



**RESPON NASABAH TERHADAP PERAN CUSTOMER
SERVICE DALAM MENINGKATKAN KUALITAS
PELAYANAN
(STUDI KASUS BNI SYARIAH KANTOR CABANG
JAKARTA BARAT)**



SKRIPSI

**Disusun untuk Melengkapi Syarat-syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E.Sy)**

Oleh:

NUR JANNAH

NIM : 1207025089

NIMKO : 3954020212087

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA
TAHUN 2016 M/1437 H**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul **“Respon Nasabah Terhadap Peran *Customer Service* Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan (Studi Kasus Pada BNI Syariah KC Jakarta Barat)”**, merupakan hasil karya asli saya yang diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) pada Program Studi Perbankan Syariah di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka, Jakarta Selatan.
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jakarta Selatan.
3. Jika di kemudian hari terbukti bahwa karya ini merupakan hasil jiplakan dari karya orang lain, maka bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jakarta Selatan.

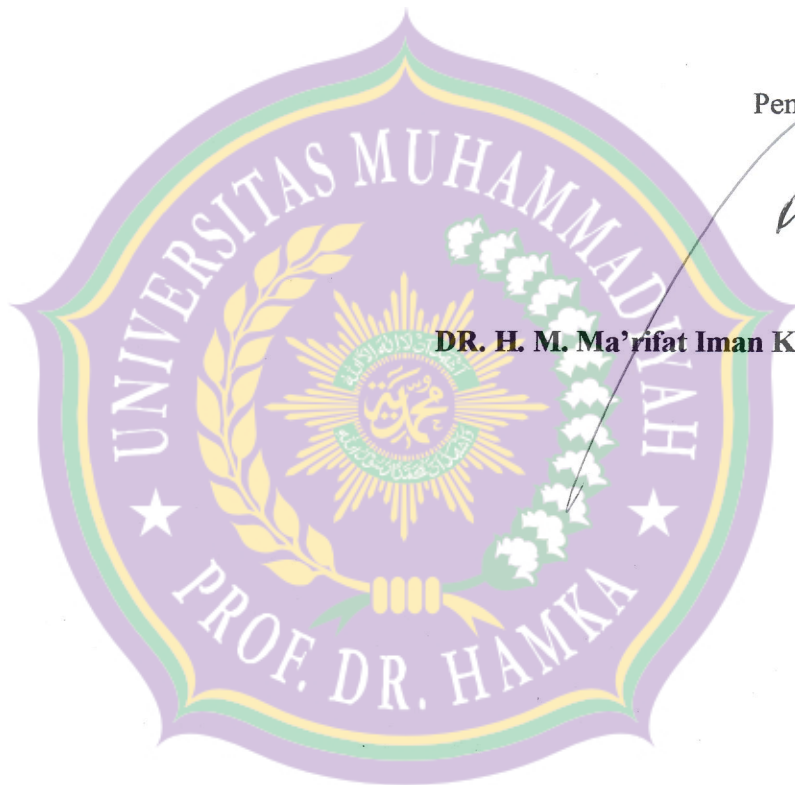
Jakarta, 8 Oktober 2016



(Nur Jannah)

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “**Respon Nasabah Terhadap Peran *Customer Service* Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan (Studi Kasus Pada BNI Syariah KC Jakarta Barat)**”, ditulis oleh Nur Jannah, NIM: 1207025089, NIMKO: 3954020212087, telah disetujui untuk diajukan ke dalam sidang Skripsi Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka, untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Perbankan Syariah.



