

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Bank adalah organisasi moneter yang diatur untuk memperoleh manfaat melalui berbagai jenis pertukaran keuangan. Dilihat dari kemampuan intermediasinya, pertukaran keuangan yang utama adalah menghimpun (memberi subsidi) dan mengarahkan (meminjamkan) cadangan. Terlebih lagi, untuk membantu kegiatan keuangan lainnya, ada berbagai jenis pertukaran, misalnya, administrasi bank.. Ketiga transaksi utama itu merupakan produk unggulan bank dalam memenuhi kebutuhan dan menggerakkan roda perekonomian masyarakat. Maka dengan itu, produk-produk khusus jelas tidak dimiliki oleh badan usaha lainnya. Sehingga perlu adanya mekanisme pemasaran agar masyarakat dapat memahami keberadaan beserta fungsi dari produk-produk khusus tersebut.

Industri perbankan syariah mengajak nasabah muslim untuk memenuhi kebutuhan layanan perbankan dan kewajiban agamanya. Semua hal dipertimbangkan, perbankan Islam tetap pada premis filosofis alternatif dari organisasi moneter lainnya. Perbankan Syariah didirikan sebagai usaha untuk memenuhi kebutuhan material dan dunia lain dari kelompok orang Muslim dalam melakukan bisnis mereka di bidang keuangan sesuai Syariah Islam. Karena pada dasarnya bank syariah tidak hanya diharapkan memiliki pilihan untuk memberikan barang dan administrasi yang membuat kemajuan bagi perbankan itu sendiri. Namun, juga memiliki tanggung jawab penuh untuk meningkatkan moralitas dan spiritualitas masyarakat muslim. Dalam hal ini, Perbankan Syariah memiliki tanggungjawan terhadap karyawan, nasabah, pemodal dan pihak terlibat lainnya untuk berperilaku secara islami.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Muhammad, *Manajemen Bank Syariah Edisi Revisi* (Yogyakarta: nit Penerbit dan Percetakan (UPP) AMP YKPN, 2005), 13.

Prinsip-prinsip yang dijalankan oleh perbankan syariah dalam operasionalnya yaitu: Bagi hasil merupakan transaksi dalam bentuk pengembalian dari kontrak investasi. Pembagian hasil dilakukan berdasarkan satu periode tertentu yang karakteristiknya tidak menetap serta perolehan yang tidak pasti. Sebagai aturan, penggunaan tujuan keuangan Islam merupakan pembagian manfaat atau kerangka pembagian manfaat. Hal itu, tentunya tergantung kepada kebijakan perbankan yang menentukan salah satu diantara keduanya.

Keunggulan operasional perbankan syariah adalah bebas bunga. Sebab dalam Islam sistem bunga merupakan larangan agama. Maka, prinsip yang dijalankan perbankan syariah harus mencerminkan semangat religious dan selaras dengan ajaran agama Islam. Segala aspek kehidupan manusia diatur oleh agama, termasuk kegiatan perekonomian. Dalam Islam, usaha yang dibangun harus halal (terbebas dari *masyir*, *gharar*, dan *riba*). Tujuan dari usaha yang Islam ajarkan bukan hanya mencari keuntungan semata akan tetapi juga keridhoan Allah SWT. Melalui paradigma tersebut, maka pilihan untuk memperoleh pembiayaan bagi usaha sangat tepat jika memilih untuk menggunakan bank syariah. Sehingga, dalam menjalankan usahanya masyarakat muslim akan tenang karena sistem operasional yang digunakan mengaplikasikan prinsip-prinsip syariah baik dalam pembiayaan maupun pengembalian usaha.

Prinsip operasional syariah lainnya pada perbankan syariah adalah seluruh pembiayaan berdasarkan aktivitas perekonomian yang nyata (*real*). Misalnya menggunakan system *murabahah* dalam jual beli dan pembelian barang modal, menggunakan system *mudharabah* dan musyarakat dalam melakukan pengembalian usaha dan kerjasama, serta mengadakan penyewaan alat-alat yang diperlukan untuk pengembangan usaha (*ijarah*) dan bantuan lunak (*qadharul hasan*).

Di Indonesia, bank-bank biasa didirikan pada tahun 1746 dengan nama "*Bank Courant en Bank Van Leening*" yang dicetuskan dalam hal apapun, ketika

pemerintahan perbatasan Hindia Belanda belum terbentuk.<sup>2</sup> Jelas jaraknya sangat jauh dibandingkan dengan bank syariah di Indonesia. Istilah bank reguler dan bank syariah mulai dikenal di Indonesia pada tahun 1992 yang disebut "Bank Bisnis" dan "Bank Provinsi". Hal ini sesuai Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Pasal 1 tentang Perbankan mengatakan:

“Bank adalah elemen bisnis yang mengumpulkan keuangan publik sebagai dana cadangan dan menyebarkannya kepada masyarakat umum sebagai kredit serta struktur yang berbeda untuk bekerja pada cara hidup individu. Sedangkan yang dimaksud dengan bank usaha adalah bank yang melakukan kegiatan usaha secara tradisional maupun “menurut standar syariah” yang dalam pelaksanaannya menawarkan jenis-jenis bantuan dalam lalu lintas angsuran. Yang dimaksud dengan bank perkreditan kelompok (BPR-Syariah) adalah bank yang menyelesaikan kegiatan usaha secara adat atau menurut standar syariah yang dalam pelaksanaannya tidak menawarkan jenis bantuan dalam lalu lintas angsuran.”<sup>3</sup>

Kemudian Majelis Ulama Indonesia (MUI) membentuk majelis yang berfungsi pada tahun 1990 untuk menata bank syariah di Indonesia. Inilah awal mula perintis perbankan syariah di Indonesia. Sehingga, bank syariah pertama yang didirikan pada tahun 1992 adalah Bank Muamalat.<sup>4</sup> Oleh karena itu, usia pendirian yang sangat jauh berbeda ini tentunya berdampak pada perbedaan kualitas dan popularitas. Bank syariah, harus menguatkan serta mengembangkan kepuasan nasabah yang lebih baik agar dapat mengejar dan bersaing dengan perbankan non-syariah. Tentu hal tersebut dapat berdampak baik pada hasil bisnis seperti jumlah simpanan, biaya operasi, dan pendapatan masa depan.<sup>5</sup>

Erick Thohir selaku Menteri Badan Usaha Milik Negara (BUMN) mengungkapkan, perbankan syariah di Indonesia memiliki *rate* yang lebih rendah dibandingkan bank konvensional. Presiden Republik Indonesia, Joko Widodo juga menggarisbawahi bahwa kehadiran perbankan syariah adalah tugas otoritas publik

---

<sup>2</sup> Muhammad Idris, “Bukan BI Atau BNI, Ini Bank Pertama Yang Didirikan Di Indonesia,” Kompas.com, 2021, <https://money.kompas.com/read/2021/02/15/090130826/bukan-bi-atau-bni-ini-bank-pertama-yang-didirikan-di-indonesia?page=all>.

