

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH
(STUDI KASUS PADA PT. BANK BNI SYARIAH
KANTOR KAS JUANDA CIPUTAT)**



SKRIPSI

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

Oleh:

AHMAD MUSTHAFA KAMAL

NIM : 1307025008

NIMKO : 3954020213008

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

Analisi Pengaruh Kualitas... Ahmad Musthafa Kamal, FAI, 2018

**JAKARTA
1439 H/2017 M**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul “**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus BNI Syariah Kantor Kas Juanda Ciputat)**” 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.

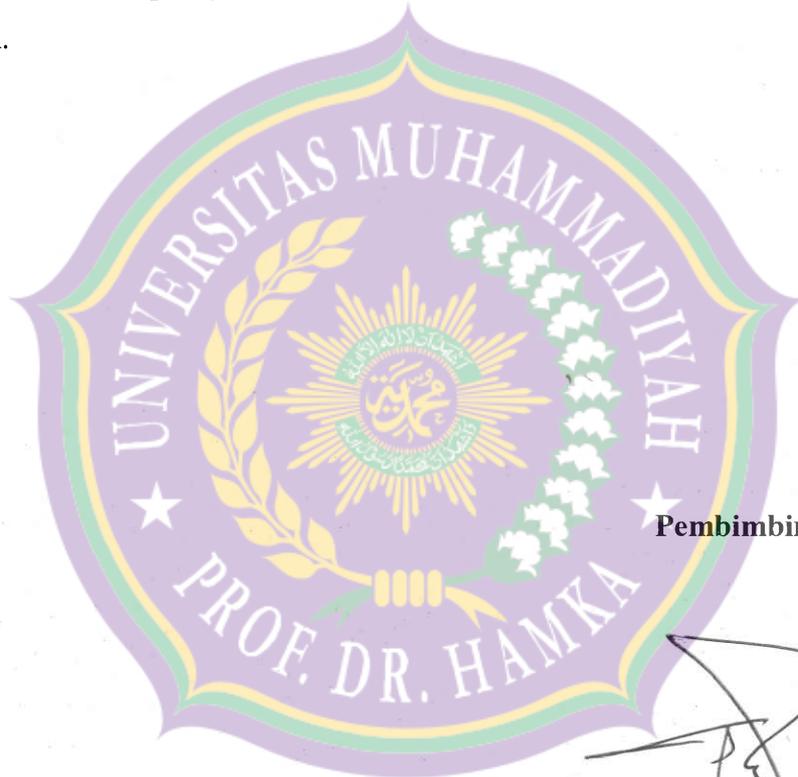
Jakarta, 17 Oktober 2017



Ahmad Musthafa Kamal

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “(Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus BNI Syariah Kantor Kas Fatmawati)”, ditulis oleh Ahmad Musthafa Kamal, NIM: 1307025008, NIMKO: 3954020213008, 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,

Rahmat Dahlan S.E.I, M.Si

PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus BNI Syariah Kantor Kas Fatmawati)**”, ditulis oleh **Ahmad Musthafa Kamal**, NIM 1307025008, NIMKO: 3954020213008, di ujikan pada hari Senin tanggal 20 November 2017, 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

Fitri Liza, S.Ag., M.A.

Ketua

Ir. Agung Haryanto, M.E.

Sekretaris

Rahmat Dahlan, S.E.I., M.Si.

Anggota/Pembimbing

Nur Melinda Lestari, S.E.I., M.H.

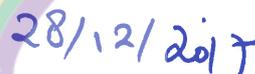
Anggota/Penguji I

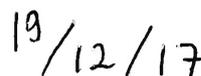
Yanti Budiasih, S.E., M.M.

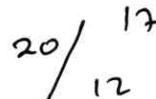
Anggota/Penguji II

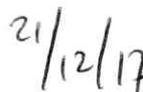

Fitri Liza, S.Ag., M.A.











ABSTRAKSI

Ahmad Musthafa Kamal , *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Terhadap Kepuasan Nasabah BNI Syariah (Studi Kasus Pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati Jakarta)*. Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah. Fakultas Agama Islam Universitas Muahammadiyah Prof. DR. HAMKA.

