

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan Bank syariah di Indonesia dimulai pada 1992 dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) sebagai lembaga perbankan syari'ah yang pertama. Sejak saat itu, tingkat pertumbuhan perbankan syari'ah di tanah air sangat signifikan, rata-rata mencapai 70% setiap tahun. Pada tahun 2005 telah hadir 3 bank umum syari'ah, 17 unit usaha syari'ah dari bank umum konvensional, dan 90 bank perkreditan rakyat syari'ah diseluruh wilayah Indonesia. Bank syari'ah didirikan dengan tujuan mempromosikan dan mengembangkan peranan prinsip-prinsip islam dan tradisinya kedalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis lainnya.

Perbankan syari'ah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Menurut UUD tentang perbankan syari'ah No 21 pasal 1 tahun 2008, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.¹

Pada era globalisasi saat ini, persaingan bisnis pada dunia usaha semakin ketat. Suatu produk yang akan diterima dan yang akan bertahan dalam

¹Undang-Undang Republik Indonesia tentang Perbankan Syari'ah nomor 21 tahun 2008. Diakses pada tanggal 25 November 2014 pukul 15:53 WIB

kompetisi pasar adalah produk yang dapat memberikan kepuasan maksimal pada konsumen. Selain itu kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan merupakan salah satu faktor yang dapat menarik minat konsumen untuk membeli, disamping harga, bentuk maupun kualitas produk. Jika konsumen merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh bank, maka konsumen akan memiliki perasaan senang terhadap bank tersebut.²

Salah satu tujuan utama perusahaan jasa bank adalah menciptakan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah diyakini sebagai kunci sukses pemasaran bank, karena itu upaya untuk mendapatkan kepercayaan nasabah semakin ketat dalam persaingan perbankan. Setiap perusahaan harus mempunyai strategi pemasaran yang tepat dalam meraih posisi pasar dan memenangkan persaingan. Kepuasan dapat diartikan sebagai perbandingan antara harapan sebelum pembelian dan persepsi terhadap kinerja setelah pembelian. Nasabah dikatakan puas apabila keinginan yang diterimanya lebih besar (minimal sama) dari yang diharapkan, sebaliknya keinginan yang diterima lebih kecil dari yang diharapkan maka nasabah tidak puas.³

Kepuasan pelanggan merupakan suatu darah kehidupan setiap perusahaan, sehingga kepuasan pelanggan merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan atau organisasi. Menurut Tjokro, ada beberapa faktor yang mempengaruhi

²Wirdayani wahab, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru" , Jurnal Kebijakan Ekonomi Islam, volume 2 , 2017, hlm 51

³Nur Rianto al Arif, "Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah", (Bandung: Alfabeta, 2010), hal 192

kepuasana pelanggan diantaranya adalah kualitas pelayanan, fasilitas, dan keunggulan produk.⁴

Salah satu cara untuk menciptakan kepuasan nasabah adalah melalui peningkatan kualitas pelayanan. Menurut Atosokhi, kualitas pelayanan adalah manfaat dari aktifitas dan kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Pelayanan yang sangat baik mempengaruhi banyaknya jumlah pelanggan dalam suatu perusahaan. Dapat dikaitkan bahwa faktor pelayanan pelanggan merupakan salah satu ujung tombak perusahaan dalam meraih sukses menjual produknya. Menurut Tjiptono Kualitas tinggi berdampak pada kinerja basis superior, kualitas yang tinggi menimbulkan tingkat kepuasan yang tinggi pula. Lebih lanjut, kualitas layanan berkontribusi signifikan bagi pengembang difreniasi, positioning dan strategi bagin setiap organisasi pemasaran.⁵

Selanjutnya hal penting dalam kepuasan nasabah adalah fasilitas. Menurut Kotler, mengatakan bahwa fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang

⁴Tjokro dikutip Muhammad Fuqron, Sri Rahayu, dan Diah Isnaini Astiati), “*Faktor-fator yang mempengaruhi kepuasan Nasabah Sariah Mandiri Cabang Palembang*”, Jurnal: Adminika, Vol.7 No.1, 2020. Hal. 1

⁵Atosokhi dan Tjiptono dikutip Roro Rian Agustin, “*Analisi Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah pada Bank Cim Niaga Kantor Cabang Stabat*”, Medan : 2020, Hal. 99

disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen.⁶

Selain kualitas pelayanan, fasilitas faktor yang penting dalam kepuasan nasabah juga terkait dalam keunggulan produknya. Menurut Kurniawan, jenis dan mutu produk itu sangat penting. Perusahaan yang jenis produknya sangat inovatif, bermutu tinggi, dengan harga bersaing sehingga dapat bersaing dengan produk lain yang sejenis, akan dapat menarik lebih banyak pelanggan. Semakin inovatif suatu produk hingga dapat memenuhi segala kebutuhan pelanggan, maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Kualitas produk perbankan didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan nasabah, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan tersebut.⁷

Menurut Kotler dan Keller, kepuasan nasabah merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Dalam jasa perbankan, pelanggan suatu bank dikenal dengan sebuah nasabah. Kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai tingkat perasaan nasabah suatu bank setelah membandingkan kinerja

⁶Kotler dikutip Anna Yumiko, Makmur, Maryadi, Mukhtar Hamzah, "Pengaruh Fasilitas, Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah pada PT BPR Syariah Niaga Madani Masar", Hal. 296

⁷Kurniawan dikutip Destika Primasari, Skripsi: "Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk Tabungan IB Hasanah terhadap Kepuasan Nasab pada Bank BNI Syariah KCP Ungara", (Salatiga: IAIN), 2016. Hal.3

bank yang dirasakan dengan harapan sebelum menggunakan jasa bank tersebut.⁸

PT. Bank Muamalat KCU Palembang adalah bank yang dipilih dalam penelitian yang terletak di Jl. Kapten A.Rivai, 24 Ilir, kec. Bukit kecil. Kota Palembang, Sumatera Selatan 30127. Bank Muamalat hadir sebagai bank yang memegang teguh prinsip-prinsip syariah dalam pelaksanaan operasionalnya. Serta tidak pernah berhenti untuk berkembang menjadi entitas yang semakin baik dan meraih pertumbuhan jangka panjang. Dengan strategi bisnis yang terarah, Bank Muamalat akan terus melaju mewujudkan visi menjadi *“the best Islamic Bank and top 10 Bank in Indonesia with strong regional Presence”*.⁹

Kualitas pelayanan menjadi prioritas utama bagi Bank Muamalat, karena perusahaan jasa tidak dapat terlepas dari sektor pelayanan. Setiap perusahaan memerlukan service excellence, yang dimaksud dengan service excellence atau pelayanan yang unggul, yakni suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan sesuai dengan standar operasional atau SOP yang berlaku, mulai dari pakaian, sikap senyum, salam, sapa dan secara garis besar ada empat unsur yaitu, kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan.

Selain itu untuk mengenai kualitas pelayanan transaksi, salah satu bentuk layanan yang dikembangkan oleh Bank Muamalat adalah Elektronik banking,

⁸Kotler dan Keller dikutip Cokorda Istri Agung Krisna Dwei, I Gede Merta Sudiarti, “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah PT.Bank Pembangunan DaerahBali”, Jurnal: Manajemen Unud, Vol.7 No.8, 2018, Hal. 4542

⁹ [https:// www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat](https://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat)

atau disebut dengan Muamalat DIN, selain pelayanan langsung yang diberikan oleh teller untuk kenyamanan bertransaksi, elektronik banking adalah salah satu jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan transaksi perbankan melalui jaringan.

