

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga perbankan syariah terus berkembang di Indonesia, mulai dari pelosok desa hingga perkotaan, baik bank pemerintah yang berskala besar maupun bank swasta yang berskala kecil. Operasionalisasi bank syariah yang dirasakan kurang menjangkau bagi usaha masyarakat kecil dan menengah, sehingga muncul usaha untuk mendirikan lembaga keuangan syariah mikro seperti Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).¹ Bank syariah adalah bank dengan menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).²

Sejalan dengan industri perbankan nasional, perlambatan ekonomi berpengaruh terhadap laju pertumbuhan perbankan syariah. Aset perbankan syariah yang terdiri atas BUS, UUS dan BPRS, tercatat sebesar Rp. 248,1 triliun pada tahun 2013 atau tumbuh (24,2% yoy), lebih kecil tahun sebelumnya (34,0%, yoy). Walau mengalami perlambatan, pertumbuhan aset Perbankan Syariah tersebut lebih tinggi dibandingkan pertumbuhan aset perbankan secara nasional, dimana, secara keseluruhan dengan memasukkan BPRS terhadap industri perbankan nasional meningkat 4,61% menjadi 4,93% (OJK, 2015).³ Pertumbuhan jumlah Bank

¹ Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), hlm. 1.

² Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2011), hlm. 33.

³ Rozalinda, "Implementasi Pada Industri Perbankan Syariah", *Jurnal: Konsep Manajemen Sumber Daya Manusia*, Vol.1, No.1, hlm.107.

Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) selama ini relatif stagnan. Jumlah BPRS dari 158 menjadi 160. Sedangkan jumlah kantor masih tetap 398.⁴ Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.⁵ Tugas Bank Pembiayaan Rakyat Syariah cenderung lebih sempit jika dibandingkan dengan bank umum, ada beberapa jasa yang tidak boleh diselenggarakan oleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah antara lain pembukuan rekening giro dan jasa kliring.⁶

Di dalam pendirian Bank Pembiayaan Rakyat Syariah mengacu pada Undang-undang no.21 tahun 2008 sebagai pengganti Undang-undang no.10 tahun 1998. Dalam Undang-undang no.21 tahun 2008 dijelaskan bahwa BPRS adalah bank yang dalam kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yang tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembiayaan dan Undang-undang no.21 tahun 2008 bahwa jenis kegiatan usaha dari Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah menghimpun dana dari masyarakat yang berupa simpanan (tabungan) dan investasi (deposito), menyalurkan dana kepada masyarakat yang berupa pembiayaan, menempatkan dana pada bank syariah lainnya berupa titipan atau dalam bentuk investasi, memindahkan uang, dan menyediakan produk atau melakukan usaha bank syariah lainnya.⁷ Pertumbuhan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah lebih cepat dibandingkan dengan Bank Umum Syariah (BUS) ataupun Unit Usaha Syariah (UUS).

Salah satu Perbankan Syariah yang senantiasa menjaga kepuasan nasabah adalah BPRS Bhakti Sumekar. BPRS Bhakti Sumekar merupakan Lembaga Keuangan yang berbasis Syariah dalam segi operasionalnya. Melihat masyarakat semakin kritis selain produk, pelayanan sangat

⁴ M.Fakhri Husein, *Jurnal Ilmu Syariah dan Hukum*, "Analisis Kluster Perkembangan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) di Pulau Jawa" (Vol.49, No.1, Juni 2015), hlm.195.

⁵ Dr. Darmawan, M.AB; Dr. Muhammad Iqbal Fasa, M.E.I., *Manajemen Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: UNY Press, 2020), hlm 155.

⁶ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm 46.

⁷ *Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 pasal 21 a,b,c,d, Tentang Kegiatan Usaha Bank Pembiayaan Rakyat Syariah* (Jakarta, Juli 2008), hlm.6-11.

berpengaruh terhadap keberlangsungan perusahaan. Layanan sebagai bentuk promosi pertama kepada calon nasabah, apabila kualitas layanan unggul, maka nasabah akan senang untuk bertransaksi, begitupun sebaliknya.⁸ Hal tersebut menuntut Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) untuk semakin inovatif dalam memberikan pelayanan jasa untuk menarik minat nasabah, karena tanpa adanya inovasi lembaga keuangan bisa tenggelam dalam persaingan dengan bank lain yang semakin memenuhi pangsa pasar.

