

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Di era modern seperti sekarang ini, usaha atau bisnis di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat, dimana dapat dibuktikan dengan banyaknya perusahaan yang mulai bermunculan, baik itu perusahaan di sektor industri, sektor keuangan, sektor perbankan, dan perusahaan di sektor usaha yang lain. Situasi ini dapat menjadi penyebab persaingan antar perusahaan semakin ketat. Menurut Philip Kotler, keberhasilan suatu perusahaan dalam menghadapi persaingan dapat dilakukan dengan cara merumuskan suatu strategi pemasaran, dikarenakan apabila terdapat pemasaran maka tentunya juga terdapat permintaan dan penawaran baik dari segi produk maupun jasa, maka perusahaan tersebut bisa mendapatkan keuntungan.<sup>1</sup> Artinya setiap bisnis atau usaha baik itu di dalam sektor industri, sektor keuangan, sektor perbankan dan sektor jasa lainnya penting untuk mempunyai strategi yang tepat agar dapat mencapai tujuan perusahaan.

Misalnya di dalam sektor perbankan yang merupakan perusahaan yang berorientasi pada laba, kegiatan pemasaran menjadi kebutuhan dasar dan sudah menjadi suatu hal yang harus dijalankan.<sup>2</sup> Setiap bank berupaya untuk memberikan sarana menarik dan terbaik untuk nasabah dengan berbagai macam metode dan

---

<sup>1</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, "*Manajemen Pemasaran: Edisi 13*," (Jakarta: Erlangga, 2008), 4.

<sup>2</sup> Kasmir, "*Pemasaran Bank*," (Jakarta: Kencana, 2005), 59.

strategi yang berbeda. Hal tersebut dilakukan karena dari adanya pemasaran yang tepat maka akan menghasilkan *profit* atau laba serta memenangkan persaingan yang kompetitif pula agar tidak mudah ditiru dan keberhasilan yang dicapai juga akan bertahan lama.<sup>3</sup>

Strategi pemasaran mempunyai peran yang sangat berarti dalam suatu bisnis atau badan usaha, dikarenakan strategi pemasaran tersebut dapat menentukan nilai ekonomi perusahaan, baik dari harga produk maupun jasa.<sup>4</sup> Oleh karena itu, perusahaan khususnya di sektor perbankan harus mempunyai strategi pemasaran yang tepat dalam memasarkan produk-produknya agar produk yang ditawarkan dapat diminati atau dikenal oleh masyarakat, sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah, menghasilkan keuntungan bagi perusahaan, serta dapat memberikan kepuasan kepada nasabah. Alasannya karena dengan adanya kepuasan pada nasabah, maka akan menimbulkan dampak yang positif pada kinerja perusahaan dan dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Hal tersebut merupakan alasan utama bagi setiap perusahaan dalam menarik dan mempertahankan konsumennya.

Menurut Fandy Tjiptono, strategi pemasaran merupakan alat fundamental yang dirancang untuk membantu perusahaan dalam mencapai tujuannya dengan mengembangkan persaingan yang unggul dan berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran

---

<sup>3</sup> M Ali Hasan, "*Marketing Bank Syariah: Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah*," (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), 134.

<sup>4</sup> Marissa Grace, dkk., "*Strategi Pemasaran: Konsep, Teori, dan Implementasi*," (Tangerang Selatan: Pascal Books, 2021), 9.

tersebut.<sup>5</sup> Tujuan dari strategi ini adalah untuk membangun, memelihara, dan memperkuat hubungan timbal balik antara konsumen dengan pihak yang berkepentingan.<sup>6</sup> Salah satu strategi pemasaran yang telah ditetapkan oleh lembaga perbankan adalah memperbaiki kualitas layanan bank agar dapat menumbuhkan kepuasan bagi nasabah.

Kualitas layanan adalah salah satu atribut yang paling penting dalam sektor jasa keuangan. Kualitas pelayanan ditentukan oleh bagaimana tingkat kesesuaian antara pelayanan yang diberikan dengan harapan yang diharapkan oleh pengguna layanan. Menurut Zeithaml, kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai “*The extent of discrepancy between customers expectations or desire and their perceptions*”. Dari pernyataan ini dikemukakan bahwa kualitas pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan dengan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka.<sup>7</sup>

Kualitas layanan adalah hal yang sangat penting bagi suatu perusahaan, karena apabila perusahaan bisa memberikan pelayanan yang baik maka perusahaan juga tentu memperoleh posisi terbaik di hati para nasabahnya.<sup>8</sup> Pelayanan yang baik merupakan kinerja perusahaan dalam memuaskan para nasabah berdasarkan kebutuhan dan keinginan nasabah, karena kepuasan nasabah adalah suatu hal yang sangat penting bagi

---

<sup>5</sup> Fandy Tjiptono, “*Strategi Pemasaran*,” (Yogyakarta: CV. ANDI, 2008), 6.

<sup>6</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, “*Prinsip-prinsip Pemasaran*,” (Jakarta: Erlangga, 2001), 15.

<sup>7</sup> Muhammad Fajar Laksana, “*Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*,” (Jawa Barat: Khalifah Mediatama, 2019), 82.

<sup>8</sup> I Gede Yogi Pramana dan Ni Made Restini, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali”, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 1 (2016), 708.

sebuah perusahaan.<sup>9</sup> Misalnya memiliki karyawan yang *professional* dan dapat dipercaya, sarana dan prasarana lengkap, tersedia produk yang diinginkan oleh nasabah, bertanggung jawab kepada setiap nasabah dari awal sampai akhir transaksi, kemampuan melayani dengan cepat dan tepat, dan kemampuan berkomunikasi dengan jelas serta memiliki pengetahuan dan kepercayaan pada nasabah. Maka dari itu tidak mengherankan jika terdapat slogan yang menyatakan bahwa “pelanggan adalah raja”, dan harus diberikan pelayanan yang terbaik.<sup>10</sup>

Semakin tinggi kualitas layanan yang dirasakan, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah, yang selanjutnya akan memberikan pengaruh yang baik terhadap perilaku atau niat seseorang dalam menanggapi layanan tersebut. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Triyadi, Rizka Wahyuni A, dan Abdul Khoir tahun 2021 dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.<sup>11</sup> Hal ini juga sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Agung Fadjriansyah, Wahyu Eko Setianingsih, dan Rusdianto tahun 2023 yang juga menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.<sup>12</sup>

---

<sup>9</sup> Kasmir, “*Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*,” (Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2018), 64.