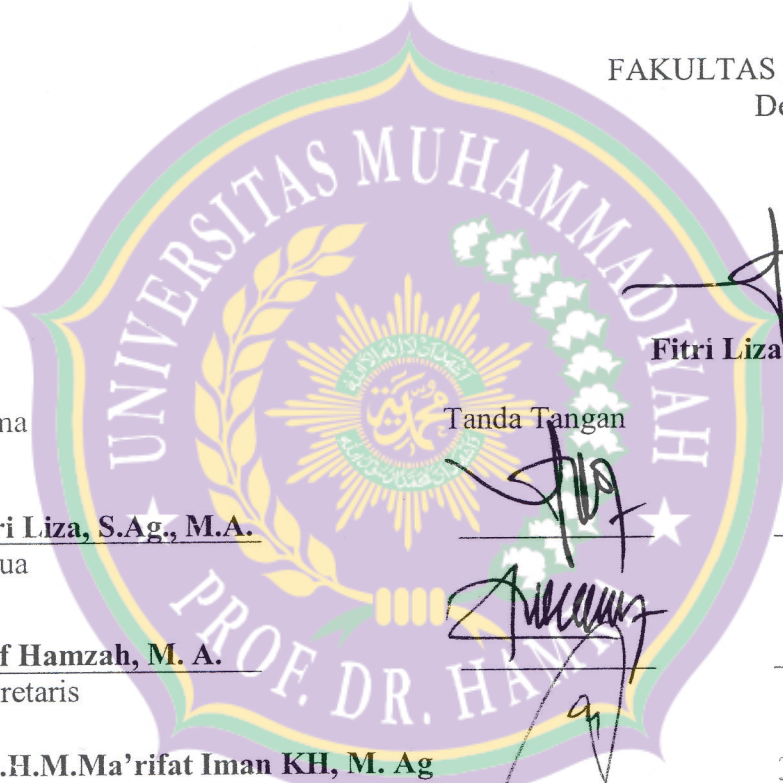
Pembimbing,

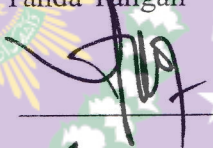


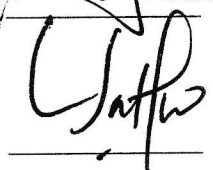
DR. H. M. Ma'rifat Iman KH, M. Ag

PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “Respon Nasabah Terhadap Peran *Customer Service* Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan (Studi Kasus Pada BNI Syariah KC Jakarta Barat)”, ditulis oleh Nur Jannah, NIM: 1207025089, NIMKO: 3954020212087, telah di ujikan pada hari Sabtu tanggal 8 Oktober 2016, diterima dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata satu (S1) Program Studi Perbankan Syariah.

FAKULTAS AGAMA ISLAM
Dekan,



Nama	Tanda Tangan	Tanggal
<u>Fitri Liza, S.Ag., M.A.</u> Ketua		<u>08/11/16</u> 8 Nov '16
<u>Arif Hamzah, M. A.</u> Sekretaris		<u>31 Oktober 2016</u>
<u>DR.H.M.Ma'rifat Iman KH, M. Ag</u> Anggota/Pembimbing		<u>22 - Oktober 2016</u>
<u>Dr. Gusniarti, S.Ag., M.A</u> Anggota/Penguji I		<u>8 Nop 2016</u>
<u>Yanti Budiasih, S.E.M.M</u> Anggota/Penguji II		

ABSTRAK

Nur Jannah, *Respon Nasabah Terhadap Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pada BNI Syariah KC Jakarta Barat*. Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah. Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari variabel independen yaitu peran customer service terhadap variabel dependen yaitu kualitas pelayanan customer service pada BNI Syariah KC Jakarta Barat.

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 80 responden yang merupakan sebagian dari populasi penelitian karena menggunakan teknik sampling Slovin. Metode pengumpulan data adalah dengan menyebarkan kuesioner dengan menggunakan skala likert.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran *customer service* hasil dari uji regresi linear sederhana menunjukkan bahwa antara variabel independen yaitu peran *customer service* terhadap variabel dependen kualitas pelayanan *customer service* terdapat pengaruh positif. Hasil uji t menyatakan H_0 ditolak, artinya peran customer service memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kualitas pelayanan *customer service*, yakni nilai t lebih kecil dari 0,05. Hasil uji F menyatakan H_0 ditolak yang artinya peran *customer service* secara bersama-sama memiliki hubungan yang signifikan terhadap kualitas pelayanan *customer service* dengan melihat hasil signifikan sebesar 0.02 yang lebih kecil dari 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa peran *customer service* memberikan layanan yang berkualitas

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Pernyataan	ii
Persetujuan Pembimbing.....	iii
Pengesahan Panitia Ujian	iv
Kata Pengantar	vi
Abstrak	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
BAB I	PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
D. Kajian Terdahulu yang Relevan	7
E. Sistematika Penulisan	10
BAB II	TINJAUAN TEORITIS
A. Respon	13
1. Definisi Respon	13
B. Nasabah	14
1. Definisi Nasabah	14
2. Sikap melayani nasabah	14
3. Masalah-masalah yang dihadapi oleh <i>customer service</i> ...	16
C. <i>Customer Service</i>	17
1. Peranan <i>customer service</i> bank	18
2. Fungsi dan tugas <i>customer service</i>	18
3. Syarat-syarat seseorang <i>customer service</i>	20

D. Kualitas Pelayanan	21
1. Definisi Pelayanan	21
2. Pelayanan yang baik	21
3. Ciri-ciri pelayanan yang baik	22
4. Definisi kualitas	24
E. Kerangka Berpikir	27
F. Hipotesis	27

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian	28
1. Objek Penelitian	28
2. Jenis Penelitian	28
3. Sumber Data	29
B. Metode Pengambilan Sampel	29
C. Metode Pengumpulan Data	30
D. Definisi Operasional Variabel	31
E. Metode Analisis Data	32
1. Uji Instrumen	33
2. Analisis Regresi Linear Sederhana	33