Dalam segi pelayanan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan, ada beberapa fasilitas yang kurang memadai salah satu contohnya adalah tempat parkir. Fasilitas tempat parkir yang kurang memadai membuat kendaraan nasabah kepanasan dan kehujanan, serta mengakibatkan kegelisahan nasabah akan keamanannya, karena bisa merusak kendaraan mereka. Hal tersebut justru akan mengganggu terhadap kenyamanan nasabah yang akan melakukan transaksi dan membuat nasabah merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan. Dan kotak saran juga tidak disediakan sehingga membuat nasabah merasa kesulitan untuk menyampaikan apa yang menjadi keluhan atau saran dari nasabah, karena BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan tidak memberikan alat mediasi untuk hal tersebut.⁹

Pelayanan merupakan sebuah aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan.¹⁰ Tanpa pelayanan yang baik, tidaklah mungkin hasil perusahaan dapat dinikmati oleh nasabahnya.¹¹ Pelayanan dan kepuasan nasabah adalah tujuan utama dalam perusahaan karena tanpa nasabah, perusahaan tidak akan ada.

⁸ Ach Zuhri dan Rudy Haryanto, Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah “Dimensi Carter Dalam Peningkatan Kualitas Layanan BPRS Bhakti Sumekar Sumenep”, (Vol.3, No.1, Juni, 2016), hlm.114.

⁹ Observasi Langsung, *Pelayanan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan* (25 Februari 2021) di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

¹⁰ Noviyanti, Faktor Pelayanan Yang Profesional Terhadap Kepuasan Pasien, (Pasuruan: CV.Penerbit Qiara Media, 2020), hlm.7.

¹¹ Soetanto Hadinoto, *Bank Ritel, Mikro, dan Konsumer*, (Jakarta: Gramedia, 2009), hlm.128.

Service excellent adalah suatu kepedulian kepada nasabah dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu royal kepada perusahaan.¹² Pelayanan prima merupakan kepedulian kepada nasabah dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya agar mereka selalu loyal kepada organisasi/perusahaan.¹³ Menurut Barata, Keberhasilan dalam mengembangkan dan melaksanakan pelayanan prima tidak terlepas dari kemampuan dalam menyelaraskan konsep Sikap (*Attitude*), Perhatian (*Attention*), Tindakan (*Action*), Kemampuan (*Ability*), Penampilan (*Apperance*), dan Tanggung Jawab (*Accountability*) kepada nasabahnya.¹⁴ Oleh karena itu sebuah usaha perbankan haruslah 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. Hal demikian dilakukan guna tercipta hubungan baik sehingga dapat mencapai kesejahteraan bersama serta menjaga kepuasan, kenyamanan dan integritas dari bank syariah itu sendiri.

Kepuasan nasabah merupakan harapan setiap perbankan, kepuasan nasabah merupakan perbandingan antara kenyataan yang dirasakan nasabah dengan apa yang diharapkan nasabah, sehingga nasabah dapat memberikan tanggapan yang positif dan negatif terhadap bank tersebut. Kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk. Jika kinerja produk atau jasa baik, pelanggan akan sangat puas dan senang.¹⁵

Irawati menyatakan reputasi dari sebuah perusahaan di definisikan sebuah persepsi atas kualitas yang berkaitan dengan citra perusahaan. Perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa

¹² Arista Atmadjati, SE.MM, *Layanan Prima Dalam Praktik Saat Ini*, (Yogyakarta: Deepublish, 2012), hlm.1.

¹³ Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2003), hlm 27.

¹⁴ Arista Atmadjati, SE.MM, *Layanan Prima Dalam Praktik Saat Ini*, (Yogyakarta: Deepublish, 2012), hlm.2.

¹⁵ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Bellas Jilid 1*" (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm.14.

mencoba untuk memperlihatkan citra perusahaannya, karena dengan citra yang baik akan memberi nilai tambah bagi perusahaan dan juga membuat para nasabah senang bila kondisi tempat perusahaan benar memberikan suasana yang nyaman. Citra perusahaan (*corporate image*) adalah cerminan dari identitas sebuah organisasi atau perusahaan. Berkembangnya ekonomi, teknologi dan daya pikir masyarakat, membangun berdasarkan akan hak untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan yang sesuai dengan harapan, sehingga dalam rangka pemenuhan kebutuhan dan keinginan tersebut harus diiringi oleh tingkat kepuasan. Jadi citra perusahaan dan pelayanan prima akan mempengaruhi kepuasan nasabah karena harapan nasabah sesuai dengan apa yang dibayangkan berupa manfaat jasa tersebut dan akan memberi kepuasan bagi nasabah yang nantinya membangun kesetiaan terhadap nasabah.

