

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1 Kualitas Layanan

2.1.1.1 Pengertian Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan Tjiptono (2007:22). Kualitas layanan dipengaruhi oleh dua hal yaitu jasa yang dirasakan (*perceived service*) dan layanan yang diharapkan (*expected service*). Selanjutnya Tjiptono (2007:22) mengatakan bahwa, apabila layanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan harapan, maka kualitas layanan dipersepsikan baik dan memuaskan, tapi apabila melampaui harapan pelanggan maka menjadi kualitas layanan yang ideal. Sebaliknya apabila layanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan buruk. Implikasi baik buruknya kualitas suatu layanan tergantung kepada kemampuan penyedia layanan memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten (Sondakh, 2014).

2.1.1.2 Dimensi Kualitas layanan

Ada beberapa dimensi kualitas layanan jasa yang dapat dipergunakan untuk mengetahui tingkat kualitasnya. Menurut

Parasuraman et al yang lebih dikenal *SERVQUAL* dalam Kotler dan Keller (2007) kualitas layanan dapat dilihat dari lima dimensi sebagai berikut.

1. Bukti langsung (*tangibles*) merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
2. Keandalan (*reliability*) kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan tepercaya.
3. Ketanggapan (*responsiveness*) merupakan suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan layanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. Jaminan (*assurance*) merupakan pengetahuan kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
5. Merupakan pemberian perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen (Verriana & Anshori, n.d, 2017).

2.1.1.2 Indikator Kualitas Layanan

Indikator kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2019 : 305) sebagai berikut;

1. Keandalan (*Reliability*), kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*), Keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membentuk para konsumen dan memberikan layanan dengan tanggap.

3. Jaminan (*Assurance*) mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifatsifat yang dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya fisik, risiko atau keragu-raguan.
4. Empati (*Emphaty*) Kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal dan pemahaman atas kebutuhan individual para konsumen.
5. Bukti fisik (*Tangible*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan dan sarana komunikasi (Dwi Poetra, 2019).

2.1.2 Kepuasan Nasabah

2.1.2.1 Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah menjadi fokus perhatian dari bank-bank yang beroperasi, hal ini karena bank menyadari tentang pentingnya nasabah terhadap kemajuan bisnis mereka. Karena sebuah bank tanpa nasabah tentu akan berdampak terhadap usaha perbankan itu sendiri. Oleh sebab itu, persaingan antar bank sangatlah tinggi dalam memperebutkan calon nasabah baru supaya tertarik menjadi nasabah mereka. Sehingga apapun caranya selama masih layak dilakukan akan mereka perbuat demi pengembangan usaha. Adapun tentang kepuasan nasabah menurut Tse dan Wilton (dalam Prasetyo, 2012) disebutkan bahwa kepuasan nasabah merupakan respon dari nasabah terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan setelah pemakaiannya (Saputra & Alwie, 2015).

Selanjutnya dikatakan bahwa kepuasan nasabah merupakan harapan dari perusahaan terhadap tingkat keunggulan yang diberikan

kepada nasabah dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan nasabah (Mutaqin, 2006).

Selanjutnya Cahyani (2016) mendefinisikan bahwa faktor-faktor kualitas jasa yang mempunyai andil terbesar sampai terkecil dalam memberikan kepuasan pada nasabah yaitu *responsiveness, compliance, emphaty, tangible, reliability dan assurance* (Jayengsari et al., 2021).

2.1.2.2 Indikator Kepuasan Nasabah

Menurut Majid (2015:167) Indikator kepuasan nasabah di pengaruhi beberapa hal, diantaranya adalah sebagai berikut.

1. Tepat waktu (*On Time Performance*)
 - a. Ketepatan waktu dalam memberikan pelayanan
 - b. Jadwal pelayanan yang diberikan
2. Aksesibilitas (*Accessbility*)
 - a. Kemudahan proses dalam menunggu antrean
 - b. Dapat menyelesaikan keluhan nasabah dengan cepat
 - c. Nasabah yang diberikan tepat dan akurat
3. Pelayanan (*Service*)
 - a. *Customer service* ramah dalam memberikan pelayanan
 - b. *Customer service* cepat tanggap terhadap apa yang nasabah butuhkan
 - c. Memberikan pelayanan yang nyaman kepada nasabah
4. Harga (*Price*)
 - a. Biaya administrasi bulanan terjangkau

- b. Ketersediaan kartu ATM dengan biaya yang terjangkau

2.1.3 *Customer service*

2.1.3.1 Pengertian *Customer service*

Customer service (Kasmir, 2019:179) secara umum adalah “setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah” (Edy Suranta Sebayang et al., 2021).

