

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berkembangnya perekonomian Indonesia khususnya dalam sektor jasa menciptakan sebuah persaingan yang semakin ketat tidak terkecuali pada sektor perbankan, yang mana saat ini persaingan dalam dunia perbankan tidak lagi berfokus pada produk akan tetapi lebih mengedepankan pada pelayanannya. Hal tersebut disebabkan banyaknya usaha perbankan baik yang konvensional ataupun yang syariah, dimana setiap lembaga keuangan memberikan pelayanan jasa untuk menarik para konsumen, bahkan yang diberikan tidak hanya fungsi awal sebagai lembaga keuangan, akan tetapi lebih mengacu untuk menghasilkan sebuah produk atau jasa layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah.¹

Peranan karyawan terutama karyawan front-stage sangat penting menunjang keberhasilan setiap perusahaan terutama perusahaan yang bergerak di sektor jasa. Alasannya karena karyawan memiliki kemampuan untuk mempengaruhi persepsi pembeli. Karyawan merupakan bagian dari jasa itu sendiri, sehingga bagi pelanggan, karyawan berfungsi sebagai komunikator sekaligus wakil dari citra perusahaan. Kegagalan karyawan menyampaikan citra yang baik kepada pelanggan, hanya akan memberikan dampak buruk terhadap persepsi mereka kepada perusahaan. Kinerja karyawan ditunjukkan melalui kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan sehingga perusahaan

¹ Ahmad Bakri Syahputra, Susianto, Alim Murtani, " Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Nasabah Bank Sumut Syariah Kepsy Marelan Raya)," *Jurnal FEB*, 1 No. 1.

berdasarkan persepsi pelanggannya dapat mengevaluasi kualitas layanan karyawan, selain melalui praktek SDM seperti penilaian dari rekan kerja, dan atasan. Pada karyawan front-stage yang sering difungsikan oleh para wiraniaga, prestasi kerja mereka dinilai dengan melihat tingkat pertumbuhan dan tingkat perpindahan pelanggan.²

Kualitas pelayanan sebagai kemampuan merencanakan, menciptakan, dan meneruskan produk yang bermanfaat luar biasa bagi pelanggan. Kualitas pelayanan karyawan sebagai jaminan atas ketersediaan produk, rasa responsivitas, biaya administrasi yang lebih hemat, ketepatan waktu memberikan pelayanan dan waktu tunggu yang lebih pendek, kesempurnaan pelayanan, serta kemampuan menimbulkan kesenangan dan perasaan nyaman pada konsumen (*economics administrasion cost, lead time to customer delivery, elimination o waste time, and securities to costumer*).

Kualitas pelayanan yang dirasakan nasabah merupakan penilaian global, berhubung dengan suatu transaksi spesifik, lebih abstrak dan eksklusif karena didasarkan pada persepsi-persepsi kualitas yang berhubungan dengan kepuasan serta harapan-harapan dengan persepsi-persepsi kinerja produk jasa bank, fleksibilitas respon terhadap perubahan permintaan pasar (*flexibility to meet customer demand market changes, responded to costumer market*).³

Kualitas pelayanan adalah Reputasi perusahaan berdasarkan penampilan kinerja karyawan yang diberikan untuk calon nasabah atau nasabah lama yang akan memberikan penilaian baik buruknya kinerja yang dilakukan karyawan

² S. Pantja Djati, Didit Darmawan, "Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan, dan Kesetiaan Pelanggan," *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 7, No. 1 (Maret 2005), 48.

³ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Bogor:Ghalia Indonesia,2010),91.

tersebut. Kualitas pelayanan merupakan strategi yang harus dilakukan dengan baik dalam perusahaan agar memenuhi keinginan nasabah dan akan menimbulkan rasa puas. Kualitas Pelayanan bersifat tidak dapat dimiliki namun dapat dirasakan.⁴

Kualitas layanan merupakan suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antar *ekspektasi* (harapan) dengan kinerja (hasil). Menurut Lupiyoadi, kualitas layanan adalah ukuran sejauh mana suatu layanan yang diberikan dapat memenuhi harapan pelanggan. Sedangkan menurut Tjiptono kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.⁵

Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan atau produsen, mengingat kualitas produk berkaitan erat dengan kepuasan konsumen yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran. Kualitas produk menunjukkan ukuran tahan lamanya produk itu, dapat dipercayainya produk tersebut, ketepatan (*precision*) produk, mudah mengoperasikan dan memeliharanya serta atribut lain yang bernilai. Kualitas Produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi: daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Menurut Kotler dan Armstrong (dalam buku Rosnaini Daga) kualitas produk adalah *the characteristics of a product of service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer need* yang berarti kualitas produk adalah

⁴ Ardiansyah Japlani, ²Fitriani, ³Siti Mudawamah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Cabang Bmt Fajar Metro Pusat," *Jurnal Fidusia* . 3, no. 1 (April 2020), 70.

