

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 1. Bank Syari'ah

##### a. Pengertian Bank Syariah

Di Indonesia, Bank Syariah yang pertama kali didirikan pada tahun 1992 adalah bank Muamalat Indonesia (BMI). Lahirnya Bank Syariah pertama di Indonesia merupakan hasil kerja tim Perbankan MUI adalah dengan dibentuknya PT Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang akte pendiriannya ditanda tangani pada tanggal 1 November 1991.<sup>1</sup> Setelah Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 diubah dengan Undang-Undang No. 10 Tahun 1998, secara tegas disebutkan Pendirian bank berdasarkan Syariah untuk memiliki *islamic windows*, dengan mendirikan Unit Usaha Syariah.<sup>2</sup>

Berdasarkan pasal 4 UU Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, disebutkan bahwa bank Syariah wajib menjalankan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat. Bank Syariah juga dapat menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga baitulmal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada organisasi pengelola zakat.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup>Kasmir, *dasar-dasar perbankan*, (jakarta: Rajawali,2014), hlm.242

<sup>2</sup>Sutan remy, *perbankan syariah produk-produk dan aspek-aspek hukumnya*, ( jakarta: kencana prenadamedia group,2014), hlm.97

<sup>3</sup>Rizal yaya, *akuntansi perbankan syariah*, (jakarta: salemba empat,2014), hlm.52

Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatannya berdasarkan prinsip syariah yang terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). BUS adalah Bank Syariah yang kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sementara itu, BPRS adalah Bank Syariah yang melaksanakan kegiatan usahanya tidak memberikan jasa lalu lintas dalam pembayaran. Berdasarkan UU Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008 tersebut, disebutkan bahwa bank konvensional yang hendak melaksanakan usaha syariah harus membentuk Unit Usaha Syariah (UUS) yang khususnya beroperasi dengan menggunakan sistem berbasis syariah.<sup>4</sup>

Bank yang menggunakan sistem dan operasi perbankan berdasarkan prinsip syariah islam, yaitu mengikuti tata cara berusaha dan perjanjian berusaha yang dituntun oleh Al-Quran dan Al-Hadist, dan mengikuti tata cara berusaha dan perjanjian berusaha yang tidak dilarang oleh Al-Quran dan Al-Hadist.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup>*Ibid*, hlm.22

<sup>5</sup>Aryanti, *English for business and banking*, (palembang: CV.Amanah,2018), hlm.40

## b. Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Tabel 2.1 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional<sup>6</sup>

No	Bank Syariah	No	Bank Konvensional
1	Investasi, hanya untuk proyek dan produk yang halal serta menguntungkan.	1	Investasi,tidak mempertimbangkan halal atau haram asalkan proyek yang dibiayai menguntungkan.
2	<i>Return</i> yang dibayar dan atau/diterima berasa; dari bagi hasil atau pendapatan lainnya berdasarkan prinsip syariah.	2	Return baik yang dibayar kepada nasabah penyimpan dana dan <i>return</i> yang diterima dari nasabah pengguna dana berupa bunga.
3	Perjanjian dibuat dalam bentuk akad sesuai dengan syariah islam.	3	Perjanjian menggunakan hukum positif.
4	Orientasi pembiayaan, tidak hanya untuk keuntungan akan tetapi juga falah oriented, yaitu berorientasi pada kesejahteraan masyarakat.	4	Orientasi pembiayaan, untuk memperoleh keuntungan atas dana yang dipinjamkan.
5	Hubungan antara bank dan nasabah adalah mitra.	5	Hubungan antara bank dan nasabah adalah kreditor dan debitur.
6	Dewan pengawas terdiri dari BI, Bapepam, Komisariss, dan Dewan Pengawas	6	Dewan pengawas terdiri dari BI,Bapepam, dan Komisariss.

<sup>6</sup>Ismail, *perbankan syariah*, (jakarta: kencana pramedia group,2014),hlm.38

	Syariah (DPS).		
7	Penyelesaian sengketa di upayakan diselesaikan secara musyawarah antara bank dan nasabah, melalui peradilan agama.	7	Penyelesaian sengketa melalui pengadilan negeri setempat.