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan	35
Sejarah berdirinya BNI Syariah	35
B. Visi Dan Misi	37
C. Struktur Organisasi Bank BNI Syariah	37
D. Produk Dan Jasa BNI Syariah	38
E. Peran <i>Customer Service</i> Bank	40
F. Fungsi dan Tugas <i>Customer Service</i>	41
G. Pelayanan yang diberikan <i>customer service</i>	42
H. Gambaran Umum Responden	44
I. Hasil Analisis Data Kousioner	52
J. Hasil Uji Data	50
1. Uji Validitas dan Reabilitas	50

2. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	65
3. Hasil Uji Regresi Sederhana	65
4. Hasil Uji T Statistik	66
5. Hasil Uji F Statistik	66

BAB V PENUTUP

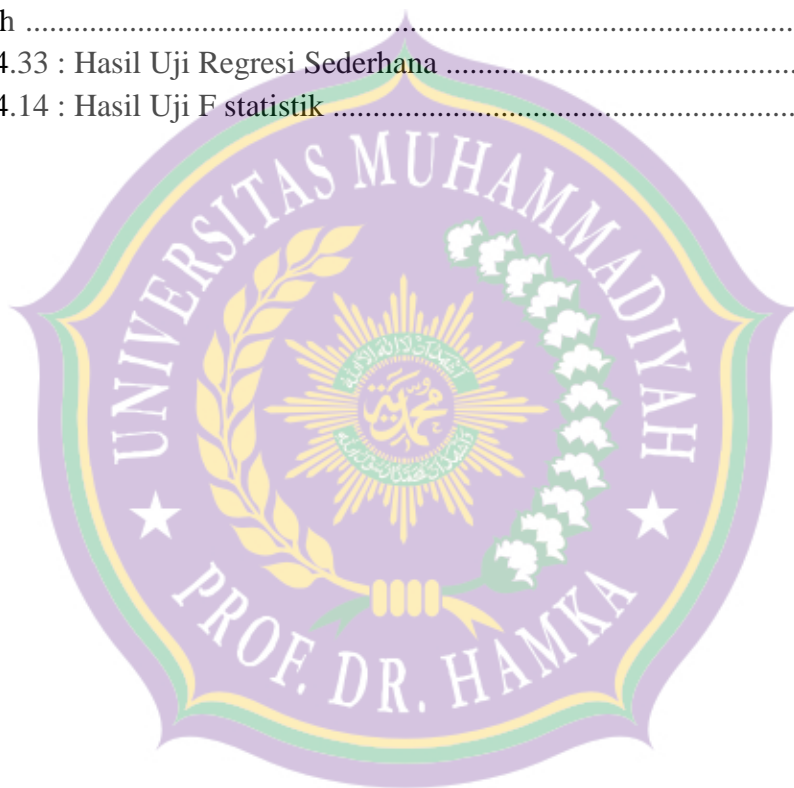
A. Kesimpulan	67
B. Saran	67
Daftar Pustaka	69
Lampiran-Lampiran	72



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Kajian Terdahulu Yang Relevan	8
Tabel 3.1 : Skala Likert	31
Tabel 3.2 : Operasional Variabel	32
Tabel 4.1 : Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.2 : Identitas Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4.3 : Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	46
Tabel 4.4 : Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 4.5 : Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	48
Tabel 4.6 : Identitas Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah	49
Tabel 4.7 : Hasil Validitas dan Reabilitas	50
Tabel 4.8 : Hasil Uji Reabilitas	50
Tabel 4.9 : Hasil Uji Validitas	51
Tabel 4.10: <i>Customer Service</i> bersikap Sopan dalam melayani nasabah	52
Tabel 4.11: Keramahan <i>customer service</i> dalam menghadapi nasabah	53
Tabel 4.12: <i>Customer service</i> memberikan arahan dan petunjuk	53
Tabel 4.13: <i>Customer service</i> memberikan informasi yang jelas	54
Tabel 4.14: <i>Customer service</i> selalu memperkenalkan Produk perbankan	54
Tabel 4.15: <i>Customer service</i> selalu merespon keluhan pelanggan dengan cepat..	55
Tabel 4.16: <i>Customer service</i> menyampaikan informasi yang jelas dalam usaha membujuk dan merayu nasabah agar tetap betah untuk selalu menabung di bank tersebut	56
Tabel 4.17: <i>Customer service</i> selalu baik dalam berkomunikasi	56
Tabel 4.18: Dalam menyampaikan informasi <i>customer service</i> menggunakan bahasa yang dapat dimengerti oleh nasabah	57
Tabel 4.19: Kemampuan <i>customer service</i> dalam membantu dan memperhatikan saran dan keluhan nasabah di BNI Syariah	57
Tabel 4.20: Karyawan <i>customer service</i> selalu berpenampilan rapi	58
Tabel 4.21: Tersedianya barang promosi (banner, brosur) dan slip transaksi yang ada di <i>customer service</i>	59
Tabel 4.22: Kebersihan ruang tunggu	59
Tabel 4.23: Meja bagian <i>customer service</i> selalu rapi	60
Tabel 4.24: <i>Customer service</i> menyediakan layanannya sesuai dengan waktu yang dijanjikan	60
Tabel 4.25: <i>Customer service</i> memberikan layanan tepat sesuai dengan kebutuhan pelanggan	61
Tabel 4.26: <i>Customer service</i> Selalu Bersedia Membantu Nasabah	61

