

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

##### **2.1.1 Teori Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction Theory*)**

*Grand theory* dalam penelitian ini berlandaskan pada teori pemasaran jasa dan teori perilaku konsumen yang menjelaskan bahwa keberhasilan suatu organisasi sangat ditentukan oleh kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Dalam perspektif pemasaran modern, pelanggan menjadi pusat dari seluruh aktivitas perusahaan, sehingga setiap layanan yang diberikan harus mampu menciptakan nilai (*value*) yang dirasakan oleh pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2016), pemasaran merupakan proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan serta pertukaran nilai dengan pihak lain.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu bentuk nilai yang diberikan perusahaan kepada pelanggan. Tjiptono (2019), menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan serta pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan demikian, kualitas pelayanan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan.

Dalam teori perilaku konsumen, penilaian terhadap kualitas pelayanan terjadi melalui proses evaluasi antara harapan sebelum menerima layanan dengan persepsi terhadap kinerja layanan yang diterima. Hal ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller (2016), yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan

senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk yang dirasakan dengan harapannya.

Konsep tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan hasil dari perbandingan antara harapan (*expectations*) dengan kinerja yang dirasakan (*perceived performance*). Apabila kinerja layanan mampu memenuhi atau melampaui harapan, maka pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, apabila kinerja layanan berada di bawah harapan, maka pelanggan akan merasa tidak puas.

Dalam konteks jasa keuangan, khususnya layanan kredit perbankan, kualitas pelayanan memiliki peran yang sangat penting karena melibatkan interaksi langsung antara pihak bank dan debitur. Layanan kredit tidak hanya berkaitan dengan produk finansial, tetapi juga mencakup proses pelayanan seperti kecepatan, ketepatan, kejelasan informasi, serta sikap karyawan dalam melayani nasabah. Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi faktor utama yang memengaruhi persepsi dan tingkat kepuasan debitur.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang erat dan saling memengaruhi. Kualitas pelayanan yang baik akan mendorong terciptanya kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan yang kurang baik akan menyebabkan ketidakpuasan. Dengan demikian, dalam penelitian ini kualitas pelayanan dipandang sebagai variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan debitur dalam penggunaan layanan kredit perbankan.

### 2.1.2 Teori Kualitas Pelayanan (Model *SERVQUAL*)

*Middle Theory* dalam penelitian ini berlandaskan pada teori kualitas pelayanan (*service quality*) yang menjelaskan bagaimana suatu layanan dinilai dan diukur oleh pelanggan. Teori ini merupakan pengembangan dari konsep pemasaran jasa dan perilaku konsumen yang lebih menekankan pada aspek evaluasi pelanggan terhadap kinerja layanan yang diberikan oleh perusahaan.

Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tingkat keunggulan layanan yang diharapkan dan kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan tersebut. Menurut Tjiptono (2019), kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan pelanggan. Dengan demikian, kualitas pelayanan tidak hanya ditentukan oleh penyedia jasa, tetapi juga oleh persepsi pelanggan sebagai penerima layanan.

Sejalan dengan itu, Parasuraman et al., (1988) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan dapat diukur melalui perbandingan antara harapan (*expectations*) pelanggan dengan persepsi (*perceptions*) terhadap layanan yang diterima. Apabila layanan yang diterima sesuai atau melebihi harapan, maka kualitas pelayanan dinilai baik. Sebaliknya, apabila layanan yang diterima lebih rendah dari harapan, maka kualitas pelayanan dinilai buruk.

Untuk mengukur kualitas pelayanan secara lebih sistematis, digunakan model *SERVQUAL* yang dikembangkan oleh A. Parasuraman. Model ini mengidentifikasi lima dimensi utama dalam kualitas pelayanan, yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan) *responsiveness* (daya tanggap), *assurance*

(jaminan, dan *empathy* (empati)).

Selain itu, model *SERVQUAL* juga menjelaskan adanya kesenjangan (*gap*) antara harapan dan persepsi pelanggan yang dapat memengaruhi kualitas pelayanan. Kesenjangan tersebut dapat terjadi pada berbagai aspek, seperti pemahaman manajemen terhadap kebutuhan pelanggan, penetapan standar pelayanan, pelaksanaan layanan, komunikasi eksternal, serta hasil layanan yang dirasakan pelanggan.

Dengan demikian, teori kualitas pelayanan melalui *model SERVQUAL* memberikan kerangka yang jelas dalam mengukur dan mengevaluasi kualitas pelayanan. Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan diukur menggunakan lima dimensi *SERVQUAL* yang kemudian dianalisis pengaruhnya terhadap kepuasan debitur.

### **2.1.3 Penerapan Kualitas Pelayanan Kredit terhadap Kepuasan Debitur**

*Applied theory* dalam penelitian ini merupakan penerapan dari teori kualitas pelayanan (*service quality*) dalam konteks layanan kredit perbankan, khususnya dalam mengkaji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan debitur. Teori ini digunakan untuk menjelaskan bagaimana konsep kualitas pelayanan yang telah diuraikan pada level teori menengah dapat diaplikasikan secara nyata dalam praktik pelayanan kredit.

Dalam industri perbankan, layanan kredit merupakan salah satu produk utama yang melibatkan interaksi langsung antara pihak bank dan nasabah atau debitur. Pelayanan kredit tidak hanya berkaitan dengan hasil akhir berupa pencairan dana, tetapi juga mencakup seluruh proses pelayanan, mulai dari tahap pengajuan,

verifikasi, analisis kelayakan, hingga realisasi kredit. Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat penting dalam membentuk persepsi dan pengalaman debitur.

Penerapan teori kualitas pelayanan dalam konteks ini mengacu pada model *SERVQUAL* yang dikembangkan oleh A. Parasuraman, yang terdiri dari lima dimensi utama. Dalam pelayanan kredit, dimensi *tangibles* tercermin dari kondisi fasilitas kantor, kenyamanan ruang pelayanan, serta kelengkapan sarana pendukung yang digunakan dalam proses kredit. Dimensi *reliability* berkaitan dengan kemampuan bank dalam memberikan pelayanan secara tepat waktu, akurat, dan sesuai dengan prosedur yang telah dijanjikan kepada debitur.