Sumber : Perbankan Syariah, Ismail, 2014

### c. Produk dan jasa Bank Syariah

Tabungan merupakan simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek atau *bilyet* giro ataupun alat lain yang dipersamakan dengan itu (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan). Pembukaan Tabungan masyarakat dapat dilakukan sesuai ketentuan yang berlaku dan dapat dibuka berdasarkan permintaan perorangan, gabungan (lebih dari satu orang) dengan kedudukan yang setara, dan badan.<sup>7</sup>

Adapun yang dimaksud dengan Tabungan Syariah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip Syariah. Dalam hal ini, Dewan Syariah Nasional telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa Tabungan yang dibenarkan adalah Tabungan yang berdasarkan prinsip *wadiah* dan *mudharabah*.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup>Ikatan bankir indonesia, *memahami bisnis bank syariah*, (jakarta: PT Gramedia pustaka utama, 2014), hlm.64

<sup>8</sup>Adiwarman, *Bank islam: Analisis fiqh dan keuangan*, (jakarta: PT. Rajagrafindo persada, 2014), hlm.357

*Al-wadiah* (simpanan) atau dikenal dengan nama titipan atau simpanan. Prinsip *wadiah* merupakan titipan murni sari satu pihak ke pihak lain, baik perorangan maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja bila si penitip menghendaki. Penerima simpanan disebut *yad al-amanah* yang artinya tangan amanah. Si penyimpan tidak bertanggung jawab atas segala kehilangan dan kerusakan yang terjadi pada titipan selama hal itu bukan akibat dari kelalaian atau kecerobohan yang bersangkutan dalam memelihara barang titipan.<sup>9</sup>

Penggunaan uang titipan harus terlebih dulu meminta izin kepada si pemilik uang dan dengan catatan si pengguna uang menjamin akan mengembalikan uang tersebut secara utuh. Dengan demikian, prinsip *yad-amanah* (tangan amanah) menjadi *yad adh-dhamanah* (tangan penanggung). Mengacu pada prinsip *yad adh-dhamanah* bank sebagai penerima dana dapat memanfaatkan dana titipan untuk dimanfaatkan bagi kepentingan masyarakat dan kepentingan negara.<sup>10</sup>

Konsekuensi dari diterapkannya prinsip *yad adh-dhamanah* pihak bank akan menerima seluruh keuntungan dari penggunaan uang, namun sebaliknya bila mengalami kerugian juga harus ditanggung oleh bank. Sebagai imbalan kepada pemilik dana di samping jaminan keamanan uangnya juga akan memperoleh fasilitas lainnya seperti insentif atau bonus, dengan catatan tanpa perjanjian terlebih dulu baik nominal

---

<sup>9</sup> *ibid*

<sup>10</sup> *Ibid*, hlm.358

maupun persentase dan ini murni merupakan kebijakan bank sebagai pengguna uang.<sup>11</sup>

Pemberian jasa berupa insentif atau bonus biasanya digunakan istilah *nisbah* atau bagi hasil antara bank dengan nasabah. Bonus biasanya diberikan kepada nasabah yang memiliki dana rata-rata minimal yang telah ditetapkan.<sup>12</sup> *al-mudharabah* adalah akad kerja sama antara dua pihak, dimana pihak pertama menyediakan seluruh modal dan pihak lain menjadi pengelola. Keuntungan dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak. Apabila rugi, maka akan ditanggung pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat dari kelalaian si pengelola. Apabila kerugian diakibatkan kelalaian pengelola, maka si pengelola yang bertanggung jawab.

Dalam praktiknya *mudharabah* terbagi dalam dua jenis, yaitu *mudharabah muthlaqah* dan *mudharabah muqayyadah*. Pengertian *mudharabah muthalaqah* merupakan kerja sama antara pihak pertama dan pihak lain yang cakupannya lebih luas. Maksudnya, tidak dibatasi oleh waktu, spesifikasi merupakan kebalikan dari *mudharabah muthalaqah* dimana pihak lain dibatasi oleh waktu spesifikasi usaha dan daerah bisnis. Sedangkan *mudharabah muqayyadah* merupakan kebalikan dari *mudharabah muthlaqah* dimana pihak lain dibatasi oleh waktu spesifikasinya usaha dan daerah bisnis.