Beberapa penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh *service excellence* dan *corporate image* terhadap *customer satisfaction* dapat dilihat dari penelitian yang dilakukan oleh Mutmainnah yang menunjukkan bahwa kualitas layanan dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.¹⁶ Penelitian Handini Khaerunnisa yang menunjukkan bahwa Pengaruh *service excellence* Terhadap *customer satisfaction* berpengaruh signifikan.¹⁷ Selanjutnya penelitian Muhammad Nizar dan Badrus Soleh menunjukkan bahwa pelayanan prima berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.¹⁸ Penelitian Michael B. Pontoh, Lotje Kawet Kawet dan Willem A. Tumbuan menunjukkan bahwa Citra Perusahaan tidak berpengaruh

¹⁶ Mutmainnah, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah", *Jurnal: Manajemen dan Pemasaran Jasa*, Vol.10, No.2, (September:2017): hlm.201-216.

¹⁷ Handini Khaerunnisa, "Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah", *Jurnal: Studia Akuntansi dan Bisnis*, Vol.1, No.1, (2013-2014): hlm.47-60.

¹⁸ Muhammad Nizar dan Badrus Soleh, "Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah", *Jurnal Ekonomi Islam, Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Yudhartha Pasuruan*, Vol. 8 (2017), No.2, hlm.261.

signifikan terhadap kepuasan nasabah.¹⁹ Serta penelitian Lina Dianto menunjukkan bahwa Pengaruh *service excellence* Terhadap *customer satisfaction* berpengaruh positif.²⁰

Pada penelitian terdahulu diatas dapat disimpulkan bahwa *service excellence* dan *coporate image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. Tetapi ada salah satu penelitian yang menunjukkan variabel *Corporate Image* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dari sinilah menarik minat penulis untuk meneliti pengaruh *service excellence* dan *coporate image* terhadap *customer satisfaction*. Objek penelitian yang dipilih yakni BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan di Jln. Masagit, Gladak Anyar. Kec. Pamekasan, Kabupaten Pamekasan, Jawa Timur.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi peneliti. Dengan kondisi BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan yang mempunyai produk yang relatif sedikit dan tetap, strategi pemasaran yang masih bersifat lokal dan persaingan yang cukup ketat menyebabkan kurang dikenal oleh masyarakat secara umum. Selain itu, sejak terjadinya pandemi *Corona Virus Disiase (Covid-19)* hanya memikirkan bagaimana caranya agar lembaga keuangan tersebut tidak *collap*.

Dari paparan sebelumnya sangat jelas, bahwa *service excellence*, *coporate image* dan *customer satisfaction* penting untuk diterapkan oleh BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan untuk meningkatkan *customer satisfaction*, karena dengan diterapkannya yang *service excellence* dan *coporate image* yang baik akan menciptakan kepuasan bagi para nasabahnya. *service excellence* dan *coporate image* sangat penting bagi suatu lembaga keuangan

¹⁹ Michael B.Pontoh, Lotje Kawet Kawet dan Willem A.Tumbuan, “Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Cabang Manado”, *Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 2, No.3 (2014).

²⁰ Lina Dianto, “Studi Pengaruh *Service Excellence* Terhadap *Customer Satisfaction* Pada Bank Mandiri KCP Bratang Binangun”, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, Vol.3, No.2 (Mei 2014): hlm.3.

syariah, baik dalam menarik calon nasabah baru maupun dalam mempertahankan nasabah yang ada.

Berdasarkan penjelasan di atas serta adanya beberapa hasil penelitian terdahulu yang saling berbeda, maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul **“Pengaruh *Service Excellence* dan *Corporate Image* Terhadap *Customer Satisfaction* di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan ”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka yang menjadi fokus penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh *service excellence* terhadap *customer satisfaction* pada BPRS. Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan ?
2. Apakah terdapat pengaruh *corporate image* terhadap *customer satisfaction* pada BPRS. Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan ?
3. Apakah terdapat pengaruh *service excellence* dan *corporate image* terhadap *customer satisfaction* pada BPRS. Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan?

C. Tujuan Penelitian

Setiap kegiatan penelitian pasti mempunyai tujuan yang ingin dicapai, sedangkan tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *service excellence* terhadap *customer satisfaction* pada BPRS. Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan.

2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *corporate image* terhadap *customer satisfaction* pada BPRS. Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *service excellence* dan *corporate image* terhadap *customer satisfaction* pada BPRS. Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan.

D. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar atau postulat tentang suatu hal berkenaan dengan masalah penelitian yang kebenarannya sudah di terima oleh peneliti.²¹ Asumsi sangat diperlukan dalam melakukan suatu penelitian agar seorang peneliti memiliki dasar berpijak yang kokoh terhadap masalah yang diteliti. Asumsi penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Customer satisfaction* dipengaruhi oleh *service excellence* dan *corporate image*.
2. Jika *service excellence* dan *corporate image* efektif dilaksanakan, maka akan menciptakan *customer satisfaction*.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris. Hipotesis merupakan jawaban terhadap masalah penelitian yang secara teoritis dianggap paling mungkin dan paling tinggi tingkat kebenarannya.²² Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₁: *Service excellence* berpengaruh terhadap *Customer satisfaction* pada BPRS. Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan.

H₂: *Corporate image* berpengaruh terhadap *Customer satisfaction* pada BPRS. Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan.

²¹ Tim Penyusun Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Edisi Revisi*, (Pamekasan: IAIN Madura, 2020), hlm.17.

²² *Ibid.*, hlm.18.

H₃: *Service excellence* dan *corporate image* berpengaruh terhadap *Customer satisfaction* pada BPRS. Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan.

F. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan secara teoritis dan praktis, yaitu:

1. Kegunaan Secara Teoritis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan sebagai media untuk menerapkan teori-teori yang telah dipelajari di bangku perkuliahan sehingga dapat memahami ilmu yang telah dipelajari tersebut dengan baik, menambah referensi, dan wawasan pengetahuan yang luas tentang pengaruh *service excellence* dan *corporate image* terhadap *customer satisfaction* di lembaga keuangan syariah.

b. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan referensi dipergustakaan yang memberikan informasi dan wawasan bagi mahasiswa khususnya mahasiswa Perbankan Syariah Institut Agama Islam Madura serta menjadi acuan dalam penelitian selanjutnya.

2. Kegunaan Secara Praktis

a. Bagi BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan

Penelitian yang dilakukan ini berharap dapat memberikan kontribusi bagi lembaga keuangan syariah agar lebih menyadari pentingnya meningkatkan *service excellence* dan *corporate image* dalam menciptakan *customer satisfaction*.

b. Bagi masyarakat umum

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan mengenai *Service Excellence* dan *Corporate Image* dan juga sebagai acuan bahwa dengan adanya *Service Excellence* dan *Corporate Image* nasabah dapat merasa puas terhadap layanan dan juga transaksi.

G. Ruang Lingkup Penelitian

1. Variabel Penelitian

Adapun variabel yang menjadi fokus penelitian dalam penelitian ini terdiri dari variabel Dependen dan variabel Independen. Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.²³ Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Customer Satisfaction* (Y). Sedangkan variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).²⁴ Variabel independen dalam penelitian ini yaitu *service excellence* (X₁) dan *corporate image* (X₂).

a. *Service Excellence* (X₁):

Service excellence merupakan variabel independen (X₁). Terdapat enam komponen dalam *service excellence* yaitu:²⁵

- 1) Kemampuan (*ability*)
- 2) Sikap (*attitude*)
- 3) Penampilan (*appearance*)
- 4) Perhatian (*attention*)
- 5) Tindakan (*action*)
- 6) Tanggungjawab (*accountability*)

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm.39.

²⁴ Ibid.

²⁵ Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2003), hlm 24

b. Corporate Image (X2):

Corporate image merupakan variabel independen (X₂). Dapat diukur dengan empat dimensi sebagai berikut:²⁶

- 1) Kepribadian (*Personality*)
- 2) Reputasi (*Reputation*)
- 3) Nilai (*Value*)
- 4) Identitas Perusahaan (*Corporate Identity*)

c. Customer satisfaction (Y)

Customer satisfaction merupakan variabel dependen (Y), Pelanggan yang puas memiliki karakteristik sebagai berikut:²⁷

- 1) Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*)
- 2) Dimensi Kepuasan Pelanggan (*Dimensions of Customer Satisfaction*)
- 3) Konfirmasi Harapan (*Confirmation of Expectations*)
- 4) Minat Pembeli Ulang (*Repurchase Intem*)
- 5) Kesediaan Untuk Merekomendasi (*Willingness to Recommend*)
- 6) Ketidakpuasan Pelanggan (*Customer Dissatisfaction*)

2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah nasabah BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan.

²⁶ Neni Dyah Purwanti, Sugiono, dan Dewi Hardiningtyas, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan, (Studi Kasus: Pt. Pln (Persero) Rayon Malang Kota)", *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Sistem Industri*, Vol.3, No.2, hlm.245.