<sup>3</sup> Pemerintah, “Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Pasal 1,” 1998.

<sup>4</sup> Agus Marimin and Abdul Haris Romdhoni, “Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 1, no. 02 (2017): 75–87, <https://doi.org/10.29040/jiei.v1i02.30>.

<sup>5</sup> Suhartanto et al., “Loyalty towards Islamic Banking: Service Quality, Emotional or Religious Driven?”

untuk membentengi bisnis moneter sesuai dengan standar syariah.<sup>6</sup> Sebagai salah satu bentuk upaya pemerintah untuk memajukan bank syariah, pada akhirnya tiga bank syariah yang terdiri dari Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank BNI Syariah dan Bank BRI Syariah menjadi satu elemen yang disebut Bank Syariah Indonesia (BSI). Keinginan konsolidasi ketiga bank ini adalah dapat saling melengkapi, menawarkan bantuan yang luar biasa, inklusi yang luas, administrasi dan perkantoran yang lengkap, serta memiliki batasan modal yang lebih baik.<sup>7</sup>

BSI atau Bank Syariah Indonesia, memberanikan diri untuk menggagas visi misi sebagai perbankan syariah yang berskala dunia dengan target memiliki kapitalisasi besar dengan memasuki peringkat 10 bank syariah terbesar di dunia tahun 2025.<sup>8</sup> Pastikan target tersebut merupakan ujian yang cukup besar dengan alasan *all out resources* perbankan syariah (menghitung bank umum syariah dan unit khusus syariah) yang tercatat oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) baru mencapai 3,97% dari total *resource* bank bisnis. per November 2020. Apalagi, dari total pendukung bank usaha tersebut, nilai Pembiayaan Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS) baru mencapai 2,49%. Sesuai penelitian, tingkat pertimbangan moneter syariah pada 2019 berkurang 200 bps dari 11,1% menjadi 9,10%. Sebaliknya, bank konvensional memiliki tingkat inklusi keuangan yang cukup tinggi dan meningkat. Hal itu dilihat dari data tahun 2016 yang jumlahnya 65,6% meningkat menjadi 72,28% pada tahun 2019.<sup>9</sup>

Menurut Agus Sugiarto bahwa tantangan besar bagi Bank Syariah Indonesia (BSI) yaitu masyarakat masih rendah tentang produk-produk keuangan yang ada pada perbankan syariah hingga mencapai angka 8,93%. Selain demikian, tentunya proses adaptasi budaya kerja yang tidak mudah juga mempengaruhi kemajuan usaha perbankan syariah itu sendiri. Sehingga hal yang perlu dipastikan oleh Bank

---

<sup>6</sup> Achmad Sani Alhusain, "Bank Syariah Indonesia: Tantangan Dan Strategi Dalam Mendorong Perekonomian Nasional," *Info Singkat: Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik* 13, no. 3 (2021): 19–24.

<sup>7</sup> Alhusain, "Bank Syariah Indonesia: Tantangan Dan Strategi Dalam Mendorong Perekonomian Nasional."

<sup>8</sup> Tim, "Sejarah Perseroan."

<sup>9</sup> Alhusain, "Bank Syariah Indonesia: Tantangan Dan Strategi Dalam Mendorong Perekonomian Nasional."

Syariah Indonesia (BSI) adalah integrasinya dapat terlaksana dengan baik tanpa adanya pengorbanan pengurusan SDM serta *system core banking*.<sup>10</sup>

Menurut Eni Kustiyah dan Dewi Wahyuningsih bahwa di tengah-tengah persaingan perbankan untuk menarik nasabah maka perbankan dituntut agar dapat mengembangkan segala bentuk layanan khususnya layanan elektronik. Zaman selalu membawa terobosan-terobosan baru terhadap kecanggihan teknologi. Sehingga perbankan syariah harus dapat melayani kebutuhan nasabah dengan mudah sesuai dengan kecanggihan saat ini. Karena kemajuan mekanis ini, nasabah umumnya akan menyukai semuanya dengan cepat, terbuka, mudah, dan aman. Jika produk dan layanan tidak memenuhi asumsi nasabah, mereka akan menggunakan layanan lain untuk memenuhi keinginan mereka.<sup>11</sup>

Senada dengan itu, Tjipto dan Diana memahami bahwa ujian terbesar dalam dunia bisnis di periode ini adalah membuat dan mengikuti nasabah/nasabah cepat yang terpenuhi dan stabil. Seluruh perusahaan bisnis tentulah sulit untuk bisa dipertahankan dalam jangka waktu yang panjang. Beberapa riset membuktikan bahwa mempertahankan nasabah lebih mudah daripada merebut nasabah baru. Haryono menyatakan dalam studi penelitiannya bahwa mempertahankan nasabah merupakan tantangan terbesar dibandingkan dengan mencari nasabah baru. Hal itu disebabkan bahwa dalam membangun, mempertahankan, menciptakan hubungan, *men-upgraiide* layanan jasa yang lebih baik akan dapat menyajikan kepuasan bagus bagi keberlangsungan suatu perusahaan.<sup>12</sup>

Manajemen organisasi jasa keuangan harus memperhatikan kualitas pelayanan secara serius. Sementara untuk dapat mencapai kepuasan layanan terhadap nasabah, perusahaan harus dapat memahami tujuan yang sudah disusun sedari awal. Pada dasarnya pemenuhan dan kekecewaan adalah korelasi antara asumsi nasabah dan organisasi yang pernyataan pemenuhan bantuannya dimiliki oleh nasabah (nasabah). Menurut Siti Rohmah Koswara dalam penelitiannya mengungkapkan

---

<sup>10</sup> Alhusain, "Bank Syariah Indonesia: Tantangan Dan Strategi Dalam Mendorong Perekonomian Nasional."

<sup>11</sup> Eny Kustiyah and Dewi Wahyuningsih, *Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Transaksi E-Banking Pada Bni Slamet Riyadi Solo*, 2014.

<sup>12</sup> Fandy Tjiptono and Anastasia. Diana, *Nasabah Puas? Tak Cukup* (Yogyakarta: Andi, 2015).

bahwa kedapatan 2 aspek pokok yang bisa pengaruhi kepuasan layanan nasabah adalah pelayanan yang diserahkan (*perceived service*) serta tujuan layanan servis (*expected service*),<sup>13</sup> artinya jika layanan jasa yang diberikan sesuai dengan ekspektasi nasabah maka pelayanan yang diterima dinilai cukup baik dan memuaskan. Jika nasabah menerima pelayanan melebihi ekspektasinya, maka pelayanan jasa dianggap cukup ideal. Sedangkan, bila jasa pelayanan yang didapat nasabah tidak serupa dengan ekspektasinya hingga mutu layanan kepada sebuah perseroan dipersepsikan tidak baik, akibatnya mampu disimpulkan bahwa kualitas servis dinilai berasas keinginan pemakai terealisasikan secara konsisten.<sup>14</sup>

Jadi nasabah merasa bahwa kepuasan kualitas pelayanan tergantung kepada harapan atau melebihi harapan nasabah terhadap layanan jasa produk perusahaan. Beberapa penelitian mengindikasikan terkait kualitas pelayanan memiliki dampak signifikan terhadap berbagai aspek satu diantaranya yaitu kepuasan nasabah.<sup>15</sup> Hal itu didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Perwira bahwa kepuasan nasabah merupakan pengaruh terhadap kualitas pelayanan jasa nasabah.<sup>16</sup>

Bagi perusahaan, kepuasan nasabah adalah satu hal yang berarti, karena dengan terdapatnya kepuasan nasabah maka perusahaan mendapatkan keuntungan yang membuat nasabah menikmati layanan jasa pada masa mendatang. Perusahaan jelas memiliki keuntungan dari kepuasan. Sebab hal itu ditempuh dengan melakukan komitmen kepada bank sehingga menghasilkan perilaku banyaknya transaksi/konsisten mempercayakan bank untuk menyimpan dan atau menyalurkan transaksi yang dilaksanakannya secara berulang.<sup>17</sup> Selain keuntungan yang tadi disebutkan, kepuasan nasabah juga akan memberikan dampak positif dengan

---

<sup>13</sup> Siti Rohmah Koswara, Zaini Abdul Malik, and Nurdin, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan Secara Online Melalui Internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Mandiri KCP Rancaekek," *Prosiding Keuangan Dan Perbankan Syariah* 1, no. 2 (2015)

<sup>14</sup> Siti Rohmah Koswara, Zaini Abdul Malik, and Nurdin Nurdin, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan Secara Online Melalui Internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Mandiri KCP Rancaekek," *Prosiding Keuangan Dan Perbankan Syariah* 1, no. 2 (2015)

<sup>15</sup> Tjiptono and Diana, *Nasabah Puas ? Tak Cukup*.

<sup>16</sup> B. T. dkk. Perwira, "Pengaruh E-Service Quality Dan Perceived Value Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah," *Jurnal Administrasi Bisnis* 38 (2016): 53–54.

<sup>17</sup> Rolph. E. Anderson and Srini S. Srinivasan, "E-Satisfaction an e-Loyalty: A Contingency Framework," *Psychology and Marketing* 20, no. 2 (2003).

mendatangkan nasabah baru. Hal itu ditempuh dengan merekomendasikan layanan jasa kepada kerabat berdasarkan pengalaman positif, minat transaksi, pelayanan dan sebagainya.<sup>18</sup>

Tindakan dalam meningkatkan pendapatan suatu perusahaan sebetulnya saling berkaitan. Dengan memberikan kepuasan layanan kepada nasabah maka kepuasan nasabah adalah bentuk dampak positif dari hal itu. Kemudian dengan adanya kepuasan nasabah akan memberi dampak baru yaitu dapat menghasilkan nasabah lain yang ingin menikmati layanan jasa perusahaan tersebut. Menurut Lupiyoadi bahwa indikator keberhasilan bisnis terdapat pada Kualitas Pelayanan yang menunjukkan kepuasan nasabah dengan selalu meningkatkan kualitas jasa layanan.<sup>19</sup> Kualitas Pelayanan nasabah secara konvensional dapat diukur dengan pemberian layanan yang dapat dirasakan pembeli saat penggunaan jasa/pelayanan secara langsung. Sedangkan kualitas terhadap layanan jasa elektronik biasa dinilai melalui BSI Mobile, website, dan media sejenisnya.

Eksekusi konsolidasi tiga bank syariah di Indonesia (Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah) menjadi satu elemen, yakni Bank Syariah Indonesia (BSI) jelas berdampak pada *fortifying bank* tersebut. Akan tetapi dalam pelaksanaannya ternyata ada beberapa nasabah yang dirugikan dalam pelaksanaannya. Ia mengungkapkan bahwa pada saat awal pelaksanaan merger bank ini sangat sering gangguang, transaksi sering gagal, pengurusan ke kantor bank untuk menyatukan ketiga bank diatas.<sup>20</sup>

Meskipun terjadi beberapa kendala yang telah dirasa oleh nasabah sebagai bentuk upaya meningkatkan pelayanan dari bank BSI, UIN Sunan Gunung Djati Bandung melaksanakan transaksi pembayaran selain gaji pokok menggunakan bank BSI. Tingkat kepercayaan para pegawai terhadap BSI ini cukup beragam, terlebih dalam tingkat layanan yang diberikan, baik layanan konvensional (langsung ke teller) atau layanan pemakaian elektronik serta banyaknya frekuensi

---

<sup>18</sup> Christina Whidya Utami, *Mnajemen Ritel* (Jakarta: Salemba Empat, 2017).

<sup>19</sup> Rambat. Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi. Edisi 1* (Jakarta: Jakarta: Salemba Empat, 2009).

<sup>20</sup> Wawancara: Khoirul Aziz, Nasabah pegawai UIN Sunan Gunung Djati Bandung pada 12 Maret 2022 Jam 13.12 WIB

transaksi dengan BSI mengingat para pegawai UIN dengan jumlah pegawainya sebagai tenaga pendidik (dosen) berjumlah 866 orang dan tenaga kependidikan 396 orang, sehingga totalnya berjumlah 1.262 orang.<sup>21</sup> Para pegawai UIN menggunakan jasa keuangan ini merupakan aturan yang ditetapkan oleh pihak lembaga dalam mengelola keuangan.

Dengan dasar yang diungkapkan Tjiptono dan Diana bahwa di era ini tantangan terbesar bisnis adalah perlu menciptakan serta meningkatkan pelayanan sebagai upaya mempertahankan nasabah dengan kepuasan layanan jasa. Dengan demikian peneliti akan membahas “Pengaruh Penggunaan Layanan Elektronik, Kualitas Pelayanan, dan Frekuensi Transaksi Serta Implikasinya Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk. (Studi pada Pegawai UIN Sunan Gunung Djati Bandung)”.

## **B. Rumusan Masalah**

Studi ini melihat untuk menyelidiki bantuan dan kualitas dan dedikasi nasabah PT Bank Syariah Indonesia karena empat alasan. *Pertama*, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) baru mencapai 3,97% dari total sumber daya bank usaha per/November 2020. Terlebih lagi, dari semua dukungan bank usaha, nilai pendanaan syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS) baru mencapai 2,49%. Berdasarkan penelitian, tingkat pertimbangan moneter Islam pada tahun 2019 berkurang 200 bps dari 11,1% menjadi 9,10%. *Kedua*, rendahnya kemampuan bangsa Indonesia tentang pos-pos moneter syariah yang mencapai 8,93%. *Ketiga*, sebagaimana diungkapkan Presiden Joko Widodo bahwa pendirian bank syariah (BSI) merupakan salah satu upaya otoritas publik untuk membentengi industri uang syariah di Indonesia. *Keempat*, Bank Syariah Indonesia (BSI) berpeluang memiliki opsi untuk menawarkan dukungan terbaik untuk menunjukkan keberadaan pemanfaatan bank syariah yang berkualitas melalui pekerja UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Dengan cara ini, perincian masalah eksplorasi adalah:

1. Bagaimanaa pengaruh layanan elektronik terhadap kepuasan nasabah PT.. Bank Syariah Indonesia, Tbk?

---

<sup>21</sup> Data Organisasi Kepegawaian dan Hukum (OKH) UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk?
3. Bagaimana frekuensi transaksi terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk?
4. Bagaimana pengaruh layanan elektronik, kualitas pelayanan dan frekuensi transaksi bisa berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk?

### C. Tujuan penelitian

1. Menjelaskan pengaruh layanan elektronik terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk;
2. Menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk;
3. Menjelaskan frekuensi transaksi terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk;
4. Menjelaskan pengaruh layanan elektronik, kualitas pelayanan dan frekuensi transaksi bisa berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk.

### D. Kegunaan Penelitian

#### a. Kegunaan Akademis

Penelitian ini ingin memberikan informasi serta peningkatan ilmu dalam disiplin ilmu pengetahuan ekonomi tentang upaya pemberian kepuasan terhadap nasabah melalui pelayanan, kualitas pelayanan dan frekuensi transaksi khususnya pengguna jasa keuangan PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Tbk untuk dapat dijadikan acuan dalam pengelolaan bank syariah.

#### b. Kegunaan Praktis

Peneliti berharap bahwa hasil penelitian ini kiranya dapat menyalurkan informasi tentang "layanan elektronik, kualitas pelayanan dan frekuensi transaksi serta implikasinya terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk". Kemudian di dalam hasil penelitian ini diharapkan mampu mendorong

masyarakat/pemangku kebijakan untuk dapat menentukan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan dapat memberikan kepuasan terhadapnya.

1. Bagi Peneliti

Kegunaan praktis bagi peneliti dalam pelaksanaan dan hasil penelitian ini adalah memperoleh pendalaman keilmuan, wawasan, dan pengalaman langsung mengenai pelayanan, kualitas pelayanan dan frekuensi transaksi serta implikasinya terhadap kepuasan nasabah.

2. Bagi Perusahaan

Kegunaan praktis bagi perusahaan, setidaknya menjadi bahan evaluasi dan pengambilan kebijakan dalam pemberian pelayanan, kualitas pelayanan dan frekuensi transaksi serta implikasinya terhadap kepuasan nasabah.

3. Bagi Masyarakat

Adapun kegunaan praktis hasil penelitian bagi masyarakat adalah setidaknya dapat menjadi rujukan dalam menentukan penggunaan jasa layanan keuangan yang dapat memberikan kepuasan.

#### **E. Kerangka pemikiran**

Penelitian ini menggunakan beberapa spekulasi yang berhubungan langsung dengan setiap variabel, misalnya layanan elektronik, kualitas pelayanan, frekuensi transaksi dan kepuasan nasabah.

Administrasi perbankan adalah administrasi yang diberikan oleh bank kepada nasabah atau pihak lain yang terkait. Alasan administrasi perbankan adalah untuk mengumpulkan aset dari orang-orang pada umumnya dan menyalurkan aset tersebut kembali ke daerah. Hal itulah yang menjadi tujuan utama perbankan agar layanan jasa yang diberikan kepada nasabah semakin lengkap sehingga berpengaruh terhadap kepuasan dan kepuasan nasabah.<sup>22</sup> Dalam Islam kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:<sup>23</sup>

<sup>22</sup> Djoni S. Gozali and Rachmad Usaman, *Hukum Perbankan* (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), 90.

<sup>23</sup> Didin Hafidudin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syari'ah Dalam Praktik*, (Jakarta: Gema Insani. 2003), 56.

- a. Kejujuran (*shidiq*) merupakan sikap yang perlu ditekankan dalam berbagai macam transaksi bisnis. Islam sangat menganjurkan seseorang untuk bersikap jujur dan benar karena dengan bersifat jujur maka keterbukaan antara pihak layanan jasa dan nasabah (nasabah) akan tercipta keterbukaan dana.
- b. Terpercaya (*Amanah*) dan memiliki kecerdasan (*fathonah*). Sebagai penyedia layanan jasa, perbankan harus mampu menjadi pihak yang bertanggung jawab, transparan, disiplin dan memiliki manajemen visi misi yang jelas.
- c. Memiliki kemampuan dalam berkomunikasi dengan baik (*tabligh*), kalau menurut istilah manajemen adalah seseorang yang cerdas, mampu memahami tugas, supel, dapat bekerja dengan tim, koordinasi, kenadi survive mampu menerima delegasi wewenang.
- d. Konsisten (*istiqomah*) merupakan sikap seseorang yang mampu menampilkan dan mengimplemantasikan nilai-nilai yang telah disebutkan di atas secara konsisten. Sehingga sikap tersebut akan memberikan peluang-peluang besar.

Berdasarkan penjelasan yang telah disampaikan bahwa dalam melakukan pelayanan jasa sebuah usaha menurut Islam harus dilandasi dengan menanamkan sifat-sifat Rasulullah SWT., yang meliputi: *shidiq*, *amanah*, *fathonah*, *tabligh* dan *istiqomah*. Menurut Kamus Hukum R. Subekti dan R. Tjitrosudibio transaksi “*transactie*” adalah perjanjian dalam perdagangan.<sup>24</sup> Apabila pihak perbankan menyediakan layanan sesuai dengan kebutuhan masyarakat, maka ia akan berusaha mendapatkan produk dengan melakukan transaksi dengan pihak perbankan. Transaksi yang dimaksud ini yaitu sebagai kegiatan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat agar dapat dilaksanakan, digunakan dan dinikmati hasilnya. Sehingga, transaksi memegang peranan utama bagi perbankan dan nasabah sebagai pengantar untuk dapat memenuhi kebutuhannya masing-masing. Bagi bank, adanya transaksi menandakan keberhasilan bahwa produk yang ditawarkan dapat dinikmati masyarakat. Sedangkan bagi nasabah transaksi menandakan adanya kebutuhan nasabah terhadap produk layanan jasa yang ditawarkan.<sup>25</sup>

<sup>24</sup> R. Subekti and R. Tjitrosudibio, *Kamus Hukum* (Jakarta: Pradnya Paramita, 2002), 106.

<sup>25</sup> Andika Persada Putera, “Kedudukan Bank Dalam Transaksi Produk Non Bank” (Universitas Airlangga, 2014).

Selain faktor kebutuhan, faktor pelayanan juga sangat mempengaruhi nasabah. Item yang dipromosikan adalah presentasi berkualitas yang dibeli oleh nasabah sehingga kualitas pelayanan menjadi alasan pengiklan. Kualitas pelayanan sulit untuk diterjemahkan dan diukur karena berbeda tolak ukurnya dengan kualitas barang.<sup>26</sup> Menurut Tjiptono bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan untuk memenuhi kebutuhan nasabah sesuai dengan yang diharapkan serta pengendalian atas tingkat tersebut, dengan kata lain, terdapat dua faktor utama yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu jasa yang diberikan (*perceived service*) dan harapan layanan jasa (*expected service*). Artinya, jika layanan jasa yang diberikan sesuai dengan ekspektasi nasabah maka pelayanan yang diterima dinilai cukup baik dan memuaskan. Jika nasabah menerima pelayanan melebihi ekspektasinya, maka pelayanan jasa dianggap cukup ideal. Sedangkan, jika pelayanan jasa yang diterima nasabah tidak sesuai dengan ekspektasinya maka Kualitas Pelayanan terhadap suatu perusahaan dipersepsikan buruk.<sup>27</sup>

Terdapat beberapa kesenjangan menurut Leonard L. Berry dan A. Parasuraman yang menyebabkan penyajian layanan tidak berhasil. Dalam mengidentifikasi kesenjangan tersebut adalah:

1. Adanya kesenjangan keuntungan antara harapan nasabah dan pandangan bankir. Administrator tidak selalu tahu persis apa yang dibutuhkan nasabah mereka atau bagaimana komponen layanan mereka dihargai. Hasil manajemen tidak memberi tahu Anda bagaimana layanan perlu dirancang atau jenis layanan dukungan apa yang diinginkan nasabah.
2. Kesenjangan antara perspektif eksekutif dan penentuan kualitas pelayanan. Anda juga mungkin memiliki opsi untuk melihat dengan tepat apa yang dibutuhkan dan dibutuhkan nasabah Anda. Bagaimanapun, itu tidak menetapkan norma eksekusi yang jelas. Hal ini dapat disebabkan oleh tiga elemen: tidak adanya aset, tidak adanya kewajiban dewan untuk mendukung kualitas, atau kepentingan yang berlebihan.

---

<sup>26</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Malang: Banyumedia, 2005).

<sup>27</sup> Koswara, Malik, and Nurdin, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan Secara Online Melalui Internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Mandiri KCP Rancaekek."

3. Kesenjangan antara kualitas spesifikasi layanan dan penyampaian layanan. Jenis yang terjadi biasanya disebabkan oleh karyawan yang kurang berhasil, stres karena gagal memenuhi kriteria kinerja yang ditetapkan, atau bekerja di luar batas.
4. Kesenjangan antara komunikasi eksternal dan presentasi. Harapan nasabah ditentukan oleh manajemen dan janji perusahaan, yang secara tidak langsung berlaku ketika perusahaan gagal memenuhi janji nasabahnya.
5. Kesenjangan antara layanan yang diharapkan dan dirasakan. Pastikan hal ini terjadi jika nasabah salah atau berbeda mengukur kinerja perusahaan saat menilai Kualitas Pelayanan. Persepsi awal nasabah dan pelaku usaha adalah sama, namun banyak faktor yang melatarbelakangi terjadinya kesalahpahaman (*communication gap*) antara nasabah dan pelaku usaha<sup>28</sup>

Upaya meningkatkan dana pada bank syariah dari nasabah yang menyimpan dana disebut dengan “penghimpunan dana”. Secara umum, pengumpulan dana nasabah yang dilakukan oleh pihak perbankan berupa tabungan, giro, dan deposito dan secara total dapat disebut dengan dana pihak ketiga. Sedangkan penghimpunan dana yang dilakukan oleh perbankan syariah dana yang utama tidak disandarkan atas nama produk tetapi pada prinsip yang digunakan.

Standar kenaikan subsidi yang dilakukan oleh perbankan syariah sesuai fatwa Dewan Syariah Nasional memiliki dua standar utama, khususnya pedoman *wadiah* dan aturan *mudharabah*. Latihan pengumpulan uang yang digunakan oleh perbankan syariah bergantung pada standar wadiah sebagai simpanan permintaan dan dana investasi. Toko permintaan *wadiah* adalah toko pihak luar terhadap keuangan syariah yang penyesuaiannya dapat diambil sewaktu-waktu melalui *bilyet* giro, kartu ATM, cek, aset untuk kantor penarikan/angsuran lainnya atau dapat juga melalui bagian pembukuan.<sup>29</sup>

Mudharabah adalah kerjasama yang terjalin antara pihak-pihak penyedia modal atau *shohibul maal* sepenuhnya dengan pihak kedua (*mudharib*) sebagai pengelola

---

<sup>28</sup> Leonard Berry and A. Parasuraman, “Listening to the Customer -The Concept of a Service-Quality Information System,” *Sloan Management Review* 38, no. 3 (1997): 65–76.

<sup>29</sup> Harahap, “Analisis Dampak Penerapan Perbankan Syariah Terhadap Sektor UMKM Di Sumatera Utara.”, (2016.)

dana dimana keuntungan dan kerugian dibagi sesuai dengan kesepakatan diantara keduanya. Dalam pelaksanaan *mudharabah* ini yakni perbankan sebagai penyedia modal secara penuh (*shohibul maal*) sedangkan nasabah sebagai *mudharib* yang memutar dana sebagai pengelola usaha. Adapun jangka waktu pembiayaan, pembayaran dan bagi hasil ditentukan oleh kesepakatan antara keduanya (perbankan dan nasabah). Akan tetapi, meskipun dalam praktiknya nasabah sebagai pengelola usaha secara penuh, pihak bank tetap memiliki hak untuk mengawasi dan melakukan pembinaan terhadap usaha nasabah. Jika usaha tersebut mengalami kerugian, maka pihak perbankan bertanggungjawab sepenuhnya. Terkecuali jika kerugian tersebut diakibatkan oleh kesalahan, kelalaian atau penyalahgunaan yang dilakukan oleh nasabah. Sehingga, pihak perbankan dapat meminta jaminan untuk mengantisipasi resiko jika nasabah tidak bertanggungjawab atas kesalahannya sebagaimana yang dimuat dalam akad.<sup>30</sup>

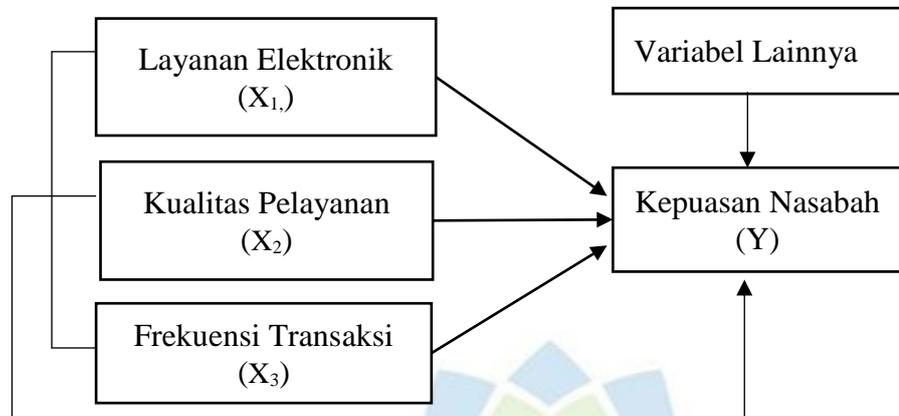
Menurut Kotler bahwa kepuasan nasabah yang tinggi dihasilkan oleh pemberian pelayanan yang berkualitas tinggi pula. yang menjadi indikator kualitas pelayanan menurut Othman dan Owen yaitu meliputi kepatuhan syariah (*sharia compliance*), keandalan (*reliability*), kepedulian (*emphaty*), bukti fisik (*tangible*), daya tanggap (*responsiveness*) dan jaminan (*assurance*). Dalam memberikan kualitas pelayanan kepada nasabah supaya bank syariah mendapat *feedback* (umpan balik) yang berupa pendapat nasabah tentang sarana maupun prasarana yang berhubungan dengan pelayanan, maka hal yang perlu diperhatikan adalah pihak perbankan perlu melakukan interaksi dengan nasabahnya dengan sebaik-baiknya.<sup>31</sup>

---

<sup>30</sup> Harahap. (2016)

<sup>31</sup> Tri Hari Koestanto and Tri Yuniati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Jatim Cabang Klampis Surabaya," *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen* 3, no. 10 (2014).

**Gambar 1**  
**Kerangka Pemikiran**



Berikut uraian kerangka pemikiran diatas;

### 1. Layanan Elektronik (X<sub>1</sub>)

Sebagaimana Koestanto dan Yuniati *E-Service Quality* (Layanan Elektronik) evaluasi dan penilaian yang cermat terhadap sifat penyampaian administrasi kepada pembeli di pasar virtual.<sup>32</sup> Ada empat aspek yang ditemukan Parasuraman dalam hakikat layanan elektronik. Keempat aspek tersebut merupakan inti dari sifat layanan elektronik, lebih spesifiknya:<sup>33</sup> efektivitas (*proficiency*), kepuasan kebutuhan (*satisfaction*), keamanan (*protection*), dan aksesibilitas kerangka kerja (*framework accessibility*).

### 2. Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>)

Kotler bahwa kepuasan nasabah yang tinggi dihasilkan oleh pemberian pelayanan yang berkualitas tinggi pula. yang menjadi indikator kualitas pelayanan bank syariah menurut Othman dan Owen yaitu :

1. Kepatuhan Syariah (*Sharia Compliance*)
2. Jaminan (*Assurance*)
3. Keandalan (*Reliability*)
4. Penampilan (*Tangible*)

<sup>32</sup> Felicia Laurent, "Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Nasabah GO-JEK Melalui Kepuasan Nasabah," *AGORA* 4, no. 2 (2016).

<sup>33</sup> V Parasuraman, A. alerie A. Zeithaml, and Arvind Malhotra., "E-S-QUAL A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality," *Journal of Service Research* 7, no. x (2005).

5. Kepedulian (*Emphaty*)
6. Daya Tanggap (*Responsivenessza*)<sup>34</sup>

### 3. Frekuensi Transaksi (X<sub>3</sub>)

Sesuai KBBI, pengulangan/frekuensi adalah frekuensi transaksi yang disimpan dalam catatan nasabah, baik menambah keseimbangan (menyimpan aset) atau mengurangi keseimbangan (menarik cadangan).<sup>35</sup> Menurut R. Subekti dan R. Tjitrosudibio dalam referensi kata halal Transactie adalah pengertian di bidang pertukaran.<sup>36</sup> Sehingga cenderung beralasan bahwa frekuensi transaksi adalah pengulangan atau premi nasabah untuk melakukan akuntansi dalam catatan, baik menambah keseimbangan (menjaga aset) atau mengurangi keseimbangan (menarik aset) dalam catatan nasabah.<sup>37</sup> Berikutnya adalah tanda minat pertukaran sesuai Walgito:

1. Ketertarikan pada objek yang diminati
2. Merasa bahagia
3. Kecenderungan untuk memanfaatkan<sup>38</sup>

### 4. Kepuasan Nasabah (Y)

Menurut Mowen dan Minor, kepuasan nasabah adalah semua mentalitas nasabah menuju bantuan besar setelah mereka mendapatkan apa yang mereka dapatkan. Berikutnya adalah tanda-tanda kepuasan nasabah

1. Sifat administrasi atau administrasi, yaitu dalam hal pembeli mendapatkan bantuan yang besar dan sesuai asumsi, mereka akan merasa senang dengan bantuan atau administrasi dari perbankan.

---

<sup>34</sup> Koestanto and Yuniati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Jatim Cabang Klampis Surabaya."

<sup>35</sup> "KBBI Offline 1.5.1," n.d.

<sup>36</sup> Subekti and Tjitrosudibio, *Kamus Hukum*, 106.

<sup>37</sup> Sonny Koeswara and Muslimah, "Analisis Besarnya Pengaruh Kinerja Pelayanan (Service Performance) Frontliner Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Prioritas PT. BCA, TBK Cabang Permata Buana Dengan Pendekatan Metode Regresi Linear Multiple," *Jurnal PASTI* VIII, no. 1 (2014).

<sup>38</sup> Walgito Bimo, *Pengantar Psikologi Umum* (Jakarta: Andi, 2004).

2. Kualitas barang. Artinya, dengan asumsi mereka menggunakan barang berkualitas dari perusahaan, pembeli akan senang dengan administrasi kualitas barang.
3. Nilai yaitu orang akan menyukai harga yang murah jika kualitasnya setara dengan harga yang selangit. Jika barang tersebut dijual dengan harga murah sedangkan kualitasnya sama, maka akan memberikan keuntungan yang lebih besar kepada pembeli. Namun, yang lebih penting adalah barang yang ditawarkan harus sesuai dengan nilai kualitas barang tersebut.
4. Faktor situasional, adalah kondisi yang menggambarkan keadaan yang dialami nasabah.
5. Variabel individu pembeli atau atribut pembelanja yang menggabungkan persyaratan individu<sup>39</sup>

#### F. Hipotesis

Sebuah teori adalah solusi singkat untuk masalah pemeriksaan yang sebenarnya harus dicoba kebenarannya. Dilihat dari struktur pemikirannya, maka spekulasi dalam penelitian ini akan mencoba untuk menghubungkan antara faktor-faktor dan semua faktor, sebagai berikut:

- 1 **H<sub>0</sub>** ( $\rho.X_1.Y=0$ ) : Tidak terdapat pengaruh antara layanan elektronik terhadap kepuasan nasabah  
**H<sub>a</sub>** ( $\rho.X_1.Y>0$ ) : Ada pengaruh antara layanan elektronik terhadap kepuasan nasabah
- 2 **H<sub>0</sub>** ( $\rho.X_2.Y=0$ ) : Tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah  
**H<sub>a</sub>** ( $\rho.X_2.Y>0$ ) : Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah
- 3 **H<sub>0</sub>** ( $\rho.X_3.Y=0$ ) : Tidak terdapat pengaruh antara frekuensi transaksi terhadap kepuasan nasabah  
**H<sub>a</sub>** ( $\rho.X_3.Y>0$ ) : Terdapat pengaruh antara frekuensi transaksi terhadap kepuasan nasabah

---

<sup>39</sup> Sumarwan.

- 4 **H<sub>0</sub>** ( $\rho.X_{1,2,3}.Y=0$ ) : Tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan, layanan elektronik, dan frekuensi transaksi terhadap kepuasan nasabah.
- H<sub>a</sub>** ( $\rho.X_{1,2,3}.Y>0$ ) : Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan, layanan elektronik, dan frekuensi transaksi terhadap kepuasan nasabah

### G. Tinjauan Penelitian Terdahulu

- Engkur, 2018 “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah di DKI Jakarta,” *Jurnal Akuntansi dan Manajemen* Vol 4 NO 1. Penelitian ini menjelaskan tentang kepuasan pelayanan yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah bank syariah di Jakarta. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dan melakukan studi asumsi klasik terlebih dahulu. Penelitian ini mendapatkan sumber data primer dari hasil pengisian kuisioner yang mencapai 150 responden nasabah bank syariah di Jakarta. Penelitian ini membahas bahwa hal yang berpengaruh besar secara signifikan dalam kualitas pelayanan nasabah adalah *responsiveness, compliance to Islamic law dan empathy*. Sedangkan *tangible, assurance dan reliability* merupakan hal yang sama sekali tidak berpengaruh besar terhadap kualitas pelayanan bagi nasabah bank syariah di Jakarta. Hasil tersebut dihasilkan berdasarkan temuan faktor yang ada pada *variable tangible, assurance dan reliability* memiliki nilai 0,342 atau sama dengan 34,2%. Hal tersebut menunjukkan angka kecil terhadap pengaruh kepuasan nasabah dan *variable responsiveness, compliance to Islamic law dan empathy* yang memberikan pengaruh signifikan mencapai angka 65,8% terhadapkepuasan pelayanan nasabahbankksyariah di Jakarta<sup>40</sup>.
- Muhammad Ramaditya dan Retno Wuryaningsih, 2018, “Investigasi Pengaruh Aplikasi E-Channel dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah: Studi Kasus Bank CIMB NIAGA Tbk Cabang Mangga Dua Jakarta,” *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*. Jenis pemeriksaan yang

---

<sup>40</sup> Engkur, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Di DKI Jakarta,” *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen* 4, no. 1 (2018).

digunakan adalah subyektif dengan objek eksplorasi Bank CIMB Niaga Cabang Mangga Dua Jakarta yang berjumlah 80-100 responden nasabah Bank CIMB Niaga Cabang Mangga Dua Jakarta. Strategi yang digunakan untuk mendapatkan survei dalam penelitian ini adalah pemeriksaan akomodasi. Pemeriksaan informasi menggunakan kekambuhan yang berbeda menggunakan program SPSS. Hasil dari pembahasan review ini dapat disimpulkan bahwa aplikasi *e-Channel* dan sifat administrasi Bank CIMB Niaga Cabang Mangga Dua Jakarta dapat mempengaruhi keteguhan nasabah yang ditunjukkan dengan adanya pengujian yang tidak lengkap secara fundamental.<sup>41</sup>

3. Muhammad Zulvan Jamal Ramdhan dan Venny Suci Asih, “Studi Komparatif: Kualitas Pelayanan *Mobile Banking* BRI Syariah dan Bank Syariah Indonesia.” *Jurnal Indonesia Journal of Economics and Management*, 2021. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif yang berfokus kepada Kualitas Pelayanan *Mobile Banking* terhadap nasabah Bank Syariah. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan *Mobile Banking* terhadap Bank Syariah Indonesia dan Bank BRI Syariah menunjukkan bahwa tingkat Kualitas Pelayanan pada Bank BRI syariah berada diangka 3,71 begitupun layanan pada Bank Syariah Indonesia. Keduanya menduduki kualitas yang sama dalam kualitas pelayanan *Mobile Banking* untuk nasabah. Penelusuran angket tersebut menggunakan pengujian sampel bebas (*independent sampel t test*) dan menghasilkan bahwa respon nasabah memberikan nilai baik dan sangat bagus terhadap kualitas pelayanan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia dan Bank BRI Syariah<sup>42</sup>.
4. Khalawatun Taskiyah dan Peni Haryanti, “Pengaruh Asepk Syariah, Kualitas Pelayanan dan Likuiditas Emas terhadap Keputusan Nasabah

---

<sup>41</sup> Muhammad Ramaditya and Retno Wuryaningsih, “Analisis Pengaruh Aplikasi E-Channel Dan Kulaitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah: Studi Kasus Bank CIMB NIAGA Tbk, Cabang Mangga Dua Jakarta,” *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen* 14, no. 2 (2018).