Selanjutnya, dimensi *responsiveness* tercermin dari kecepatan dan kesiapan petugas dalam merespons permohonan kredit, memberikan informasi, serta menangani keluhan debitur. Dimensi *assurance* berkaitan dengan kompetensi, profesionalisme, serta kemampuan petugas dalam memberikan rasa aman dan kepercayaan kepada debitur, terutama dalam hal kejelasan informasi dan keamanan transaksi. Adapun dimensi *empathy* tercermin dari perhatian personal yang diberikan kepada debitur, seperti kemudahan komunikasi, pemahaman terhadap kebutuhan, serta pelayanan yang bersifat individual.

Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan kredit diposisikan sebagai variabel independen yang diduga memiliki pengaruh terhadap kepuasan debitur sebagai variabel dependen. Kepuasan debitur muncul sebagai hasil evaluasi terhadap pelayanan yang diterima, yaitu melalui perbandingan antara harapan sebelum menerima layanan dengan persepsi terhadap kinerja pelayanan yang dirasakan.

Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak bank pada setiap dimensi *SERVQUAL*, maka semakin kecil kesenjangan antara harapan dan persepsi debitur, sehingga tingkat kepuasan debitur akan semakin tinggi. Sebaliknya, apabila kualitas pelayanan yang diberikan belum optimal, maka kesenjangan tersebut akan semakin besar dan berpotensi menurunkan tingkat kepuasan debitur.

Dengan demikian, penerapan teori ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas pelayanan kredit melalui perbaikan pada setiap dimensi *SERVQUAL* merupakan strategi yang penting dalam meningkatkan kepuasan debitur. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada analisis pengaruh kualitas pelayanan kredit terhadap kepuasan debitur pada objek penelitian yang telah ditentukan.

#### **2.1.4 Bank**

##### **2.1.4.1 Pengertian Bank**

Bank merupakan lembaga intermediasi keuangan yang memiliki peran penting dalam perekonomian. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, pada Bab I Pasal 1 Ayat (2) dijelaskan bahwa bank adalah *“badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.”*

Menurut Ngurawan et al. (2021), bank adalah lembaga keuangan yang fungsi utamanya menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit serta

menyediakan jasa-jasa perbankan lainnya.

Selanjutnya, Efendhi et al. (2019) menyatakan bahwa bank merupakan lembaga yang berperan sebagai perantara keuangan (*financial intermediary*), yaitu menghubungkan pihak yang memiliki kelebihan dana (*surplus unit*) dengan pihak yang membutuhkan dana (*deficit unit*).

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa bank adalah lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara (*intermediasi*) dengan cara menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, kemudian menyalurkannya kembali dalam bentuk kredit atau layanan keuangan lainnya. Melalui kegiatan tersebut, bank memiliki peran strategis dalam mendukung kelancaran aktivitas ekonomi serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

#### **2.1.4.2 Fungsi Bank**

Secara umum, fungsi utama bank menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 adalah sebagai lembaga perantara keuangan (*financial intermediary*), yaitu menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan seperti tabungan, deposito, dan giro, serta menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau pinjaman. Selain itu, bank juga menyediakan berbagai jasa perbankan untuk mempermudah transaksi keuangan serta mendukung mobilisasi dana dalam rangka pembangunan ekonomi.

Selain fungsi secara umum, bank juga memiliki fungsi secara spesifik. Menurut Budisantoso (2016), fungsi bank terdiri dari:

##### **1) *Agent of Trust* (Agen Kepercayaan)**

Kegiatan perbankan sangat bergantung pada unsur kepercayaan, baik dalam

penghimpunan maupun penyaluran dana. Masyarakat bersedia menyimpan dananya di bank karena adanya keyakinan bahwa dana tersebut aman dan dapat ditarik kembali sesuai perjanjian.

## 2) *Agent of Development* (Agen Pembangunan)

Sektor moneter dan sektor riil memiliki hubungan yang erat dan saling memengaruhi. Peran bank dalam menghimpun dan menyalurkan dana sangat penting untuk mendukung kegiatan ekonomi seperti investasi, distribusi, dan konsumsi. Dengan demikian, bank berkontribusi dalam mendorong pembangunan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

## 3) *Agent of Service* (Agen Pelayanan)

Selain menghimpun dan menyalurkan dana, bank juga menyediakan berbagai jasa perbankan, seperti transfer uang, penitipan barang berharga, pemberian jaminan bank, dan penyelesaian tagihan. Layanan ini bertujuan untuk mempermudah dan memperlancar aktivitas ekonomi masyarakat.

### **2.1.4.3 Jenis-Jenis Bank**

Dalam sistem perbankan, bank dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa jenis berdasarkan kriteria tertentu. Menurut Marbawi (2017), penggolongan bank didasarkan pada fungsi, kepemilikan, dan prinsip operasional yang digunakan dalam menjalankan kegiatan usahanya.

#### 1. Jenis Bank berdasarkan Fungsinya

##### 1) Bank Umum

Bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya



memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bank umum memiliki ruang lingkup kegiatan yang luas, seperti menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan (giro, tabungan, deposito), menyalurkan kredit, serta menyediakan berbagai jasa perbankan lainnya.

## 2) Bank Perkreditan Rakyat (BPR)

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau syariah, namun tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Kegiatan lebih terbatas dan berfokus pada pembiayaan masyarakat kecil serta pelaku usaha mikro.

## 2. Jenis Bank Berdasarkan Kepemilikan

### 1) Bank Milik Pemerintah (Bank BUMN)

Bank yang seluruh atau sebagian besar sahamnya dimiliki oleh pemerintah, baik pemerintah pusat maupun daerah. Bank ini berperan sebagai pilar ekonomi nasional, mendukung pembangunan, serta melayani inklusi keuangan masyarakat.

### 2) Bank Milik Swasta Nasional

Bank yang sahamnya dimiliki oleh pihak swasta dalam negeri dan berorientasi pada kegiatan komersial.

### 3) Bank Milik Asing

Bank asing di Indonesia adalah lembaga keuangan berpusat di luar negeri yang memiliki kantor cabang/perwakilan, berfokus pada layanan korporasi, ekspor-impor, dan nasabah premium. Bank-bank ini diawasi oleh OJK.