Tabel 4.27: <i>Customer service</i> selalu menunjukkan kesabaran dan perhatian terhadap pelanggan	62
Tabel 4.28: <i>Customer service</i> selalu dapat menyelesaikan keluhan pelanggan ...	62
Tabel 4.29: <i>Customer service</i> memiliki pengetahuan memadai untuk menjawab pertanyaan-tanyaan pelanggan	63
Tabel 4.30: Kelengkapan <i>customer service</i> dalam menjelaskan produk dan layanan perbankan yang tersedia	63
Tabel 4.31: <i>Customer service</i> memberikan perhatian individual kepada para pelanggan	64
Tabel 4.32: <i>Customer service</i> dapat membina hubungan dengan baik kepada nasabah	65
Tabel 4.33 : Hasil Uji Regresi Sederhana	65
Tabel 4.14 : Hasil Uji F statistik	66



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1: Struktur Organisasi Bank BNI Syariah 37



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank bukanlah suatu hal yang asing bagi masyarakat di negara maju, masyarakat di negara maju sangat membutuhkan keberadaan bank. Bank dianggap sebagai suatu lembaga keuangan yang aman dalam melakukan berbagai macam aktivitas keuangan. Aktifitas keuangan yang sering dilakukan masyarakat di negara maju antara lain aktivitas penyimpanan dana, investasi, pengiriman uang tunai dari satu tempat ke tempat lain atau dari satu daerah ke daerah lain dengan cepat dan aman, serta aktivitas keuangan lainnya.¹

Bank sudah merupakan mitra dalam rangka memenuhi semua kebutuhan keuangan mereka. Bank dijadikan sebagai tempat untuk melakukan berbagai transaksi yang berhubungan dengan keuangan seperti tempat mengamankan uang, melakukan berbagai transaksi yang berhubungan dengan keuangan seperti, tempat mengamankan uang, melakukan investasi, pengiriman uang, melakukan pembayaran atau melakukan penagihan.

Di samping itu peranan perbankan sangat mempengaruhi kegiatan ekonomi suatu negara. Bank dapat dikatakan sebagai darahnya perekonomian suatu negara. Kemajuan suatu bank di suatu negara dapat pula dijadikan ukuran kemajuan negara yang bersangkutan. Semakin maju suatu negara, maka semakin besar peranan perbankan dalam mengendalikan negara tersebut. Artinya keberadaan dunia perbankan semakin dibutuhkan pemerintah dan masyarakat.

Di dalam dunia modern sekarang ini, peranan perbankan dalam memajukan perekonomian suatu negara sangatlah besar. Hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank. Saat ini dan di masa yang akan datang kita tidak akan dapat lepas

¹ Ismail, *Manajemen Perbankan : Dari Teori Menuju Aplikasi* (Jakarta : Kencana, 2011) , h. 1.

dari dunia perbankan, jika hendak menjalankan aktivitas keuangan, baik perorangan maupun lembaga, baik sosial atau perusahaan.²

Persaingan yang ketat atau tuntutan nasabah terhadap pelayanan bank yang lebih sempurna merupakan faktor pendorong adanya inovasi dan adanya perubahan bisnis perbankan. Nasabah telah mengakui dan menyadari apa yang sesungguhnya diinginkan nasabah dan memilih apa yang terbaik. Di pihak lain, nasabah juga tidak menginginkan prosedur yang panjang dan rumit untuk setiap transaksi perbankan. Kenyamanan dan kemudahan sudah menjadi tujuan perusahaan perbankan. Untuk menjawab tantangan di atas baik bank asing maupun domestik, berlomba-lomba meningkatkan kemampuan bersaing melalui perbaikan pelayanan terhadap nasabah. Masing-masing bank berusaha menampilkan dirinya sebaik mungkin, agar dapat merebut pasar dikalangan nasabah.

