BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sebagaimana yang tercantum dalam Undang-Undang No.10 Tahun 1998 ayat 1 tentang perbankan disebutkan bahwa yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.[2]

Pada era saat ini, dunia perekonomian tengah diramaikan oleh lembaga perbankan yang menggunakan prinsip bagi hasil dalam operasionalnya atau sesuai dengan syariat Islam yang disebut dengan bank syariah. Bank dalam operasionalnya menggunakan prinsip syariah ini diatur dalam Undang-Undang No.10 Tahun 1998.[3]

Bank syariah merupakan bank yang berprinsipkan syariah dalam operasionalnya serta tidak menggunakan sistem bunga, tetapi menggunakan sistem bagi hasil. Bank syariah ini berdiri karena adanya kebutuhan masyarakat Islam akan bank yang berlandaskan bukan pada bunga, karena bunga sangat menganiaya masyarakat apalagi masyarakat kurang sejahtera.

Sistem bunga yang dimaksud adalah tambahan pembayaran atas uang pokok pinjaman. Namun secara umum pengertian bunga adalah biaya yang dikenakan kepada peminjam uang atau imbalan yang diberikan kepada penyimpanan uang

---

[2]Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan Pasal 1 Ayat (2).
[3] Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Amzah, 2010), hlm.498.

yang besarnya telah ditetapkan di muka, biasanya ditentukan dalam bentuk persentase (%) dan terus dikenakan selama masih ada sisa simpanan atau pinjaman sehingga tidak hanya terbatas pada jangka waktu kontrak. Dalam perbankan konvensional terdapat kegiatan-kegiatan yang dilarang syariah Islam, seperti menerima dan membayar bunga (riba).[4]

Oleh karena itu dasar pemikiran berdirinya bank syariah bersumber atas pelarangan riba yang hal ini seperti di jelaskan di dalam Q.S. Ali Imran/3 : 130.

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُواْ ٱلرِّبَوٰٓاْ أَضۡعَٰفٗا مُّضَٰعَفَةٗۖ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَ لَعَلَّكُمۡ تُفۡلِحُونَ ١٣٠

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.[5]

Oleh karena itu tidak sedikit masyarakat yang beralih dari mulanya di bank konvensional berpindah ke bank syariah. Melihat antusias masyarakat ini banyak bank konvensional membuka unit-unit syariah, bahkan tidak sedikit bank syariah yang sudah berdiri sendiri.

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 as-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. Dengan pesatnya perkembangan bank syariah

---

[4] Karnaen A. Perwaatmadja, *Membumikan Ekonomi Islam di Indonesia, dalam Sofiniyah Ghufron*, (Jakarta : Renaisan, 2005), hlm. 11.

[5]al-Qur'an, 3 : 130.

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. Pendirian bank-bank syariah yang semakin menjamur menyebabkan persaingan antar bank syariah menjadi sangat ketat, sehingga memunculkan pertanyaan yang mendasar mengenai bagaimana kepuasan nasabah bank syariah, kemudian faktor-faktor apa yang mampu memberikan pengaruh kepuasan terbesar untuk nasabah dan bagaimana persepsi nasabah terhadap kepuasan di antara bank-bank syariah yang saat ini sedang berkembang. Nasabah merasakan perbedaan yang signifikan sehingga secara psikis akan lebih memilih pada suatu merek bank syariah ataukah nasabah merasakan tidak ada perbedaan antara layanan antara bank syariah satu dengan yang lain.[6]

Perbankan harus mampu memberikan pelayanan prima karena pelayanan prima merupakan salah satu faktor utama dalam memberikankepuasan kepada nasabah *(consumer satisfaction).* Adanya pelayanan yang buruk dan tidak sesuai standar yang diinginkan nasabah dapat menyebabkan nasabah merasa tidak puas. Ketidakpuasan nasabah atas pelayanan yang diterima dapat menimbulkan kemarahan nasabah, *Negative Word of Mouth* (WOM), berpindahnya nasabah ke bank lain serta efek-efek buruk lain yang akan mempengaruhi keberlangsungan usaha bank *(bussines sustainability*). *Survey* yang dilakukan oleh *Mobius*

[6]Putri Dwi Cahyani,"Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta", Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol. 6 No. 2, Oktober 2016, hlm. 152-153.