Disadari atau tidak, nasabah sekarang ini sangat kritis terhadap kesediaan fasilitas yang ada di bank, baik dari tampilan gedung, area parkir, ruang tunggu, keamanan, dan sebagainya. Selain fasilitas tersebut, fasilitas yang tidak kalah penting lainnya adalah fasilitas perbankan itu sendiri yang sangat dibutuhkan oleh nasabah dalam rangka memberikan kemudahan dalam transaksi, mulai dari sarana transfer antar rekening, tarik tunai lewat *Auto Machine Teller* (ATM), dan fasilitas pendukung untuk transaksi.¹⁰

Sesuai dengan visi Bank Muamalat menjadi *the best Islamic Bank and top 10 Bank in Indonesia with strong regional Presence* tentunya melengkapi fasilitasnya seperti, gedung, tempat parkir kendaraan, ruang tunggu yang dilengkapi dengan AC, Televisi, Kursi dan mesin ATM, dari segi fasilitas pelayanannya dilengkapi dengan dua *teller*, dua *customer Service (CS)* dan dua *security*.

Namun ternyata masih terdapat permasalahan fasilitas pada Bank Muamalat KCU Palembang. Permasalahan fasilitas yang sering dirasakan oleh nasabah adalah. Bank Muamalat di kota Palembang hanya memiliki 3 mesin ATM, dan hanya terletak pada sisi kantornya saja. Seperti terletak di

¹⁰Wiwi Widiyah, Skripsi: “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kelengkapan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Cirebon”, (Cirebon : Institut Agama Islam Negeri), hal.2

kantor cabang utama, Jl. Kapten A.Rivai, 24 Ilir, kec. Bukit kecil. Lalu terletak di UIN Raden Fatah Palembang, dan juga terletak di Jl. Jendral Ahmad Yani 13 Ulu, kec. Plaju (RS. Muhammadiyah). Untuk nasabah yang beralamat sangat jauh dari lokasi bank tersebut, membuat nasabah menambah biaya dan memakan waktu untuk sampai ke ATM Bank Muamalat. Sedangkan kemudahan yang diberikan Bank Muamalat untuk nasabah seperti dalam penarikan tunai atau bertransaksi bisa melalui mesin ATM perbankan lain yang sudah bekerja sama dengan Bank Muamalat, tetapi memiliki biaya tambahan untuk sekali transaksinya. Oleh sebab itu, perlu penambahan mesin ATM seperti atm-atm bank lain yang mudah ditemui, agar nasabah dan konsumen yang ingin menjadi nasabah di Bank Muamalat tidak berpindah ke bank lain.¹¹

Dan untuk keunggulan produknya Bank mualamat KCU Palembang selalu berupaya untuk memberikan produk mereka yang berkualitas dan unggul dibandingkan dengan produk yang dimiliki bank-bank lain sebagai pesaingnya. Keunggulan produk diciptakan Bank Muamalat KCU Palembang agar nasabahnya tetap setiap memakai dan menikmati jasa yang diberikan Bank Muamalat tersebut. Keunggulan tersebut berupa Program Tabungan Prima Berhadiah (TPB), Tabungan iB Hijrah, dan Tabungan Prima Berhadiah (TPB) Paket Kurban. Di mana setiap produk tersebut memiliki keunggulan-keunggulan tersendiri yang tidak dimiliki bank lainnya.

¹¹ Ratna Dewi, Skripsi : “*Kepuasan Nasabah pada Fasilitas Automatic Teller Machine(ATM) pada Bank Muamalat kota Bengkulu*” (Bengkulu : IAIN), 2020

Seperti Program Tabungan Prima Berhadiah (TPB), program tabungan berjangka khusus dimana Bank memberikan manfaat hadiah di muka secara langsung berupa gadget, laptop, home appliances, logam mulia atau kendaraan, Sedangkan Tabungan iB Hijrah adalah tabungan nyaman untuk digunakan kebutuhan transaksi dan belanja dengan kartu Shar-E Debit yang berlogo visa plus dengan manfaat berbagai macam program subsidi belanja di marchant lokal dan luar negeri, Dan Tabungan Prima Berhadiah (TPB) paket kurban adalah program tabungan berjangka khusus dimana bank memberikan hadiah dimuka berupa paket kurban yang dananya akan diberikan kepada lembaga Amil (Baitulmaal Muamalat, aksi cepat tanggap, dan Nurul Hayat) untuk disalurkan kepada para mustahik yang layak.¹²