---

<sup>11</sup> *ibid*

<sup>12</sup> Kasmir, *Dasar-dasar perbankan*, (jakarta: PT Rajagrafindo persada,2014), hlm.244

Dalam dunia perbankan *Al-mudharabah* biasanya diaplikasikan pada produk pembiayaan atau pendanaan seperti, pembiayaan modal kerja. Dana untuk kegiatan *mudharabah* diambil dari simpanan tabungan berjangka seperti tabungan haji atau tabungan kurban. Dana ini juga dapat dilakukan dari deposito biasa dan deposito spesial yang dititipkan nasabah untuk usaha tertentu.<sup>13</sup>

Tabungan *ib Hasanah* adalah tabungan dengan akad *Mudharabah* atau *Wadiah* yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan dalam mata uang Rupiah.

1. Fasilitas :
  - a. Buku Tabungan.
  - b. Hasanah Debit GPN atau Hasanah Debit Silver.
  - c. *E-banking* (ATM, SMS Banking, Internet Banking, *Mobile Banking* dan *Phone Banking*).
2. Keunggulan :
  - a. Hasanah Debit Silver sebagai kartu ATM pada jaringan ATM (ATM BNI, ATM Bersama, ATM Link, ATM Prima & Cirrus) dan kartu belanja (Debit Card) di merchant berlogo MasterCard di seluruh dunia.
  - b. Dapat melakukan transaksi di counter teller BNI dan BNI Syariah seluruh Indonesia.

---

<sup>13</sup>*Ibid*, hlm 249

- c. Pembukaan rekening otomatis berinfq Rp 500,-.
  - d. Dapat dijadikan sebagai agunan pembiayaan.
3. Persyaratan dan Tata Cara :
- a. Kartu Identitas Asli (KTP/Paspor).
  - b. Setoran awal minimal Rp. 100.000,-.<sup>14</sup>

**d. Kualitas pelayanan**

**a. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Kualitas merupakan satu dari alat utama untuk mencapai posisi produk. Kualitas menyatakan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakann fungsi yang diharapkan. Dari segi pandangan pemasaran, kualitas diukur dalam ukuran persepsi pembeli tentang mutu/kualitas produk tersebut.<sup>15</sup>

Pelayanan adalah tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang secara positif tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan.<sup>16</sup> Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.<sup>17</sup>

Pelanggan memegang peranan penting dalam dunia bisnis. Secara, tidak langsung, seseorang pelanggan dapat menjadi saluran pemasaran bagi suatu bisnis, ketika pelanggan merasa puas atas

---

<sup>14</sup>Brosur BNI Syariah cabang Palembang.

<sup>15</sup>Sofjan assauri, *manajemen pemasaran*, (depok: PT rajagrafindo persada,2015).hlm.212

<sup>16</sup>Donni juni priansa, *perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*, (Bandung: Alfabeta,2017),hlm.103

<sup>17</sup>*Ibid*,hlm.51



pelayanan suatu produk/jasa, sangat dimungkinkan pelanggan tersebut “mempromosikan” secara sukarela produk/ jasa itu kepada orang-orang sekitarnya.<sup>18</sup>

Pemberian jasa layanan yang baik dan efektif kepada nasabah, dimaksudkan untuk dapat lebih meningkatkan loyalitas nasabah dan *cross selling product* dari perusahaan. Beberapa bank lebih efektif, antara lain dengan mengembankan tugas dan misi tersebut menjadi lebih efektif dan mengembankan unit *customer service*- nya dengan membentuk unit *privat banking*.<sup>19</sup> Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan harus mengacu pada standar mutu yang tinggi karena mutu yang tinggi mampu memenuhi harapan nasabah.

#### **b. Pengukuran Kualitas Pelayanan**

Mengukur kualitas jasa berarti mengevaluasi atau membandingkan kinerja suatu jasa dengan seperangkat standar atau yang telah diterapkan terlebih dahulu untuk model pengukuran. Parasuraman dan kawan-kawan telah membuat sebuah skala multi-item yang diberi nama SERVQUAL. Alat ini dimaksudkan untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan, dan kesenjangan (gap) yang ada pada model kualitas jasa. Pengukuran dapat dilakukan dengan skala likert, dimana responden cukup memilih derajat kesetujuan atau mentidaksetujunya atas pernyataan kualitas jasa.