Management Systems telah membuktikan bahwa pelayanan yang buruk menyebabkan 60% nasabah melakukan pembatalan akun dengan bank dan 35% berganti penyedia kartu kredit. Permasalahan *service excellence* merupakan hal yang mutlak untuk diperhatikan.

Bank harus terus memperbaiki kualitas pelayanannya untuk dapat bersaing dalam persaingan antar bank. Persaingan antar bank saat ini sangat tinggi, hal ini menyebabkan perubahan paradigma nasabah dalam pemilihan sebuah bank. Nasabah datang ke bank tidak hanya sekedar menyetor dan menarik dana, melainkan juga membeli suasana dan menikmati kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank.[7]

Perbankan syariah sebagai lembaga keuangan syariah juga turut memperhatikan pelayanan prima. Persaingan implementasi pelayanan prima antar bank syariah merupakan bukti bahwa perbankan syariah sangat memperhatikan kualitas pelayanan yang mereka berikan. *Marketing Research* Indonesia (MRI) dan majalah *online* infobanknews.com setiap tahun.

Penilaian kualitas pelayanan dibagi menjadi delapan kriteria penilaian, yaitu: satpam, *teller, costumer service*, peralatan banking, *hall*, kenyamanan ruangan, ATM, toilet, dan telepon. Pengukuran nilai delapan kriteria tersebut tidak berbeda dengan pengukuran untuk bank konvensional. Persamaan standarisasi kriteria penilaian pelayanan prima perbankan syariah dengan perbankan konvensional perlu ditelusuri kembali ketepatannya. Seharusnya perbankan syariah memiliki kriteria, indikator dan parameter yang berbeda, karena secara fundamental,

[7]M. Zainul Fathani dan Afiati Kurniasih, "Konsep Service Excellence Perbankan Syariah berdasarkan Al-Qur'an" Jurnal Nisbah, Vol. 1 No. 1, Juni 2015, hlm.3.

filosopi dan sistem perbankan syariah sangat berbeda dengan perbankan konvensional. Perbankan syariah dalam menerapkan konsep pelayanan prima harus memperhatikan nilai-nilai yang terkandung dalam Al-Qur'an.

Pelayanan prima sendiri merupakan kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang memuaskan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Kepuasan nasabah dapat tercipta apabila karyawan mampu memahami sifat dan karakteristik dari nasabah. untuk itu, seorang karyawan harus melakukan pendekatan seutuhnya kepada setiap nasabah. Melalui sikap saling menolong, professional, dan bersahabat yang bertujuan agar nasabah tersebut nyaman dan tertarik datang kembali untuk melalukan bisnis dengan bank kita.

Sejalan dengan pengertian tersebut, dapat dijabarkan karakteristik dari suatu pelayanan sebagai berikut:[8]

1. Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
2. Pelayanan pada kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang bersifat tindakan sosial.
3. Kegiatan produksi dan konsumsi dalam pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umunya terjadi dalam waktu dan tempat bersamaan.

Pelayanan nasabah yang bermutu menuntut keseluruhan karyawan dalam melayani nasabah baik karyawan yang berada di *front office* yang berhadapan langsung dengan nasabah, mendengarkan berbagai keluhan nasabah dan mencari solusi terkait masalah tersebut. Tidak hanya itu, karyawan yang berada di *back*

---

[8]Ikatan Bankir Indonesia, *Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014), hlm. 75.

office pun juga tidak kalah dalam memberikan peran terkait dengan pelayanan nasabah meskipun peran mereka tidak terlihat. Dengan kerjasama yang baik tersebut maka pelayanan prima akan terwujudkan.[9]

Awalnya nasabah memiliki harapan sederhana dan bersifat biasa dengan standar umum yang banyak diberikan oleh perusahaan perbankan lainnya namun ternyata adanya pelayanan ekstra yang tidak diduga dan merupakan *surprise* dari pelayanan perusahaan seperti seorang *security* tidak saja memberikan pelayanan keamanan namun membantu mengarahkan nasabah dalam pengambilan kartu antrian, pengarahan penulisan dan pengambilan slip transaksi, pemberian majalah atau koran ketika menunggu antrian, serta pengarahan jalur antrian *teller* atau *customer service* di bank.

