

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Pengertian Pelayanan Prima**

Menurut (Mukarom Zaenal dan Wijaya Laksana, 2018) pelayanan prima merupakan terjemahan istilah “*excellent service*” yang secara harfiah berarti pelayanan terbaik atau sangat baik. Disebut sangat baik atau terbaik karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki instansi pemberi layanan. Menurut Semil dalam (Wildan Zulkarnain dan Sumarsono, 2018) kata pelayanan prima dalam bahasa Inggris keseharian tidak disebut sebagai (*premium service*), tetapi disebut dengan (*excellent service*) (pelayanan yang unggul, baik sekali) atau (*service excellent*) keunggulan pelayanan, pelayanan dengan mutu yang baik sekali.

Menurut (Freddy, 2017) Pelayanan prima adalah suatu pelayanan terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Dengan kata lain pelayanan prima merupakan suatu pelayanan yang memenuhi standar kualitas yang sudah ditentukan. Sementara itu menurut Edwards (1991) menyatakan bahwa untuk dapat menciptakan pelayanan yang unggul di perusahaan dapat dibangun dari tiga dimensi, yaitu :

**a) Kecepatan**

Kecepatan layanan sangat penting karena konsumen selalu ingin dilayani dengan cepat, sehingga konsumen tidak perlu menunggu terlalu lama dalam melakukan transaksi,

**b) Ketepatan**

Ketepatan layanan merupakan hal yang penting pula karena konsumen mengharapkan kebenaran atas transaksi yang dilakukan sehingga tidak ada kesalahan dari pihak perusahaan dalam melayani.

**c) Jaminan keamanan**

Jaminan keamanan yang diberikan pihak penyedia jasa layanan kepada konsumen juga diharapkan, supaya konsumen merasa aman dalam

menempatkan dananya diperusahaan tersebut.

Pendapat diatas juga didukung oleh Biere (1997) menyatakan bahwa selain adanya kecepatan dalam pelayanan transaksi keuangan konsumen menginginkan :

**a) Privasi**

Privasi merupakan suatu keinginan diri untuk tak diganggu oleh apa pun dan siapa pun yang berhubungan dengan kebutuhan, nilai, dan keyakinan pribadi.

**b) Keamanan**

Keamanan adalah keadaan bebas dari bahaya. Istilah ini bisa digunakan dengan hubungan kepada kejahatan, segala bentuk kecelakaan, dan lain-lain

### **2.1.2 Pengertian Pengaduan Nasabah**

Pengaduan pada suatu perusahaan harus ditangani dengan baik hal yang paling penting yaitu pada bidang pelayanannya. Secara sederhana, Pengaduan kerap juga disebut komplain bisa diartikan sebagai ungkapan ketidakpuasan atau kekecewaan. Organisasi bisa mengumpulkan komplain pelanggan melalui sejumlah cara, diantaranya kotak saran, formulir komplain pelanggan, saluran telepon khusus, website, kartu komentar, survei kepuasan pelanggan dan *customer exit surveys* (Fandy Tjiptono, 2013).

Berdasarkan (POJK) Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 18 /Pojk.07/2018 Tentang Layanan Pengaduan Konsumen Di Sektor Jasa Keuangan, Pengaduan adalah ungkapan ketidakpuasan Konsumen baik lisan atau tertulis yang disebabkan oleh adanya kerugian dan/atau potensi kerugian materiil, wajar dan secara langsung pada Konsumen karena tidak dipenuhinya perjanjian dan/atau dokumen transaksi keuangan yang telah disepakati. Layanan Pengaduan adalah layanan yang disediakan oleh PUJK untuk mengupayakan penyelesaian Pengaduan di sektor jasa keuangan.

Adapun ruang lingkup dalam layanan pengaduan konsumen/nasabah yaitu :

### **1. Penerimaan Pengaduan**

PUJK wajib memberikan penjelasan kepada Konsumen dan/atau Perwakilan Konsumen mengenai prosedur singkat Layanan Pengaduan pada saat Konsumen dan/atau Perwakilan Konsumen mengajukan Pengaduan. Selain itu PUJK wajib melakukan verifikasi untuk memastikan kebenaran informasi mengenai Konsumen dengan melakukan hal-hal berikut:

- a. Verifikasi pada saat pengaduan disampaikan oleh konsumen dan/atau perwakilan konsumen dengan mencatat identitas Konsumen dan/atau Perwakilan Konsumen, surat kuasa khusus, jenis dan tanggal Transaksi Keuangan, serta mencatat permasalahan yang diadukan.
- b. Verifikasi dengan melakukan penelaahan terhadap kelengkapan dokumen yang disampaikan oleh konsumen dan/atau perwakilan konsumen.