Sementara, pihak masyarakat juga semakin krisis, kekecewaan tersebut diwujudkan dalam bentuk protes dengan memindahkan rekening ke bank lain. Bahkan dengan cara yang paling demonstratif yaitu menulis "surat pembaca" di beberapa surat kabar yang dapat merugikan dan merusak citra bank. Bank tersebut karena pelayanan yang tidak baik terhadap nasabah. Hal ini dapat terjadi dikarenakan kesalahan bank itu sendiri sebagai perusahaan, yang kurang mampu memenuhi selera masyarakat yang tidak tanggap akan tugas yang sehari-hari berhubungan dengan nasabah.

Ada hal yang menyebabkan *customer* kurang mendapat tempat di hati nasabah. Dari beberapa hal tersebut bahwa pelayanan yang kurang baik menjadi penyebab dominan bagi nasabah untuk meninggalkan bank. terdapat pengaruh kuat antara pelayanan yang buruk yang diberikan kepada nasabah terhadap kinerja suatu bank.

²Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 1-2.

Prosentasi yang tinggi kekecewaan nasabah sebagai penyebab nasabah meninggalkan bank, dalam memandu pelayanan, sehingga tercipta suatu kesatuan budaya dalam tubuh perusahaan.

Bank-bank setiap saat saling mengadu kekuatan, termasuk perang suku bunga. Pendeknya bank-bank bersaing pelayanan yang kian hari beragam untuk memenuhi keinginan nasabah yang beragam pula. Namun harus diakui pilihan nasabah untuk menyimpan dananya di bank tidak semata-mata karena urusan pelayanan. Baik fisik maupun yang sifatnya waktu pelayanan. Tapi penyimpanan itu juga bisa dikenakan produk pelayanan tersebut. Bukan tidak mungkin hal itu juga terpicu kondisi-kondisi masing-masing bank dan tentunya sentiment pemilik perusahaan, semua tergantung kebutuhan nasabah.³

Sebagai lembaga keuangan, bank memiliki tugas memberikan jasa keuangan melalui penitipan uang, (simpanan), peminjaman uang (kredit), serta jasa-jasa keuangan lainnya. Oleh karena itu, bank harus dapat menjaga kepercayaan dari nasabahnya. Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabahnya, maka bank perlu menjaga citra positif di mata masyarakatnya. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kualitas keamanan.

Kualitas pelayanan merupakan suatu esensi yang penting bagi kelangsungan hidup suatu badan usaha. Bank syariah adalah sebuah industri jasa berdasarkan prinsip-prinsip syariah, dimana mayoritas orang di Indonesia memilih bank syariah untuk melakukan transaksi berdasarkan pelayanan yang diberikan, sehingga bank harus memberikan pelayanan yang baik untuk dapat memberikan kepuasan kepada nasabah. Konsumen cenderung memperhatikan nilai-nilai kepuasan yang dirasakannya, sebagai konsekuensinya setiap usaha penyedia layanan jasa juga perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan sehingga mampu memenuhi tuntutan nasabah.

³ Mahmoeddin, *Etika Pelayanan bank, Petunjuk Praktis Menjaring Nasabah* (Jakarta: PT. Toko Gunung Agung, 1996), h. 11.

Di dalam memberikan jasa pelayanan kepada pelanggan terdapat lima kriteria penentu kualitas pelayanan, yaitu keandalan, ketanggapan, keyakinan, empati, dan berwujud.⁴

Perbaikan kualitas pelayanan memerlukan komitmen total dari petugas bank. Karyawan harus berkerja selaku team work untuk memuaskan pelanggan. Bank harus melakukan pemantauan kepuasan agar selalu terjalin hubungan ke nasabahan yang memuaskan.⁵ Untuk meningkatkan citra perbankan, maka bank perlu menyiapkan karyawan yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Karyawan yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan nasabah ini kita sebut *customer service* (CS).

Customer service memegang peranan sangat penting. Dalam dunia perbankan tugas utama seseorang CS memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. *Customer service* bank dalam melayani para nasabah selalu berusaha menarik dengan cara merayu para calon nasabahnya menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara. CS juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank. Oleh karena itu, tugas *Customer service* merupakan tulang punggung kegiatan operasional dalam dunia perbankan.⁶

Seseorang petugas *customer service* dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima kita harus mengenal karakteristik nasabah dengan baik karena nasabah bermacam-macam tipe, penyabar, pendiam, hati-hati, masing-masing tipe ini biasanya menginginkan pelayanan serba cepat, untuk menaklukkannya kita harus bisa mengimbangi dengan kerja keras. Dalam era kompetisi bisnis yang ketat seperti sekarang, kepuasan pelanggan merupakan hal yang utama, pelanggan diibaratkan seorang raja yang harus dilayani namun hal ini bukan berarti menyerahkan segalanya kepada pelanggan. Usaha memuaskan kebutuhan pelanggan harus dilakukan secara menguntungkan atau bersifat *win-*

⁴Kolter, Philip, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Gramedia Pustaka, 1997), h. 440.