<sup>10</sup> Kasmir, *Customer Service Excellent Teori Dan Praktik*, (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2018), 236.

<sup>11</sup> Triyadi, Rizka Wahyuni Amelia, dan Abdul Khoir, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citri Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Danamon Tbk Cabang Bintaro,” *Jurnal Ekonomi Efektif*, Vol. 3, No. 4, (Juli, 2021), 519.

<sup>12</sup> Agung Fadjriansyah, Wahyu Eko Setianingsih, dan Rusdiyanto, “Pengaruh Kualitas Layanan Islami dan Brand Image Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Jember,” *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, Vol. 2, No. 1, (Januari, 2023), 152.

Kemudian, strategi pemasaran yang dapat ditetapkan untuk meningkatkan kepuasan nasabah juga dapat dipengaruhi oleh faktor kualitas harga. Menurut Kotler dan Armstrong menyatakan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dibayarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa.<sup>13</sup> Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atau dikenakan pada suatu produk baik dari segi biaya yang dikeluarkan dan keuntungan yang akan diperoleh suatu lembaga keuangan.<sup>14</sup> Biaya dari berbagai jenis jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut kemudian dihitung, seperti biaya administrasi, biaya penitipan (*ujrah*), biaya sewa, biaya iuran, biaya tagih atau biaya pengiriman.<sup>15</sup>

Harga juga merupakan salah satu komponen bauran pemasaran yang menghasilkan laba dan kepuasan konsumen. Perusahaan harus mempertimbangkan berbagai faktor dalam membuat kebijakan atas penetapan harga.<sup>16</sup> Penetapan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan. Banyak lembaga keuangan yang menawarkan produk serupa namun harga yang diberikan pasti bervariasi, sehingga nasabah akan memilih produk dengan harga yang sesuai.<sup>17</sup> Begitu pula di lembaga perbankan, harga merupakan faktor yang mempengaruhi nasabah ketika menggunakan suatu produk dan jasa. Nasabah akan lebih tertarik untuk menggunakan produk dan jasa dengan harga yang murah.

---

<sup>13</sup> Satriadi, dkk., "*Manajemen Pemasaran*," (Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru, 2021), 103.

<sup>14</sup> Freddy Rangkuti, "*Business Plan Teknik Membuat Perencanaan Bisnis dan Analisis Kasus*," (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008), 23.

<sup>15</sup> Hendy Mustiko Aji, "*Manajemen Pemasaran Syariah Teori dan Praktik Edisi Pertama*," (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2019), 188.

<sup>16</sup> Yunita Ulvi Srihastanti dan Lilis Sulistyani, "Peran Kualitas Pelayanan, Harga, dan Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Pada BCA Insurance Solo," *Jurnal Manajemen, Bisnis, dan Pendidikan*, Vol. 7, No. 1, (2020), 85.

<sup>17</sup> Indriyo Gitosudaryo, "*Manajemen Strategis Cetakan Pertama*," (Yogyakarta: BPFE, 2001), 212.

Oleh karena itu, jika bank keliru menetapkan strategi penetapan harga, maka dapat ditinggalkan oleh nasabahnya, terutama bagi nasabah yang sensitif terhadap harga. Sebaliknya, jika bank mampu menetapkan harga yang kompetitif bahkan lebih murah, maka bisa menjadi daya tarik pada nasabah untuk menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan serta dapat meningkatkan kepuasan pada nasabah.<sup>18</sup> Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Arys Firmansyah tahun 2020 dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.<sup>19</sup> Hal ini juga sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Asiah, Marlya Fatira, dan Rizal Agus tahun 2020 yang juga menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.<sup>20</sup>

Selain kualitas layanan dan harga, faktor lokasi juga dapat digunakan dalam penetapan strategi pemasaran. Daya tarik pelanggan juga dapat dipengaruhi dari penempatan lokasi yang strategis. Keunggulan bersaing pun juga dapat diciptakan salah satunya dengan penempatan lokasi yang cukup strategis agar dapat memberikan pelayanan yang efektif dan cepat kepada pelanggan. Lokasi yang mudah dilihat, mudah dijangkau oleh siapapun terutama para nasabah, kemudahan akses menuju bank,

---

<sup>18</sup> Tatik Suryani, “*Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global: Menciptakan Nilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah*,” (Jakarta: Kencana Prenamedia Group, 2017), 138.

<sup>19</sup> Arys Firmansyah, “Pengaruh Produk, Harga Dan Lokasi kepuasan Konsumen Serta Niat Pembelian Ulang Pada Produk Gadai Emas Ib Barokah Di Bank JatimCabang Syariah Surabaya,” *Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, Vol. 5, No. 2, (2020), 196.

<sup>20</sup> Asiah, Marlya Fatira AK, dan Rizal Agus, “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Sebagai Penentu Kepuasan Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk,” *Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal)*, Vol. 1, No. 2, (Desember, 2020), 9.

memiliki tempat parkir yang aman, luas, dan nyaman, serta lingkungan yang bersih tentu sangat membantu dalam memasarkan produk atau jasa.<sup>21</sup>

Lokasi adalah tempat dimana perusahaan dapat menjalankan kegiatan bisnis, termasuk yang melibatkan pelayanan pelanggan, memproduksi barang, menyimpan barang, atau mengelola operasi perusahaan secara menyeluruh.<sup>22</sup> Menurut Fandy Tjiptono, lokasi mengacu pada berbagai kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran produk dan jasa dari produsen ke konsumen.<sup>23</sup> Salah satu kunci keberhasilan suatu kegiatan usaha dalam perusahaan juga dari penentuan lokasi yang tepat.<sup>24</sup>

Perusahaan yang mempunyai lokasi yang strategis akan memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi nasabah untuk menggunakan produk atau jasa dari perusahaan tersebut.<sup>25</sup> Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Demak Claudia Yosephine Simanjuntak, Calvin Limbert, dan Darwin Edison tahun 2022, dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.<sup>26</sup> Hal ini juga sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Rif'atun Nikmah, Akhmad Suharto, dan Pawestri Winahyu tahun 2023, dimana hasil

---

<sup>21</sup> Tita Deitita, "*Manajemen Operasional Strategi dan Analisa*," (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011), 108.