---

<sup>18</sup>Nurul Huda dkk, *pemasaran syariah teori dan aplikasi*, (Depok: Kencana, 2017), hlm.39

<sup>19</sup>Julius, *Bank dan lembaga keuangan lain*, (Jakarta: Salemba empat, 2011), hlm.291

**c. Strategi meningkatkan Kualitas Pelayanan (Fandy Tjiptono, 2005):**

1. Mengidentifikasi determinasi utama kualitas jasa

Setiap perusahaan jasa perlu berupaya memberikan kualitas yang terbaik kepada pelanggannya. Oleh karena itu langkah yang dilakukan adalah mengadakan riset untuk identifikasi determinasi jasa yang paling penting bagi pasar sasaran. Berikutnya adalah memperkirakan penilaian yang diberikan pasar sasaran terhadap perusahaan dan pesaing berdasarkan determinasi-determinasi tersebut.

2. Mengelola harapan pelanggan

Tidak jarang suatu perusahaan berusaha melebih-lebihkan pesan komunikasinya kepada pelanggan dengan maksud agar mereka terpikat. Hal tersebut dapat menjadi bumerang bagi perusahaan, karena semakin banyak janji yang diberikan, maka besar pula harapan pelanggan yang pada gilirannya akan menambah peluang tidak terpenuhi harapan pelanggan oleh perusahaan.

3. Mengelola bukti kualitas jasa

Pengelolaan bukti kualitas jasa bertujuan untuk memperkuat persepsi pelanggan selama dan sesudah jasa diberikan.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup>Danang sunyoto, *konsep dasar riset pemasaran dan perilaku konsumen*, ( Yogyakarta: CAPS, 2018), hlm.242

#### **d. Indikator Kualitas Pelayanan**

Menurut Kotler dan Keller (2018) indikator karakteristik kualitas pelayanan terdiri dari:<sup>21</sup>

a. Keandalan (*Reliability*)

Merupakan kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan yang dengan andal dan akurat.

b. Responsivitas (*responsiveness*)

Merupakan kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan tepat waktu.

c. Jaminan (*assurance*)

Merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menunjukkan kepercayaan dan keyakinan

d. Empati (*empathy*)

Kondisi memperhatikan dan memeberikan perhatian pribadi kepada pelanggan.

e. Berwujud (*tangible*)

Penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan bahan komunikasi.

---

<sup>21</sup>Philip kotler dan kevin lane kotler, *manajemen pemasaran, edisi ketiga belas*,(PT gelora Aksara pratama,2018),hlm52

## **e. Kepuasan Nasabah**

### **a. Pengertian Kepuasan nasabah**

Kepuasan nasabah adalah perasaan nasabah, baik itu berupa kesenangan atau ketidakpuasan yang timbul dari membandingkan sebuah produk dengan harapan nasabah atas produk tersebut.<sup>22</sup>

Tujuan utama dari strategi pemasaran yang dijalankan adalah untuk meningkatkan jumlah nasabahnya, baik secara kuantitas maupun kualitas. Secara kuantitas artinya jumlah nasabah bertambah cukup signifikan dari waktu ke waktu, sedangkan secara kualitas artinya nasabah yang di dapat merupakan nasabah yang produktif yang mampu memberikan laba bagi bank. Untuk mencapai tujuan tersebut dapat dilakukan dengan berbagai cara dan salah satunya adalah melalui memberikan kepuasan nasabah atau perusahaan, sehingga tidak heran selalu ada slogan bahwa pelanggan adalah raja, yang perlu dilayani sebaik-baiknya.<sup>23</sup>

Dalam praktiknya apabila nasabah puas atas pelayanan yang diberikan bank, maka ada keuntungan yang diterima bank, yaitu:

1. Nasabah yang lama akan tetap dapat dipertahankan (tidak lari ke bank lain) atau dengan kata lain nasabah loyal kepada bank.