Banyak cara atau aspek yang dapat ditempuh dalam upaya memberikan nilai lebih di mata nasabah atau calon nasabah, diantaranya ialah:

1. Melakukan pengembangan dalam bidang teknologi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin luas.
2. Meningkatkan pelayanan dan kenyamanan kepada nasabah, baik dari segicara pegawai melayani nasabah sampai pada urusan kenyamanan ruangan menjadi target lembaga keuangan.
3. Menawarkan bunga (tingkat bagi hasil) yang bersaing (kompetitif).
4. Menawarkan berbagai macam kemudahan bagi nasabah atau calon nasabah.[10]

---

[9] Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima(Persiapan Membangun Budaya Pelayanan Prima untuk Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan), (Jakarta: Elex Media Komputindo*, 2004), hlm. 25.

[10]Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), hlm. 163.

Dengan melihat beberapa aspek tersebut dapat dipahami bahwa pelayanan menjadi aspek yang tidak dapat ditinggalkan dalam upaya menarik simpati nasabah atau calon nasabah. Pelayanan yang baik dan benar akan menciptakan kesan tersendiri, khususnya bagi anggota nasabah. Jika nasabah simpati, kedepannya akan menimbulkan kepercayaan sehingga pemasaran produk jasa lembaga keuangan akan berjalan lebih lancar. Pelayanan yang baik juga merupakan daya penarik bagi karena itu pemberian pelayanan yang menyeluruh dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan, pemenuhan kebutuhan, dan mewujudkan kepuasan nasabah menjadi solusi dan alternatif yang dapat dilakukan agar mampu menarik simpati nasabah.[11]

Menurut teori yang dikemukakan oleh Kotler menyatakan bahwa jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak bank tidak hanya sekedar sikap dan tingkah laku para karyawan dalam menghadapi nasabah, tetapi juga harus memberikan pelayanan prima yang sebagai usaha untuk mencapai kepuasan nasabah dapat berpedoman pada variabel pelayanan prima atau *service excellence.*[12]

Bank sebagai salah satu lembaga pada industri keuangan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa, harus dapat memberikan pelayanan terbaiknya untuk dapat memenangkan persaingan dalam situasi yang bergerak maju dengan cepat serta semakin kompetitif. Untuk mendukung pencapaian tujuan tersebut, maka lembaga

---

[11]H. Malayu S.P. Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2011), hlm. 152.

[12]Immanuel Edy Suranta Sebayang, "Pengaruh *Service Excellence* terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Sumur Kantor Cabang Pembantu USU", Jurnal Ilmiah Skylandsea, Vol. 3, No. 1, Februari 2019, hlm. 299.

perbankan harus menyiapkan karyawan yang kompeten, handal, dapat dipercaya, serta mampu menangani berbagai kebutuhan nasabahnya.[13]

Oleh karena itu, sebuah usaha perbankan harus mampu memberikan sebuah pelayanan yang prima. Dimana, pelayanan yang prima tersebut dapat dijadikan sebagai sebuah keunggulan dibandingkan dengan usaha perbankan lainnya sehingga mampu bertahan dalam iklim persaingan yang ketat.[14]

Untuk mencapai suatu pelayanan yang prima pihak perusahaan haruslah memiliki keterampilan tertentu, diantaranya berpenampilan baik dan rapi, bersikap ramah, memperlihatkan gairah kerja dan sikap selalu siap untuk melayani, tenang dalam bekerja, tidak tinggi hati karena merasa dibutuhkan, menguasai pekerjaannya baik tugas yang berkaitan pada bagian atau departemennya maupun bagian lainnya, mampu bekomunikasi dengan baik, mampu mengerti dan memahami bahasa isyarat (*gesture*) pelanggan serta memiliki kemampuan menangani keluhan pelanggan secara profesional.[15]

Menurut Barata pelayanan prima (*service excellence*) terdiri dari 6 unsur pokok, antara lain:

1. Kemampuan (*Ability*)
2. Sikap (*Attitude*)
3. Penampilan (*Appearance*)
4. Perhatian (*Attention*)

---

[13]Ikatan Bankir Indonesia, *Kualitas Layanan Perbankan*,...,hlm. 62.