<sup>22</sup> Alfian dan Aulia Wendrita, "Pengaruh Citra Perusahaan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah Kendaraan Bermotor Pada PT. Asuransi Bumi Putra Muda Padang," *Jurnal Economica*, Vol. 2, No. 1, (Januari, 2023), 243.

<sup>23</sup> Fandy Tjiptono, "*Service, Quality, and Satisfaction*," (Yogyakarta: ANDI, 2016), 133.

<sup>24</sup> Danang Sunyoto dan Agus Mulyono, "*Manajemen Bisnis Ritel*," (Jawa Tengah: Eureka Media Aksara, 2022), 154.

<sup>25</sup> Tatik Suryani, "*Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Digital: Menciptakan Nilai Unggul Untuk Kepuasan Nasabah Edisi Pertama*," (Jakarta: Kencana, 2017), 28.

<sup>26</sup> Demak Claudia Yosephine Simanjuntak, dkk., "Pengaruh Lokasi Bank, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Sinarmas Medan," *JSEH (Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora)*, Vol. 8, No. 4, (Desember, 2022), 483.

penelitiannya menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.<sup>27</sup>

Oleh sebab itu, dengan memberikan pelayanan prima bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan nasabah. Hal ini disebabkan oleh kemajuan perekonomian, teknologi, dan kemampuan berpikir serta meningkatnya kesadaran nasabah akan hak mereka untuk menerima layanan yang baik dan biaya yang dikeluarkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya harus sesuai dibandingkan dengan apa yang diterima. Sehingga untuk pemenuhan kebutuhan dan keinginan tersebut harus diikuti dengan diperolehnya kepuasan.

Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang telah diperoleh. Kepuasan adalah penilaian terhadap kualitas atau keistimewaan suatu produk atau jasa, atau bahkan produk itu sendiri, yang menghasilkan tingkat kepuasan konsumen dalam kaitannya dengan pemenuhan kebutuhan konsumen.<sup>28</sup> Menurut Kotler, kepuasan nasabah dapat diartikan dengan perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai suatu hasil perbandingan kinerja atau produk yang dirasakan dengan hasil yang diharapkan.<sup>29</sup>

Pada dasarnya pengertian kepuasan nasabah mencangkup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Apabila barang atau jasa yang digunakan cocok dengan apa yang diharapkan oleh nasabah, maka akan

---

<sup>27</sup> Rif'atun Nikmah, Akhmad Suharto, dan Pawestri Winahyu, "Analisis Pengaruh Pelayanan, Suku Bunga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro," *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, Vol. 2, No. 1, (Januari, 2023), 13.

<sup>28</sup> Inggang Perwangsa Nuralam, "Etika Pemasar dan Kepuasan Konsumen Dalam Pemasaran Perbankan Syariah," (Malang: UB Press, 2017), 58.

<sup>29</sup> Supriadi Setiawan, "Loyalitas Pelanggan Jasa: Studi Kasus Bagaimana Rumah Sakit Mengelola Loyalitas Pelanggannya," (Bandung: IPB Press, 2011), 44.

menimbulkan kepuasan. Begitu juga sebaliknya, apabila barang ataupun jasa yang digunakan kualitasnya jauh di bawah yang diharapkan maka nasabah akan merasa kecewa.<sup>30</sup> Jadi kepuasan atau ketidakpuasan adalah kesimpulan dari interaksi antara harapan dan pengalaman sesudah memakai barang atau jasa serta pelayanan yang diberikan.<sup>31</sup> Sehingga dalam memenuhi kepuasan nasabah, maka perusahaan dituntut untuk peka terhadap pergeseran kebutuhan maupun keinginan konsumennya yang bersifat dinamis, begitupun juga bagi lembaga keuangan perbankan.<sup>32</sup>

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) merupakan lembaga perbankan yang melaksanakan kegiatan usahanya sesuai dengan syariah, akan tetapi tidak menawarkan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Artinya, BPRS tidak dapat melaksanakan transaksi dalam lalu lintas giral. Kegiatan BPRS hanya terbatas pada penghimpunan dan penyaluran dana.<sup>33</sup>

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) juga menawarkan berbagai macam produk didalamnya, termasuk produk yang dapat membantu dan melayani calon nasabah yang hendak melakukan berbagai jenis transaksi sehari-hari. Kegiatan usaha yang dilakukan diantaranya penghimpunan dana dalam bentuk tabungan serta penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan. Salah satu produk pembiayaan yang dikeluarkan diantaranya produk gadai emas.

---

<sup>30</sup> Romansyah Sahabuddin, *“Manajemen Pemasaran Jasa: Upaya Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada Industri Perbankan,”* (Gowa: Pustaka Taman Ilmu, 2019), 63.

<sup>31</sup> Khamdan Rifa’I, *“Membangun Loyalitas Pelanggan,”* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2019), 76.

<sup>32</sup> Rosnaini Daga, *“Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan,”* (Gowa: Global Research And Consulting Institute, 2017), 80.

<sup>33</sup> Ismail, *“Perbankan Syariah,”* (Jakarta: Kencana, 2017), 54.