---

<sup>22</sup> Sudaryono, Op.cit, hlm.79

<sup>23</sup> Kasmir, *pemasaran bank*, (jakarta: kencana,2014),hlm 161

2. Kepuasan nasabah lama akan menular kepada nasabah baru, dengan berbagai cara, sehingga mampu meningkatkan jumlah nasabah.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dan harapan nasabah bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yang umum. Jika kinerja di bawah harapan, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas. Apabila kinerja melampaui harapan, pelanggan akan sangat puas, senang atau bahagia.<sup>24</sup>

#### **b. Pengukuran kepuasan nasabah**

Kepuasan nasabah dapat diukur dengan berbagai cara. Dapat diukur langsung dengan bertanya. Metode lain adalah meminta responden menuliskan masalah mereka dengan penawaran tertentu dan perbaikan yang mereka sarankan (analisis masalah). Akhirnya perusahaan dapat meminta responden untuk mengurutkan berbagai elemen dalam penawaran menurut tingkat kepentingan dan keberhasilan perusahaan melakukan (peringkat kepentingan atau kinerja).<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup>Thamrin abdullah, *manajemen pemasaran*, (jakarta: Rajawali pers,2016),hlm.38

<sup>25</sup>Sudaryono, *manajemen pemasaran teori dan implementasi*, (yogyakarta, Andi offset,2016), hlm.91

Pengukuran kepuasan pelanggan terdapat 4 metode sebagai berikut:

1. Sistem keluhan dan sasaran

Dari hasil informasi-informasi akan dapat memberikan ide-ide atau masukan kepada perusahaan untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat mengatasi masalah-masalah yang muncul.

2. *Ghost sopping*

salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan cara memperkerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersaing.

3. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan sebagian menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa itu terjadi.

4. Survei kepuasan pelanggan

Pada umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survei, baik survei melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggap balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda

positif bahwa perusahaan memberikan perhatian khusus terhadap para pelangganya (Fandy Tjiptono,2005).<sup>26</sup>

### c. Indikator Kepuasan nasabah

Menurut Lupyodi, faktor-faktor yang menjadi indikator dalam pembentukan kepuasan nasabah adalah:<sup>27</sup>

#### 1. Produk

Layanan produk yang baik dan memenuhi selera serta harapan konsumen. Produk dapat menciptakan kepuasan konsumen. Dasar penilaian terhadap pelayanan produk ini meliputi : jenis produk, mutu atau kualitas produk dan persediaan produk.

#### 2. Harga

Harga merupakan bagian yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk tersebut. Dasar penilaian terhadap harga meliputi tingkat harga dan kesesuaian dengan nilai jual produk, variasi atau pilihan harga terhadap produk.

#### 3. Kinerja pelayanan

Kinerja pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan nasabah, kualitas yang didapat dari kinerja yang baik, memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan.

---

<sup>26</sup>Danag Sunyonto, *Konsep dasar riset pemasaran dan perilaku konsumen*, (Yogyakarta: CAPS(center for academic publishing service,2014),hlm.229

<sup>27</sup>Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : PT Raja Grafindo,2014),jlm.264

## B. Penelitian Terdahulu

Penelitian Betty Rahayu (2017), dengan judul “ pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Artha Pamenang cabang jombang” dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah terkait dengan kualitas pelayanan internal dan kepuasan pelayanan internal karyawan tentu akan mendorong kepuasan karyawan. Kepuasan karyawan akan mendorong bangkitnya loyalitas karyawan pada perusahaan. Selanjutnya loyalitas karyawan akan berdampak pada peningkatan produktivitas. Produktivitas karyawan akan menciptakan dan menentukan kepuasan nasabah. Akhirnya kepuasan nasabah ini akan menciptakan loyalitas nasabah.<sup>28</sup>

Sedangkan peneliti Doni Marlius (2017), dengan judul “Pengaruh dimensi Kualitas Pelayanan website akademik terhadap kepuasan mahasiswa pada Stie “KBP” menjelaskan dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Variabel *tangible, reliability, responsibility, assurance, dan empathy* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa pada website akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi “KBP”. Variabel *tangible, reliability, responsibility, assurance, dan empathy* secara bersama-

---

<sup>28</sup>Betty rahayu, *pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Artha Pamenang cabang jombang*, Vol.1 Agustus 2017, ISSN: 2527-5364, hlm.475



sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa pada website akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi “KBP”.<sup>29</sup>