[14]Nada Akrobin, *Skripsi : Pengaruh Service Excellence terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus pada Nasabah Bank Syariah Mandiri di Kota Yogyakarta)*, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2019), hlm. 2.

[15]Arista Atmadji, *Layanan Prima dalam Praktik Saat Ini*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hlm. 1-2.

5. Tindakan (*Action*)
6. Tanggung jawab (*Accountability*)

Sedangkan menurut Tjiptono, pelayanan prima (*service excellence*) terdiri dari 4 unsur pokok, antara lain:[16]

1. Kecepatan.
2. Ketepatan.
3. Keramahan.
4. Kenyamanan.

Dari berbagai macam unsur pokok tersebut pada faktanya belum menjadi pedoman khusus yang diterapkan oleh pihak perbankan. Berbagai macam keluhan dari nasabah masih banyak membanjiri warta berita dari media online salah satunya. Banyak nasabah mengeluhkan terkait pelayanan yang kurang maksimal bahkan mengecewakan. Salah satu contohnya adalah pembenahan ATM bermasalah, kurangnya tempat duduk yang disediakan sehingga banyak nasabah yang harus rela mengantri sambil berdiri, kurang menyebarnya mesin ATM yang disediakan, dan memberikan pelayanan yang tidak ramah serta ketus terhadap nasabah.

Kenyataannya, pelayanan yang baik pada akhirnya akan mampu mempertahankan pelanggan yang ada (lama) untuk terus mengonsumsi atau membeli produk yang kita tawarkan, serta akan mampu pula untuk menarik calon pelanggan baru untuk mencobanya. Pelayanan yang optimal pada akhirnya juga

[16] Arista Atmadji, *Layanan Prima* ..., hlm. 2.

akan mampu meningkatkan *image* Bank Syariah sehingga kepuasan nasabah dan citra Bank Syariah turut meningkat pula.[17]

Keberhasilan dari pemberian kualitas pelayanan ditujukan para nasabah dengan adanya rasa puas dari para nasabah, itu berarti semakin baik pengelolaan pelayanan yang diberikan Bank Muamalat Indonesia kepada nasabah. Kenyataannya, antara harapan nasabah dengan kenyataan dan pelayanan yang diberikan sering kali terjadi sebaliknya. Tidak sedikit nasabah yang mengungkapkan kritikan dan keluhan karena pelayanan yang diberikan kurang atau bahkan tidak memuaskan. Bahkan ada juga nasabah yang merasa tidak puas namun mereka tidak menyampaikan keluhan dan langsung saja beralih ke bank lain.

Kritikan dan keluhan tersebut yang dapat menimbulkan persepsi nasabah, apabila hal tersebut dibiarkan terus menerus dapat menurunkan tingkat kepercayaan nasabah. Bukan menjadi hal yang tidak mungkin apabila nasabah beralih ke bank lain karena mereka merasa bank tersebut lebih mampu memberi pelayanan yang dapat memuaskan mereka. Tidak hanya dibayangi akan kekhawatiran nasabah akan memilih dilayani oleh bank pesaing, namun kini banyak bank juga mulai membidik sasaran usaha mikro sebagai sumber pendapatannya, otomatis bank harus memutar otak agar tidak tergeser oleh pesaing dan tetap eksis dan dapat melayani kebutuhan masyarakat mikro.