Dalam hukum Islam, “gadai” disebut dengan “*rahn*“. *Rahn* dapat didefinisikan sebagai menahan salah satu harta milik seseorang (peminjam) sebagai jaminan atas pinjaman yang diperolehnya. Jaminan pengembalian seluruh atau sebagian piutang diperoleh oleh pihak yang menahannya.<sup>34</sup> Menurut definisi lain, Gadai ialah menjadikan suatu barang sebagai jaminan atas suatu utang, dengan syarat jika ada masalah dalam pembayaran, maka barang yang dijadikan jaminan itu bisa dijual dengan tujuan untuk membayar dan melunasi utangnya.<sup>35</sup> Gadai emas ini juga banyak terdapat di bank syariah diantaranya dikenal dengan sebutan Gadai Emas Syariah.

Gadai emas syariah adalah salah satu produk pembiayaan dari perbankan syariah yang sebelumnya sudah dirintis lebih awal oleh pegadaian syariah. Pada awalnya masyarakat sekitar hanya mengenal tempat untuk menggadaikan emasnya di pegadaian saja, namun saat ini masyarakat sudah bisa menggadaikan emas di perbankan syariah.

BPRS Sarana Prima Mandiri tepatnya di Kantor Pusat yang terletak di Jl. KH. Agus Salim No. 20 Pamekasan, merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang kegiatan usahanya menyalurkan dana dalam bentuk pembiayaan gadai emas syariah. Lembaga ini telah membuka produk pembiayaan gadai emas dengan akad *al-qard* sejak tahun 2008 lalu.

Produk pembiayaan Gadai Emas di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Pusat Pamekasan merupakan salah satu produk paling unggul diantara produk yang lainnya.

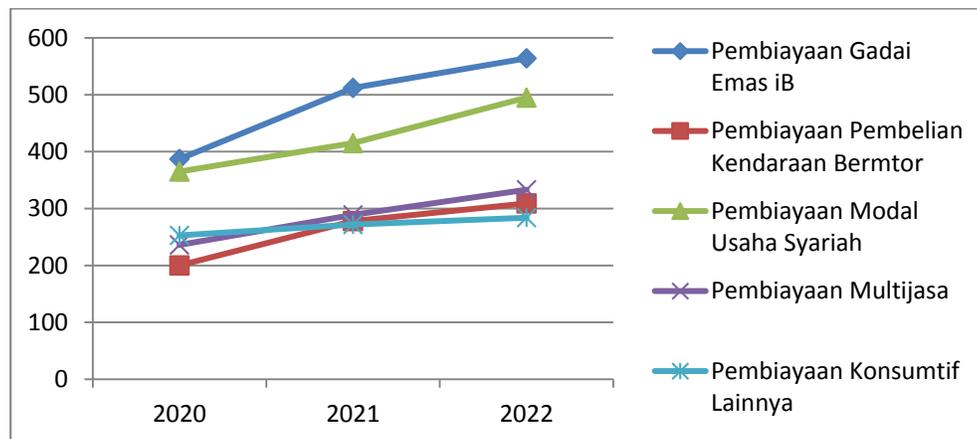
---

<sup>34</sup>Muhammad Syafi’I Antonio, “*Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik Cetakan Pertama*,” (Jakarta: Gema Insani, 2001), 128.

<sup>35</sup> Rozalinda, “*Fikih Ekonomi Syariah*,” (Jakarta: Raja GrafindoPersada, 2016), 252.

Karena produk ini ditujukan untuk memberikan solusi memperoleh dana tunai dengan proses cepat, mudah, aman, dan sesuai dengan syariah dengan tujuan memenuhi kebutuhan dana mendesak atau untuk kebutuhan modal usaha. Biaya penitipan dihitung setiap hari sehingga murah dan terjangkau. Aspek harga dalam penelitian ini adalah bagaimana penerapan biaya penitipan (*ujrah*) yang ditetapkan dalam pembiayaan Gadai Emas di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Pusat Pamekasan.

**Grafik 1.1**  
**Pertumbuhan Jumlah Nasabah Produk Pembiayaan di**  
**BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Pusat Pamekasan**  
**dalam Periode 3 Tahun**



Sumber: BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Pusat Pamekasan

Berdasarkan grafik pertumbuhan jumlah nasabah di Kantor Pusat BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan dalam periode 3 tahun tersebut yaitu pada tahun 2020, 2021, dan 2022 dengan rincian jumlah nasabah masing-masing produk di setiap tahunnya, antara lain:

1. Jumlah nasabah produk pembiayaan gadai emas pada tahun 2020 sejumlah 387 nasabah, tahun 2021 sejumlah 512 nasabah, dan pada tahun 2022 sejumlah 564 nasabah.
2. Jumlah nasabah produk pembiayaan pembelian kendaraan bermotor pada tahun 2020 sejumlah 200 nasabah, tahun 2021 sejumlah 278 nasabah, dan pada tahun 2022 sejumlah 309 nasabah.
3. Jumlah nasabah produk pembiayaan modal usaha syariah pada tahun 2020 sejumlah 365 nasabah, tahun 2021 sejumlah 415 nasabah, dan pada tahun 2022 sejumlah 495 nasabah.
4. Jumlah nasabah produk pembiayaan multijasa pada tahun 2020 sejumlah 236 nasabah, tahun 2021 sejumlah 289 nasabah, dan pada tahun 2022 sejumlah 333 nasabah.
5. Jumlah nasabah produk pembiayaan konsumtif lainnya pada tahun 2020 sejumlah 253 nasabah, tahun 2021 sejumlah 272 nasabah, dan pada tahun 2022 sejumlah 284 nasabah.<sup>36</sup>

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa pada produk pembiayaan gadai emas di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Pusat Pamekasan jumlah nasabah di setiap tahunnya mengalami peningkatan dan paling unggul diantara produk pembiayaan yang lainnya. Mengingat seperti yang telah kita ketahui bahwasannya gadai emas ini dapat dilakukan di lembaga keuangannya lainnya, seperti pegadaian, akan tetapi BPRS SPM dapat meningkatkan jumlah nasabah di setiap tahunnya. Sehingga menarik untuk

---

<sup>36</sup> Ikbal, BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Pusat Pamekasan, *Observasi*, (1 Desember 2023).

mengetahui seberapa besar pengaruh tingkat kualitas layanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan nasabah produk pembiayaan gadai emas di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Pusat Pamekasan.