### **2. Penanganan Pengaduan**

Setelah menerima pengaduan Konsumen dan/atau Perwakilan Konsumen, PUJK wajib melakukan tindak lanjut berupa:

- a. Pemeriksaan internal atas Pengaduan secara kompeten, benar, serta objektif
- b. Analisis untuk memastikan kebenaran Pengaduan.

### **3. Penyelesaian Pengaduan**

PUJK wajib memberikan Tanggapan Pengaduan kepada Konsumen dan/atau Perwakilan Konsumen atas Pengaduan yang diterima. PUJK dapat menyampaikan Tanggapan Pengaduan berupa:

- a. Penjelasan permasalahan, dalam hal tidak terdapat kesalahan PUJK yang menyebabkan adanya kerugian dan/atau potensi kerugian Konsumen atau
- b. Penawaran penyelesaian, dalam hal terdapat kesalahan PUJK yang menyebabkan adanya kerugian dan/atau potensi kerugian Konsumen.

### 2.1.3 Pengertian Citra Bank

Webster dalam Sutisna (2003:331) berpendapat citra adalah sebagai gambaran mental atau konsep tentang sesuatu, citra yang baik dari suatu organisasi (baik korporasi maupun lokal) merupakan asset, karena citra mempunyai suatu dampak pada persepsi konsumen dari komunikasi dan operasi organisasi dalam berbagai hal. Menurut Kotler (2015) citra adalah seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek. Image menunjukkan kesan suatu objek terhadap objek lain yang terbentuk dalam mengolah informasi setiap saat dari berbagai sumber terpercaya.

Gronroos dalam Sutisna (2003:26), mengidentifikasi empat hal citra bagi suatu organisasi diantaranya :

1. **Reputation (nama/logo)** Yaitu suatu tingkat atau status yang cukup tinggi bagi sebuah brand karena lebih terbukti punya track-record yang baik. Reputation ini paralel dengan perceived quality.
2. **Recognition (pengenalan terhadap perusahaan)** Yaitu tingkat dikenalnya sebuah brand oleh konsumen. Kalau sebuah brand tidak dikenal, produk yang memakai brand tersebut harus dijual dengan mengandalkan harga murah.
3. **Affinity (ketertarikan)** Yaitu semacam emosional relationship yang timbul diantara sebuah brand dan konsumennya. Sebuah brand yang disukai konsumen akan mudah dijual.
4. **Brand Loyalty (kesetiaan)** Adalah kesetiaan para konsumen terhadap perusahaan.

### 2.1.4 Pengertian Bank

Pengertian bank pada awal dikenalnya adalah meja tempat menukar uang. Lalu pengertian berkembang yaitu sebagai tempat menyimpan uang dan seterusnya. Pengertian ini tidaklah salah, karena merupakan pengertian pada saat itu. Namun semakin modernnya perkembangan dunia perbankan, maka pengertian bank pun berubah pula. Secara sederhana bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari

masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut kepada masyarakat serta memberi jasa bank lainnya (Kasmir, 2001:11).

Pengertian bank menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan adalah Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (Martono, 2007:20). Dari kedua pengertian diatas dapat diartikan bahwa bank merupakan lembaga keuangan yang kegiatannya adalah menghimpun dana dari masyarakat (funding), Menyalurkan dana ke masyarakat (lending) dan Memberikan jasa-jasa bank lainnya (services).

Menghimpun dana berarti mengumpulkan dana atau mencari dana dengan cara membeli dari masyarakat luas dalam bentuk simpanan giro, tabungan dan deposito. Pembelian dana dari masyarakat ini dilaksanakan oleh bank melalui berbagai strategi agar masyarakat tertarik dan mau menginvestasikan dananya melalui lembaga keuangan bank. Alternative simpanan yang bisa dilakukan oleh masyarakat adalah simpanan dalam bentuk giro, tabungan, sertifikat deposito serta deposito berjangka dimana masing-masing jenis produk tersebut memiliki kelebihan dan keuntungan tersendiri. Kegiatan penghimpunan dana ini disebut funding.

Menyalurkan dana berarti melemparkan kembali dana yang telah dihimpun melalui simpanan giro, tabungan dan deposito kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman (lanable fund) bagi bank konvensional atau pembiayaan bagi bank syari'ah. Bagi bank konvensional dalam memberikan pinjaman disamping dikenakan bunga, juga dikenakan jasa pinjaman bagi penerima pinjaman (debitur) dalam bentuk biaya administrasi serta biaya provisi dan komisi. Sedangkan bagi bank syari'ah didasarkan pada jual beli dan bagi hasil.