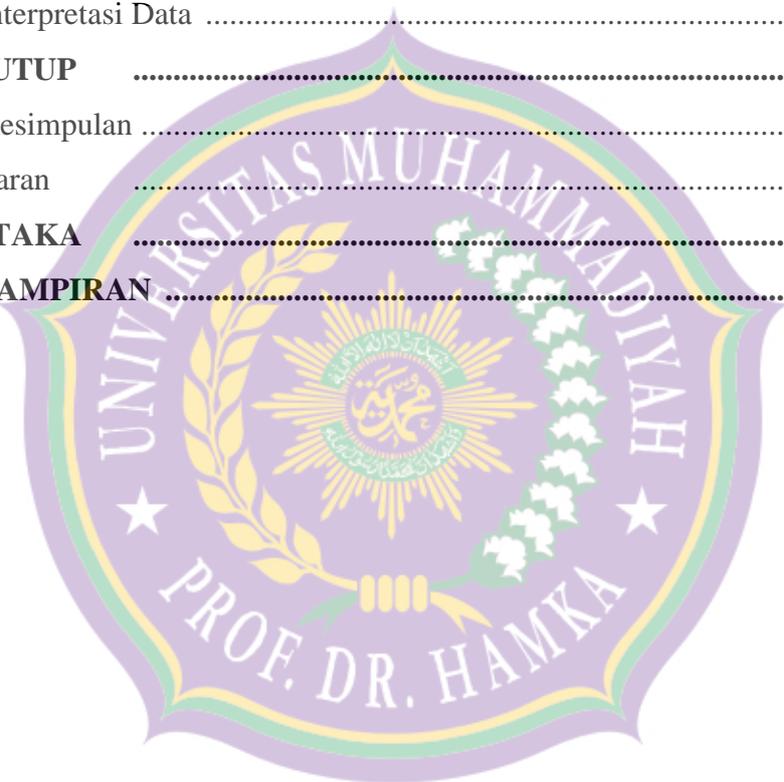
Pekembangan bank syariah di dunia maupun di Indonesia saat ini cukup pesat. Dengan menggunakan sistem yang berlandaskan Al-Quran dan Assunnah untuk melayani nasabahnya. Hal ini yang mereka tidak temukan pada bank konvensional. Sehingga, produk yang ada di bank syariah jauh dari hal – hal yang dilarang oleh ajaran islam serta pelayanan yang berasal dari hati yang tulus untuk memberikn kepuasan kepada nasabah yang seperti nasabah inginkan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder yang diperoleh dari penyebaran angket kuesioner dan dari bank. Selain itu, data diperoleh melalui wawancara dan *library reseach*. Subjek penelitian ini adalah PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati Jakarta. Populasi seluruh nasabah perorangan PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati, pengambilan sampel sebanyak 50 responden nasabah dengan menggunakan rumus *slovin* dan diperkuat dengan teori. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *probability sampling* dengan menggunakan cara *simple random sampling*. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (X_1), Kualitas Produk Promosi (X_2) dan variabel dependen Kepuasan nasabah (Y). Dari hasil analisis dengan tingkat signifikansi 5% menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah secara parsial maupun simultan. Dalam penellitian ini variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen sebesar 64.00% sedangkan 36,00% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Keyword : Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk,dan Kepuasan Nasabah.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN PANITIA UJIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Pembatasan Masalah	9
D. Perumusan Masalah	9
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
F. Kajian Terdahulu	11
G. Sistematika Penulisan	14
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Bank Syariah	15
1. Pengertian	15
2. Prinsip	16
B. Kepuasan Nasabah	17
C. Kualitas Pelayanan	20
D. Kualitas Produk	22
E. Hubungan Antar Variabel	25
F. Kerangka Berfikir	26
G. Hipotesis	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
A. Metode Penelitian.....	29

B. Operasionalisasi Variabel	29
C. Populasi & Sampel	32
D. Teknik Pengumpulan Data	34
BAB IV HASIL PENELITIAN	52
A. Gambaran Umum Bank BNI Syariah	52
B. Gambaran Umum Sampel Penelitian	59
C. Hasil Pengumpulan Data	63
D. Hasil Analisis Data	71
E. Hasil Wawancara	80
F. Interpretasi Data	81
BAB V PENUTUP	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN-LAMPIRAN	91



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Bobot Nilai Skala <i>Likert</i>	37
Tabel 1.2 : Pedoman Koefisien Korelasi	49
Tabel 1.3 : Uji Variabel Kualitas Pelayanan	57
Tabel 1.4 : Uji Variabel Kualitas Produk	58
Tabel 1.5 : Uji Variabel Kepuasan Nasabah	59
Tabel 1.6 : Uji Variabel Kualitas Produk	60
Tabel 1.7 : Uji Variabel Kualitas Pelayanan	61
Tabel 1.8 : Uji Variabel Kepuasan Nasabah	62
Tabel 1.9 : Jumlah Sampel	63
Tabel 2.1 : Score Skala Responden	67
Tabel 2.2 : Tabel Bantu Karakteristik Umur	68
Tabel 2.3 : Tabel Bantu Karakteristik Gender	70
Tabel 2.4 : Tabel Bantu Karakteristik Pendidikan	71
Tabel 2.5 : Tabel Bantu Karakteristik Masa Kerja	72
Tabel 2.6 : Tabel Bantu Tingkat Pendapatan	73
Tabel 2.7 : Hasil Uji Multikolinearitas	75
Tabel 2.8 : Hasil Uji Autokorelasi	77
Tabel 3.1 : Hasil Uji F	79
Tabel 4.1 : Hasil Uji t	80
Tabel 4.2 : Hasil Uji Korelasi	81

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia telah menjadi tolak ukur keberhasilan eksistensi ekonomi syariah. Bank muamalat sebagai bank syariah pertama dan menjadi pioneer bagi bank syariah lainnya telah lebih dahulu menerapkan system ini ditengah menjamurnya bank-bank konvensional. Manajemen sumber daya manusia merupakan bagian dari ilmu manajemen yang memfokuskan perhatiannya pada pengaturan peranan sumber daya manusia dalam kegiatan suatu organisasi.