Maka berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk meneliti BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Pusat Pamekasan dengan judul penelitian: **“Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Pembiayaan Gadai Emas iB di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Pusat Pamekasan.”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah yang akan di kaji dalam penelitian ini, antara lain:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah produk pembiayaan gadai emas ib di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Pusat Pamekasan?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan nasabah produk pembiayaan gadai emas ib di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Pusat Pamekasan?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah produk pembiayaan gadai emas ib di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Pusat Pamekasan?
4. Apakah kualitas layanan, harga, dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah produk pembiayaan gadai emas ib di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Pusat Pamekasan?

## **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini, antara lain:

1. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah produk pembiayaan gadai emas ib di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Pusat Pamekasan.
2. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan nasabah produk pembiayaan gadai emas ib di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Pusat Pamekasan.
3. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan nasabah produk pembiayaan gadai emas ib di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Pusat Pamekasan.
4. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh kualitas layanan, harga, dan lokasi secara simultan terhadap kepuasan nasabah produk pembiayaan gadai emas ib di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Pusat Pamekasan.

#### **D. Asumsi Penelitian**

Asumsi penelitian merupakan sebuah anggapan dasar atau postulat tentang suatu hal yang berhubungan dengan masalah penelitian yang keberadaannya sudah diterima oleh peneliti.<sup>37</sup> Anggapan dasar yang dimaksud dalam pertanyaan tersebut memiliki fungsi yaitu sebagai landasan berpikir dan bertindak dalam melaksanakan

---

<sup>37</sup> Tim Penyusun Pedoman Karya Ilmiah, "*Pedoman Penulisan Karya Ilmiah: Edisi Revisi*," (Pamekasan: Institut Agama Islam Negeri Madura, 2020), 17-18.

penelitian, memperjelas variabel yang akan diteliti, menentukan dan merumuskan hipotesis. Adapun asumsi dalam penelitian ini, antara lain:

1. Kepuasan nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Pusat Pamekasan dapat dipengaruhi oleh kualitas layanan<sup>38</sup>, harga<sup>39</sup>, dan lokasi.<sup>40</sup>
2. Jika kualitas layanan yang diberikan baik atau memenuhi harapan nasabah, maka dapat menciptakan kepuasan dan kesetiaan nasabah BPRS. Selain itu, jika disertai dengan harga yang murah dan terjangkau, serta didukung lokasi yang strategis maka akan menimbulkan kepuasan pada nasabah BPRS.<sup>41</sup>

## E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah alternatif jawaban sementara yang dikembangkan oleh seorang peneliti sebagai jawaban terhadap rumusan masalah penelitian. Dengan kata lain, jawaban sementara yang dimaksud merupakan suatu kebenaran yang bersifat sementara, yang kebenarannya akan diuji dengan pengumpulan data.<sup>42</sup> Kemudian, peneliti akan melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian tersebut dimaksudkan agar mendapatkan gambaran objektif tentang Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah

---

<sup>38</sup> Romansyah Sahabuddin, “*Manajemen Pemasaran Jasa: Upaya Untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada Industri Perbankan*,” (Gowa: Pustaka Taman Ilmu, 2019), 103.

<sup>39</sup> Meithiana Indrasari, “*Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*,” (Surabaya: Unitomo Press, 2019), 43-45.

<sup>40</sup> Tatik Suryani, “*Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Digital: Menciptakan Nilai Unggul Untuk Kepuasan Nasabah Edisi Pertama*,” (Jakarta: Kencana, 2017), 28.

<sup>41</sup> Rizka Putri Rumastari dan Aris Sunindyo, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk. Unit Ngesrep Semarang,” *Keunis Majalah Ilmiah*, Vol. 7, No. 2, (2019), 12-13.

<sup>42</sup> Bambang Sudaryana dan Ricky Agusiady, “*Metodologi Penelitian Kuantitatif*,” (Yogyakarta: DeePublish CV. Budi Utama, 2022), 17.

Produk Pembiayaan Gadai Emas iB di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Pusat Pamekasan. Adapun hipotesis dari penelitian ini dapat dirumuskan antara lain:

H<sub>1</sub>: Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah produk pembiayaan gadai emas ib di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Pusat Pamekasan.

H<sub>2</sub>: Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah produk pembiayaan gadai emas ib di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Pusat Pamekasan.

H<sub>3</sub>: Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah produk pembiayaan gadai emas ib di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Pusat Pamekasan.

H<sub>4</sub>: Kualitas layanan, harga, dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah produk pembiayaan gadai emas ib di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Pusat Pamekasan.

## **F. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi sejumlah pihak, antara lain:

### **1. Kegunaan Teoritis**

#### **a. Bagi Peneliti**

Melalui penelitian ini diharapkan pemahaman dan pengetahuan peneliti dapat bertambah, khususnya mengenai bagaimana pengaruh kualitas layanan, harga, dan

lokasi terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Gadai Emas di Kantor Pusat BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan.

**b. Bagi IAIN Madura**

Penelitian ini diharapkan agar bisa memajukan perkembangan ilmu pengetahuan dan bisa menjadi sumber bagi beberapa pihak lain apabila hendak melakukan penelitian yang sama, khususnya bagi Program Studi Perbankan Syariah.

**c. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berfungsi sebagai sumber informasi, menambah bahan pustaka, dan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

**2. Kegunaan Praktis**

**a. Bagi BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Pusat Pamekasan**

Diharapkan dapat menambahkan sarana informasi bagi BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Pusat Pamekasan dalam rangka meningkatkan bentuk penilaian terutama pada produk pembiayaan gadai emas syariah, baik dari segi kualitas pelayanan, harga, serta lokasi dari lembaga yang pengaruhnya dapat meningkatkan kepuasan nasabahnya.