<sup>42</sup> Muhammad Zulvan Jamal Ramdhan and Venny Suci Asih, “Studi Komparatif: Kualitas Pelayanan *Mobile Banking* BRI Syariah Dan Bank Syariah Indonesia,” *Jurnal Indonesia Journal of Economics and Management* 1, no. 3 (2021).

Produk Gadai Emas Masa Pandemi Covid-19 (Studi pada Bank Syariah Indonesia Mojokerto Gajah Mada,” *Jurnal of Islamic Econimics Studies*, 2021. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif yang bertujuan menggambarkan angket yang telah peneliti dapatkan. Penelitian ini meneliti beberapa variable yang mengarah kepada Kualitas Pelayanan di masa pandemic dan pengaruh aspek syariah kepada nasabah. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 34 nasabah yang menggunakan produk gadai emas dengan metode *purposive sampel* dan analisis linier. Hasil dari penelitian dapat disimpulkan bahwa aspek syariah terdapat pengaruh secara individual yang mencapai nilai  $2.315 > 2.0423$  berdasarkan keputusan nasabah, hal yang mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan ditunjukkan dengan adanya Kualitas Pelayanan dengan jumlah nilai  $3.461 > 2.0423$ . Likuiditas nilai emas  $3,461 > 2.0423$  dan likuiditas tersebut yakni berdasarkan nilai beta yang dinyatakan sebagai variable yang dominan sebesar  $0,39^{43}$ .

5. Budi Santoso dan Tutik Alawiyah, “*Service Quality as A Measurement of Customer Satisfaction of Indonesia Sharia Bank Using Important Performance Analysis Method*,” *International Journal of Social Science and Business*, 2021. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang memiliki populasi 100 nasabah Bak Syariah Indonesia di Situbondo. Penelitian ini juga menggunakan metode *important performance analysis*. Hasil dalam penelitian menjelaskan bahwa dalam memberikan kepuasan kepada nasabah, pihak perbankan harus merealisasikan beberapa bentuk pelayanan. Kepuasan tersebut bergantung kepada perbandingan antara kebutuhan nasabah dalam menggunakan jasa sebelumnya dengan hasil yang dirasakan saat ini. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Bank Syariah

---

<sup>43</sup> Khalawatun Taskiyah and Peni Haryanti, “Pengaruh Asepk Syariah, Kualitas Pelayanan Dan Likuiditas Emas Terhadap Keputusan Nasabah Produk Gadai Emas Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Bank Syariah Indonesia Mojokerto Gajah Mada,” *Jurnal of Islamic Econimics Studies* 2, no. 3 (2021).

Indonesia (BSI) perlu meningkatkan kinerja atribut untuk kualitas pelayanan nasabah yang dianggap penting<sup>44</sup>

6. Tesis karya Khadijah Nuran dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Dampaknya Pada Kepuasan Nasabah Kereta Api Siantar Ekspres”. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis tentang pengaruh dari kualitas pelayanan, kepuasan nasabah serta dampak pada kepuasan nasabah kereta Api Siantar Ekspres. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif dan menggunakan “tingkat eksplanasi asosiatif”. Teknik pengambilan sampel dilakukan berdasarkan “*accidental sampling*” atau mengidentifikasi siapa saja anggota populasi yang secara kebetulan bertemu langsung dan mampu memberikan informasi. Metode analisis data dalam penelitian ini juga menggunakan *path analysis* (diagram jalur). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga, kepuasan nasabah, dan kualitas pelayanan memberikan dampak positif yang signifikan bagi kepuasan pelanggan kereta Api Siantar Ekspres.<sup>45</sup>

Berdasarkan uraian penelitian terdahulu yang sudah disebutkan di atas, ada persamaan pada wilayah kajian pembahasan tertentu yang dilakukan diantaranya, membahas mengenai kepuasan nasabah dengan factor lain, atau layanan elektronik dengan factor lain dan seterusnya sedangkan perbedaan penelitian yang dilakukan tentang empat komponen bersamaan yang tentu berbeda dengan penelitian sebelumnya tentang “Pengaruh Penggunaan Layanan Elektronik, Kualitas Pelayanan, Frekuensi Transaksi Serta Implikasinya Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk. (Studi pada pegawai UIN Sunan Gunung Djati Bandung)”. Lebih ditekankan pada kombinasi ketiga variable tersebut apakah memberi pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

---

<sup>44</sup> Budi Santoso and Tutik Alawiyah, “Service Quality as A Measurement of Customer Satisfaction of Indonesia Sharia Bank Using Important Performance Analysis Method,” *International Journal of Social Science and Business* 5, no. 2 (2021).

<sup>45</sup> Khadijah Nurani, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah Kereta Api Siantar Ekspres” (Universitas Sumatera Utara Medan, 2017).

## H. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Ruang lingkup dan batasan penelitian diperlukan sebagai acuan agar penelitian tidak menyimpang maupun pelebaran pokok masalah. Sehingga penelitian akan lebih terarah serta dapat memudahkan dalam menganalisis pembahasan hingga tujuan penelitian akan tercapai dengan baik. Berikut ruang lingkup dan batasan penelitian ini:

1. Batasan penelitian pada penggunaan layanan elektronik yang disediakan oleh PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk untuk dapat memberikan kepuasan terhadap nasabah
2. Batasan penelitian pada penggunaan Kualitas Pelayanan yang disediakan oleh PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk untuk dapat memberikan kepuasan terhadap nasabah
3. Dan batasan penelitian pada penggunaan frekuensi transaksi yang disediakan oleh PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk untuk dapat memberikan kepuasan terhadap nasabah

## I. Sitematika Penulisan

Bab pertama meliputi pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, dan kerangka penelitian.

Bab kedua membahas tentang landasan teoritik, yang berisi tentang penjelasan mengenai perbankan syariah, bank syariah Indonesia, teori frekuensi transaksi, teori Kualitas Pelayanan, dan tentang nasabah.

Bab tiga membahas tentang metodologi penelitian, yang membahas mengenai lokasi penelitian, jenis penelitian, sumber data, variabel penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, analisa data, sistematika penulisan, dan jadwal pelaksanaan penelitian

Bab empat membahas tentang hasil penelitian dan pembahasan

Bab kelima yaitu berisi tentang penutup yang didalamnya terdapat kesimpulan dan saran.