

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Semakin majunya perkembangan perekonomian saat ini, Lembaga Keuangan Syariah seperti Koperasi Simpan Pinjam dan dan Pembiayaan Syariah kini mulai menarik perhatian, dikarenakan KSPPS ini lebih merakyat dan mampu menjangkau transaksi keuangan syariah lingkup mikro didaerah yang tidak bisa dilayani oleh bank umum maupun bank umum yang membuka unit syariah. PT BPRS Sarana Prima Mandiri lebih dikenal dengan sebutan Bank Syariah SPM di wilayah Madura yang religius mampu memenuhi kebutuhan masyarakat Madura dalam bertransaksi sesuai syariah Islam. Kebutuhan masyarakat akan fungsi bank sebagai penyalur uang dan tempat peminjaman uang untuk bisnis membuat bank menjadi sangat dibutuhkan masyarakat.

Perusahaan dituntut berusaha menciptakan keunggulan agar tetap survive akan persaingan. Kualitas yang optimal atas kinerja yang diberikan kepada nasabah. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap nasabah agar nasabah merasa mempunyai nilai lebih dari yang diharapkan. Kualitas merupakan salah satu indikator penting bagi perusahaan untuk dapat eksis ditengah ketatnya persaingan dalam industri. Kualitas didefinisikan sebagai totalitas dari karakteristik suatu produk yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dispesifikasikan atau ditetapkan. Pelayanan (*customer service*) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan

kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan (membantu apa yang diperlukan seseorang).¹ Kualitas layanan ditentukan oleh bagaimana tingkat kesesuaian antara pelayanan yang diberikan dengan harapannya. Nasabah menilai kinerja pelayanan yang diterima dan dirasakan langsung terhadap produk suatu layanan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan akan semakin tinggi tingkat kepuasannya, selanjutnya akan berdampak positif bagi perilaku niat seseorang dalam menyikapi pelayanan tersebut.²

Citra perusahaan merupakan salah satu bagian terpenting yang dimiliki oleh suatu perusahaan, baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil. Citra perusahaan merupakan hasil dari kumpulan proses di mana konsumen membandingkan berbagai atribut yang dimiliki oleh perusahaan. Atribut yang dimaksud misalnya, produk, harga, kualitas produk dan kualitas layanan.³ Bill Canton memberikan pengertian citra sebagai kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi. Dengan terbentuknya citra yang baik dimata

¹ Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: Unitomo Press, 2019), hlm. 57.

² Luh Ayu Mulyaningsih, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank OCBC NISP di Denpasar", *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5 No. 1, 2016, hlm. 2.

³ A.A,Ayu Ratih Permata Sari, *Kepercayaan Pelanggan Diantara Hubungan Citra Perusahaan dan Kewajaran Harga dengan Loyalitas Pelanggan Mapemall.Com*, (Jateng: Lakeisha, 2019), hlm. 12.

pelanggan, hal ini akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan tersebut.⁴

Kepuasan nasabah merupakan hal penting yang harus dipertahankan perusahaan. Menurut Kotler dan Amstrong kepuasan nasabah merupakan tingkat di mana kinerja anggapan produk sesuai dengan ekspektasi nasabah.⁵ Kepuasan dan ketidakpuasan nasabah terhadap suatu produk atau jasa akan mempengaruhi perilaku selanjutnya, jika konsumen puas ia akan menunjukkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk membeli kembali produk atau jasa tersebut. Para nasabah yang tidak puas akan bereaksi sebaliknya, akan meninggalkan dan mencari serta membeli produk atau jasa yang lain. Dalam memenuhi kebutuhan, masing-masing nasabah sangatlah berbeda. Perbedaan motivasi dan karakteristik nasabah dapat menghasilkan kebutuhan nasabah yang berbeda pula.⁶

Komplain dan keluhan saling berhubungan terhadap tingkat kualitas layanan dan citra perusahaan, dapat diartikan jika pelayanan jasa membosankan, petugas bank tidak dapat menjawab pelayanan sederhana dengan cepat dan tepat, atau nasabah menunggu terlalu lama, maka nasabah berpikir dua kali untuk melakukan bisnis dengan perusahaan tersebut. Sedangkan apabila citra perusahaan semakin baik maka semakin tinggi tingkat

⁴ Erwina Safitri, "Pengaruh Kualitas pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Service Center (Studi pada Pelanggan Samsung Service di Kota Malang), *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Vol. 21 No. 1, 2016, hlm. 93.

⁵ M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, (Yogyakarta: Deepublish, 2012) hlm. 133.

⁶ Wirdayani Wahab, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian Syariah di Kota Pekanbaru" *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, Vol. 2 No. 1, 2017, hlm. 30.

kepuasan nasabah dan sebaliknya apa bila citra perusahaan semakin buruk maka semakin rendah pula tingkat kepuasan nasabah.⁷

Bank Syariah SPM Pamekasan memiliki 1 Kantor Cabang di Jl. Trunojoyo No.56 Bangkalan, 1 Kantor Kas di Jalan Raya Bandaran Pamekasan. BPRS Sarana Prima Mandiri merupakan Bank yang berbasis syariah yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam hal pembiayaan, tabungan dan investasi. Selain itu merupakan Bank yang menyediakan layanan Tarik tunai tanpa kartu yang menjadikan lebih mudah dan praktis tanpa takut kartu ketinggalan ataupun hilang.

Demikian pula halnya dengan BPRS SPM Pamekasan sangat memperhatikan kualitas pelayanannya dan selalu mempertimbangkan faktor lain agar memberikan citra positif tentang perusahaannya. Namun, berdasarkan penelitian awal yang penulis lakukan pada BPRS SPM Pamekasan (Studi Kasus Nasabah di Kantor Kas Bandaran Kec. Tlanakan Kab. Pamekasan), penulis mendapati beberapa masalah diantaranya yaitu BPRS SPM Pamekasan (Studi Kasus Nasabah di Kantor Kas Bandaran Kec. Tlanakan Kab. Pamekasan) memiliki pelayanan yang belum maksimal dalam memenuhi harapan nasabah dalam pelayanan. Selain itu kurangnya informasi yang diberikan oleh agen kepada beberapa nasabah sehingga nasabah merasa kurang puas. Disamping itu permasalahan lain adalah masih kurangnya kepercayaan nasabah terhadap perusahaan/bisnis asuransi, hal ini disebabkan karena perusahaan belum dikenal oleh semua kalangan masyarakat.

⁷ Luh Ayu Mulyaningsih, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank OCBC NISP di Denpasar", *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5 No. 1, 2016, hlm. 4-5.

Adapun indikator dari kualitas pelayanan yaitu (a) Berwujud (*tangibles*) merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. (b) Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan nasabah yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. (c) Ketanggapan (*responsiveness*) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada nasabah, dengan penyampaian informasi yang jelas. (d) Jaminan dan Kepastian (*assurance*) yaitu pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*). (e) Empati (*emphaty*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para nasabah dengan berupaya memahami keinginan nasabah. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang nasabah.⁸

⁸ Meithiana indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo Press, 2019), hlm. 54-65.

Kepuasan nasabah di BPRS SPM Pamekasan tercermin dari kualitas pelayanan yang diberikan, seperti halnya perlengkapan dan peralatan yang dibutuhkan oleh nasabah. Selain itu penampilan di BPRS SPM Pamekasan cukup baik dan sopan sehingga mendapatkan simpati yang baik dan menarik bagi masyarakat dan nasabah menjadi puas. BPRS SPM Pamekasan mengupayakan kebutuhan nasabah seperti memberikan jaminan tepat waktu (jatuh tempo) dan dalam penyampaian informasi sudah mengimbangi harapan nasabah. Semua keluhan nasabah di BPRS SPM Pamekasan direspon dengan sangat ramah, sopan dan santun serta menghargai dan memahami semua keluhan nasabah dalam pengoperasian yang nyaman bagi nasabah BPRS SPM Pamekasan.

Adapun indikator dari citra perusahaan yaitu (a) *Attitudes* (sikap), yaitu nama atau merek perusahaan dapat menarik nasabah pada asosiasi yang tinggi mengenai atribut suatu produk dan inovasi-inovasi pemasaran yang dilakukan oleh pemasar. (b) *People and Relationship* (orang dan hubungan), yaitu citra perusahaan dapat terlihat dari karakteristik karyawannya seperti pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. (c) *Value dan Programs* (nilai dan program), yaitu citra perusahaan dapat dilihat dari nilai-nilai dan program-program dari perusahaan yang tidak harus berhubungan dengan produk atau jasa yang dijual, misalnya bentuk kepedulian sosial, kepedulian terhadap lingkungan sekitar. (d) *Corporate Credibility* (kredibilitas perusahaan), yaitu citra perusahaan dapat berupa pendapat, atau pernyataan mengenai perusahaan, juga sikap percaya terhadap perusahaan yang kompeten dalam menjual produk atau jasa dan

menyampaikan jasanya, serta besarnya tingkat kesukaan juga ketertarikan bagi pelanggan bagi perusahaan.⁹

Perusahaan BPRS SPM Pamekasan telah membuktikan bahwa perusahaan tersebut dapat dipercaya seperti halnya perusahaan yang mempunyai rasa tanggung jawab dan kinerja keamanan transaksi sebuah bank. Memiliki image yang baik dimata masyarakat akan menjadi konsekuensi dan pembentukan citra suatu perusahaan yang memiliki nama baik perusahaan dan pengenalan perusahaan seperti logo, warna, dan slogan. Nasabah di BPRS SPM Pamekasan memiliki rasa bangga menjadi nasabah di BPRS SPM Pamekasan dikarenakan sikap manajemen yang peduli terhadap nasabahnya dan karyawan-karyawan yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan para nasabahnya.

Adapun strategi untuk membangun citra perusahaan yang baik yaitu dengan membangun kepercayaan kepada nasabah dengan melayani sepenuh hati, dan menjemput tabungan nasabah agar nasabah tidak perlu mendatangi kantor apabila jarak rumahnya terlalu jauh.

Berdasarkan penelitian diatas maka penulis sangat tertarik untuk melakukan suatu penelitian yang berhubungan dengan pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan. Maka dari itu penulis mengangkat judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS SPM Pamekasan (Studi Kasus Nasabah di Kantor Kas Bandaran Kec. Tlanakan Kab. Pamekasan)”**

⁹ Ibid, hlm 99-100

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti merumuskan masalah yaitu:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah BPRS SPM Pamekasan (Studi Kasus Nasabah di Kantor Kas Bandaran)?
2. Bagaimana pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah BPRS SPM Pamekasan (Studi Kasus Nasabah di Kantor Kas Bandaran)?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah BPRS SPM Pamekasan (Studi Kasus Nasabah di Kantor Kas Bandaran)?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian yang ingin didapat adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah BPRS SPM Pamekasan (Studi Kasus Nasabah di Kantor Kas Bandaran)
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah BPRS SPM Pamekasan (Studi Kasus Nasabah di Kantor Kas Bandaran)
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah BPRS SPM Pamekasan (Studi Kasus Nasabah di Kantor Kas Bandaran)

D. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar atau postulat tentang suatu hal yang berkenaan dengan masalah penelitian yang kebenarannya sudah diterima oleh peneliti. Fungsi anggapan dasar dalam sebuah penelitian adalah sebagai landasan berfikir dan bertindak dalam melaksanakan penelitian untuk menentukan dalam merumuskan hipotesis.¹⁰ Asumsi yang diajukan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah sehingga menumbuhkan ketertarikan dalam melakukan pembelian ulang.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris.

1. Hipotesis H_1 : Terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah BPRS SPM Pamekasan (Studi Kasus Nasabah di Kantor Kas Bandaran Kec. Tlanakan Kab. Pamekasan)
2. Hipotesis H_2 : Terdapat pengaruh signifikan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah BPRS SPM Pamekasan (Studi Kasus Nasabah di Kantor Kas Bandaran Kec. Tlanakan Kab. Pamekasan)
3. Hipotesis H_3 : Terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah BPRS SPM Pamekasan (Studi Kasus Nasabah di Kantor Kas Bandaran Kec. Tlanakan Kab. Pamekasan)

¹⁰ Tim Penyusun Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Pamekasan STAIN Pamekasan, 2015), hlm. 10.

F. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki banyak sekali manfaat terhadap beberapa pihak baik secara teoritis maupun praktis, adapun manfaat penelitian ini antara lain:

1. Bagi peneliti yaitu menyelesaikan tugas kuliah sehingga mendapatkan kelulusan dari IAIN Madura dan sebagai tambahan dalam pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Bagi IAIN Madura dapat menjadi tambahan referensi perpustakaan khususnya untuk Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bagi BPRS SPM Pamekasan penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang positif untuk meningkatkan kualitas pelayanan guna kemajuan dan kelangsungan perusahaan agar lebih baik lagi dari sebelumnya.

G. Ruang Lingkup Penelitian

1. Ruang Lingkup Variabel

Agar penelitian yang dilakukan dapat lebih fokus dan terarah, maka perlu adanya batasan mengenai materi yang akan diteliti terhadap karyawan sesuai dengan variabel yang diangkat dalam penelitian.

Penelitian ini menggunakan tiga variabel yang terdiri dari kualitas pelayanan (X_1), dan citra perusahaan (X_2) sebagai variabel bebas, dan kepuasan nasabah sebagai variabel terikat (Y). Agar variabel yang menjadi fokus tersebut tidak meluas, maka perlu adanya batasan terhadap materi yang akan diteliti.

- a. Untuk kualitas pelayanan, indikator-indikator yang akan diteliti meliputi:¹¹
 - 1) Berwujud
 - 2) Keandalan
 - 3) Ketanggapan
 - 4) Jaminan
 - 5) Empati

- b. Untuk citra perusahaan, indikator-indikator yang akan diteliti meliputi:
 - 1) Sikap
 - 2) Orang dan hubungan
 - 3) Nilai dan program
 - 4) Kredibilitas perusahaan

- c. Untuk kepuasan nasabah, indikator-indikator yang akan diteliti meliputi:
 - 1) Kesesuaian harapan
 - 2) Minat berkunjung kembali
 - 3) Kesiediaan merekomendasikan

2. Ruang Lingkup Lokasi

Adapun lokasi penelitian adalah BPRS SPM Pamekasan studi kasus di Kantor Kas di Jalan Raya Bandaran Pamekasan dan yang dijadikan objek

¹¹ Edy Sutrisno, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2009), hlm. 206-207.

penelitian dalam penulisan ini adalah nasabah pada BPRS SPM Pamekasan yang berjumlah 450 orang.

H. Definisi Istilah

Untuk menghindari kesalah fahaman mengenai maksud dari judul penelitian ini, maka perlu kiranya penelitian merumuskan definisi istilah yang terdapat dalam judul penelitian ini. Ada beberapa istilah yang perlu peneliti definisikan antara lain:

1. Kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan.¹²
2. Citra perusahaan adalah salah satu bagian terpenting yang dimiliki oleh suatu perusahaan, baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil. Citra perusahaan merupakan hasil dari kumpulan proses dimana nasabah membandingkan berbagai atribut yang dimiliki perusahaan.¹³
3. Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan nasabah setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang nasabah, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi nasabah dalam waktu yang lama.¹⁴

¹² Meithiana indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo Press, 2019), hlm. 61.

¹³ A.A.Ayu Ratih Permata sari, *Kepercayaan Pelanggan Di Antara Hubungan Citra Perusahaan Dan Kewajaran Harga Dengan Loyalitas Pelanggan Mapemall.Com* (Jateng: Lakeisha, 2020) hlm. 12.

¹⁴ Meithiana indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo Press, 2019), hlm. 82

I. Kajian Penelitian Terdahulu

Adanya kajian terdahulu yaitu untuk memberikan kajian empiris dan kerangka kajian teoritis bagi permasalahan sebagai dasar untuk penulis menemukan beberapa kajian teoritis bagi permasalahan sebagai dasar untuk penulis menemukan beberapa penelitian yang serupa dengan tema penelitian yang diangkat yaitu:

1. Mochammad Nuryanto, Sri Nuringwahyu, Ratna Nikin Hardati, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Kas UNISMA), hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap variabel terkait yaitu kepuasan nasabah. Variabel kualitas pelayanan dan citra perusahaan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah yang melakukan transaksi pada BRI Kas Unisma sebesar 55,7%, sedangkan 44,3% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Hal tersebut dibuktikan dari hasil koefisien determinasi yang menunjukkan nilai R^2 yaitu 0,557. Pengukuran uji F menunjukkan bahwa nilai $F = 182,887 > 3,04$ maka H_{a3} diterima dan dapat dijelaskan bahwa secara bersama-sama variabel bebas (kualitas pelayanan dan citra perusahaan) berpengaruh terhadap variabel terkait (kepuasan nasabah).¹⁵

¹⁵ Mochammad Nuryanto, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Nasabah Bank Rakyat Indonesia Kas UNISMA)", Jiagabi, Vol . 9, No. 2,2020, hlm. 356.

2. Luh Ayu Mulyaningsih, I Gst Agung Ketut Gede Suasana, Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank OCBC NISP Di Denpasar, berdasarkan hasil penelitian kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada bank OCBC NISP di Denpasar. Artinya bahwa kualitas pelayanan dan citra perusahaan yang dirasakan oleh nasabah pada bank OCBC NISP di Denpasar dapat meningkatkan rasa kepuasan nasabah. Hasil tersebut menunjukkan semakin baik kualitas pelayanan dan citra perusahaan yang dirasakan oleh nasabah pada Bank OVBC NISP di Denpasar maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah pada perusahaan tersebut.¹⁶
3. Lira Arlia Meilani, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah, berdasarkan hasil penelitian pengaruh kualitas pelayanan dan ctra perusahaan terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung, secara bersama-sama memiliki pengaruh total yaitu kualitas pelayanan mampu memberikan pengaruh sebesar 24,87% dan citra perusahaan mampu memberikan pengaruh sebesar 35,59% terhadap kepuasan nasabah. Maka itu kualitas pelayannan dan citra perusahaan secara simultan mampu memberikan pengaruh sebesar 60,4% terhadap kepuasan nasabah. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh kedua variabel termasuk kategori yang signifikan dan sisanya merupakan faktor lain yang tidak di teliti tetapi

¹⁶ Luh Ayu Mulyaningsih, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank OCBC NISP Di Denpasar", *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 1, 2016, hlm. 26-27.

mempengaruhi kepuasan nasabah di PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung sebesar $\rho_{Y\epsilon} = 0,396$ atau sebesar 39,6%.¹⁷

4. Putri Fitriya Zamzami, Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Faedah Di Bank BRI Syariah KCP Ponorogo, hasil mengenai kualitas layanan dan citra perusahaan yang mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah adanya hubungan positif antara variabel X_1 dan Y. Sedangkan pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah adanya hubungan yang searah antara X_2 dan Y. Secara simultan ada pengaruh antara kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah tabungan faedah di Bank BRI Syariah KCP Ponorogo dibuktikan dengan $F_{hitung} 33,852 > F_{tabel} 3,14$ dan signifikan $0,000 < 0,05$ dengan koefisien determinasi (R^2) dan persamaan regresi berganda.¹⁸

Dalam penelitian-penelitian di atas mempunyai beberapa perbedaan dengan penelitian ini, antara lain:

- a. Dalam penentuan variabel-variabel independen yang digunakan berbeda dengan penelitian ini. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kepuasan nasabah.
- b. Tempat penelitian dalam penelitian ini berbeda dengan tempat pada penelitian sebelumnya. Tempat penelitian dalam penelitian ini adalah

¹⁷ Lira Arlia Meilani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah", *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, Vol. 2, No. 2, 2019, hlm. 151.

¹⁸ Putri Fitria Zamzami, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Faedah Di Bank BRI Syariah KCP Ponorogo" (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2019), hlm. 62.

BPRS SPM Pamekasan (Studi Kasus Nasabah di Kantor kas Bandaran
Kec. Tlanakan Kab. Pamekasan).