Service excellence merupakan unsur penting yang memiliki kaitan erat dengan keberhasilan BMI dalam mempertahankan nasabahnya dengan melayani

---

[17]Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 2-3.

sampai nasabah mencapai tingkat kepuasan dan menjadi loyal terhadap BMI. Selanjutnya *service excellence* harus menjadi bagian dari budaya BMI yang tercermin dalam visi, misi dan komitmen ini, BMI harus mampu menerapkan layanan yang unggul pada anggota dan selalu mengukur tingkat kepuasan nasabah, apakah pelayanan yang diberikan sudah memenuhi standart atau masih perlu dibenahi, karena keinginan nasabah sering kali berubah-ubah sehingga BMI harus selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabahnya maka pelanggan tidak akan ragu untuk selalu kembali ke BMI tersebut, karena mereka selalu dipuaskan dengan pelayanan yang di berikan.

Berdasarkan uraian diatas bagaimana *service excellence* yang diberikan oleh bank kepada nasabah dapat meningkatkan kepuasan nasabah dibank tersebut. Seberapa besar nasabah merasa puas terhadap berbagai macam variabel yang telah diberikan serta dapat digunakan untuk melakukan berbagai transaksi nasabah. Oleh karena itu, peniliti tertarik dan muncul rasa ingin tahu, sehingga akan dilakukan analisis yang berjudul **"Analisis Pengaruh Service Excellenceterhadap Kepuasan Nasabah di Bank Mualamat Indonesia Kantor Cabang Kediri"**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat diidentifikasikan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Bank memerlukankaryawan yang memiliki *Ability* (kemampuan) tertentu yang diperlukan untuk menunjang program *service excellence* (layanan

prima) pada bank syariah mengingat tidak semua sumber daya insani bukanlah lulusan dari perbankan atau perbankan syariah melainkan berasal dari berbagai macam jurusan.

2. *Attitude* (sikap) yang dikeluhkan nasabah terkait pelayanan yang tidak ramah dan ketus.
3. *Appearance* (penampilan) yang menarik baik fisik dan non fisik yang merefleksikan diri dan kreadibilitas karyawan kepada nasabahnya.
4. Karyawan diharapkan mampu memberikan *Attention* (perhatian) kepada nasabah akan kebutuhan dan keinginan pelanggan.
5. Nasabah menginginkan *Action* (tindakan) nyata yang dibuhkan karyawan untuk memberikan pelayanan yang baik.
6. Sikap *Accountability* (tanggung jawab) yang diperlukan sebagai wujud keberpihakan karyawan kepada nasabah.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh *Ability* (kemampuan) terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri?
2. Bagaimana pengaruh *Attitude* (sikap) terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri?
3. Bagaimana pengaruh *Appearance* (penampilan) terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri?
4. Bagaimana pengaruh *Attention* (perhatian) terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri?

5. Bagaimana pengaruh *Action* (tindakan) terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri?
6. Bagaimana pengaruh *Accountability* (tanggung jawab) terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri?
7. Bagaimana pengaruh *Ability* (kemampuan), *Attitude* (sikap), *Appearance* (penampilan), *Attention* (perhatian), *Action* (tindakan), dan *Accountability* (tanggung jawab) terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh *Ability* (kemampuan) terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.
2. Untuk menganalisis pengaruh *Attitude* (sikap) terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.
3. Untuk menganalisis pengaruh *Appearance* (penampilan) terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.
4. Untuk menganalisis pengaruh *Attention* (perhatian) terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.
5. Untuk menganalisis pengaruh *Action* (tindakan) terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.
6. Untuk menganalisis pengaruh *Accountability* (tanggung jawab) terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

7. Untuk menganalisis pengaruh *Ability* (kemampuan), *Attitude* (sikap), *Appearance* (penampilan), *Attention* (perhatian), *Action* (tindakan), dan *Accountability* (tanggung jawab) terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

E. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat menambah dalam pengembangan ilmu perbankan khususnya terkait 6A unsur pokok *service excellence* dan untuk memperluas cakrawala pengetahuan pada umumnya.