⁵ Rudy Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2020), 25.

karakteristik dari produk dan jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen.⁶

Kualitas merupakan salah satu alat utama untuk positioning menetapkan posisi bagi pemasar. Kualitas produk mempunyai dua dimensi yaitu tingkat dan konsistensi. Kualitas yang baik menurut produsen adalah apabila produk yang dihasilkan oleh perusahaan telah sesuai dengan spesifikasi yang telah ditentukan oleh perusahaan.. Sedangkan kualitas yang jelek adalah apabila produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan spesifikasi standar yang telah ditentukan serta menghasilkan produk rusak. Kotler & Armstrong (dalam jurnal Kharisma Nawang Sigit & Euis Soliha) mendefinisikan kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut.⁷

Kualitas Produk menurut Kotler & Armstrong (dalam buku Anang Firmansyah) merupakan salah satu sarana positioning utama untuk pemasar, ini memiliki dampak langsung pada kinerja produk. Untuk itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan.⁸

Salah satu tujuan utama perusahaan khususnya perusahaan jasa dalam hal ini adalah menciptakan kepuasan pelanggan. Philip Kotler mengatakan bahwa kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan. Kepuasan konsumen menyatakan bahwa kepuasan dan tidak

⁶ Rosnaini Daga, *Citra, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan* (Sulsel: Global-RCI,2017), 32.

⁷ Kharisma Nawang Sigit, Euis Soliha, "Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah", *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 21(1): 157–168, 2017.

⁸ Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk Dan Merek* (Yogyakarta: Qiara Media, 2019), 13.

kepuasan adalah respon konsumen terhadap evaluasi kesesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.⁹

Menurut Kotler dan Keller (dalam jurnal Nasfi, Rahmat Sabri) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Untuk mendefinisikan kepuasan pelanggan merupakan pekerjaan atau kegiatan yang tidak mudah, dimana berbagai macam keinginan dan tujuan dari para pelanggan serta kemampuan maupun pengetahuan pelanggan yang berbeda-beda. Kepuasan pelanggan menurut Nasution yaitu, suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.¹⁰

Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen yang sangat penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang diberikan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan efisien. Dalam hal ini terutama dalam pelayanan publik. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu persepsi pelanggan yang harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Kepuasan pelanggan dapat tercapai apabila sebuah produk atau jasa memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Oleh karena itu, hampir setiap perusahaan saat ini menyadari pentingnya arti pelanggan bagi suatu

⁹ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 193.
¹⁰Nasfi, Rahmad dan Sabri, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah," *Ekonomika Syariah; Journal of Economic Studies*, 4, No. 1 (Januari-Juni 2020), 24.

perusahaan dan berupaya keras untuk dapat memberikan kepuasan pada pelanggan.

Dalam penelitian ini, objek penelitian dilakukan pada anggota KSPPS NURI JATIM Cabang Pakong Pamekasan. KSPPS NURI JATIM atau yang dikenal dengan sebutan KSN JATIM adalah salah satu koperasi besar yang ada di Indonesia yang beralamat di Jalan Raya Palduding Desa Plakpak Kecamatan Pegantenan Kabupaten Pamekasan. KSPPS NURI JATIM dibentuk oleh para tokoh alumni Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwangi pada hari senin tanggal 01 Desember 2008 dan mulai beroperasi pada tanggal 01 Januari 2009. KSPPS NURI JATIM menjalankan kegiatan usaha penghimpunan dana dalam bentuk simpanan koperasi dan simpanan berjangka koperasi, serta memberikan pembiayaan dari anggota dan calon anggota, koperasi lain dan atau anggotanya sebagai diatur dalam Undang-undang Republik Indonesia tentang perkoperasian dan peraturan pemerintah tentang pelaksanaan kegiatan usaha simpan pinjam oleh koperasi.¹¹