Manajemen sumber daya manusia berbeda dengan manajemen personalia. Manajemen sumber daya manusia menganggap bahwa karyawan adalah kekayaan utama organisasi yang harus dikelola dengan baik. Jadi manajemen sumber daya manusia sifatnya lebih strategis bagi organisasi dalam mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan sedangkan manajemen personalia menganggap karyawan itu salah satu faktor produksi yang harus dimanfaatkan secara produktif atau manajemen personalia lebih menekankan pada sistem dan prosedur.

Karena pentingnya peran sumber daya manusia dalam pelaksanaan dan pencapaian tujuan organisasi maka diperlukan pengelolaan sumber daya manusia. Pengelolaan sumber daya manusia merupakan suatu sistem. Beberapa aspek yang menjadi perhatian di atas dalam pelaksanaannya harus saling bergatungan (bersinergi) satu sama lain jangan merupakan aktivitas yang berjalan sendiri.¹

Dalam setiap kegiatan atau aktivitas dari waktu ke waktu timbul masalah-masalah. Untuk mengetahui masalah-masalah yang timbul ada beberapa pendekatan sesuai dengan periodenya. Maksudnya pendekatan yang lebih akhir menunjukkan lebih baru dari segi waktunya. Namun sampai sekarang pun masih ada pimpinan bank yang menggunakan

¹ Tjutju Yuniarsih dan Suwatno, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta:2000), h. 1

pendekatan lama dalam menangani permasalahan. Untuk itu manajemen perbankan dapat memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan.²

Perbankan syariah dalam hal bidang penyedia jasa memiliki karakteristik yang berbeda dengan perbankan konvensional. Perbedaan yang mendasar antara bank syariah dengan bank konvensional adalah terletak pada praktik menjalankan operasional bisnisnya, dimana operasionalnya berbasis prinsip syariah, dan prinsip inilah yang menjadi daya tarik yang tinggi bagi nasabah untuk memanfaatkan jasa bank syariah

Sebagai entitas bisnis yang berorientasi pada *profit*, bank syariah dituntut untuk tidak hanya mencari keuntungan semata (*profit oriented*) tanpa mempertimbangkan fungsi dan tujuannya sebagai sebuah entitas bisnis syariah yang berlandaskan pada konsep Al Quran dan Al sunnah (*maqasid syari'ah*). Sebagai lembaga intermediasi bank syariah ikut berperan dalam penyaluran dana masyarakat dan menyalurkannya pada sektor riil dengan kombinasi produk yang ditawarkan sesuai dengan syariah.

Di Indonesia pelopor perbankan syariah adalah Bank Muamalat Indonesia. Berdiri tahun 1991, bank ini diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan pemerintah serta dukungan dari Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha muslim. Bank ini sempat terimbas oleh krisis moneter pada akhir tahun 90-an sehingga ekuitasnya hanya tersisa sepertiga dari modal awal. IDB kemudian memberikan suntikan dana kepada bank ini dan pada periode 1999-2002 dapat bangkit dan menghasilkan laba. Saat ini keberadaan bank syariah di Indonesia telah diatur dalam Undang-undang yaitu UU No. 10 tahun 1998 tentang perubahan UU No. 7 tahun 1992 tentang perbankan.³

² Kusuma Wijayanto "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank" dari <http://journals.ums.ac.id/index.php/dayasaing/article/view/2272/1542> dalam Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya Vol. 17, No. 1, Juni 2015 hal. 1 (diakses 29 Agustus 2017)

³Perkembangan bank syariah I Indonesia "Bank Syariah di Indonesia" dari <http://dhayattoni80.blogspot.co.id/2013/05/perkembangan-bank-syariah-di-indonesia.html> (diakses 13 Juni 2017)

Akan tetapi, prakarsa lebih khusus untuk mendirikan bank Islam di Indonesia baru dilakukan pada tahun 1990 menyelenggarakan Lokakarya Bunga Bank dan Perbankan di Cisarua, Bogor, Jawa Barat. Hasil lokakarya tersebut dibahas lebih mendalam pada Musyawarah Nasional IV MUI yang berlangsung di Hotel Sahid Jaya, Jakarta, 22 – 25 Agustus 1990. Berdasarkan amanat Munas IV MUI, dibentuk kelompok kerja untuk mendirikan bank Islam di Indonesia. Kelompok kerja yang dibentuk Tim Perbankan MUI, bertugas melakukan pendekatan dan konsultasi dengan semua pihak terkait.