⁵ Prawiro Sentono, *Manajemen Operasi Analisis and Studi Kasus* (Jakarta: Bumi Aksara, t.th), h. 308.

⁶ Kasmir, *pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, Edisi Revisi 3, 2008), h. 179 – 180.

win situation yaitu keadaan di mana kedua belah pihak merasa menang dan tidak ada yang dirugikan. Tuntutan masyarakat atas peningkatan taraf hidup, regulasi dari pemerintah mengenai hak-hak pelanggan, juga semakin kompleksnya kegiatan bisnis serta terjadinya ledakan data dan informasi berimplikasi kepada keharusan dalam perbaikan mutu layanan dan perbaikan kinerja *front line staf*.⁷

Dalam perspektif pelayanan prima (*service excellence*), semua pelanggan dilayani dengan baik bahkan dipandang sebagai “raja”. Tuntutan pelanggan terhadap kualitas dan nilai bagi pelanggan sangat diutamakan. Bentuk perilaku pelayanan dengan perbedaan paradoks sifatnya yang paling nyata terlihat pada dunia perbankan.

Bank-bank konvensional menawarkan pelayanan berlebih (*beyond service*) dalam meraih dan memelihara nasabah. Bahkan bank seringkali melayani nasabah melebihi kebutuhannya terutama pada nasabah kelas kakap. Nasabah dengan simpanan ratusan juta pasti dilayani secara extra disertai fasilitas-fasilitas pelayanan yang jauh melebihi pelayanan terhadap nasabah kecil. “ketidakadilan” dalam pelayanan yang seperti itu, sebenarnya telah mengabaikan prinsip-prinsip pelayanan prima yang mengutamakan pelayanan terbaik bagi semua nasabah apakah itu nasabah dengan simpanan besar ataupun nasabah dengan simpanan kecil.

Data infobank menunjukkan bahwa rekening nasabah premium relatif lebih kecil. Mayoritas rekening simpanan pada bank umum adalah berjumlah di bawah Rp 100 juta dibandingkan dengan nasabah dengan rekening simpanan kurang dari Rp 500 juta. Jadi tidak seharusnya pelayanan berbasis prioritas yang berbeda dan berlebihan menjadi salah satu cara meraih dan memelihara nasabah. Bagi perbankan syariah, hendaklah tidak terjebak pada kompetisi pelayanan yang tidak adil dalam meraih dan memelihara pelanggan.⁸

6. ⁷ Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), h.

108. ⁸ Alwi Syafaruddin, *Memahami Sistem Perbankan Syariah* (t.t. Buku Republik, t.th). h.

Dalam Islam perintah menetapkan hukum dengan adil terdapat dalam surat An-Nisa ayat 58.

﴿ 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﴾

“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.” (QS: An-Nisa: 58)

Dengan kata lain, haruslah “keadilan” dalam memperlakukan nasabah menjadi dasar nilai pelayanan prima bagi bank syariah. Bank syariah memberlakukan nasabah dengan mengedepankan prinsip bahwa semua nasabah adalah partner yang berhak memperoleh perlakuan yang sama, tanpa membedakan nasabah besar ataupun nasabah kecil.⁹ Dari latar belakang di atas, maka penulis ingin mengetahui, peran *customer service* dalam meningkatkan kualitas pelayanannya. Karena itu, penulis memilih judul sebagai berikut: **“Respon Nasabah Terhadap Peran Customer Service dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan (Studi kasus pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Jakarta Barat).”**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah di atas, maka dalam penelitian ini penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

Apakah peran *customer service* mempunyai pengaruh terhadap kualitas pelayanan pada Bank BNI Syariah KC Jakarta Barat.

⁹ Alwi Syafaruddin, *Memahami Sistem Perbankan Syariah*, h. 109.

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari perumusan ini adalah, sebagai berikut:

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari peran *customer service* terhadap kualitas pelayanan pada Bank BNI Syariah KC Jakarta Barat.

Adapun manfaat yang diharapkan dari penulis ini, yaitu sebagai berikut:

- a. Bagi penulis sendiri bermanfaat sebagai penambah wawasan atau pun pengetahuan mengenai pelayanan yang diberikan *customer service* dalam perbankan.
- b. Bagi pihak bank, sebagai bahan pertimbangan dalam rangka pengambilan keputusan mengenai pelayanan *customer service* yang diberikan kepada nasabahnya.
- c. Bagi pihak lain, merupakan sumber referensi dan saran pemikiran kalangan akademisi dan praktisi di dalam menunjang penelitian selanjutnya yang akan bermanfaat sebagai bahan perbandingan bagi penelitian yang lain.