Dan didukung oleh peneliti Lukman Hakim Siregar (2018), dengan judul “pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah produk gadai emas (Studi kasus Bank Syariah Mandiri Cabang Medan Marelan)” berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa sistem pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, maka sistem pelayanan di perusahaan hendaknya dapat ditingkatkan lagi agar kepuasan nasabah dapat meningkat juga. Mengingat masih ada faktor lain selain sistem pelayanan yang mempengaruhi peningkatan kepuasan nasabah, maka perlu kiranya dilakukan penelitian lanjutan terhadap faktor lainnya yang diduga dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.<sup>30</sup>

Vesilia Adriani dan Realize (2018), Dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Stainlessindo Anugrah Karya Di Kota Batam” dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Stainlessindo Anugrah Karya di kota Batam, Variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan

---

<sup>29</sup>Doni Marlius, *Pengaruh dimensi kualitas pelayanan besite akademik terhadap kepuasan mahasiswa pada Stie “KBP”*, vol.12.No. 14 juli 2017, ISSN:1979-9292,hlm.127

<sup>30</sup>Lukman Hakim Siregar, *pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah produk gadai emas (Studi kasus Bank Syariah Mandiri Cabang Medan Marelan)*, Vol.08. No.02 januari 2018, ISSN: 2087-4669,hlm.53

terhadap kepuasan pelanggan pada PT Stainlessindo Anugrah Karya di kota Batam, Variabel kualitas pelayanan dan promosi secara signifikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Stainlessindo Anugrah Karya di kota Batam.<sup>31</sup>

Serta menurut pendapat peneliti Thalia, Altje dan Imelda (2018), dengan judul “pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank sulutgo” dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa secara parsial kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Sulutgo, secara parsial kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Sulutgo, dan secara simultan kepercayaan dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Sulutgo.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup>Vesilia Adriani dan Realize, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Stainlessindo Anugrah Karya Di Kota Batam*, Vol.02 , No.02 juli 2018, ISSN: 2355-7052,hlm.179

<sup>32</sup>Thalia,Altje, dan Imelda, *pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank sulutgo*, Vol.6 No.3 juli 2018, ISSN: 2303-1174,hlm.1198

**Tabel 2.2**  
**penelitian terdahulu**

No	Nama (tahun)	Judul	Hasil penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Betty rahayu (2017)	pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Artha Pamenang cabang jombang”	kepuasan nasabah terkait dengan kualitas pelayanan internal dan kepuasan pelayanan internal karyawan tentu akan mendorong kepuasan karyawan. Kepuasan karyawan akan mendorong bangkitnya loyalitas karyawan pada perusahaan. Selanjutnya loyalitas karyawan akan berdampak pada peningkatan produktivitas. Produktivitas karyawan akan menciptakan dan menentukan kepuasan nasabah. Akhirnya kepuasan nasabah ini akan menciptakan loyalitas nasabah	Pengukuran variabel menggunakan skala likert.	Analisis penelitian ini adalah linier berganda.
2	Doni Marlius (2017)	Pengaruh dimensi kualitas pelayanan website akademik terhadap kepuasan mahasiswa pada Stie “KBP”	Variabel <i>tangible, reliability, responsibility, assurance, dan emphaty</i> secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa pada website akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi “KBP”. Variabel <i>tangible, reliability,</i>	Peneliti Menentukan ukuran sampel dengan rumus slovin	peneliti menggunakan sampel sebanyak 92 orang

			<i>responsibility, assurance, dan empathy</i> secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa pada website akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi “KBP”.		
3	Lukman Hakim Siregar (2018)	pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah produk gadai emas (Studi kasus Bank Syariah Mandiri Cabang Medan Marelan)	sistem pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, maka sistem pelayanan di perusahaan hendaknya dapat ditingkatkan lagi agar kepuasan nasabah dapat meningkat juga. Mengingat masih ada faktor lain selain sistem pelayanan yang mempengaruhi peningkatan kepuasan nasabah, maka perlu kiranya dilakukan penelitian lanjutan terhadap faktor lainnya yang diduga dapat mempengaruhi kepuasan nasabah	Peneliti menggunakan <i>accidental sampling</i>	Peneliti menggunakan SPSS 21.0
4	Vesilia Adriani dan Realize (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Stainlessindo Anugrah Karya Di	Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Stainlessindo Anugrah Karya di kota Batam, Variabel promosi berpengaruh positif	Menentukan ukuran sample menggunakan rumus slovin.	Teknik pengambilan sampel dengan simple random sampling