#### 4) Bank Campuran

Bank yang kepemilikan sahamnya dimiliki bersama oleh pihak asing dan swasta nasional.

### 3. Jenis Bank Berdasarkan Prinsip Operasional

#### 1) Bank Konvensional

Bank konvensional adalah bank yang dalam menjalankan kegiatan usahanya menggunakan sistem bunga sebagai imbalan atas jasa yang diberikan, baik pada produk simpanan maupun kredit.

#### 2) Bank Syariah

Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam. Dalam operasionalnya, bank syariah tidak menggunakan sistem bunga, melainkan menggunakan sistem bagi hasil, jual beli, dan akad lainnya sesuai dengan ketentuan syariah.

### 2.1.5 Kredit

#### 2.1.5.1 Pengertian Kredit

Kata kredit berasal dari Bahasa Yunani yaitu “*credere*” yang berarti kepercayaan (*truth atau faith*). Oleh karena itu, dasar utama dari pemberian kredit adalah kepercayaan. Artinya, pihak pemberi kredit memberikan kepercayaan kepada penerima kredit bahwa di masa yang akan datang pihak tersebut mampu memenuhi kewajiban yang telah disepakati.

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 yang mengatur tentang Perbankan (perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992), kredit adalah “*penyediaan uang atau tagihan yang dapat*

*dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga”.*

Menurut Arifin (2015), kredit adalah penyediaan uang atau tagihan berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak meminjam untuk melunasi utangnya dalam jangka waktu tertentu dengan imbalan berupa bunga atau bagi hasil.

Selanjutnya, Wairooy et al (2021) menyatakan bahwa kredit merupakan penyerahan uang, barang dan jasa dari satu pihak kepada pihak lain atas dasar kepercayaan dengan janji akan dibayar kembali pada waktu yang telah disepakati.

#### **2.1.5.2 Unsur-Unsur Kredit**

Menurut Efendhi et al. (2019), unsur-unsur kredit yaitu sebagai berikut:

##### **1. Kepercayaan**

Kepercayaan yaitu suatu keyakinan pemberian kredit bahwa kredit yang diberikan (berupa uang, barang, atau jasa) akan benar-benar diterima kembali sesuai waktu yang disepakati. Kepercayaan ini diberikan oleh Bank, dimana sebelumnya dilakukan penelitian penyelidikan tentang nasabah baik secara *intern* maupun *ektern*.

##### **2. Kesepakatan**

Disamping unsur percaya di dalam kredit juga mengandung unsur kesepakatan antara di pemberi dan si penerima kredit. Kesepakatan ini dituangkan dalam suatu perjanjian dimana masing-masing pihak menandatangani hak dan kewajibannya masing-masing.

### 3. Jangka Waktu

Setiap kredit yang akan diberikan jangka waktunya tertentu, jangka waktu ini mencakup masa pengembalian kredit yang telah disepakati, jangka waktu tersebut bisa berbentuk jangka pendek, jangka menengah, atau jangka panjang.

### 4. Risiko

Adanya suatu tenggang waktu pengembalian akan menyebabkan suatu resiko yang tidak tertagihnya atau macet pemberian kredit. Semakin panjang suatu kredit semakin besar resikonya demikian pula sebaliknya. Resiko menjadi tanggungan bank, baik resiko yang disengaja oleh nasabah yang lalai, maupun untuk resiko yang tidak disengaja.

### 5. Balas Jasa

Balas Jasa merupakan keuntungan pemberian suatu kredit atau jasa kredit tersebut yang kita kenal dengan nama bunga. Balas jasa dalam bentuk bunga dan administrasi kredit ini merupakan keuntungan utama bank.

#### **2.1.5.3 Jenis-Jenis Kredit**

Menurut Marbawi (2017), dalam praktiknya jenis kredit dilihat dari berbagai segi dapat diklasifikasikan antara lain:

#### 1. Dilihat dari segi kegunaan

##### 1) Kredit Investasi

Kredit investasi merupakan kredit jangka panjang yang biasanya digunakan untuk keperluan perluasan usaha atau membangun proyek baru atau untuk keperluan rehabilitasi. Contoh kredit investasi misalnya untuk membangun pabrik atau membeli mesin-mesin. Masa pemakaiannya satu

periode yang relative lebih lama dan dibutuhkan modal yang relative besar pula.

## 2) Kredit Modal Kerja

Kredit modal kerja merupakan kredit yang digunakan untuk keperluan meningkatkan produksi dalam operasionalnya. Sebagai contoh kredit modal kerja diberikan untuk membeli bahan baku, membayar gaji pegawai, atau biaya-biaya lainnya yang berkaitan dengan proses produksi perusahaan.

## 2. Dilihat dari segi jangka waktu

### 1) Kredit Jangka Pendek (*Short Term Loan*)

Yaitu kredit yang berjangka waktu maksimal 1 (satu) tahun. Biasanya kredit jangka pendek ini cocok untuk membiaya kebutuhan modal kerja.

### 2) Kredit Jangka Menengah (*Medium Term Loan*)

Yaitu kredit yang berjangka waktu antara 1 (satu) tahun sampai dengan 3 (tiga) tahun. Biasanya kredit jangka menengah ini dapat berupa kredit modal kerja atau kredit investasi yang relatif tidak terlalu besar jumlahnya.

### 3) Kredit Jangka Panjang (*long term loan*)

Yaitu kredit yang berjangka waktu lebih dari 3 (tiga) tahun. Kredit ini biasanya cocok untuk kredit investasi.

### 3. Dilihat dari segi tujuan

#### 1) Kredit Produktif

Kredit yang digunakan untuk peningkatan usaha atau produksi/investasi. Kredit ini diberikan untuk menghasilkan barang atau jasa. Sebagai contoh kredit untuk membangun pabrik yang nantinya akan menghasilkan barang dan kredit, akan menghasilkan produk pertanian, kredit pertambangan menghasilkan bahan tambang atau kredit industri menghasilkan barang industri.

#### 2) Kredit Konsumtif

Kredit yang digunakan untuk dikonsumsi secara pribadi. Dalam kredit ini tidak akan ada penambahan barang dan jasa yang dihasilkan, karena memang untuk digunakan atau dipakai oleh seseorang atau badan usaha. Sebagai contoh kredit perumahan, kredit mobil pribadi, kredit perabotan rumah tangga, dan kredit konsumtif lainnya.

#### 3) Kredit Perdagangan

Merupakan kredit yang diberikan kepada pedagang dan digunakan untuk membiayai aktivitas perdagangannya seperti untuk membeli barang dagangan yang pembayarannya diharapkan dari hasil penjualan barang dagangan tersebut. Kredit ini sering diberikan kepada *supplier* atau agen-agen perdagangan yang akan membeli barang dalam jumlah besar. Contoh kredit ini misalnya kredit ekspor dan impor.

### 4. Dilihat dari segi sektor usaha

Menurut sektor ekonominya sektor ini terdiri dari kredit

pertanian/perkebunan, kredit peternakan, kredit pertambangan, kredit industri/manufaktur, kredit perumahan (KPR), kredit profesi

5. Dilihat dari segi jaminan

- 1) Kredit tidak memakai jaminan (*Unsecured Loan*)
- 2) Kredit memakai jaminan/agunan (*Secured Loan*)

6. Kredit dilihat dari segi kualitas

Kredit bank menurut kualitasnya didasarkan atas risiko kemungkinan terhadap kondisi dan kepatuhan nasabah dalam menempuh kewajiban-kewajiban untuk membayar bunga, mengangsur serta melunasi pinjamannya kepada bank, yaitu kredit lancar (*pass*), perhatian khusus (*special mention*), kurang lancar (*substandard*), macet (*loss*).

#### 2.1.5.4 Prinsip Pemberian Kredit

Pemberian kredit mengandung sebuah resiko (*degree of risk*) tertentu, untuk menghindari maupun memperkecil resiko kredit tersebut yang mungkin terjadi, maka permohonan kredit harus dinilai oleh pihak kreditur atas dasar syarat-syarat tertentu, yang terkenal dengan 5C kredit. Prinsip 5C menurut Arifin (2015), yaitu:

1. *Character* (Karakteristik)

*Character* (karakteristik) menyangkut dengan sisi psikologis calon penerimaan kredit itu sendiri, yaitu suatu keyakinan bahwa karakteristik atau sifat dan watak orang-orang yang akan diberikan kredit benar-benar dapat dipercaya, hal ini tercermin dari latar belakang calon debitur baik bersifat pribadi, seperti keluarganya, hobi, cara hidup yang dijalani, kebiasaan-kebiasaannya.

## 2. *Capacity* (Kemampuan)

*Capacity* adalah kemampuan calon peminjam untuk membayar kewajiban pembiayaannya, serta bagaimana kemungkinan yang akan terjadi di masa yang akan datang dan seberapa besar resiko yang akan dihadapi.

## 3. *Capital* (Modal)

Berapa besar dan bagaimana sifat modal bagi peminjam. Pihak pemberi kredit harus mengetahui berapa banyak dan bagaimana struktur modal yang dimiliki oleh calon peminjam dana.

## 4. *Collateral* (Jaminan)

Kemampuan calon peminjam dana memberikan jaminan atau agunan yang baik serta memiliki nilai yang baik dalam segi ekonomi maupun hukum.

## 5. *Condition of Economy* (Kondisi Ekonomi)

Dalam menilai kredit hendaknya juga dinilai bagaimana keadaan ekonomi calon peminjam dana pada saat itu, apakah dalam keadaan baik, sehat dan terarah atau sebaliknya.

Berdasarkan uraian mengenai bank dan kredit, dapat dipahami bahwa kegiatan utama perbankan tidak hanya terbatas pada penghimpunan dan penyaluran dana, tetapi juga mencakup aspek pelayanan kepada nasabah, khususnya dalam proses pemberian kredit. Dalam praktiknya, keberhasilan penyaluran kredit tidak hanya ditentukan oleh ketepatan analisis kredit, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak bank kepada debitur.

Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan pengalaman positif bagi debitur, sehingga mampu meningkatkan tingkat kepuasan mereka terhadap layanan



yang diberikan. Sebaliknya, pelayanan yang kurang optimal berpotensi menimbulkan ketidakpuasan dan dapat memengaruhi hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah.

Oleh karena itu, dalam penelitian ini digunakan dua variabel utama, yaitu kualitas pelayanan kredit sebagai variabel *independen* dan kepuasan debitur sebagai variabel *dependen*. Dengan demikian, pembahasan selanjutnya akan difokuskan pada konsep kualitas pelayanan sebagai dasar dalam menganalisis pengaruhnya terhadap kepuasan debitur.

## **2.1.6 Kualitas Pelayanan Kredit**

### **2.1.6.1 Pengertian Kualitas Pelayanan Kredit**

Kualitas pelayanan merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan melalui layanan yang diberikan. Pelayanan bersifat tidak berwujud, namun dapat dirasakan secara langsung oleh pelanggan melalui pengalaman yang diterima.

Menurut Nunung et al. (2023), kualitas merupakan kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang mampu memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Sementara itu, Kodu (2013) menyatakan bahwa kualitas adalah ukuran sejauh mana layanan yang diberikan mampu memenuhi ekspektasi pelanggan.

Pelayanan sendiri diartikan sebagai tindakan atau aktivitas yang dilakukan oleh individu atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan (Nunung et al., 2023). Sedangkan menurut Firdaus et al. (2023), kualitas pelayanan

merupakan keseluruhan karakteristik produk atau jasa yang mampu memenuhi kebutuhan pelanggan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan layanan yang diberikan oleh perusahaan melalui berbagai aspek, seperti produk, jasa, sumber daya manusia, dan proses, yang bertujuan untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan sehingga tercipta kepuasan.

Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan difokuskan pada pelayanan kredit yang diberikan oleh pihak bank kepada debitur. Kualitas pelayanan kredit merupakan bentuk layanan yang diberikan bank dalam seluruh rangkaian proses kredit, mulai dari tahap pengajuan, analisis kelayakan, persetujuan, pencairan dana, hingga pelayanan setelah kredit diberikan.

Pelayanan kredit yang berkualitas tidak hanya dilihat dari hasil akhir berupa pencairan kredit, tetapi juga dari bagaimana proses pelayanan tersebut diberikan kepada debitur. Hal ini mencakup kecepatan dalam memproses pengajuan kredit, kejelasan informasi yang diberikan, ketepatan dalam pelayanan, serta sikap ramah dan profesional dari petugas bank.

Selain itu, kualitas pelayanan kredit juga berkaitan dengan kemampuan bank dalam memberikan rasa aman dan kepercayaan kepada debitur, serta memberikan perhatian terhadap kebutuhan debitur secara individual. Dengan demikian, kualitas pelayanan kredit mencerminkan tingkat kesesuaian antara pelayanan yang diberikan oleh bank dengan harapan debitur.

Apabila pelayanan kredit yang diberikan mampu memenuhi atau bahkan

melebihi harapan debitur, maka kualitas pelayanan dapat dikatakan baik. Sebaliknya, apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan, maka kualitas pelayanan dinilai kurang baik dan berpotensi menimbulkan ketidakpuasan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini kualitas pelayanan kredit menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi tingkat kepuasan debitur, sehingga perlu diukur dan dianalisis secara sistematis.

#### **2.1.6.2 Dimensi Kualitas Pelayanan Kredit**

Untuk mengukur kualitas pelayanan kredit dalam penelitian ini, digunakan lima dimensi kualitas pelayanan berdasarkan model *SERVQUAL* yang dikembangkan oleh Parasuraman et al. dalam Sinollah & Masruro (2019). Namun, dalam penelitian ini dimensi tersebut disesuaikan dengan konteks pelayanan kredit kepada debitur. Adapun dimensi yang digunakan meliputi:

1. *Tangibles* (Bukti Fisik), merupakan kemampuan perusahaan untuk menunjukan fasilitas, peralatan, karyawan, dan sarana komunikasi yang baik untuk memberikan pelayanan terhadap konsumen.
2. *Reliability* (Keandalan), merupakan kemampuan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan janji, tepat waktu, dan memuaskan sesuai dengan harapan pelanggan.
3. *Responsiveness* (Daya Tanggap), merupakan kemampuan dan kesiapan untuk membantu pelanggan dan memberi pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan.
4. *Assurance* (Jaminan), merupakan kepercayaan terhadap karyawan termasuk dalam pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan keandalan mereka dalam

menghadapi resiko atau kerugian.

5. *Empathy* (Empati), merupakan kemampuan menjalin hubungan, berkomunikasi secara efektif, memperhatikan secara personal, dan memahami kebutuhan individual pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut, kualitas pelayanan dalam penelitian ini diartikan sebagai kemampuan bank dalam memberikan pelayanan kredit kepada debitur yang mencakup aspek bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*).

Kualitas pelayanan diukur berdasarkan persepsi debitur terhadap pelayanan yang diterima selama proses kredit berlangsung, mulai dari pengajuan hingga pencairan kredit. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank, maka diharapkan semakin tinggi tingkat kepuasan debitur.

## **2.1.7 Kepuasan Debitur**

### **2.1.7.1 Pengertian Kepuasan Debitur**

Kepuasan debitur merupakan bagian dari konsep kepuasan pelanggan secara umum yang difokuskan pada debitur yang menggunakan layanan kredit atau pembiayaan dari bank maupun lembaga keuangan. Kepuasan ini muncul setelah debitur menerima dan mengevaluasi layanan yang diberikan oleh pihak bank.

Menurut Septiana & Ratnasih (2021), kepuasan debitur/pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan harapan, maka pelanggan puas dan jika kinerja melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa sangat puas.

Sementara itu, menurut Kasmir (2014), debitur adalah pihak yang memperoleh fasilitas kredit dari bank atau lembaga keuangan lainnya yang memiliki kewajiban untuk mengembalikan pinjaman tersebut beserta bunga dalam jangka waktu tertentu sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati. Dengan demikian, kepuasan debitur dapat diartikan sebagai tingkat perasaan debitur setelah membandingkan antara harapan terhadap layanan kredit dengan kenyataan yang diterima.

#### **2.1.7.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Debitur**

Dalam konteks perbankan, kepuasan debitur memiliki peran yang sangat penting karena berpengaruh terhadap citra bank, retensi nasabah, serta pertumbuhan bisnis. Debitur yang merasa puas cenderung akan mempertahankan hubungan dengan bank, menggunakan kembali layanan kredit, serta memberikan rekomendasi kepada pihak lain. Hal ini sejalan dengan pendapat Zaki et al. (2023), yang menyatakan bahwa pelanggan akan merasa puas apabila harapannya terpenuhi, dan akan merasa sangat puas apabila harapannya terlampaui.

Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi kepuasan debitur/pelanggan, yaitu sebagai berikut:

##### **1. Kualitas Produk**

Debitur akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk kredit yang mereka gunakan berkualitas. Produk dikatakan berkualitas bagi seseorang jika produk itu dapat memenuhi kebutuhannya. Kualitas produk ini adalah dimensi yang global dan paling tidak ada 5 elemen dari kualitas

produk yaitu *performance* (kinerja), *durability* (daya tahan), *feature* (fitur), *consistency* (konsistensi/keandalan), dan *design* (desain).

## 2. Sistem Pelayanan yang Baik

Debitur akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan. *Service quality* (kualitas layanan) sangat bergantung pada tiga hal, yaitu sistem, teknologi, dan manusia. Faktor manusia ini memegang kontribusi besar 70%. Tidak mengherankan kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru.

## 3. Faktor Emosional

Debitur/pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang akan kagum terhadap debitur bila menggunakan produk atau merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas layanan, tetapi juga karena nilai emosional seperti rasa aman, prestise, dan citra positif bank yang dirasakan oleh debitur.

## 4. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada debitur/pelanggan.

## 5. Biaya

Debitur yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

### 2.1.7.3 Indikator Kepuasan Debitur

Selain faktor-faktor tersebut, kepuasan debitur juga dapat diukur melalui beberapa indikator. Menurut Fandy Tjiptono (2018) dikutip dalam Apriasty & Simbolon (2022), indikator kepuasan pelanggan meliputi:

#### 1. *Re-purchase* (minat berkunjung kembali)

*Re-purchase* merupakan keinginan atau kecenderungan debitur untuk kembali menggunakan produk atau layanan yang sama di masa yang akan datang. Dalam konteks perbankan, hal ini berarti debitur yang merasa puas terhadap pelayanan kredit akan memiliki minat untuk kembali mengajukan kredit, memperpanjang pinjaman, atau menggunakan produk perbankan lainnya di bank yang sama.

#### 2. *Word of Mouth* (kesediaan merekomendasikan)

*Word of mouth* adalah kesediaan debitur untuk memberikan rekomendasi kepada orang lain berdasarkan pengalaman positif yang mereka rasakan. Debitur yang merasa puas biasanya akan menceritakan pelayanan bank yang baik kepada keluarga, teman, atau rekan kerja. Rekomendasi tersebut dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap bank dan secara tidak langsung membantu menarik calon nasabah.

#### 3. Kesesuaian Harapan

Kesesuaian harapan merupakan tingkat kesesuaian antara harapan debitur sebelum menerima pelayanan dengan kenyataan yang mereka rasakan setelah memperoleh pelayanan tersebut. Jika pelayanan kredit yang diberikan bank sesuai atau bahkan melebihi harapan debitur misalnya segi kecepatan proses,

kemudahan prosedur, serta keramahan pegawai maka debitur akan puas. Sebaliknya, jika pelayanan yang diterima tidak sesuai dengan harapan, maka tingkat kepuasan debitur akan menurun.

Berdasarkan uraian di atas, kepuasan debitur dalam penelitian ini diartikan sebagai tingkat perasaan debitur terhadap layanan kredit yang diberikan oleh bank, yang terbentuk melalui perbandingan antara harapan dan kinerja layanan yang diterima. Kepuasan debitur diukur melalui indikator minat menggunakan kembali (*re-purchase*), kesediaan merekomendasikan (*word of mouth*), dan kesesuaian harapan.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**

| No | Judul, Peneliti, Tahun                                                                                                                                | Persamaan                                                                                                                  | Perbedaan                                                                                                                                                                                       | Hasil Penelitian                                                                                            | Sumber Referensi                                        |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| 1  | Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Mandiri KCM Jakarta Raya Kosambi Jakarta Barat. (Ali Mubarak & Abdullah Syafi'ie, 2019) | Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, sama-sama meneliti variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah | Perbedaannya terletak pada objek penelitian, penelitian sebelumnya objek penelitiannya pada Bank Mandiri, sedangkan penelitian ini pada Bank BJB KCP Padaherang dan fokus pada pelayanan kredit | Hasil penelitian menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah | <i>Jurnal Pemasaran Kompetitif</i> , 3(1), 12–24 (2019) |
| 2  | Pengaruh Kualitas Pelayanan                                                                                                                           | Persamaan penelitian ini dengan                                                                                            | Perbedaannya penelitian tersebut                                                                                                                                                                | Hasil penelitian menunjukkan                                                                                | <i>Jurnal Ekonomi</i> ,                                 |



|   |                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                  |                                                      |
|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
|   | Kredit Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Mandiri. (Gunawan Saputra, 2019)                                                                            | penelitian sebelumnya sama-sama meneliti kualitas pelayanan kredit sebagai variabel <i>independent</i> dan kepuasan nasabah/debitur sebagai variabel <i>dependen</i> | menambahkan variabel loyalitas nasabah, sedangkan penelitian ini hanya meneliti pengaruh kualitas pelayanan kredit terhadap kepuasan debitur | bahwa kualitas pelayanan kredit berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, serta kepuasan nasabah juga berpengaruh terhadap loyalitas nasabah | 19(1), 1–10 (2019)                                   |
| 3 | Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah. (Rahmawati, 2020)                                                             | Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah                                                                      | Perbedaan penelitian ini adalah penelitian dilakukan pada bank syariah, sedangkan penelitian ini pada bank konvensional                      | Hasil penelitian menyatakan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah                                                            | Jurnal Ekonomi Syariah (2020)                        |
| 4 | Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank BRI Cabang Bintaro. (Elizabeth Tika Kristina Hartuti, Abdul Khoir, Ade Yusuf, 2020) | Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, sama-sama membahas kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah                                               | Perbedaannya, penelitian sebelumnya meneliti pelayanan bank secara umum, sedangkan penelitian ini fokus pada pelayanan kredit                | Hasil penelitian menyatakan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan korelasi kuat (0,787)                               | <i>Jurnal Ekonomi Efektif</i> , 2(3), 345–352 (2020) |
| 5 | Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah                                                                                                          | Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas                                                                                                                   | Perbedaan penelitian ini adalah penelitian tersebut                                                                                          | Hasil penelitian menyatakan kualitas pelayanan                                                                                                                   | <i>Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium</i> ,     |

|   |                                                                                                                                                       |                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                        |                                                                |
|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
|   | dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening. (Arianto & Nirwana, (2021)                                                                              | kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah                                                                                       | menggunakan variabel loyalitas sebagai variabel dependen dan kepuasan sebagai variabel intervening, sedangkan penelitian ini hanya menggunakan kepuasan sebagai variabel dependen | tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, serta kepuasan tidak memediasi                                                                        | 7(2), 179–192 (2021)                                           |
| 6 | Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Mikro. (Hidayat, 2022)                                                                   | Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah kredit                        | Perbedaan penelitian ini adalah penelitian difokuskan pada kredit mikro, sedangkan penelitian ini mencakup kredit secara umum                                                     | Hasil penelitian menyatakan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah                                                  | Jurnal Keuangan dan Perbankan (2022)                           |
| 7 | Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Kota Solok. (Tin Agustiani, Gustina, Ika Yuanita, 2022) | Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, sama-sama mengkaji hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah | Perbedaannya penelitian sebelumnya tidak fokus pada pelayanan kredit dan objek bank yang berbeda                                                                                  | Hasil penelitian ini menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah kredit dengan kontribusi sekitar 33,4% | <i>Journal of Economics and Business</i> , 10(1), 45–56 (2023) |
| 8 | Pengaruh Kualitas                                                                                                                                     | Persamaan penelitian ini                                                                                                      | Perbedaannya pada lokasi                                                                                                                                                          | Hasil penelitian                                                                                                                                       | <i>Journal of Economics and</i>                                |

|    |                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
|    | Pelayanan Terhadap Kepuasan Kredit pada Bank BJB KCP Gedebage. (Ai Nunung dkk., 2023)                                                                                                                                       | dengan penelitian sebelumnya sama-sama fokus meneliti pada kualitas pelayanan dan kepuasan debitur                                 | penelitian di Bank BJB KCP Gedebage                                                                                                                                                                                                 | menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan & sangat kuat terhadap kepuasan nasabah kredit ( $R^2$ 68,5%)                                                                                                                                                                      | <i>Business</i> , 10(1), 45–56 (2023)                                          |
| 9  | Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tingkat Suku Bunga Kredit terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Nasabah Kredit Koperasi LPN Multi Usaha di Nagari Kurnia Selatan). (Devi Tri Handayani, Eka Ermawati, Alex Ferdinal, 2023) | Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, sama-sama meneliti variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah/debitur | Perbedaannya, Penelitian tersebut menambahkan variabel tingkat suku bunga kredit, sedangkan penelitian ini hanya meneliti kualitas pelayanan kredit terhadap kepuasan debitur serta objek penelitian berbeda (koperasi vs Bank BJB) | Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan tingkat suku bunga kredit berpengaruh negative terhadap kepuasan nasabah. Secara simultan kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah | <i>Innovative: Journal of Social Science Research</i> , 3(5), 4276–4288 (2023) |
| 10 | Strategi Kualitas Pelayanan Perbankan terhadap                                                                                                                                                                              | Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti kualitas pelayanan                                                              | Perbedaan penelitian ini adalah penelitian tersebut menambahkan                                                                                                                                                                     | Hasil penelitian menyatakan variabel teknologi tidak                                                                                                                                                                                                                                    | <i>Ekobisman: Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen</i> , 8(1), 60–75 (2023)         |

|    |                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                              |                                                          |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
|    | Kepuasan Nasabah. (Dewi dkk. 2023)                                                                                                                               | terhadap kepuasan nasabah                                                                                                                 | variabel teknologi dan inovasi, sedangkan penelitian ini hanya berfokus pada kualitas pelayanan dan kepuasan                                                                                                                                  | berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah                                                                             |                                                          |
| 11 | Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit pada Bank Rakyat Indonesia cabang Somba Opu Makassar. (Pratiwi, Suwandaru, Sujatmiko, & Syam, 2023) | Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, sam-sama meneliti kualitas pelayanan pada layanan kredit terhadap kepuasan nasabah | Perbedaannya terletak pada objek penelitian dan lokasi penelitian. Objek penelitian sebelumnya pada Bank BRI dan lokasinya Cabang Somba Opu Makassar, sedangkan penelitian ini objek penelitiannya pada Bank BJB dan lokasinya KCP Padaherang | Hasil penelitian ini menyatakan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah kredit | <i>Jurnal Sains Manajemen Nitro</i> , 2(1), 45–54 (2023) |
| 12 | Pengaruh Kualitas Pelayanan Administrasi Kredit terhadap Kepuasan Nasabah. (Dana Santoso Saroso & Yogi Bhakti Santosa, 2024)                                     | Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, sama-sama mengkaji kualitas pelayanan kredit terhadap kepuasan nasabah             | Perbedaannya, penelitian tersebut fokus pada pelayanan administrasi kredit                                                                                                                                                                    | Hasil penelitian menunjukkan Kualitas pelayanan administrasi kredit berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah         | <i>Innobiz: Jurnal Inovasi Bisnis</i> (2024)             |
| 13 | Pengaruh Kualitas Produk Kredit                                                                                                                                  | Persamaan penelitian ini dengan                                                                                                           | Perbedaannya, penelitian sebelumnya                                                                                                                                                                                                           | Hasil penelitian ini menyatakan,                                                                                             | <i>Management Studies and Entrepreneurs</i>              |

|    |                                                                                                        |                                                                                                                                       |                                                                                |                                                                                                              |                                             |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|
|    | dan Kepuasan Nasabah pada Bank BPR Sumatera Selatan. (Yudianita, Alie, & Yustin, 2024)                 | penelitian sebelumnya, sama-sama menggunakan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan debitur atau nasabah                       | menambahkan variabel kualitas produk kredit serta objek penelitiannya pada BPR | kualitas pelayanan dan kaulitas produk kredit berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah   | <i>hip Journal</i> , 5(1), 1220–1228 (2024) |
| 14 | Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Kredit KCA Pegadaian. (Idayanti Nursyamsi, 2025) | Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, sama-sama menggunakan variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah/debitur | Perbedaannya, Penelitian tersebut obek penelitiannya pada Pegadaian            | Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah | <i>Jurnal Aplikasi Manajemen</i> (2025).    |

Sumber: Data diolah penulis, 2026

Berdasarkan kajian terhadap penelitian terdahulu, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam menentukan tingkat kepuasan nasabah atau debitur, khususnya pada sektor perbankan. Sebagian besar penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mubarak dan Syafi'ie (2019), Saputra (2019), Hartuti dkk. (2020), Agustiani dkk. (2022), Nunung dkk. (2023), Pratiwi dkk. (2023), serta Nursyamsi (2025) secara umum menunjukkan adanya pengaruh

signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Temuan ini memperkuat bahwa kualitas pelayanan menjadi salah satu determinan utama dalam meningkatkan kepuasan, terutama dalam layanan kredit yang menuntut kecepatan, ketepatan, dan kejelasan informasi.

Namun demikian, terdapat beberapa penelitian yang menunjukkan hasil yang berbeda. Penelitian Rahmawati (2020), Arianto dan Nirwana (2021), serta Hidayat (2022) menemukan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Perbedaan hasil tersebut mengindikasikan bahwa kepuasan nasabah tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, tetapi juga oleh faktor lain seperti karakteristik nasabah, jenis layanan, serta variabel tambahan yang digunakan dalam penelitian.