Pembentukan DSN-MUI ini sendiri adalah langkah efisiensi dan koordinasi para ulama dalam menanggapi isu-isu yang berhubungan dengan masalah ekonomi/keuangan. Selain Dewan Syariah Nasional-MUI lembaga independen lain yang turut andil dalam kegiatan perbankan syariah adalah Dewan Pengawas Syariah (DPS). Dewan pengawas syariah merupakan institusi independen dalam bank syariah yang fungsi utamanya adalah melakukan pengawasan kepatuhan syariah dalam operasional bank syariah. Tugas dan fungsi serta keberadaan dewan pengawas syariah dalam bank syariah memiliki landasan hukum baik dari sisi fiqih maupun undang - undang perbankan di Indonesia. Bank Indonesia selaku regulator dari perbankan di Indonesia sangat mendukung berkembangnya perbankan syariah ini, karena secara makro perkembangan Bank Syariah dapat memberikan daya dukung terciptanya stabilitas sistem keuangan dan perekonomian nasional. Disini peran dari semua instrumen dalam operasional sebuah perbankan, terutama pihak regulator, yaitu Bank Indonesia(BI), kontroler (*syariah advisor*) yang ada di Dewan Syariah Nasional (DSN) dan Dewan Pengawas Syariah (DPS) Majelis Ulama Indonesia dan manajemen operasional perbankan sendiri menjadi penting untuk meningkatkan perkembangan dan kinerja dari perbankan syariah di Indonesia. Sinergi semua instrumen tersebut akan menghasilkan sebuah sistem yang memberikan nilai terhadap sistem perbankan nasional., bahkan ekonomi nasional di kemudian hari. Dan pada

saatnya akan berdampak kepada terwujudnya keadilan ekonomi dan masyarakat yang sejahtera.⁴

Dengan pesatnya perkembangan bank syariah saat ini, maka kualitas layanan merupakan faktor kunci yang akan menjadi keunggulan daya saing. Hal ini terjadi karena bank sebagai suatu perusahaan jasa, mempunyai ciri berupa mudah ditirunya suatu produk yang telah dipasarkan. Oleh karena itu bank syariah sudah sewajarnya dapat memberikan kualitas layanan yang prima sehingga mampu mendapatkan keunggulan kompetitif dari bank lain.⁵

Kepuasan nasabah harus disertai dengan loyalitas nasabah. Kepuasan nasabah menyangkut apa yang diungkapkan oleh nasabah tentang persepsi dan harapannya terhadap layanan perbankan yang diperoleh dari bank. Sedangkan loyalitas berkaitan dengan apa yang dilakukan nasabah setelah berinteraksi dalam suatu proses layanan perbankan. Konsep ini menyiratkan bahwa kepuasan nasabah saja tidaklah cukup, karena puas atau tidak puas hanyalah salah satu bentuk emosi. Disamping itu, loyalitas nasabah juga tidak kalah relevannya untuk dianalisis sebab sikap loyal nasabah akan timbul setelah nasabah merasakan puas atau tidak puas terhadap layanan perbankan yang diterimanya.⁶

Model kualitas layanan perbankan yang populer dan hingga kini banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model *servqual* (*service quality*). Dalam model *servqual*, Parasuraman mendefinisikan kualitas layanan sebagai penilaian atau sikap global yang berkenaan dengan superioritas suatu layanan sedangkan kepuasan nasabah adalah respon dari penilaian tersebut. Kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan nasabah dan berakhir pada persepsi nasabah. Semua pihak yang membeli dan mengkonsumsi jasa

⁴Perkembangan Bank Syariah di Indonesia “Bank Syariah di Indonesia” dari <http://www.kompasiana.com/ikayulip/perkembangan-bank-syariah-di-indonesia-572ac4d3f1927349059f6b6f> (diakses 13 Juni 2017)

⁵Putri Dwi Cahyani “Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta” dalam <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/esensi> dari Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 6, No. 2, Oktober 2016 hal. 152 (diakses 29 Agustus 2017)

⁶Rachmad Hidayat “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri” dari <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/man/article/view/17746> dalam Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, VOL.11, NO. 1, MARET 2009: 59-72 hal. 59 (diakses 29 Agustus 2019)

perbankan akan memberikan penilaian yang berbeda-beda terhadap kualitas layanan. Hal ini disebabkan karena layanan perbankan mempunyai karakteristik variability, sehingga kinerja yang dihasilkannya acapkali tidak konsisten. Untuk itu nasabah menggunakan isyarat intrinsik (output dari penyampaian jasa) dan isyarat ekstrinsik (unsur pelengkap jasa) sebagai acuan dalam mengevaluasi kualitas layanan.