**b. Bagi Calon Nasabah**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperoleh dan meningkatkan pemahaman serta ilmu yang lebih mendalam kepada masyarakat mengenai perbankan syariah.

## **G. Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian digunakan untuk memberikan batasan pada populasi atau subjek penelitian, variabel penelitian, dan lokasi penelitian.<sup>43</sup> Ruang lingkup penelitian ini mencakup hal-hal berikut, antara lain:

### **1. Variabel Penelitian**

Variabel penelitian merupakan segala sesuatu dalam bentuk apapun yang peneliti putuskan untuk dipelajari guna memperoleh informasi lebih lanjut dari hal tersebut dan kemudian menarik kesimpulannya.<sup>44</sup> Penelitian ini berfokus pada 4 (empat) variabel, antara lain:

#### **a. Variabel Independen (Variabel X)**

Variabel independen disebut juga variabel bebas yang merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab munculnya variabel dependen atau variabel terikat.<sup>45</sup> Variabel independen biasanya disimbolkan dengan variabel X. Dalam penelitian ini variabel independennya antara lain:

#### **1) Kualitas Layanan ( $X_1$ )**

Menurut Othman dan Owen dalam Rudy Haryanto, kualitas layanan dapat diukur melalui beberapa indikator, antara lain:<sup>46</sup>

---

<sup>43</sup> Tim Penyusun Pedoman Karya Ilmiah, "*Pedoman Penulisan Karya Ilmiah: Edisi Revisi*," (Pamekasan: Institut Agama Islam Negeri Madura, 2020), 19.

<sup>44</sup> Sugiyono, "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*," (Bandung: Alfabeta, 2019), 67.

<sup>45</sup> V. Wiratna Sujarweni, "*Metodologi Penelitian*," (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2022), 86.

<sup>46</sup> Othman dan Owen dalam Rudy Haryanto, "*Manajemen Pemasaran Bank Syariah: Teori dan Praktik*," (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2020), 28.

- a) *Compliance* (Kepatuhan)
- b) *Assurance* (Jaminan)
- c) *Reliability* (Kehandalan)
- d) *Tangible* (Bukti Fisik)
- e) *Empathy* (Empati)
- f) *Responsiveness* (Cepat Tanggap)

## 2) Harga (X<sub>2</sub>)

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Meithiana Indrasari, harga dapat diukur melalui beberapa indikator, antara lain:<sup>47</sup>

- a) Keterjangkauan harga
- b) Kesesuaian harga dengan kualitas
- c) Daya saing harga
- d) Kesesuaian harga dengan manfaat

## 3) Lokasi (X<sub>3</sub>)

Menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, lokasi dapat diukur melalui beberapa indikator, antara lain:<sup>48</sup>

- a) Akses
- b) Visibilitas
- c) Lalu-lintas (*Traffic*)

---

<sup>47</sup> Meithiana Indrasari, “*Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*,” (Surabaya: Unitomo Press, 2019), 43-44.

<sup>48</sup> Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, “*Service, Quality dan Satisfaction*,” (Yogyakarta: ANDI, 2016), 135.

- d) Tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman
- e) Lingkungan

### **b. Variabel Dependen (Variabel Y)**

Variabel dependen disebut juga dengan variabel terikat yang merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari adanya variabel bebas. Variabel terikat merupakan faktor-faktor yang diobservasi dan diukur untuk menentukan adanya pengaruh variabel bebas, yaitu faktor yang muncul, tidak muncul, atau berubah sesuai dengan yang diperkenalkan oleh peneliti.<sup>49</sup> Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah Kepuasan Nasabah yang disimbolkan dengan variabel Y.

Menurut Hawkins dan Lonney yang dikutip dari Tjiptono dalam Minto Waluyo., kepuasan nasabah dapat diukur melalui beberapa indikator, antara lain:<sup>50</sup>

- 1) Kesesuaian harapan
- 2) Minat berkunjung kembali
- 3) Kesiediaan merekomendasikan

## **2. Ruang Lingkup Lokasi Penelitian**

BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Pusat Pamekasan yang terletak di Jl. KH. Agus Salim No. 20, Barurambat Kota, Kabupaten Pamekasan, Jawa Timur yang akan dijadikan lokasi atau objek dalam penelitian ini.

---

<sup>49</sup> Abd. Mukhid, *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif* (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2021), 62-63.

<sup>50</sup> Hawkins dan Lonney yang dikutip dari Tjiptono dalam Minto Waluyo, "*Manajemen Psikologi Industri Edisi Revisi*," (Malang: Literasi Nusantara, 2019), 232.

## H. Definisi Istilah

Peneliti akan menjelaskan definisi istilah yang perlu dijelaskan dari judul penelitian ini, yaitu “Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Pembiayaan Gadai Emas iB di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Pusat Pamekasan”, guna menghindari kesalahpahaman mengenai pengertian variabel-variabel yang terkandung dalam penelitian ini. Peneliti harus mendefinisikan beberapa istilah, yaitu:

1. Kualitas layanan merupakan kemampuan penyedia jasa dalam memberikan layanan yang baik dan penyampaiannya yang tepat serta dapat memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah.<sup>51</sup>
2. Harga merupakan karakteristik suatu barang atau jasa yang memungkinkannya dapat memenuhi kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), dan kepuasan nasabah yang dinyatakan dengan uang.<sup>52</sup>
3. Lokasi merupakan jejaring (*net-working*) dimana nasabah dapat mengakses dan menggunakan produk dan jasa layanan bank.<sup>53</sup>
4. Kepuasan nasabah merupakan respon atau hasil penilaian yang diberikan oleh nasabah dari suatu produk atau layanan bahwa mereka telah merasakan tingkat kepuasan meskipun tingkat kepuasan tersebut bisa kurang ataupun lebih.<sup>54</sup>

## I. Kajian Penelitian Terdahulu

---

<sup>51</sup> Friska Mastarida, dkk., “*Service Management*,” (Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2020), 46.