D. Kajian Terdahulu Yang Relevan

Beberapa peneliti sebelumnya yang telah melakukan penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

1. Selvie Sandwi Putri, (2008), Uin Syarif Hidayatullah, “Respon Nasabah Terhadap Peran Teller Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan (Studi Kasus di Bank Harta Insan Karimah Ciledug). Dalam penelitian ini diaplikasikan model penelitian empiris. Dilihat dari sudut pandang sumber datanya. Dilihat dari sudut pandang sifat data yang terhimpun, penelitian kuantitatif. Dilihat dari sudut pandang tujuan yang hendak dicapainya, penelitian ini merupakan penelitian deskriptif.
2. Siti Nurjannah (2010), UIN Syarif Hidayatullah “Respon Nasabah Bank BNI Syariah Terhadap Transaksi Melalui Pelayanan Internet Banking (Studi kasus PT. BNI Syariah Cabang Jakarta Timur)

Dalam penelitian ini menggunakan metode survei dalam pengumpulan data, data yang penulis kumpulkan merupakan data kuantitatif. Survei yang

dilakukan adalah dengan menemui responden secara langsung/ bertatap muka, ini disebut survei individu, yang, menggunakan alat seperti kuesioner.

3. Muhammad Taufik Ahmad (2012), Universitas Hasanuddin Makasar “analisis pengaruh dimensi kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan pada EMKL PT. Andhika Celebes Transfortama. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan yang menggunakan jasa EMKL PT. Andhika Celebes Transportama. Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasi, wawancara, kuesioner dan studi perpustakaan dengan menggunakan skala likert dan metode regresi berganda.

Tabel 1.1

No	Nama Penulis, Judul Skripsi, Tahun dan Tempat Skripsi	Metode yang Digunakan	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Selvie Sandwi Putri, (2008), Uin Syarif Hidayatullah, “Respon Nasabah Terhadap Peran Teller Dalam Meningkatkan	Dalam penelitian ini diaplikasikan model penelitian empiris. Dilihat dari sudut pandang sumber datanya. Dilihat dari sudut pandang sifat data yang terhimpun, penelitian kuantitatif. Dilihat	hasil penelitian ini untuk mengetahui respon nasabah terhadap peran teller dalam meningkatkan kualitas pelayanan di dalam	.Persamaan meneliti ini sama menggunakan metode survei melalui penyebaran angket (kuesioner). Perbedaan pada penelitian

	Kualitas Pelayanan (Studi Kasus di Bank Harta Insan Karimah Ciledug).	dari sudut pandang tujuan yang hendak dicapainya, penelitian ini merupakan penelitian deskriptif.	perbankan	ini penulis meneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode analisis regresi berganda.
2.	Siti Nurjannah (2010), UIN Syarif Hidayatullah “Respon Nasabah Bank BNI Syariah Terhadap Transaksi Melalui Pelayanan Internet Banking (Studi kasus PT. BNI Syariah Cabang Jakarta Timur)	Menggunakan metode survei dalam pengumpulan data, data yang penulis kumpulkan merupakan data kuantitatif. Survei yang dilakukan adalah dengan menemui responden secara langsung/ bertatap muka, ini disebut survei individu, yang menggunakan alat seperti kusioner.	Dari data yang telah disajikan, dapat dilihat respon nasabah terhadap transaksi melalui layanan internet banking ini sangat baik, yang artinya bank telah cukup memberikan berbagai fitur atau produk-produk yang ditawarkan kepada nasabah.	Persamaan penelitian ini Sama-sama menggunakan metode survei melalui penyebaran angket (kuesioner). Perbedaan pada penelitian ini Respon nasabah bank BNI Syariah melalui pelayanan internet Banking. Sedangkan penulis

				meneliti respon nasabah terhadap peran <i>customer service</i> dalam meningkatkan kualitas pelayanan.
3.	Muhammad Taufik Ahmad (2012), Universitas Hasanuddin Makasar “analisis pengaruh dimensi kualitas pelyanan jasa terhadap kepuasan pelanggan pada EMKL PT. Andhika Celebes Transfortama	penelitian ini adalah metode observasi, wawancara, kuesioner dan studi perpustakaan dengan menggunakan skala likert dan metode regresi berganda.	Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan yang menggunakan jasa EMKL PT. Andhika Celebes Transportama.	Persamaan meneliti ini sama menggunakan metode survei melalui penyebaran angket (kuesioner) dan menggunakan skala likert dan metode regresi berganda. Perbedaan pada penelitian ini menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan jasa

				<p>terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan yang menggunakan jasa EMKL PT. Andhika</p> <p>Sedangkan penulis meneliti bagaimana respon nasabah terhadap pelayanan yang berikan oleh customer service.</p>
--	--	--	--	---

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan uraian singkat secara garis besar mengenai hal-hal pokok yang dibahas guna mempermudah dalam memahami dan melihat hubungan antara satu bab dengan bab lain. Adapun uraian dalam tiap bab adalah sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, yang berisi tentang identifikasi masalah, pembatasan masalah, dan perumusan masalah. Selain itu

juga membahas tujuan dan manfaat penelitian, kajian terdahulu yang Relevan, dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori

Bab ini memuat tentang definisi respon, definisi nasabah, sikap melayani nasabah, masalah-masalah yang dihadapi oleh *customer service* yang menyebabkan nasabah kabur, definisi *customer service*, peranan *customer service* Bank, fungsi dan tugas *customer service*, syarat-syarat seseorang *customer service*, dan definisi kualitas pelayanan yang meliputi ciri-ciri pelayanan yang baik serta faktor-faktor yang mempengaruhi *customer service* meningkatkan kualitas pelayanan.

BAB III : Metodologi Penelitian

Dalam bab ini penulis menganalisis dan menjelaskan tentang metodologi penelitian, ruang lingkup penelitian, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV : Gambaran Umum Perusahaan dan Hasil Penelitian

Bab ini menjelaskan gambaran umum perusahaan, sejarah BNI Syariah, visi, misi, struktur organisasi, ragam produk dan jasa BNI Syariah. Dan menjelaskan hasil penelitian yang meliputi: gambaran umum responden, hasil uji data, hasil analisis data kuesioner.

BAB V : PENUTUP

Bab ini meliputi kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

- Ismail. *Manajemen Perbankan Dari Teori Menuju Aplikasi*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Kasmir. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- Mahmoeddin. *Etika Pelayanan bank, Petunjuk Praktis Menjaring Nasabah*. Jakarta: PT.Toko Gunung Agung, 1996.
- Sentono, Prawiro. *Manajemen Operasi Analisis and Studi Kasus*. Jakarta: Bumi Aksar, t.th
- Kasmir. *pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana, Edisi Revisi 3, 2008.
- Kasmir. *Etika Customer Service*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005.
- Rahmayanty, Nina. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Syafaruddin, Alwi. *Memahami Sistem Perbankan Syariah*. t.t. Buku Republika, t.th
- John M, Echols dan Hasan Shadly. *Kamus Inggris-Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- Save D, Dagun. *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*. Jakarta: Lembaga Pengkajian dan kebudayaan Nusantara, 1997.
- Depdiknas. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2002.
- Salim, Peter dan Yenni Salim. *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*. Jakarta: English Modern Press, 1991.
- Chandra syamsurizal <http://pengertian.nasabah.blogspot.co.id> (diakses pada 26 april 2016)
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2006.

Vincent, Gaspersz. *Total Quality Manajement*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001.

Undang-Undang No.10 Tahun 1998.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. *Service, Quality dan satisfication*. Yogyakarta: Andi, 2005.

Griffin, Jill. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetian Pelanggan*. Jakarta: Erlangga, 2005.

Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. *Total Quality Manajement*. Yogyakarta: Andi, 2001.

Poerwadarminta. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1984.

Arikunto, Suharsimi. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 1993.

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif Kualitatif Dan R&D)*. Bandung: Alfabeta, 2012.

Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2010.

Siregar, Syofian. *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian, Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014.

Sunyoto, Danang. *Analisis Regresi Dan Uji Hipotesis*. Yogyakarta: Media Pressindo, 2009.

Selvie, Putri Sandwi. "Respon Nasabah Terhadap Peran Teller Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan (Studi Kasus di Bank Harta Insan Karimah Ciledug)." Skripsi S1 Uin Syarif Hidayatullah Jakarta, 2008.

Nurjannah, Siti. “Respon Nasabah Bank BNI Syariah Terhadap Transaksi Melalui Pelayanan Internet Banking (Studi kasus PT. BNI Syariah Cabang Jakarta Timur).” Skripsi S1 UIN Hidayatullah Jakarta, 2010.

Ahmad, Taufik. “Analisis pengaruh dimensi kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan” pada EMKL PT. Andhika Celebes Transfortama. Skripsi S1 Universitas Hasanuddin Makasar, 2012.

BNI Syariah, Sejarah BNI Syariah (Jakarta: BNI Syariah, 2007) <http://bni.co.id/Syariah/TentangKami/tabid/367/Default.aspx> (diakses 3 juni 2016). BNI Syariah, PT BNI Syariah Resmi Menjadi Bank Umum Syariah, <http://www.bni.co.id/beritaBNI/SiaranPers/tabid/246/articelType/Articlelevel/ArticleId/325/PT-Bank-BNI-Syariah-resmi-menjadi-BankUmumSyariah.aspx.html> (diakses tgl 3 juni 2016)

Profil Perusahaan BNI Syariah.

<http://www.BNISyariah.com>