Selain itu, beberapa penelitian juga menambahkan variabel lain seperti loyalitas nasabah, kualitas produk kredit, tingkat suku bunga, serta teknologi dan inovasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut turut memengaruhi kepuasan nasabah, baik secara parsial maupun simultan.

Perbedaan juga terlihat pada objek dan lokasi penelitian yang mencakup bank konvensional, bank syariah, koperasi, hingga pegadaian. Meskipun demikian, secara umum kualitas pelayanan tetap menjadi faktor yang dominan dalam memengaruhi kepuasan nasabah, khususnya dalam layanan kredit.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji kembali pengaruh kualitas pelayanan kredit terhadap kepuasan debitur pada objek yang berbeda, yaitu Bank BJB KCP Padaherang, sehingga diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dalam memperkuat hasil penelitian sebelumnya.

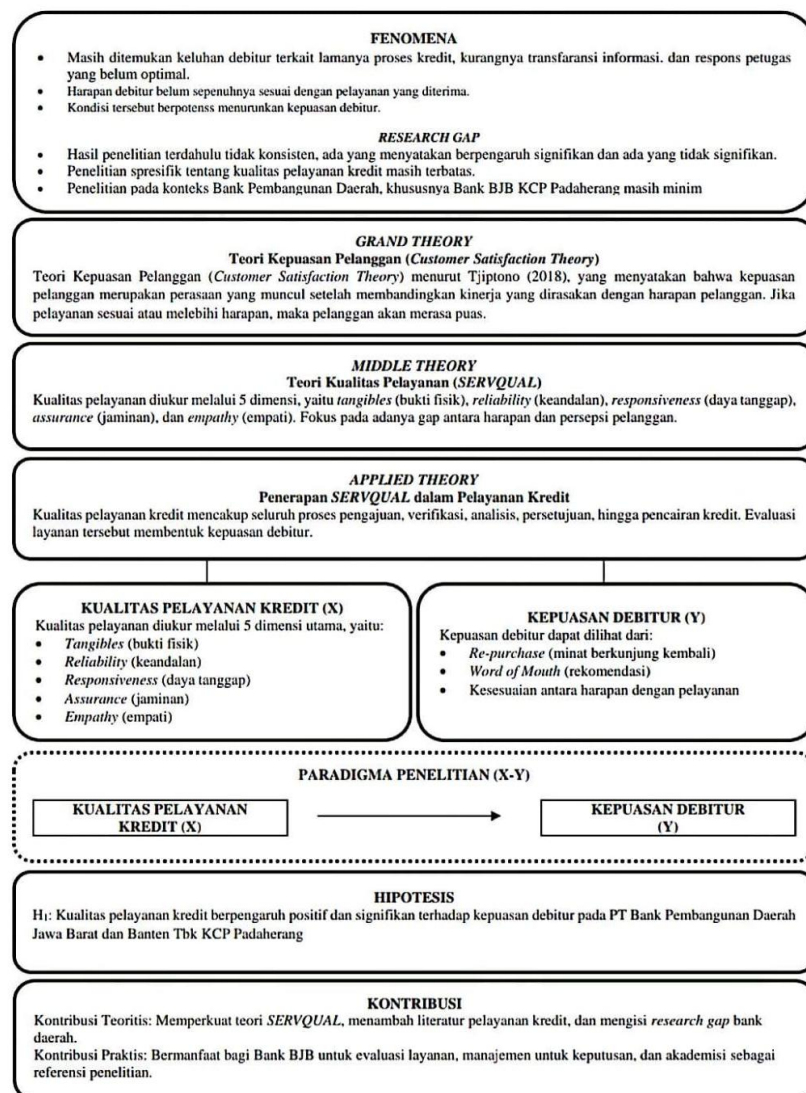
### 2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dapat diartikan sebagai pandangan atau pola pikir yang dapat menjabarkan berbagai variabel dan hubungannya dengan variabel lain, sehingga akan mudah merumuskan masalah penelitiannya, pemilihan teori yang relevan, rumusan hipotesis yang diajukan, teknis analisis yang digunakan serta kesimpulan yang diharapkan. Sedangkan menurut Vatolah et al. (2024), kerangka berfikir merupakan model konseptual yang menjelaskan hubungan antara teori dengan faktor-faktor yang telah diidentifikasi sebagai sumber permasalahan yang penting.

Kerangka pemikiran ini disusun untuk mempermudah penulis dalam memahami inti permasalahan yang diteliti. Dalam penelitian ini, penulis mengkaji mengenai pengaruh kualitas pelayanan kredit terhadap kepuasan debitur pada PT Bank BJB KCP Padaherang. Oleh karena itu, kerangka pemikiran dibangun berdasarkan hubungan antara variabel *independen*, yaitu kualitas pelayanan kredit, dengan variabel *dependen*, yaitu kepuasan debitur.

Kualitas pelayanan kredit merupakan salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan debitur. Pelayanan yang diberikan oleh pihak bank mencakup berbagai aspek, seperti kecepatan pelayanan, ketepatan proses, keramahan petugas, kejelasan informasi, serta kemudahan prosedur dalam pengajuan kredit. Apabila pelayanan yang diberikan mampu memenuhi atau bahkan melebihi harapan debitur, maka akan timbul kepuasan terhadap layanan tersebut. Sebaliknya, apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan, maka dapat menimbulkan ketidakpuasan.

Dengan demikian, terdapat hubungan yang bersifat kausal antara kualitas pelayanan kredit dengan kepuasan debitur, di mana kualitas pelayanan kredit berperan sebagai faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan debitur. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan debitur. Sebaliknya, apabila kualitas pelayanan rendah, maka tingkat kepuasan debitur juga cenderung menurun. Berdasarkan uraian tersebut, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut



**Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran**

Sumber: Diolah dari berbagai sumber, 2026



## **2.4 Hipotesis**

Hipotesis merupakan dugaan sementara atau jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis rumusan masalah penelitian, belum merupakan jawaban yang empiris.

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan di atas, penulis menemukan hipotesis dalam penelitian ini adalah Kualitas pelayanan kredit berpengaruh terhadap kepuasan debitur pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Kantor Cabang Pembantu Padaherang.