<sup>52</sup> B. Alma, “*Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*,” (Bandung: Erlangga, 2009), 169.

<sup>53</sup> Sentot Imam Wahjono, “*Manajemen Pemasaran Bank*,” (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 126.

<sup>54</sup> Sudaryono, “*Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*,” (Yogyakarta: ANDI, 2016), 78.

Adapun beberapa kajian penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan pengaruh kualitas layanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan nasabah, antara lain:

1. Penelitian dengan judul “Pengaruh Lokasi Bank, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Sinarmas Medan” dilakukan oleh Demak Claudia Yosephine Simanjuntak, Calvin Limbert, dan Darwin Edison. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Lokasi Bank, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah secara parsial dan simultan. Metode yang digunakan yaitu Analisis Regresi Linear Berganda.

Berdasarkan hasil *R Square* atau Uji Koefisien Determinasi, Nilai  $R^2$  yang diperoleh sebesar 0,612 atau 61,2%. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Lokasi Bank, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan semuanya memiliki pengaruh yang besar terhadap variabel kepuasan nasabah. Sedangkan sisanya sebesar 38,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.<sup>55</sup>

2. Penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah: Studi Kasus Pada PT. bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Ngesrep Semarang” dilakukan oleh Rizka Putri Rumastari dan Aris Sunindy. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Produk, Harga, dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap

---

<sup>55</sup> Demak Claudia Yosephine Simanjuntak, dkk., “Pengaruh Lokasi Bank, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Sinarmas Medan,” *JSEH (Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora)*, Vol. 8, No. 4, (Desember, 2022), 483.

kepuasan nasabah secara parsial dan simultan. Metode yang digunakan yaitu Analisis Regresi Linear Berganda.

Berdasarkan hasil Uji Koefisien Determinasi atau *R Square*. Nilai  $R^2$  yang diperoleh sebesar 0,699 atau 69,9%. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Produk, Harga, dan Lokasi semuanya memiliki pengaruh yang besar terhadap variabel kepuasan nasabah. Sedangkan sisanya sebesar 30,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.<sup>56</sup>

3. Penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Pelayanan, Suku Bunga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro” dilakukan oleh Rif’atun Nikmah, Akhmad Suharto, dan Pawestri Winahyu. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Pelayanan, Suku Bunga, dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah secara parsial dan simultan. Metode yang digunakan yaitu Analisis Regresi Linear Berganda.

Berdasarkan hasil Uji Koefisien Determinasi atau *R Square*. Nilai  $R^2$  yang diperoleh sebesar 0,916 atau 91,6%. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Pelayanan, Suku Bunga, dan Lokasi semuanya memiliki pengaruh yang besar terhadap variabel kepuasan nasabah. Sedangkan sisanya sebesar 8,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.<sup>57</sup>

---

<sup>56</sup> Rizka Putri Rumastari dan Aris Sunindyono, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk. Unit Ngesrep Semarang,” *Keunis Majalah Ilmiah*, Vol. 7, No. 2, (2019), 26-27.

<sup>57</sup> Rif’atun Nikmah, Akhmad Suharto, dan Pawestri Winahyu, “Analisis Pengaruh Pelayanan, Suku Bunga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro,” *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, Vol. 2, No. 1, (Januari, 2023), 11-13.

4. Penelitian dengan judul “ Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Serba Bisa Pada PD. BPR BKK Kota Semarang Periode Juni 2019” dilakukan oleh Ika Puspita Ardani dan Jati Handayani. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah secara parsial dan simultan. Metode yang digunakan yaitu Analisis Regresi Linear Berganda.

Berdasarkan hasil Uji Koefisien Determinasi atau *R Square*. Nilai  $R^2$  yang diperoleh sebesar 0,565 atau 56,5%. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga semuanya memiliki pengaruh yang besar terhadap variabel kepuasan nasabah. Sedangkan sisanya sebesar 43,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.<sup>58</sup>

5. Penelitian dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Sebagai Penentu Kepuasan Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk” dilakukan oleh Asiah, Marlyta Fatira AK, dan Rizal Agus. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Harga dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah secara parsial dan simultan. Metode yang digunakan yaitu Analisis Regresi Linear Berganda.

Berdasarkan hasil Uji Koefisien Determinasi atau *R Square*. Nilai  $R^2$  yang diperoleh sebesar 0,526 atau 52,6%. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Harga

---

<sup>58</sup> Ika Puspita Ardani dan Jati Handayani, “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Serba Bisa Pada PD. BPR BKK Kota Semarang Periode Juni 2019,” *Keunis Majalah Ilmiah*, Vol. 8, No. 1, (Januari, 2020), 17.

dan Kualitas Produk semuanya memiliki pengaruh yang besar terhadap variabel kepuasan nasabah. Sedangkan sisanya sebesar 47,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.<sup>59</sup>

Dibawah ini adalah tabel persamaan dan perbedaan antara penelitian penulis dengan penelitian terdahulu, antara lain:

**Tabel 1.1**

**Kajian Penelitian Terdahulu**

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Demak Claudia Yosephine Simanjuntak, Calvin Limbert, dan Darwin Edison (2022) <sup>60</sup>	Pengaruh Lokasi Bank, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Anjungan Tunai Mandiri	Sama-sama melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas layanan, dan lokasi terhadap kepuasan nasabah. Namun dalam penelitian	Penelitian yang dilakukan oleh Demak Claudia Yosephine Simanjuntak, Calvin Limbert, dan Darwin Edison, dengan objek penelitian di Bank Sinarmas Medan dan

<sup>59</sup> Asiah, Marlya Fatira AK, dan Rizal Agus, "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Sebagai Penentu Kepuasan Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk," *Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal)*, Vol. 1, No. 2, (Desember, 2020), 9.