Dalam hal ini, kepuasan nasabah adalah hal utama yang sangat diprioritaskan oleh PT. Bank Muamalat KCU Palembang. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik, serta memberikan fasilitas dan keunggulan produk yang dibutuhkan oleh nasabah, serta cekatan adalah suatu motivasi kerja bagi pihak Bank dalam mempertahankan nasabahnya yang artinya nasabah tersebut puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh bank.

Berikut adalah jumlah perkembangan nasabah Bank Muamalat KCU Palembang 5 tahun terakhir.

¹²<https://www.bankmuamalat.co.id/tabungan-consumer/tabungan-prima-berhadiah-tpb-paket-kurban> Diakses pada- 2016

Tabel 1.1
Perkembangan Jumlah Nasabah Bank Muamalat KCU Palembang
Tahun 2016-2020

| Tahun | Jumlah Nasabah |
|-------|----------------|
| 2016 | 6382 |
| 2017 | 6473 |
| 2018 | 6448 |
| 2019 | 7065 |
| 2020 | 7026 |

Sumber : Bank Muamalat KCU Palembang, 2021

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat perkembangan jumlah nasabah pada Bank Muamalat KCU Palembang tahun 2016 sampai dengan tahun 2020. Bank Muamalat KCU Palembang mengalami peningkatan nasabah dari tahun 2016 hingga 2017 sebesar 91 orang, selanjutnya pada tahun 2018 mengalami penurunan jumlah nasabah sebesar 25 orang, kemudian pada tahun 2019 ternyata jumlah nasabah mengalami peningkatan yang cukup baik sebesar 617 orang, akan tetapi pada tahun 2020 Bank Muamalat KCU Palembang kembali mengalami penurunan jumlah nasabah sebesar 39 orang. Peningkatan dan penurunan jumlah nasabah ini dapat menunjukkan seberapa tinggi tingkat kepuasan nasabah yang dirasa dalam memperoleh pelayanan dari Bank Muamalat KCU Palembang.

Berdasarkan dari penelitian terdahulu, mengindikasikan adanya *research gap* dari pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah yakni sebagai berikut :

Tabel 1.2

Rasearch Gap Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan nasabah

| Judul Penelitian | Hasil Penelitian | Penelitian |
|--|--|--|
| Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah | Terdapat pengaruh Signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah | 1. Luh Ayu Mulya Ningsi & I Gst Agung ketut gede Suasana (2016) 2. Novia Susanti & Arsyad Syarian (2019) 3. Zulfadli Hamzah & Astri Ayu Purwati (2019) |
| | Tidak terdapat pengaruh Signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah | 1. Supardi Nani & Tineke Wiloko (2014) 2. Gunarto Heru Santoso (2016) 3. Engkur (2018) |

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2021.

Hasil Penelitian yang dilakukan oleh Luh Ayu Mulya Ningsi dan I Gst Agung Ketut Gede Suasana (2016)¹³ Menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial, oleh karena itu t_{sig} sebesar $0,000 < \alpha$ sebesar 0,5. Penelitian yang dilakukan oleh Novia Susanti & Arsyad Syarian (2019)¹⁴ Menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dengan nilai sebesar 1,290, nilai sigbifikan 0,10. Penelitian yang dilakukan

¹³Luh Ayu Mulya Ningsi dan I Gst Agung Ketut Gede Suasana, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank OBC NISP di Denpasar", 2016