Dalam abad 21 ini perusahaan perbankan tidak boleh menganggap sepele tentang kepuasan nasabah apalagi loyalitas nasabah, hal ini dikarenakan kepuasan nasabah erat kaitannya dengan loyalitas nasabah di masa mendatang. Secara teori hubungan kepuasan dengan loyalitas membuktikan kedua variabel tersebut merupakan faktor yang senantiasa harus diperhatikan oleh perusahaan perbankan.

Perusahaan perbankan di masa depan akan terus bergerilya dalam pemasarannya untuk merebut hati nasabah. Masyarakat sebagai pengguna jasa kini semakin selektif dalam memilih bank untuk menitipkan dana yang dimiliki untuk menghindari risiko kehilangan dana akibat buruknya kinerja suatu bank. Secara umum perusahaan perbankan dalam kegiatan bisnisnya mengutamakan unsur pelayanan. Pelayanan merupakan salah satu faktor mendukung terciptanya kepuasan nasabah. Tindakan pelayanan yang berdasarkan sistem, prosedur, dan metode sesuai ketentuan perusahaan merupakan langkah tepat dalam rangka memenuhi kebutuhan nasabah sesuai dengan haknya akan memungkinkan nasabah memperkuat loyalitas sehingga faktor pelayanan yang baik menjadi penting dalam keberhasilan operasional perusahaan.

Unsur produk perbankan biasanya dapat mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Produk yang sesuai dengan nasabah dapat dinilai dari konsistensinya nasabah tetap menggunakan produk perusahaan dalam jangka waktu tertentu seperti melakukan transaksi menyetor uang, melakukan kliring dan bahkan melanjutkan kerja sama dalam pinjaman. Jika hal tersebut masih terjadi pada saat ini maka hal ini menandakan terdapat kepuasan yang dirasakan nasabah sehingga menciptakan kelekatan emosional terhadap produk tersebut. Maka

dari itu, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan melalui penampilan produk yang lebih spesifik dan mempunyai karakteristik tersendiri yang mampu memuaskan nasabah.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan adalah citra. Citra perusahaan dapat dirasakan oleh nasabah setelah terjadi transaksi atas produk atau layanan yang ditawarkan perusahaan perbankan. Citra yang positif akan membantu nasabah untuk memilih produk atau layanan yang ditawarkan perusahaan perbankan. Citra merupakan unsur terpenting dalam perkembangan perusahaan tersebut ke depan dalam menghadapi tingginya persaingan, karena citra merupakan sebuah jembatan yang menghubungkan antara perusahaan dalam suatu industri dengan nasabah sebagai pengguna industri tersebut. Sebagian perusahaan juga menganggap bahwa citra perusahaan dapat menumbuhkan loyalitas nasabah yang akan mendatangkan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan.

Dalam perusahaan perbankan penggunaan fasilitas teknologi tentunya akan memudahkan dalam proses pelayanan, perusahaan semakin dituntut untuk meningkatkan pelayanan kepada nasabah dengan menyediakan fasilitas-fasilitas supaya tidak kalah bersaing. Faktor teknologi bagi perusahaan perbankan pada saat ini dapat digambarkan sebagai jantung operasionalnya perbankan, Perusahaan perbankan menerapkan teknologi untuk memberikan kemudahan kepada nasabah untuk menikmati seluruh pelayanan yang ditawarkan perusahaan perbankan. Teknologi perbankan harus mampu mensinergikannya dengan kebutuhan dengan permintaan nasabah atas jasa perusahaan perbankan sebagai bagian strategi bisnis dalam skala luas. Dengan adanya inovasi pada teknologi sebagai cara perusahaan untuk memudahkan nasabah dapat Hal inilah yang mendasari begitu pentingnya peranan teknologi bagi industri perbankan.

Untuk menjalankan kegiatan perusahaan tersebut diperlukan suatu tempat usaha yang dikenal dengan lokasi, baik sebagai tempat menjalankan aktivitas yang melayani nasabah, aktivitas produksi, aktivitas penyimpanan, ataupun untuk mengendalikan kegiatan perusahaan secara menyeluruh. Lokasi

strategis dan baik serta tersedianya akses cepat dan dapat menarik nasabah lainnya dan memberikan kepuasan nasabah. Oleh karena itu dalam memuaskan nasabah terdapat prinsip yang harus dipertimbangkan perusahaan adalah memilih lokasi suatu bisnis.