2.1.3.2 Fungsi dan Tugas *Customer service*

Fungsi dan tugas seorang *Customer service* dalam praktiknya menurut Kasmir (2019:180) adalah :

1. Sebagai *Resepsionis*; *Customer service* berfungsi sebagai penerima nasabah.
2. Sebagai *Deskman*; yakni orang yang melayani berbagai macam aplikasi di meja kerjanya.
3. Sebagai *Salesman*; yakni menjadi orang yang menjual produk perbankan dan cross selling.
4. Sebagai *Customer Relation Officer*; yakni orang yang membina hubungan baik dengan seluruh nasabah, merayu atau membujuk nasabah bertahan apabila nasabah merasa kecewa.
5. Sebagai *Komunikator*; yakni orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang dibutuhkan.

Persyaratan bagi seseorang untuk menjadi *Customer service* (Kasmir, 2018:260) :

1. Persyaratan Fisik; *Customer Service* harus memiliki wajah dan tampilan fisik yang menarik seperti tinggi, berat yang ideal dan jiwa yang sehat.
2. Persyaratan Mental; perilaku yang baik, sabar, ramah, dan murah senyum.
3. Persyaratan Kepribadian; memiliki kepribadian yang baik seperti, sopan, lemah lembut, simpatik, lincah, energik, menyenangkan, berjiwa bisnis, memiliki rasa humor, dan ingin maju. First impression (kesan pertama) yang baik bagi nasabah perlu ditonjolkan. Mampu mengendalikan diri (self control), tidak mudah marah, tidak terpancing berbuat dan berkata kasar, menjaga ketidaksabaran dan rasa tidak puas, serta mampu menekan atau mengendalikan gerakan tubuh yang negatif.
4. Persyaratan Sosial; memiliki jiwa sosial yang tinggi, bijaksana, berbudi pekerti yang halus, pandai bergaul, pandai bicara, fleksibel, cepat menyesuaikan diri, mudah bekerja sama, tenang dan tabah (Edy Suranta Sebayang et al., 2021).

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Penelitian, Tahun, Tempat, Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
1.	Pengaruh pelayanan <i>Customer service</i> terhadap kepuasan nasabah Taplus Muda Pada PT Bank BNI Kacumedan (2021)	Sama-sama membahas tentang pelayanan <i>Customer service</i> terhadap kepuasan nasabah, pendekatan kualitatif	Tempat penelitian terdahulu di Bank BNI Kacumedan, sementara penelitian ini di bank bjb kcp manonjaya	Hasil penelitian dapat menunjukkan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan <i>Customer service</i> di PT. Bank BNI Kantor Cabang Utama Medan terhadap kepuasan nasabah Taplus Muda.	Jurnal, 2 Juli 2021 Dr. Immanuel Edy Suranta Sebayang, S.E., M.M., M.A., T. Nurhaida, S.E., M.Si.
2.	Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu' amalah Cilegon) (2020)	Sama-sama membahas tentang kepuasan nasabah	Perbedaan tempat penelitian dan perbedaan variabel	Hasil penelitian ini dapat menunjukkan bahwa berpengaruh positif dan signifikan terhadap semua variabel	Jurnal, febuari 12 2020 Rizal Zulkarnain, HER Taufik, Agus David Ramdansyah
3.	Pengaruh kualitas layanan	Sama-sama membahas	Perbedaan tempat	Hasil penelitian	Jurnal, 1 april 2023

	<i>Customer service</i> terhadap kepuasan nasabah PT Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Kelapa Gading Square (2023)	tentang kualitas layanan <i>Customer service</i> terhadap kepuasan nasabah, pendekatan kuantitatif	penelitian	ini dapat menunjukkan bahwa kualitas layanan <i>Customer service</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.	Deden Ardiansyah dan Arifiani Widjayanti
4.	Pengaruh kualitas pelayanan <i>Customer service</i> dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Kas IAIN SulthanThaha Saifuddin Kota Jambi (2024)	Sama-sama membahas pelayanan <i>Customer service</i> terhadap kepuasan nasabah, pendekatan kuantitatif	Perbedaan tempat penelitian dan perbedaan variabel	Hasil penelitian ini dapat menunjukkan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap semua variabel	Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah, 1 januari 2024 Khusnul Istiqomah, Ahsan Putra Hafiz dan Abdul Hakim Saputra
5.	Pengaruh kualitas pelayanan <i>Customer service</i> terhadap loyalitas dengan kepuasan nasabah sebagai variabel moderasi pada Bank Syariah Indonesia Banjarmasin	Sama-sama membahas kualitas pelayanan <i>Customer service</i> dan kepuasan nasabah, pendekatan kualitatif	Perbedaan tempat penelitian dan perbedaan variabel	Hasil penelitian ini dapat menunjukkan berpengaruh signifikan terhadap semua variabel	Skripsi, 2023 (Mona)
6.	Pengaruh kualitas pelayanan <i>customer</i>	Sama-sama membahas kualitas pelayanan	Perbedaan tempat penelitian dan	Hasil penelitian ini dapat menunjukkan	Skripsi, 2023 Atika Isfirani