		Kota Batam	dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Stainlessindo Anugrah Karya dikota Batam, Variabel kualitas pelayanan dan promosi secara signifikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Stainlessindo Anugrah Karya di kota Batam.		
5	Thalia, Altje dan Imelda (2018),	pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank sulutgo	bahwa secara parsial kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Sulutgo, secara parsial kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Sulutgo, dan secara simultan kepercayaan dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Sulutgo.	Pengambilan sampel menggunakan rumus slovin dengan pendekatan accidental.	Jenis penelitian yang digunakan penelitian asosiatif.

Sumber: Dikumpulkan dari jurnal yang diolah,2019

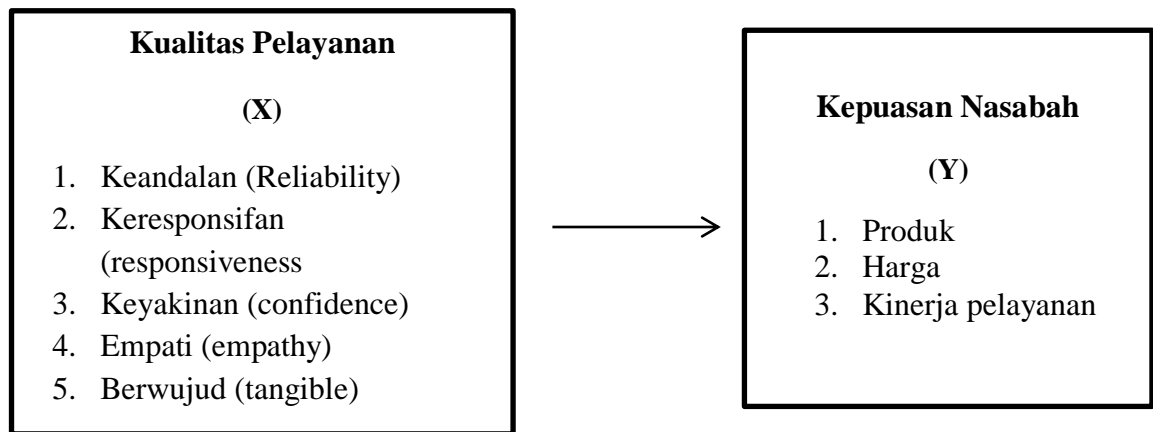
#### d. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan *sinetesa* dari serangkaian teori yang tertuang dalam tinjauan pustaka, yang pada dasarnya merupakan gambaran sistematis dari kinerja teori dalam memberikan solusi atau

alternatif solusi dari serangkaian masalah yang ditetapkan.<sup>33</sup> Kerangka pemikiran bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam menguraikan secara sistematis pokok permasalahan yang ada dalam penelitiannya. Ditinjau dari jenis hubungan variabel, maka disini termasuk hubungan sebab akibat yaitu suatu variabel dapat mempengaruhi variabel yang lain. Variabel bebas adalah kualitas pelayanan (X), Sedangkan variabel terikat adalah kepuasan nasabah (Y).

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat disusun sebagai berikut:

**Gambar 2.3**  
**Kerangka Pikir**



**e. Hipotesis**

Hipotesis adalah pernyataan atau dugaan yang bersifat sementara terhadap suatu masalah yang kebenarannya masih lemah sehingga harus diuji secara empiris. Pengujian hipotesis adalah

---

<sup>33</sup>Heri junaidi, *metode penelitian berbasis temukenali*, (Palembang: CV.Amanah,2018),hlm.145

suatu prosedur yang akan menghasilkan suatu keputusan, yaitu keputusan menerima atau menolak hipotesis tersebut.<sup>34</sup>

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

**H<sub>0</sub>**: Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dalam memilih produk tabungan ib Hasanah pada Bank BNI Syariah Cabang Palembang.

**H<sub>a</sub>** : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dalam memilih produk tabungan ib Hasanah pada Bank BNI Syariah Cabang Palembang

---

<sup>34</sup>Misbahuddin dan iqbal, *analisis data penelitian dengan statistik*, (jakarta: PT. Bumi aksara,2014),hlm.34