²⁷ Kashmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo, 2004), hlm 96.

H. Definisi Istilah

Definisi istilah atau definisi operasional diperlukan untuk menghindari perbedaan pengertian atau kekurangjelasan makna. Istilah yang perlu dijelaskan adalah istilah-istilah yang berhubungan dengan konsep-konsep pokok yang terdapat dalam skripsi.²⁸ Untuk itu peneliti merumuskan definisi istilah yang terdapat dalam judul penelitian ini. ada beberapa istilah yang perlu peneliti definisikan, antara lain:

1. *Service excellent*

Service excellent adalah suatu kepedulian kepada nasabah dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu royal kepada perusahaan.²⁹

2. Citra Perusahaan

Citra adalah sebuah cerminan dari identitas sebuah organisasi atau perusahaan. Citra perusahaan yang baik dimaksudkan agar perusahaan dapat tetap hidup dan orang-orang didalamnya terus mengembangkan kreativitas bahkan memberikan manfaat yang lebih berarti bagi orang lain.

3. Kepuasan

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.³⁰

²⁸ Tim Penyusun Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Edisi Revisi*, (Pamekasan: IAIN Madura, 2020), hlm.19-20.

²⁹ Arista Atmadjati, SE.MM, *Layanan Prima Dalam Praktik Saat Ini*, (Yogyakarta: Deepublish, 2012), hlm.1.

³⁰ Dr.Lili Suryati, S.E, M.M., AMA., CITA, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: CV.Budi Utama, 2015), hlm.87

I. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. serta digunakan sebagai pedoman dalam pemecahan masalah. Berikut adalah hasil-hasil penelitian terdahulu:

Table 1.1

Kajian Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Rumusan Masalah	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Mutmainnah	Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah ³¹	Apakah terdapat Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah?	Populasi sekaligus sampel penelitian ini adalah nasabah tabungan sebagai individu yang memiliki karakteristik setor tunai dan tarik tunai minimal tiga	kualitas layanan dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan baik terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah

³¹ Mutmainnah, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah", *Jurnal: Manajemen dan Pemasaran Jasa*, Vol.10, No.2, (September:2017): hlm.201-216.

				kali	tabungan.
2.	Handini Khaerunnisa	Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah ³²	Apakah terdapat pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah?	Jenis Penelitian yang digunakan yaitu survei dengan pendekatan kuantitatif	Terdapat pengaruh langsung dan positif pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah
3.	Muhammad Nizar dan Badrus Soleh	Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah ³³	Apakah terdapat pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah?	Teknik pengumpulan data dan pengolahan data, yaitu berupa: Kuesioner, Observasi, Studi pustaka dan Populasi	Pengaruh pelayanan prima (X) terhadap kepuasan nasabah (Y) menunjukk n bahwa terdapat pengaruh signifikan.

³² Handini Khaerunnisa, "Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah", *Jurnal: Studia Akuntansi dan Bisnis*, Vol.1, No.1, (2013-2014): hlm.47-60.

³³ Muhammad Nizar dan Badrus Soleh, "Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah", *Jurnal: Ekonomi Islam*, Vol.8, No.2, (Juni:2017):hlm.257-276.

4.	Michael B. Pontoh, Lotje Kawet Kawet dan Willem A.Tumbuan	Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan nasabah di Bank BRI Cabang Manado ³⁴	Apakah terdapat pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah?	Metode penelitian menggunakan jenis asosiatif dengan teknik analisa data menggunakan regresi linear berganda.	Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Secara parsial citra perusahaan tidak berpengaruh
----	---	---	--	---	--

³⁴ Michael B.Pontoh, Lotje Kawet Kawet dan Willem A.Tumbuan, “Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Cabang Manado”, *Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 2, No.3 (2014).

					signifikan terhadap kepuasan nasabah.
5.	Lina Dianto	Pengaruh <i>Service Excellence</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Pada Bank Mandiri KCP Bratang Binangun Surabaya ³⁵	Apakah terdapat pengaruh <i>Service Excellence</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Pada Bank Mandiri KCP Bratang Binangun Surabaya?	Penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, <i>Mean</i> , dan <i>Standart Deviation</i> , <i>Regresion</i> .	Pengaruh <i>Service Excellence</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> berpengaruh positif.

³⁵ Lina Dianto, "Pengaruh *Service Excellence* Terhadap *Customer Satisfaction* Pada Bank Mandiri KCP Bratang Binangun Surabaya", *Jurnal: Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, Vol.3, No.2, (September:2014):hlm.1-11