	<i>service</i> , kualitas produk, dan literasi keuangan kepuasan nasabah sebagaivariabel intervening (studi kasus pada bank syariah indonesia kota pemalang)	<i>Customer service</i> dan kepuasan nasabah, pendekatan kualitatif	perbedaan variabel	berpengaruh signifikan terhadap semua variabel	
7.	Pengaruh kualitas pelayanan <i>Customer service</i> terhadap kepuasan nasabah pada bank bjb KC cipanas	Sama-sama membahas kualitas pelayanan <i>Customer service</i> dan kepuasan nasabah, pendekatan kualitatif	Perbedaan tempat penelitian	Hasil penelitian ini dapat menunjukkan bahwa pelayanan <i>Customer service</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah	Jurnal, 2021 Reksa Jayengsari, Rani Yunita, Sri Maloka
8.	Pengaruh kualitas pelayanan petugas cutomer service terhadap kepuasan nasabah di BTPN Syariah Kantor Cabang Bandung	Sama-sama membahas tentang <i>Customer service</i> terhadap kepuasan nasabah	Perbedaan tempat penelitian	Hasil penelitian ini dapat menunjukkan bahwa pelayanan <i>Customer service</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah	Jurnal, 2021 Mira Veranita, Suminar
9	Pengaruh kualitas pelayanan <i>Customer service</i> dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada bank	Sama-sama membahas tentang pelayanan <i>Customer service</i> terhadap kepuasan nasabah,	Perbedaan tempat penelitian dan perbedaan variabel	Hasil penelitian ini dapat menunjukkan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap	Jurnal, 2024 Khusnul Istiqomah, Ahsan Putra Hafiz, Abdul Hakim Saputra

	syariah indonesia kantor kas IAIN sulthan thaha saifuddin kota jambi	pendekatan kuantitatif		semua variabel	
10.	Analisis Pelayanan CS (<i>Customer service</i>) terhadap kepuasan nasabah pada bank danamon di sukodadi lamongan	Sama-sama membahas tentang pelayanan <i>Customer service</i> terhadap kepuasan nasabah, pendekatan kuantitatif	Perbedaan tempat penelitian	Hasil penelitian ini dapat menunjukkan bahwa pelayanan <i>Customer service</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah	Jurnal,2018 Yunni Rusmawati DJ, Bhiaztika Ristyanadi

Dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan *Customer service* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah di berbagai institusi perbankan. Meskipun terdapat perbedaan dalam lokasi penelitian dan variabel yang digunakan, hasil-hasil yang diperoleh menunjukkan konsistensi bahwa layanan yang baik dari *Customer service* berkontribusi positif terhadap kepuasan nasabah.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kualitas layanan *Customer service* merupakan faktor utama dalam membangun kepuasan nasabah di sektor perbankan. Berdasarkan teori *SERVQUAL* yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (dalam Kotler & Keller, 2007), kualitas layanan dapat diukur melalui lima dimensi, yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Dimensi-dimensi

tersebut membentuk persepsi nasabah terhadap kualitas layanan yang diterimanya.

Peneliti meyakini bahwa pengaruh kualitas layanan *Customer service* terhadap kepuasan nasabah di bank bjb KCP manonjaya sangat signifikan. Hal ini didasarkan pada konsistensi hasil penelitian terdahulu, seperti yang dilakukan oleh (Edy Suranta Sebayang et al., 2021), yang menunjukkan bahwa dimensi *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* memiliki kontribusi besar dalam membentuk kepuasan nasabah. Selain itu, (Verriana & Anshori, n.d, 2017) juga menegaskan bahwa akurasi informasi dan kecepatan dalam pelayanan menjadi faktor dominan dalam menciptakan persepsi positif nasabah terhadap layanan bank. Hal ini bahwa peneliti di bank bjb KCP manonjaya, memandang bahwa kejelasan prosedur melalui SOP, sikap tanggap dalam menangani keluhan, serta empati petugas *Customer service* akan sangat menentukan tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah. Oleh karena itu, besar kemungkinan bahwa variabel-variabel kualitas layanan yang dianalisis dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan kepuasan nasabah secara keseluruhan.