2. Manfaat Praktis

   a. Bagi Manajemen Perbankan/Lembaga Keuangan Syariah

      Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan kepada Bank Mualamat Kantor Cabang Kediri dalam melayani nasabah yang datang untuk menciptakan kepuasan nasabah.

   b. Bagi Pihak Akademik

      Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan penambahan referensi atau tambahan koleksi buku di perpustakaan IAIN Tulungagung dan dapat memberikan sumbangan konsep dalam pemecahan masalah khususnya bagi mahasiswa IAIN Tulungagung.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai bahan penelitian selanjutnya dan sebagai pengembangan penelitian lanjut dimasa yang akan datang.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup dalam penelitian ini mencangkup beberapa variabel yang terdiri dari 6A unsur pokok *service excellence*. Sub variabel yang akan dikaji dan diteliti dari *service excellence*yang meliputi kemampuan (*Ability*), sikap (*Attitude*), penampilan (*Appearance*), perhatian (*Attention*), tindakan (*Action*), tanggung jawab (*Accountability*). Penelitian ini akan dilakukan kepada sebagian nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

2. Keterbatasan Penelitian

Adapun beberapa keterbatasan penelitian ini antara lain sampel penelitian yang digunakan terbatas. Selain itu peneliti tidak dapat meminta semua data dikarenakan terkait masalah privasi bank.

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

Dalam penelitian ini, terdapat 6 (lima) variabel penelitian :

a. Variabel Bebas (X), yaitu variabel yang nilainya tidak tergantung pada variabel lain. Adapun variabel bebas yang berkaitan dengan penelitian ini adalah :

1) Secara umum Kemampuan *(Ability)* adalah pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program layanan prima. Menurut Atep Adya Barata, Kemampuan adalah pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program pelayanan prima, yang meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni, melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi, dan mengembangkan *public relation* sebagai instrument dalam membina hubungan kedalam dan keluar organisasi atau perusahaan.[18] Menurut Rangkuti bahwa Ability/ Kemampuan atau bisa dikatakan keandalan adalah kemampuan untuk melaksanakan jasa yang telah dijanjikan secara konsisten dan dapat diandalkan (akurat).[19]

2) Secara umum Sikap *(Attitude)* adalah perilaku atau perangai yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan. Menurut Freddy Rangkuti Sikap adalah perilaku atau perangai yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan. Sikap mencerminkan perilaku atau gerak-gerik yang terlihat pada diri seseorang ketika dia menghadapi situasi tertentu

[18] Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima…*,hlm. 31

[19] Freddy Rangkuti, *Customer Care Excellece*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2017), hlm. 138.

atau ketika berhadapan dengan orang lain.[20] Menurut Shinta, Sikap konsumen adalah faktor penting yang mempengaruhi konsumen. Konsep sikap sangat terikat dengan kepercayaan dan perilaku. Sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek apakah disukai atau tidak.[21]

3) Menurut pendapat Atep Adya Barata, Penampilan *(Appearance)* berupa fisik saja atau nonfisik yang mampu merefleksikan diri dan kredibilitas orang tersebut kepada pihak lain. Menurut Rozali bahwa penampilan Fisik disini adalah cara berpakaian atau berhias, dan ekspresi wajah. Sedangkan yang non fisik lebih kepada kepribadian dari yang memberikan pelayanan serta ketulusan hati dalam memberikan pelayanan yang nantinya akan terpancar pada ekspresi wajah.[22]

4) Perhatian *(Attention)* menurut Atep Adya Barata artinya kepedulian penuh terhadap nasabah, baik yang berkaitan dengan perhatian dan kebutuhan serta keinginan nasabah maupun pemahaman atas saran dan kritiknya.[23] Menurut Shinta perhatian adalah kapasitas pengolahan yang dialokasikan konsumen terhadap stimulus yang masuk.[24]

5) Menurut Atep Adya Barata, Tindakan *(Action)* adalah kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan layanan kepada pelanggan.[25]

---

[20] Freddy Rangkuti, *Customer Care Excellece*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2017), hlm. 50.