Kepuasan dan loyalitas nasabah harus diperhatikan dan dipertahankan bagaimanapun kondisinya. Namun, perusahaan perbankan perlu menyadari bahwa ketika tujuan sudah tercapai biasanya intensitas dan konsistensi pelayanan terganggu hingga menjadi dasar penyebab kepuasan menurun dan nasabah komplain terkait produk dan pelayanan atribut perbankan yang begitu kompleks.

Hal-hal yang mendukung permasalahan pada penelitian ini antara lain adanya gangguan teknis pada jaringan sehingga menyebabkan proses pelayanan dan transaksi menjadi lambat yang membuat nasabah kecewa, komplain mengenai gangguan mesin ATM (*Automatic Teller Machine*), dan pengaduan nasabah mengenai cara kerja petugas yang tidak simpatik terhadap nasabah yang memiliki permasalahan sederhana.⁷

Semua uraian permasalahan di atas menjadi catatan penting bagi PT. Bank BNI Syariah sebagai tolak ukur tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah dalam memberikan gambaran tentang kinerja perusahaan berdasarkan perspektif nasabah seperti citra yang melekat pada perusahaan dan apakah citra itu baik ataupun buruk, lokasi perusahaan saat ini, jenis produk, tingkat kecepatan pelayanan yang diberikan bank, dan faktor teknologi yang mendukung operasionalisasi perusahaan serta dampaknya pada persepsi nasabah dimasa mendatang.

⁷ Pristiyono “ Faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dan dampaknya pada loyalitas nasabah PT. BRI Simpang Enam Rantau Prapat” dalam Jurnal ECOBISMA Vol. 4 No. Jan 1 2017 dari <http://docplayer.info/37769907-Faktor-faktor-yang-mempengaruhi-kepuasan-nasabah-dan-dampakny-pada-loyalitas-nasabah-pt-bri-simpang-enam-rantauprapat-pristiyono-sem.html> hal. 13 (diakses 11 September 2017)

Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik menangkat masalah Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Faktor Lokasi dengan judul : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK BNI SYARIAH (Studi kasus pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati Jakarta).**

Dalam skripsi ini penulis berharap dapat memaparkan Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap kualitas pelayanan, kualitas produk dan factor lokasi pada Bank Syariah, sehingga dengan tulisan ini diharapkan dapat menjelaskan variabel apa saja yang **mempengaruhi** Kepuasan Pelanggan terhadap kualitas pelayanan Bank BNI Syariah.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka identifikasi masalah yang muncul adalah :

1. Kinerja manajemen sumber daya manusia suatu bank yang masih dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.
2. Produk bank yang masih tidak sesuai dengan kebutuhan nasabah.
3. Sarana dan prasarana yang kurang memadai dapat mengurangi kualitas pelayanan terhadap nasabah.

C. Pembatasan Masalah

Ruang lingkup penelitian ini dilakukan terbatas pada empat variabel penelitian, yakni: tiga variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, dan faktor lokasi dan satu buah variabel tergantung yakni kepuasan nasabah. Populasi dalam penelitian ini yaitu semua nasabah yang menggunakan jasa produk pada PT. BNI Syariah Kantor Fatmawati.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diungkapkan di atas, maka perlu ditetapkan rumusan masalah yang terkait dengan penelitian ini guna menjawab segala permasalahan yang ada. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh kepuasan nasabah BNI Syariah KC. Fatmawati?
2. Apakah promosi Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BNI Syariah KC. Fatmawati?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah BNI Syariah KC. Fatmawati.

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah penulis paparkan sebelumnya, selanjutnya akan dibahas pada tujuan penelitian, sebagai berikut:

1. Tujuan Penelitian:
 - a. Untuk mengkaji kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT. BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati.
 - b. Untuk menguji kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di PT. BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati
 - c. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah BNI Syariah KC. Fatmawati.

2. Manfaat Penelitian:

a. Bagi Penulis

Agar penulis mengkaji lebih dalam terkait produk apa saja yang ada di bank syariah, sehingga ilmu dalam bangku perkuliahan dan pengalaman praktik kerja lapangan dapat diaplikasikan dan diterapkan dalam penelitian ini. Selain itu, untuk memenuhi syarat sebagai sarjana pada Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

b. Bagi PT. BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati

Agar menjadi pelajaran dan motivasi bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan factor lokasi dapat berpengaruh terhadap minat nasabah BNI Syariah.

c. Bagi Pembaca dan Pihak lain.

Sebagai bahan pengetahuan dan referensi penelitian selanjutnya bagi para mahasiswa yang akan meneliti tentang kepuasan nasabah pada bank syariah. Bagi seluruh pihak yang membaca penelitian ini, masyarakat luas umumnya, khususnya untuk nasabah BNI Syariah yang menjadi mitra tabungan BNI Syariah agar segala keinginan dan ekspektasi nya terhadap pelayanan di BNI Syariah terpenuhi.

F. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian kali ini, penulis juga memiliki acuan untuk meneliti dengan menggunakan beberapa penelitian terdahulu yang dapat dilihat pada tabel 1.1 di bawah ini.

Tabel 1.1

Penelitian Terdahulu

NO	IDENTITAS	HASIL PENELITIAN	PERSAMAAN PENELITIAN	PERBEDAAN PENELITIAN
1.	<p>Judul</p> <p>Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian</p> <p>Peneliti</p>	<p>Menjelaskan tentang pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian produk Bandeng Juwana Elrina Semarang</p>	<p>Terdapat persamaan pada variabel x2 dan x3 nya yaitu kualitas produk dan faktor lokasinya.</p>	<p>Penelitian sebelumnya menggunakan hubungan korelasi antara kualitas produk, pengaruh harga dan lokasi dengan keputusan</p>

	<p>Fifyanita Ghanimata NIM. C2A607064 Konsentrasi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang 2012, Sumber : eprints.undip.ac. id</p>			<p>pembelian sedangkan dalam penelitian ini menggunakan korelasi kualitas pelayanan, kualitas produk dan faktor lokasi terhadap kepuasan nasabah</p>
<p>2.</p>	<p>Judul Analisis pengaruh pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya pada loyalitas pelanggan CONVENIENC E STORE 7- ELEVEN UIN CIPUTAT</p>	<p>Menjelaskan tentang pengaruh pelayanan, harga dan lokasi Terhadap kepuasan pelanggan Convenience Store 7ELEVEN UIN CIPUTAT</p>	<p>Terdapat persamaan antara variabel x3 nya yaitu lokasi</p>	<p>Penelitian sebelumnya menggunakan korelasi antara pengaruh pelayanan, harga, lokasi terhadap kepuasan pelanggan sedangkan penelitian ini menggunakan korelasi antara kualitas</p>

	<p>Peneliti Diyan Ningsih NIM: 208081000049 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonmi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 1434 H / 2013 Journal.uinjkt.ac .id</p>			<p>pelayanan, kualitas produk dan lokasi terhadap kepuasan nasabah</p>
<p>3.</p>	<p>Judul Analisis faktor yang mempengaruhi mempengaruhi kepuasan pelanggan untuk meningkatkan meningkatkan WORD OF MOUTH Peneliti Krishnoe Winda Pinasti NIM. 1201011113009</p>	<p>Menjelaskan tentang faktor yan mempengaruhi kepuasan pelanggan untuk meningkatkan word of mouth</p>	<p>Terdapat persamaan yaitu variabel (y) nya yaitu kepuasan pelanggan / nasabah</p>	<p>Penelitian sebelumnya menggunakan korelasi antara MICE (<i>Meeting,</i> <i>Incentive,</i> <i>Convention and</i> <i>Exhibition</i>) terhadap kepuasan pelanggan sedangkan penelitian ini menggunakan</p>

0	Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang 2015 Ejournal.undip.a c.id		korelasi antara kualitas pelayanan, kualitas produk faktor lokasi terhadap kepuasan pelanggan
---	--	--	--

E. Sistematika Penulisan

Dalam pembahasan skripsi ini, terdiri dari atas beberapa bab yang kesemuanya merupakan satu rangkaian terintegrasi dan saling mendukung secara utuh. Adapun bab-bab dengan pokok permasalahannya sebagai berikut:

BAB I Yang menjelaskan latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, metode penelitian, tinjauan pustaka, dan sistematika penulisan yang semuanya sudah tercakup dalam pendahuluan.

BAB II Dalam bab ini dibahas teori-teori yang mencakup pengertian kualitas, pentingnya kepuasan pelayanan, konsep dalam meningkatkan mutu suatu pelayanan dan strategi kepuasan pelanggan.

BAB III Dalam bab ini mencakup metode-metode yang digunakan serta teknik-teknik penulisan yang tercakup dalam penelitian ini. Selanjutnya metode yang dibahas ialah bersifat kualitatif , menggunakan wawancara dan angket.

BAB IV Dalam bab ini menjawab masalah yaitu seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Yaitu mengelola hasil wawancara dan angket menjadi data.

BAB V Dalam bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari pembahasan-pembahasan yang diperoleh. Serta berisikan saran-saran yang akan disampaikan oleh penulis.