KSPPS NURI JATIM sebagai lembaga keuangan non bank, berperan sebagai lembaga intermediasi antara potensi yang dimiliki masyarakat Indonesia dengan tujuan yang akan dicapai yaitu menjadi masyarakat sejahtera. Karena koperasi dirasa menjadi kebutuhan bagi masyarakat ber perekonomiian kecil, maka pada tahun-tahun berikutnya KSPPS NURI JATIM membuka kantor pelayanan yang hampir disetiap kecamatan di Madura dan bahkan hampir di setiap

¹¹ KSPPS NURI JATIM, di akses dari <https://NURIJATIM.com/sekilas-sejarah/> pada tanggal 18 April 2022 pukul 20:40.

kabupaten di tanah jawa dengan tujuan untuk membangun peradaban ekonomi umat berbasis syariah.¹²

Dalam kondisi persaingan yang ketat, KSPPS NURI JATIM tetap menyediakan produk dan layanan yang memiliki keunggulan dari pesaing dan sesuai dengan kebutuhan dan harapan anggota. Salah satu produk Simpanan yang ditawarkan adalah SISUKA (Simpanan Suka Rela). SISUKA (Simpanan Suka Rela) merupakan simpanan untuk kebutuhan umum yang bisa ditarik kapan saja dan untuk apa saja dengan akad Wadiah.

Penelitian yang dilakukan oleh Meli Andriyani dan Riski Eko Ardianto tentang Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah. Hasil penelitiannya adalah kualitas pelayanan dan kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lanjutan dengan topik yang sama dan objek yang berbeda. Penelitian ini diharapkan bisa membantu memajukan salah satu produk KSPPS NURI JATIM Cabang Pakong Pameksan yaitu produk SISUKA.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penulis merasa tertarik melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Anggota Pada Produk SISUKA di KSPPS NURI JATIM Cabang Pakong Pamekasan”**.

¹² Ibid.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Anggota Pada Produk SISUKA KSPPS NURI JATIM Cabang Pakong Pamekasan?
2. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Anggota Pada Produk SISUKA KSPPS NURI JATIM Cabang Pakong Pamekasan?
3. Bagaimana Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Anggota Pada Produk SISUKA KSPPS NURI JATIM Cabang Pakong Pamekasan?

C. Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun beberapa tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan anggota pada produk SISUKA KSPPS NURI JATIM cabang Pakong Pamekasan.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan anggota pada produk SISUKA KSPPS NURI JATIM cabang Pakong Pamekasan.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan anggota pada produk SISUKA KSPPS NURI JATIM cabang Pakong Pamekasan.

D. Kegunaan Penelitian

Penulis berharap penelitian ini memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis:

1. Kegunaan Secara Teoritis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan keilmuan peneliti tentang bahasan pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan anggota.

b. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber rujukan sebagai penelitian selanjutnya. Serta menambah wawasan keilmuan bagi mahasiswa IAIN Madura, khususnya prodi Perbankan Syariah.

2. Kegunaan Secara Praktis

a. Bagi KSPPS NURI JATIM Cabang Pakong Pamekasan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi dan pertimbangan bagi KSPPS NURI JATIM Cabang Pakong Pamekasan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan anggotanya, agar tetap mampu bersaing dengan lembaga keuangan lainnya.

b. Bagi Masyarakat / Anggota

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi kepada masyarakat maupun anggota agar bisa menilai dan memilih produk dan perusahaan mana yang akan mereka pilih untuk menyimpan dananya.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai literatur dan sumber informasi dalam melakukan penelitian-penelitian selanjutnya, sehingga akan lebih menyempurnakan kekurangan penelitian-penelitian sebelumnya.

E. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar atau postulat tentang suatu hal yang berkenaan dengan masalah penelitian yang kebenarannya sudah diterima oleh peneliti.¹³ Asumsi sanga diperlukan dalam melakukan suatu penelitian, agar penelitian memiliki dasar berpijak yang kokoh terhadap masalah yang diteliti. Adapun asumsi dasar dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kualitas layanan merupakan faktor yang dapat meningkatkan kepuasan anggota pada produk SISUKA di KSPPS NURI JATIM cabang Pakong Pamekasan.
2. Kualitas produk merupakan faktor yang dapat meniingkatkan kepuasan anggota pada produk SISUKA di KSPPS NURI JATIM cabang Pakong Pamekasan.
3. Kepuasan anggota pada produk SISUKA di KSPPS NURI JATIM cabang Pakong Pamekasan dipengaruhi oleh kualitas layanan dan kualitas produk.