¹⁴Novia Susanti dan Arsyad Syahrin, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Pada PT.Bank Syariah Mandiri Cabang Pondok Pinang)", Jurnal: Ilmiah Feasible, 2019, Vo.1 No.1, Hal.55-56

oleh Zufadli Hamzah & Astri Ayu Purwati (2019)¹⁵ Menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dengan nilai sig < α sebesar 0,05. Berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Supardi Nani dan Tineke Wolok (2014)¹⁶ ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa hanya *Reability, Responsiveness, Assurance, Emphaty* mempunyai pengaruh positif dan signifikan, sedangkan *Tangible* berpengaruh negatif dan tidak signifikan. Penelitian yang dilakukan oleh Gunarto Heru Santoso (2016)¹⁷ ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assuarance* tidak berpengaruh dan tidak signifikan, sedangkan *Emphaty* berpengaruh secara signifikan. Penelitian yang dilakukan oleh Engkar (2018)¹⁸ ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa *Tangible, Reliability, Assurance*, tidak berpengaruh dan tidak signifikan, sedangkan *Responsiveness* dan *Emphaty* terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

¹⁵Zufadli Hamzah & Astri Ayu Purwati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah", Jurnal: Business and Accounting, 2019, Vol.3 N.1, Hal.98-105

¹⁶Supardi Nani dan Tineke Woloko, Skripsi: "Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Pelanggan pada PT. Bank Sinarmas" 2014, Hal. 55

¹⁷Gunarto Heru Santoso, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening", Jurnal: Manajemen & Akuntansi, 2016, Vol.2 No.3, Hal.126

¹⁸Engkur, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah di DKI Jakarta", Jurnal: Akuntansi dan Manajemen, 2018, Vol.14 No.1, Hal.30

Tabel 1.3

Rasearch Gap Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah

| Judul Penelitian | Hasil Penelitian | Penelitian |
|-------------------------------------|---|--|
| Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah | Terdapat pengaruh signifikan antara Fasilitas terhadap Kepuasan Nasabah | 1. Saenawati Oetama & Desy Herlina Sari (2017) 2. William & Tiurniari Purba (2020) 3. Markus (2020) |
| | Tidak pengaruh signifikan antara Fasilitas terhadap Kepuasan Nasabah | 1. Hanggoro Spto Aji & Dr.Sumitro (2020) 2. Arta Rutjuhan & Ismunandar (2020) 3. Oniansyah, Nova Adhitya Ananda & Reza Muhammad Rizqi (2019) |

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2020.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Saenawati Oetama dan Desy Herlina Sari (2017)¹⁹ terlihat bahwa terdapat pengaruh sebesar 29,5% , berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan tingkat signifikan 0,0040 < 0,050. Penelitian yang dilakukan oleh William dan Tiurniari Purba (2020)²⁰ terlihat bahwa terdapat pengaruh sebesar 9,440, dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05. Penelitian yang dilakukan oleh Makrus (2020)²¹ terlihat bahwa terdapat pengaruh sebesar 3,841, dengan nilai signifikan 0,001 < 0,05.

¹⁹Saenawati Oetma dan Desy Herlina, "Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT.Bank Mandiri persero TBK" Jurnal : Terapan Manajemen dan Bisnis, 2017, Vol.3 No.1 , Hal. 59-65

²⁰Willian dan Tiurniari Purban, "Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mazda di Kota Batam" Jurnal: EMBA, 2020, Vol.8 No.1, Hal. 1987-1996

²¹Markus, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada SPBU Muara Siban Kecamatan Pulau Pinang Kabupaten Lahat)", Jurnal: Manajemen dan Bisnis Islam, 2020, Vol.5, Hal.890

Berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Hanggoro Sapto Aji dan Dr.Sumitro (2020)²² Fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Nasabah dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,0004%. Penelitian yang dilakukan oleh Arta Rutjuhan dan Ismunandar (2020)²³ Fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikan 0,54. Penelitian yang dilakukan oleh Oniansyah, Nova Adhitya Ananda dan Reza Muhammad Rizqi (2019)²⁴ Fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikan sebesar 5,1%. hal ini membuktikan bahwa nasabah lebih mementingkan faktor lain selain dari fasilitas.