<sup>60</sup> Demak Claudia Yosephine Simanjuntak, dkk., "Pengaruh Lokasi Bank, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Sinarmas Medan," *JSEH (Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora)*, Vol. 8, No. 4, (Desember, 2022), 483.

		(ATM) Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Sinarmas Medan	ini lebih fokus pada penelitian tentang pengaruh kualitas layanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan nasabah.	yang menjadi responden dalam penelitian tersebut adalah seluruh nasabah. Selain itu, variabel yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu variabel lokasi bank, kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasan nasabah. Sedangkan objek penelitian penulis dilakukan di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Pusat Pamekasan, dan responden dalam penelitian ini adalah nasabah produk
--	--	--	---	---

				pembiayaan gadai emas. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitas layanan, harga, dan lokasi, serta kepuasan nasabah.
2.	Rizka Putri Rumastari dan Aris Sunindyo (2019) <sup>61</sup>	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah: Studi Kasus	Sama-sama melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas layanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan nasabah.	Penelitian yang dilakukan oleh Rizka Putri Rumastari dan Aris Sunindyo, pada tahun 2019 dengan objek penelitian di Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Ngesrep Semarang dan yang menjadi responden

<sup>61</sup> Rizka Putri Rumastari dan Aris Sunindyo, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk. Unit Ngesrep Semarang," *Keunis Majalah Ilmiah*, Vol. 7, No. 2, (2019), 26-27.

		<p>Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Ngesrep Semarang</p>		<p>dalam penelitian tersebut adalah seluruh nasabah. Selain itu, variabel yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu variabel kualitas pelayanan, produk, harga, lokasi, dan kepuasan nasabah. Sedangkan objek penelitian penulias dilakukan di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Pusat Pamekasan, dan responden dalam penelitian ini adalah nasabah produk pembiayaan gadai emas. Adapun</p>
--	--	--	--	--

				variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitas layanan, harga, dan lokasi, serta kepuasan nasabah.
3.	Rif'atun Nikmah, Akhmad Suharto, dan Pawestri Winahyu (2023) <sup>62</sup>	Analisis Pengaruh Pelayanan, Suku Bunga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro	Sama-sama melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas layanan, dan lokasi terhadap kepuasan nasabah. Namun dalam penelitian ini lebih fokus pada penelitian tentang pengaruh kualitas layanan,	Penelitian yang dilakukan oleh Rif'atun Nikmah, Akhmad Suharto, dan Pawestri Winahyu, pada tahun 2023 dengan objek penelitian di PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro dan yang menjadi responden dalam penelitian

<sup>62</sup> Rif'atun Nikmah, Akhmad Suharto, dan Pawestri Winahyu, "Analisis Pengaruh Pelayanan, Suku Bunga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro," *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, Vol. 2, No. 1, (Januari, 2023), 11-13.

			harga, dan lokasi terhadap kepuasan nasabah.	tersebut adalah seluruh nasabah. Selain itu, variabel yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu variabel pelayanan, suku bunga, lokasi dan kepuasan nasabah. Sedangkan objek penelitian penulias dilakukan di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Pusat Pamekasan, dan responden dalam penelitian ini adalah nasabah produk pembiayaan gadai emas. Adapun variabel yang digunakan dalam
--	--	--	--	---

				penelitian ini yaitu kualitas layanan, harga, dan lokasi, serta kepuasan nasabah.
4.	Ika Puspita Ardani dan Jati Handayani (2020) <sup>63</sup>	Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Serba Bisa Pada PD. BPR BKK Kota Semarang	Sama-sama melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas layanan, dan harga terhadap kepuasan nasabah. Namun dalam penelitian ini lebih fokus pada penelitian tentang pengaruh kualitas layanan, harga, dan lokasi	Penelitian yang dilakukan oleh Ika Puspita Ardani dan Jati Handayani, pada tahun 2020 dengan objek penelitian di PD. BPR BKK Kota Semarang dan yang menjadi responden dalam penelitian tersebut adalah seluruh nasabah Kredit Serba Bisa. Selain itu, variabel yang digunakan

<sup>63</sup> Ika Puspita Ardani dan Jati Handayani, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Serba Bisa Pada PD. BPR BKK Kota Semarang Periode Juni 2019," *Keunis Majalah Ilmiah*, Vol. 8, No. 1, (Januari, 2020), 17.

		Periode Juni 2019	terhadap kepuasan nasabah.	dalam penelitian tersebut yaitu variabel pelayanan, kualitas produk, harga dan kepuasan nasabah. Sedangkan objek penelitian penulias dilakukan di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Pusat Pamekasan, dan responden dalam penelitian ini adalah nasabah produk pembiayaan gadai emas. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitas layanan, harga, dan lokasi,
--	--	----------------------	-------------------------------	--

				serta kepuasan nasabah.
5.	Asiah, Marlya Fatira AK, dan Rizal Agus (2020) <sup>64</sup>	Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Sebagai Penentu Kepuasan Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk	Sama-sama melakukan penelitian tentang pengaruh harga terhadap kepuasan nasabah. Namun dalam penelitian ini lebih fokus pada penelitian tentang pengaruh kualitas layanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan nasabah.	Penelitian yang dilakukan oleh Asiah, Marlya Fatira AK, dan Rizal Agus, pada tahun 2020 dengan objek penelitian di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, dan yang menjadi responden dalam penelitian tersebut adalah nasabah produk Tabungan iB Muamalat. Selain itu, variabel yang digunakan dalam penelitian tersebut

<sup>64</sup> Asiah, Marlya Fatira AK, dan Rizal Agus, "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Sebagai Penentu Kepuasan Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk," *Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal)*, Vol. 1, No. 2, (Desember, 2020), 9.

				<p>yaitu variabel harga, kualitas produk dan kepuasan nasabah. Sedangkan objek penelitian penulis dilakukan di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Pusat Pamekasan, dan responden dalam penelitian ini adalah nasabah produk pembiayaan gadai emas. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitas layanan, harga, dan lokasi, serta kepuasan nasabah.</p>
--	--	--	--	---