¹³ Tim Penyusun Pedoman Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Pamekasan: IAIN Madura, 2020), 17.

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah pernyataan yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian yang kebenarannya masih lemah, sehingga harus diuji secara empiris.¹⁴ Hipotesis penelitian ini adalah :

- Ha.1 : Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota pada produk SISUKA di KSPPS NURI JATIM cabang Pakong Pamekasan.
- Ha.2 : Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota pada produk SISUKA di KSPPS NURI JATIM cabang Pakong Pamekasan.
- Ha.3 : Kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota pada produk SISUKA di KSPPS NURI JATIM cabang Pakong Pamekasan.

G. Ruang Lingkup Penelitian

1. Ruang Lingkup Materi

Ada tiga variabel yang menjadi faktor kajian dalam penelitian ini, yaitu terdiri dari Kualitas Layanan (X1), Kualitas Produk (X2) dan Kepuasan Anggota (Y). Agar variabel yang menjadi fokus penelitian tidak meluas, maka perlu adanya batasan terhadap materi yang diteliti, yaitu :

a. Kualitas Layanan¹⁵

- 1) Kepatuhan (*Compliance*)
- 2) Jaminan (*Asurance*)

¹⁴ Anak Agung Putu Agung, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2012), 27.

¹⁵ Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank*, 27-35.

- 3) Keandalan (*Reabilty*)
- 4) Empati (*Tangible*)
- 5) Bukti fisik (*empaty*)
- 6) Daya tanggap (*Responsivenes*)

b. Kualitas Produk¹⁶

- 1) Kinerja (*Performance*)
- 2) Daya tahan (*Durability*)
- 3) Kesesuaian (*Comformance*)
- 4) Fitur (*Features*)
- 5) Kesan kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*)

c. Kepuasan Anggota¹⁷

- 1) *Re-purchase*
- 2) Menciptakan Word-of-mouth
- 3) Menciptakan citra Merek
- 4) Menciptakan Keputusan Pembelian Pada Perusahaan Yang sama.

2. Ruang Lingkup Lokasi

Penelitian dalam hal ini mengambil lokasi atau tempat penelitian di KSPPS NURI JATIM Cabang Pakong Pamekasan.

H. Definisi Istilah

Untuk lebih memahami dan menghindari kesalahpahaman mengenai maksud dari judul penelitian ini, maka peneliti akan menjelaskan istilah-istilah yang perlu dijelaskan dari judul skripsi ini, yaitu :

¹⁶ Firmansyah, *Pemasaran Produk*, 15.

¹⁷ Daga, *Citra, Kualitas Produk*, 81-82.

1. Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi (harapan) dengan kinerja (hasil).¹⁸

2. Kualitas Produk

Kualitas Produk merupakan salah satu sarana positioning utama untuk pemasar, ini memiliki dampak langsung pada kinerja produk. Untuk itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan.¹⁹

3. Kepuasan

Kepuasan merupakan respons yang ditunjukkan oleh konsumen terhadap pelayanan atau kinerja (hasil) yang diterima, kemudian konsumen akan membandingkan kinerja (hasil) dengan harapan yang diinginkannya.²⁰

4. Produk SISUKA

Produk SISUKA (Simpanan Suka Rela) merupakan simpanan untuk kebutuhan umum yang bisa ditarik kapan saja dan untuk apa saja dengan akad Wadiah.

I. Kajian Penelitian Terdahulu

Untuk menghindari kesamaan terhadap penelitian sebelumnya maka perlu adanya pembahasan penelitian terdahulu sebagai tolak ukur terhadap judul yang akan dibahas nantinya. Dari penelusuran penulis terhadap studi karya-karya ilmiah yang berhubungan dengan judul pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan anggota pada produk SISUKA KSPPS NURI JATIM

¹⁸ Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, 25.

¹⁹ Firmansyah, *Pemasaran Produk*, 13.

²⁰ Daga, *Citra, Kualitas Produk*, 81-82.

Cabang Pakong Pamekasan, penulis menemukan beberapa tema yang sedikit mirip dengan tema yang penulis teliti diantaranya :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Wirdayani Wahab tahun 2017 tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru”. Metode penelitian yang digunakan adalah Analisis linier berganda. Dari hasil penelitian ini di peroleh R^2 sebesar 0.831 atau 83%, dengan nilai t_{hitung} sub variabel Kualitas Layanan (*Reliabilty* (X1) 2.425, *Responsivenes* (X2) 3.150, *Empaty* (X3) 3.612, *Assurance* (X4) 4.050, *Tangible* (X5) 4.537) $> t_{tabel}$ 1.980, dan nilai f_{hitung} 41,953 $> f_{tabel}$ 2.365. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.²¹
2. Penelitian yang dilakukan oleh Nasfi, Rahmad, Sabri tahun 2020 tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah”. Metode penelitian yang digunakan adalah Analisis regresi linier berganda. Dari hasil penelitian hasil penelitian ini di peroleh R^2 sebesar 0.831 atau 83%, dengan nilai t_{hitung} sub variabel Kualitas Layanan (*Tangible* (X1) 2.001, *Empaty* (X2) 2.034, *Reliabilty* (X3) 3.551, *Responsivenes* (X4) 5.788, *Assurance* (X5) 3.526) $> t_{tabel}$ 1.987, dan nilai f_{hitung} 41,953 $> f_{tabel}$ 2.365. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa

²¹ Wirdayani Wahab, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru” *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 2, No. 1 (Januari-Juni, 2017): 60.

kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.²²

3. Penelitian yang dilakukan oleh Meli Andriyani dan Riski Eko Ardianto 2020 tentang Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa R^2 sebesar 0,712 atau 71,2, secara parsial diperoleh nilai Signifikansi Kualitas Layanan sebesar $0.001 < 0,05$, dan Kualitas Produk Sebesar Sig. $0,002 < 0,05$. Sedangkan secara simultan diperoleh nilai Signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan dan kualitas produk secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap kepuasan Nasabah bank.²³
4. Penelitian yang dilakukan oleh Kharisma Nawang Sigit dan Euis Soliha 2017 tentang Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah. Populasi pada penelitian ini adalah nasabah Kredit Usaha Rakyat BRI Unit Warungasem. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa R^2 sebesar 0,322 atau 32%, secara parsial diperoleh nilai Signifikansi Kualitas Produk sebesar $0.000 < 0,05$ dan Kualitas Layanan Sebesar Sig. $0,006 < 0,05$, sedangkan secara simultan diperoleh nilai Signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian Penelitian ini dapat

²² Nasfi, Rahmad, Sabri. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah" *Jurnal Of Econom9c Studies*, Vol.4, No. 1 (Januari-Juni 2020).

²³ Meli Andriyani dan Riski Eko Ardianto, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol.1, Juli 2020, 138.

disimpulkan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan secara parisal dan simultan berpengaruh terhadap kepuasan Nasabah.²⁴

Tabel 1.1

Persamaan dan Perbedaan Kajian Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Wirdayani Wahab 2017	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru	Varibel X1 Kualitas Pelayanan dan Y Kepuasan, mengunnakan Metode Kuantitatif	Variabel X penelitian ini hanya Kualitas Layanan. sedangkan penelitian saya menggunakan dua variabel X, kualitas layanan (X1) dan Kualitas Produk (X2).
2.	Nasfi, Rahmad, Sabri 2020	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syaruag	Varibel X1 Kualitas Pelayanan dan Y Kepuasan, mengunnakan Metode Kuantitatif	- Variabel X penelitian ini hanya Kualitas Layanan. sedangkan penelitian saya menggunakan dua Variabel X, kualitas layanan (X1) dan Kualitas Produk (X2).

²⁴ Kharisma Nawang Sigit dan Euis Soliha, “ Kualitas Dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah”, *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Vol.21, No.1 Januari 2017,164.

				- Penelitian ini menggunakan gadai emas, sedangkan saya produk SISUKA
3	Meli Andriyani dan Riski Eko Ardianto	Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank	Variabel penelitian X1, X2 dan Y sama	- Penelitian ini tertuju kepuasan secara umum, sedangkan penelitian saya kepuasan terhadap produk SISUKA
4	Kharisma Nawang Sigit dan Euis Soliha 2017	Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah	- Sama sama menggunakan kualitas produk, kualitas layanan dan kepuasan	- Penelitian ini menggunakan dua variabel Y, sedangkan penelitian saya menggunakan satu variabel Y