²²Hanggoro Sapto Aji dan Dr.Sumitro, “*Pengaruh Fasilitas, Pelayanan, dan Teknologi terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi di Bank*” Jurnal: Sekolah tinggi ilmu ekonomi Indonesia, 2020, Hal. 14

²³Arta Rutjuhan dan Ismunandar, “*Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan : Studi Kasus Mahfoed Life Gym*”, Jurnal : Pamator, 2020, Hal.108

²⁴ Oniansyah, Nova Adhitya Ananda dan Reza Muhammad Rizqi, “*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian (Studi Kasus pada PT.Pegadaian Unit Seketeng, Kecamatan Sumbawa)*”, Jurnal: Ekonomi dan Bisnis, 2019, Vol.2 No.2, Hal.24

Tabel 1.4

Rasearch Gap Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah

| Judul Penelitian | Hasil Penelitian | Penelitian |
|---|---|---|
| Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah | Terdapat pengaruh signifikan antara Keunggulan Produk terhadap Kepuasan Nasabah | 1. Septiana Dwi Exmawati (2014) 2. Dyah Kusumawati & Abdul Syakur (2016) 3. Heri Setiawan, Maria Magdalena Minarsih & Azis Fathoni (2016) |
| | Tidak terdapat pengaruh signifikan antara Keunggulan Produk terhadap Kepuasan Nasabah | 1. Miming Okta Nur Aini (2018) 2. Ratih Andalusi (2018) 3. Joko Bagio Santoso (2019) |

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2021.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Septiana Dwi Exmawati (2014)²⁵ Menunjukkan bahwa keunggulan produk terdapat pengaruh yang signifikan diketahui nilai t_{hitung} sebesar -3,138 dengan nilai $sig.$ Sebesar $0,02 < 0,05$. Penelitian yang dilakukan oleh Dyah Kusumawati & Abdul Syakur (2016)²⁶ menunjukkan bahwa keunggulan produk terdapat pengaruh yang signifikan diketahui nilai t_{hitung} sebesar 2,477 dengan nilai sig sebesar $0,016 < 0,05$. Penelitian yang dilakukan oleh Heri Setiawan, Maria Magdalena Minarsih &

²⁵Septiana Dwi Exmawati, Skripsi: “Pengaruh Pelayanan dan Keunggulan Produk terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat TulungAgung”, 2014, Hal 106

²⁶Dyah Kusumawati & Abdul Syakur, “Pengaruh Kualitas Layanan dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya pada Komunikasi Words Of Mouth (Studi pada PD BPR Bank Demak Cabang Sayung, Kab.Demak)”, 2016, Hal.52

Azis Fathoni (2016)²⁷ menunjukkan bahwa keunggulan produk terdapat pengaruh secara signifikan diketahui nilai t_{hitung} sebesar 4,516 dengan nilai sig sebesar $0,000 > 0,05$. Berbanding terbalik dengan penelitian Miming Okta Nur Aini (2018)²⁸ yang menyatakan bahwa keunggulan produk tidak berpengaruh dengan nilai keunggulan produk sebesar 0,773 nilai menunjukkan hubungan yang lemah positif dilihat dari nilai probability t-hitung variabel keunggulan produk $0,06 > 0,05$. Penelitian yang dilakukan oleh Ratih Andalusi (2018)²⁹ yang menyatakan bahwa keunggulan produk tidak berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai t_{hitung} 0,512 dan nilai signifikan $0,610 > 0,05$. Penelitian yang dilakukan oleh Joko Bagio Santoso (2019)³⁰ yang menyatakan bahwa keunggulan produk tidak berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai t_{hitung} 1,060 dan nilai signifikan $0,292 > 0,05$.