[21] Agustina Shinta. *Manajemen Pemasaran*. (Malang: Penerbit UB Press, 2011), hlm 41

[22] Yuli Azmi Rozali, *Implementasi Kecerdasan Emosional dalam Pelayanan Prima (Service Excellent)* Fakultas Psikologi Universitas Indonesia Esa Unggul, (Jakarta: Forum Ilmiah Indonusa), Vol 5 No 2 mei 2008, hlm.96

[23] Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima…*,hlm. 31

[24] Agustina Shinta. *Manajemen Pemasaran*….,hlm 33

[25] Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima…*,hlm. 31

Menurut Sumadayo, Tindakan adalah suatu gerak kegiatan yang sengaja dilakukan dengan tujuan tertentu, yang dalam penelitian ini terbentuk rangkaian siklus kegiatan.[26]

6) Tanggungjawab *(Accountability)* adalah suatu sikap dan keberpihakan kepada nasabah sebagai suatu wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.[27] Perbankan harus memberikan rasa aman bagi para nasabahnya seperti yang dikatakan oleh Rangkuti bahwa "Keamanan, merupakan usaha untuk memberikan rasa aman dan membebaskan pelanggan dari adanya bahaya, risiko, dan keraguan. Kemudian Akuntabilitas, yaitu dapat dipertanggung jawabkan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku".[28]

b. Variabel Terikat (Y), yaitu variabel yang nilainya bergantung pada variabel lain. Adapun yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah :

1) Kepuasan Nasabah, adalah kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan oleh konsumen.[29]

2. Definisi Operasional

Dari penjelasan secara konseptual diatas dapat diketahui bahwa yang dimaksud dengan analisis pengaruh faktor 6A *service excellence* terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri adalah

---

[26] Sumadayo, *Penelitian Tindakan Kelas*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 21

[27] Immanuel Edy Suranta Sebayang, "Pengaruh *Service Excellence*...", hlm. 300.

[28] Freddy Rangkuti, *Customer Care Excellece*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2017), hlm. 345-346.

[29]Sangadji, dkk., *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), hlm. 182.

seberapa besar pengaruh pelayanan prima yang terdiri dari varibel-variabel yang telah disebutkan antara lain kemampuan, perhatian, tindakan, perhatian, penampilan, dan tanggung jawab yang diberikan oleh karyawan kepada nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri, dimana keseluruhan faktor tersebut telah sesuai atau belum antara apa yang di terima dan yang di harapkan oleh nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri sehingga terciptanya kepuasan nasabah yang maksimal.

H. Sistematika Skripsi

Sistematika pembahasan dalam skripsi ini disajikan dalam enam bab yang di setiap babnya terdapat sub bab. Sebagai perincian dari bab-bab tersebut, maka sistematika pembahasan skripsi ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, untuk memberikan gambaran secara singkat apa yang akan dibahas dalam penelitian ini. Dalam bab pendahuluan ini membahas beberapa unsur yang terdiri dari: a) latar belakang masalah, b) identifiksasi dan pembatasan masalah, c) rumusan masalah, d) tujuan penelitian, e) kegunaan penelitian, f) hipotesis penelitian, g) penegasan istilah, h) sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori, dalam bab ini diuraikan berbagai teori, konsep dan anggapan dasar tentang teori dari variabel-variabel penelitian. Dalam bab ini terdiri dari: a) kerangka teori, b) penelitian terdahulu, c) kerangka konseptual.

Bab III Metode Penelitian, dalam bab ini memuat rancangan penelitian yang terdiri dari: a) rancangan penelitian, b) variabel penelitian, c) populasi dari sampel

penelitian, d) kisi-kisi instrumen, e) instrumen penelitian, f) data dan sumber data, g) teknik pengumpulan data, h) analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian, dalam bab ini memuat deskripsi singkat hasil penelitian, terdiri dari: a) deskripsi data, b) pengujian hipotesis.

Bab V Pembahasan, pada bab ini akan memuat pembahasan terkait dengan a) pembahasan rumusan masalah I, b) pembahasan rumusan masalah II, c) pembahasan rumusan masalah III, d) pembahasan rumusan masalah IV.

Bab VI Penutup, pada bab ini akan memuat kesimpulan, implikasi penelitian, dan saran yang ditujukan kepada pihak yang berkepentingan yang dilanjutkan dengan bagian akhir skripsi, yakni daftar rujukan, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi dan daftar riwayat hidup.