Penelitian pada penelitian terdahulu di Bank Rakyat Indonesia mengungkapkan bahwa dimensi *responsiveness* dan *assurance* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dalam konteks Bank BJB Kantor Cabang Pembantu Manonjaya, penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang terintegrasi di *Customer service* menjadi kunci dalam memberikan

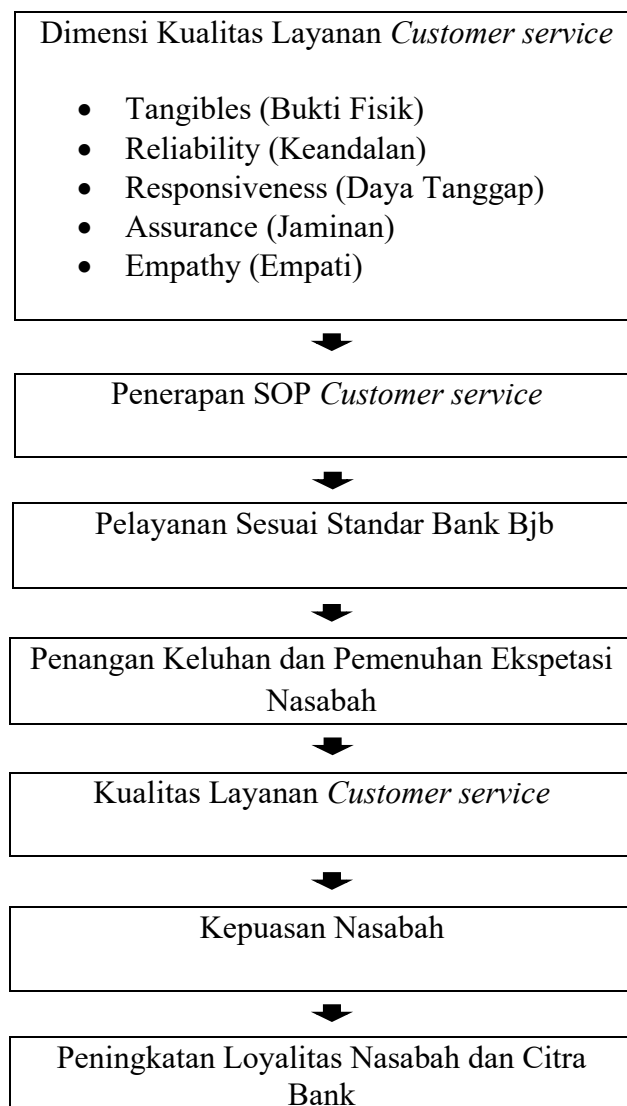
layanan yang konsisten dan profesional untuk memenuhi ekspektasi nasabah (Sila et al., 2021).

Penerapan SOP yang tepat dan efektif dalam layanan *Customer service* akan mempercepat proses penanganan keluhan serta meningkatkan akurasi pelayanan kepada nasabah. Menurut Intan et al., (2021) Tjiptono (2007), kualitas layanan diartikan sebagai kesesuaian antara layanan yang dirasakan dengan layanan yang diharapkan. Jika layanan yang diberikan mampu memenuhi bahkan melampaui harapan nasabah, maka tingkat kepuasan akan meningkat. Penelitian oleh (Sahdina & Afif, 2023) di Bank Muamalat membuktikan bahwa kecepatan pelayanan dan komunikasi yang efektif dari *Customer service* secara signifikan meningkatkan tingkat kepuasan nasabah. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, fokus terhadap ketepatan dalam menangani keluhan, memberikan informasi yang akurat, serta empati dalam berinteraksi dengan nasabah di bank bjb KCP manonjaya menjadi hal yang sangat esensial.

Tingkat kepuasan nasabah yang tinggi berimplikasi tidak hanya pada hubungan jangka pendek, tetapi juga pada loyalitas jangka panjang serta penguatan citra positif bank di mata publik. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Ardiansyah & Widjayanti, (2023), pada PT Bank Tabungan Negara, yang menyatakan bahwa kualitas layanan *Customer service* yang baik berdampak positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sesuai dengan teori *Customer Satisfaction-Loyalty* yang dikemukakan oleh Oliver (1999), kepuasan nasabah merupakan prasyarat penting bagi pembentukan loyalitas.

Dengan demikian, upaya peningkatan kualitas layanan *Customer service* di bank bjb KCP manonjaya diharapkan mampu menghasilkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi, meningkatkan loyalitas nasabah, serta memperkuat citra bank dalam menghadapi persaingan industri perbankan yang semakin ketat. Berikut ini adalah Kerangka Pemikiran Penelitian Ini.

Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran Penelitian



2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian. Hipotesis dilakukan setelah merumuskan masalah dan melakukan penelaahan terhadap teori-teori yang relevan (Sugiyono, 2022).

Berdasarkan gambaran masalah yang diajukan, hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut.

Ho: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk. Kantor Cabang Pembantu Manonjaya.

H1: Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk. Kantor Cabang Pembantu Manojaya.