Hal ini ditunjukkan dengan adanya *research gap* yang menunjukkan adanya pengaruh yang berbeda pada setiap variabel kualitas pelayanan, fasilitas, keunggulan produk dan kepuasan nasabah. Dengan melihat dasar inilah yang melatar belakangi dan membuat penulis merasa tertarik untuk membahas dan menuangkannya dalam karya tulis ilmiah dengan judul

²⁷Heri Setiawan, Maria Magdalena Minarsih & Azis Fathoni, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening", Jurnal: Management, 2016, Vol.2 No.2,

²⁸Miming Okta Nur Aini, Skripsi: "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keunggulan Produk terhadap Kepuasan Nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo", 2018, Hal. 74

²⁹Ratih Andalusi, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Instrumen Penunjang Laboratorium (Studi Kasus pada PT. Laborindo Sarana Jakarta)", Jurnal: Madani, 2018, Vol.1 No.2, Hal.319

³⁰Joko Bagio Santoso, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Geprek Benu Rawangun)", Jurnal: Akuntansi dan Manajemen, 2019, Vol.16 No.01, Hal.134

“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Keunggulan Produk terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Muamalat KCU Palembang”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah diatas, dan beberapa penelitian terdahulu. Maka dapat diajukan beberapa pertanyaan penelitian (*research question*), diantaranya :

1. Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT.Bank Muamalat KCU Palembang
2. Bagaimana Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Nasabah pada PT.Bank Muamalat KCU Palembang
3. Bagaimana Pengaruh Keunggulan Produk terhadap Kepuasan Nasabah pada PT.Bank Muamalat KCU Palembang

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas penelitian bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT.Bank Muamalat KCU Palembang
2. Untuk mengetahui Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Nasabah pada PT.Bank Muamalat KCU Palembang
3. Untuk mengetahui Pengaruh Keunggulan Produk terhadap Kepuasan Nasabah pada PT.Bank Muamalat KCU Palembang

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoris

Di harapkan penelitian ini dapat memberikan ilmu pengetahuan bagi masyarakat mengenai perbankan syariah dan juga sebagai sumbangan pemikiran mengenai pengembangan penelitian yang sudah ada

1.4.2 Manfaat Praktisi

1. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan suatu kesempatan bagi penulis menerapkan ilmu dan pengetahuan dibidang perbankan syari'ah serta untuk membandingkan konsep-konsep yang telah dipelajari sebelumnya dengan praktek di dunia nyata yang tidak ada kaitannya dengan bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Muamalat KCU Palembang.

2. Bagi Bank

Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan masukan bagi perbankan dimasa yang akan datang. Bagi mahasiswa, penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan dan masukan agar penelitiannya lebih difokuskan dan lebih baik lagi.

3. Bagi Peneliti dan Akademis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang berminat untuk memperdalam masalah pengetahuan masyarakat terhadap bank syari'ah.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika pada umumnya berisi uraian singkat mengenai pokok-pokok bahasan yang terdapat dalam setiap bab penelitian. Agar dapat memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu melakukan penyusunan sistematika sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Adapun sistematika tersebut ialah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat dari penelitian dan sistematika penelitian.

Bab II Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis

Bab ini berisi tentang penelitian terdahulu, landasan teori-teori yang mendukung penelitian, kerangka pemikiran, dan hipotesis yang berhubungan dengan pokok pembahasan dan penelitian terdahulu serta menjadi dasar acuan teori yang digunakan dalam analisa penelitian ini

Bab III Metode Penelitian

Bab ini akan menjelaskan tentang ruang lingkup penelitian, lokasi penelitian, variabel penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel penelitian, skala pengukuran, instrumen penelitian, teknik analisis data.

BAB IV Analisis Data dan Pembahasan

Bab ini terdiri dari gambaran umum objek penelitian, karakteristik responden, data deskriptif, hasil analisis data (d disesuaikan dengan teknik analisis yang digunakan) dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V Penutup

Bab ini merupakan bab terakhir yang meliputi keberhasilan tujuan dari peneliti yang diteliti penulis, pada bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran.