

Nuzul Ikhwal, dengan judul Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Bank Syariah Kota Batam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fakto-faktor yang mempengaruhi kepusan nasabah terhadap pelayanan bank syariah. Persepsi kualitas layanan tercermin dalam penilaian konsumen tentang realitas dan harapan layanan yang ia rasakan. Tangibles, keandalan, jaminan, daya tanggap, dan empati adalah dimensi kualitas layanan. Teknik analisis faktor sebagai teknik analisis data yang digunakan dalam menguji dampak kualitas

³⁶ Suryani, *Analisis Faktor Bauran Pemasaran Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Sehingga Tercipta Word of Mouth Positif Di Pt. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Medan*, Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan, Vol.7 No.1, 2013

layanan pada kepuasan pelanggan pada Bank Islam di Batam. Hasil pengujian bukti fisik, keandalan, jaminan, daya tanggap, dan empati sebagai dimensi kualitas layanan pada kepuasan pelanggan di Bank Islam di Batam menunjukkan efek positif yang signifikan. Hasil uji ini menunjukkan konsumen itu Kepuasan yang dikunjungi Bank Syariah di Batam dipengaruhi oleh kualitas layanan yang ditawarkan.³⁷

Persamaan pada penelitian ini adalah 1. Variabel yang dianalisis sama-sama tentang kepuasan nasabah. 2. Penelitian ini sama-sama menggunakan penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini adalah 1. Desain penelitian yang digunakan adalah penelitian analisis faktor. 2. Perbedaan penelitian ini terletak pada objeknya, objek penelitian ini adalah pada mahasiswa jurusan perbankan syariah iain tulungagung.

Diana Rahmawati, (2013), dengan judul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Penelitian ini bersifat eksploratif dengan subjek mahasiswa program kelas internasional Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi UNY. Teknik pengumpulan data menggunakan angket dan analisis data menggunakan analisis deskriptif. Penelitian ini menemukan bahwa seluruh indikator dari faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan mahasiswa berada dalam satu kategori tingkat kepuasan yaitu dalam kategori puas. Begitu pula dengan faktor-faktor yang berkaitan dengan

³⁷ Nuzul Ikhwal, *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Bank Syariah Kota Batam*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 2 No. 2, 2017.

pelayanan yang meliputi pelayanan akademik dosen dan pelayanan akademik pegawai administrasi, tingkat kepuasannya berada dalam kategori puas.

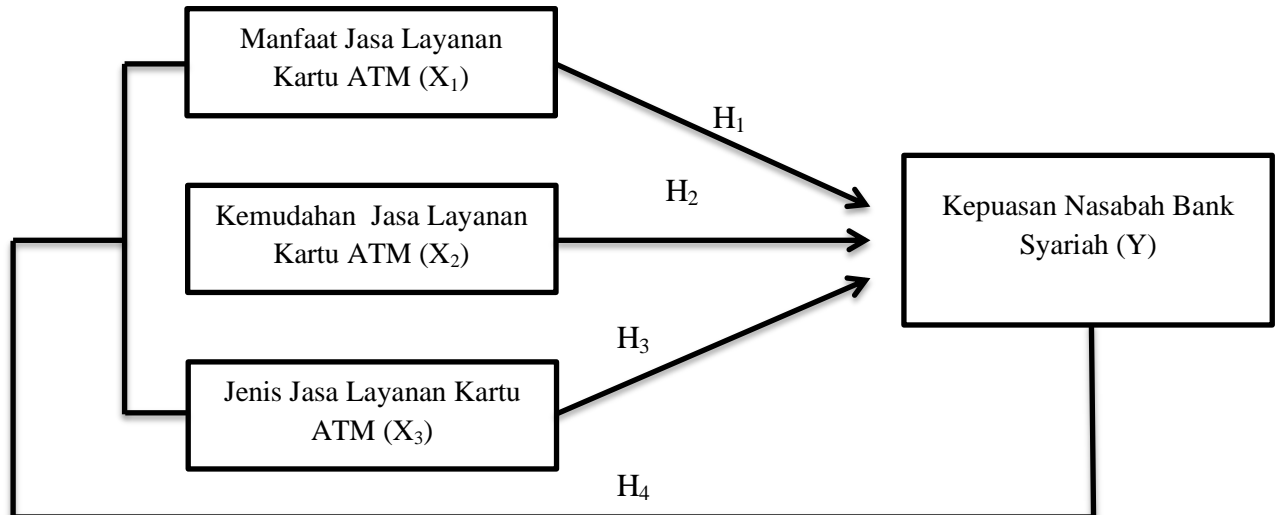
Faktor yang berkaitan dengan profesionalisme dosen, kemudahan serta kenyamanan meliputi indikator profesionalisme dosen, kemudahan akses terhadap informasi akademik dan kenyamanan mahasiswa dalam proses pembelajaran, tingkat kepuasannya juga berada dalam kategori puas. Berdasarkan ranking kepuasan diperoleh hasil bahwa indikator yang paling dominan mempengaruhi kepuasan adalah indikator profesionalisme dosen. Persamaan pada penelitian ini adalah: 1. Sama-sama menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah. 2. Variabel yang digunakan adalah sama-sama tentang tingkat kepuasan nasabah. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini adalah: 1. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. 2. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner.

I. Kerangka Konseptual

Pada penelitian ini menggunakan judul "Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Jenis Jasa Layanan Kartu ATM Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Pada Mahasiswa Perbankan Syariah Iain Tulungagung", dengan variabel bebas dalam penelitian ini diberi simbol (X_1) yaitu Manfaat Jasa Layanan Kartu ATM, Kemudahan Jasa Layanan Kartu ATM (X_2), Jenis Jasa Layanan Kartu ATM (X_3), dan variabel terikat diberi simbol (Y) yaitu Kepuasan Nasabah Bank Syariah.

Gambar Bagan 2.1

Kerangka Konseptual
Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Jenis Jasa Layanan Kartu ATM
Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Pada Mahasiswa Perbankan
Syariah Iain Tulungagung



J. Hipotesis Penelitian

Dalam penulisan penelitian ini, penulis akan menentukan hipotesis sebagai berikut:

H_1 : Pengaruh Manfaat Jasa Layanan Kartu ATM Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Pada Mahasiswa Perbankan Syariah Iain Tulungagung.

H_2 : Pengaruh Kemudahan Jasa Layanan Kartu ATM Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Pada Mahasiswa Perbankan Syariah Iain Tulungagung.

H_3 : Pengaruh Jenis Jasa Layanan Kartu ATM Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Pada Mahasiswa Perbankan Syariah Iain Tulungagung.

H_4 : Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Jenis Jasa Layanan Kartu ATM Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Pada Mahasiswa Perbankan Syariah Iain Tulungagung.