DAFTAR PUSTAKA

- Rasul, Abdul, Agung dan Nurlaelah. (2010). *Praktikum Statistika Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS : Petunjuk Operasi, Penafsiran dan Soal-soal*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Sunyoto, Danang (2013). *Metodelogi Penelitian Akuntansi*. Bandung : Refika Aditama PT.
- Horngren, Charles T., dan Walter T. Harrison. (2007). *Akuntansi Edisi 7*. Jakarta : Erlangga.
- Ghozali, Imam (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi 5*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam (2013). *Teknik Penyusunan Skala Likert (Summated Scales) Dalam Penelitian Akuntansi & Bisnis Edisi 5*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Supranto J. (2008). *Statistik : Teori dan Aplikasi – Edisi 7*. Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat dan Bramulya Ikhsan, Ridho (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Ridwan. (2008). *Metode Penelitian Bisnis – Teknik Penyusunan Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Bandung : Alfabeta.
- Ridwan. (2008). *Skala Pengukuran Variable – Variable Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sekaran, Uma. (2006). *Research Methods for Business : Metodologi Penelitian untuk Bisnis Edisi Empat*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Syariffudin. (2007). *Program Aplikasi Akuntansi dengan Microsoft Excel*. Solo: Qowamedia Utama.
- Dwi Cahyani, Putri (2016). *Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta*
- Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 6, No. 2, Oktober 2016.

Hidayat, Rachmat. (2009) *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*

Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, VOL.11, NO. 1, MARET 2009.

Pristiyono, (2017) *Faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dan dampaknya pada loyalitas nasabah PT. BRI Simpang Enam Rantau Prapat*

Jurnal ECOBISMA Vol. 4 No. Jan 1 2017

Tyas, Ramadaning, Rizqa dan Setiawan, Ari (2012) *Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang*

Jurnal Muqtasid Volume 3 Nomor 2, Desember

Saidani, Basrah dan Arifin, Samsul. (2012) *Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada Ranch Market*

Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) |Vol. 3, No. 1, 2012

Hermawan, Budi (2011) *Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan, reputasi merek dan loyalitas konsumen jamu Tolak Angin PT. Sido Muncul*

Jurnal Manajemen Teori dan Terapan | Tahun 4, No. 2, Agustus 2011

Nani, Supardi dan Wolok, Tineke, (2014) *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Bank Sinar Mas Cabang Gorontalo*

Laporan Penelitian Dana PNBPF FEB tahun anggaran 2014.

Al-Arif, M Nur Rianto (2010) *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, Solo: PT Era Adicitra Intermedia

Ichsan, Nurul (2013) *Pengantar Perbankan Syariah* Jakarta: Kalam Mulia ,

Muhamad, (2014) *Manajemen Dana Bank Syariah* Jakarta: Rajawali Pers

Amir, Taufiq (2005) *Dinamika Pemasaran*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada,

Al Arif, M Nur Rianto (2012) *Dasar – dasar pemasaran Bank Syariah* Bandung, Alfabeta.

Tjiptono, Fandy (2014) *Pemasaran Jasa. Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, Yogyakarta, Penerbit ANDI

- Mamang Sangadji, Etta dan Sopiah (2013) *Perilaku Konsumen* Yogyakarta, Penerbit ANDI,
- Ramadhaning Tyas, Rizqa dan Setiawan, Ari *Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang*
- Jurnal Muqtasid* Volume 3 Nomor 2, Desember 2012
- Wijaya, Tony (2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT. Indeks
- A Hitt, Michael, dkk. *Manajemen Strategi-Daya Saing dan Globalisasi (terjemahan)*. Jakarta: Salemba Empat
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2012). *Principles Of Marketing 14th edition*. England: Pearson Education
- Abdullah, Thamrin dan Tantri, Francis (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.,
- Prawirosentono, Suyadi (2007). *Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta: Bumi Aksara
- Nani, Supardi dan Wolok, Tineke (2017) *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Bank Sinar Mas Cabang Gorontalo*
- Laporan Penelitian Dana PNBPFEB tahun anggaran 2014
- Sinta Wedarini, Ni Made. *Pengaruh Kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Telkom Flexi*
- Jurnal Manajemen*
- Kountur, Ronny (2007) *Metode Penelitian* (Jakarta: Penerbit PPM
- Rachman, Fatchur (2014) *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi terhadap kepuasan pelanggan auto 2000 Sungkono Surabaya*
- Jurnal Ilmu & Riset Manajemen* Vol. 3 No. 11
- Dwi Cahyani, Putri (2016) *Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta*
- Jurnal Bisnis dan Manajemen* Vol. 6, No. 2, Oktober 2016

Hidayat, Rachmad (2009) *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*

Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, VOL.11, NO. 1, MARET

Djunaedi (2016) *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), dan Kualitas Produk Terhadap, Citra Bank dan Keputusan Menabung di BNI Syariah Kota Kediri*

JMM17 Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen September 2016, Vol. 3 No.2.

Website :

<http://dhayattoni80.blogspot.co.id/2013/05/perkembangan-bank-syariah-di-indonesia.html>

www.bnisyariah.co.id

[http://www.republika.co.id/berita/jurnalisme-warga/lomba-menulis/11/11/07/teckc-yuukmenabung-di-bni-syariah,](http://www.republika.co.id/berita/jurnalisme-warga/lomba-menulis/11/11/07/teckc-yuukmenabung-di-bni-syariah)