Tujuan paling utama dari sebuah bank adalah untuk meningkatkan dan mempertahankan keuntungan yang di perolehnya. Suatu system perbankan didefenisikan sebagai suatu pemberian jasa-jasa keuangan. Tetapi bank juga

suatu system yang menghasilkan keuntungan. Keduanya jelas dapat di perbandingkan: tidak akan ada usaha memberikan jasa-jasa apabila tidak seorang pun menghendakinya dan jelas bahwa tujuan utama bank adalah memberikan serta mengembangkan jasa-jasa tersebut hingga menghasilkan keuntungan yang selaras dengan operasi bisnis dan kebijaksanaan keuntungan Negara yang aman (Kenneth Toft, 1991:23).

#### **2.1.4.1 Jenis-Jenis Bank**

Berikut ini merupakan macam-macam dan jenis-jenis bank yang ada di Indonesia beserta arti definisi/pengertian masing-masing bank (Kasmir, 2003:21) :

##### **1. Bank Sentral**

Bank Sentral adalah bank yang didirikan berdasarkan Undang-undang nomor 13 tahun 1968 yang memiliki tugas untuk mengatur peredaran uang, mengatur pengerahan dana-dana, mengatur perbankan, mengatur perkreditan, menjaga stabilitas mata uang, mengajukan pencetakan/penambahan mata uang rupiah dan lain sebagainya. Bank sentral hanya ada satu sebagai pusat dari seluruh bank yang ada di Indonesia.

##### **2. Bank Umum**

Bank Umum adalah lembaga keuangan uang menawarkan berbagai layanan produk dan jasa kepada masyarakat dengan fungsi seperti menghimpun dana secara langsung dari masyarakat dalam berbagai bentuk, memberi kredit pinjaman kepada masyarakat yang membutuhkan, jual beli valuta asing/valas, menjual jasa asuransi, jasa giro, jasa cek, menerima penitipan barang berharga, dan lain sebagainya.

##### **3. Bank Perkreditan Rakyat Bank Perkreditan Rakyat adalah bank penunjang yang memiliki keterbatasan wilayah operasional dan dana yang dimiliki dengan layanan yang terbatas pula seperti memberikan kredit pinjaman dengan jumlah yang terbatas, menerima simpanan masyarakat umum, menyediakan pembiayaan dengan prinsip bagi**

hasil, penempatan dana dalam SBI (Sertifikat Bank Indonesia), deposito berjangka, sertifikat/surat berharga, tabungan, dan lain sebagainya.

Bank Perkreditan Rakyat menjadi titik focus pembahasan pada penelitian ini khususnya pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Sumatera Selatan.

#### **2.1.4.2 Tujuan Bank Perkreditan Rakyat**

Secara umum cara tugas Bank Perkreditan Rakyat dengan Bank Umum hampir sama, namun tetap ada perbedaannya. Scope yang boleh dilakukan Bank Perkreditan Rakyat lebih sedikit dibandingkan dengan bank umum dalam menyediakan pelayanan untuk nasabah . Berikut beberapa tugasnya :

1. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berjangka, tabungan atau bentuk lainnya.
2. Memberikan pinjaman kepada masyarakat yang membutuhkan.
3. Menyediakan pembiayaan bagi nasabah berdasarkan prinsip bagi hasil sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan dalam peraturan pemerintah.
4. Menempatkan dana dalam bentuk deposito berjangka, sertifikat deposito, atau jenis tabungan lain.

#### **2.1.4.3 Fungsi Bank Perkreditan Rakyat**

##### **1. Memberi Pengetahuan Terhadap Masyarakat Luas Tentang Perbankan**

Saat ini masyarakat masih awam tentang fungsi dan juga tugas utama BPR. Apalagi untuk mereka yang tinggal desa, mereka masih takut untuk menyimpan uangnya di bank. Kebanyakan dari mereka lebih memilih untuk menyimpannya di rumah saja. Oleh karena itu BPR berfungsi memberikan edukasi mendasar pada masyarakat terkait sistem perbankan.

##### **2. Membuat Pemerataan Kesempatan Untuk Membuka Usaha**

Di Era digital, banyak anak muda yang mempunyai ide bisnis yang kreatif. Implementasi dari ide tersebut memerlukan modal keuangan yang cukup. Oleh karena itulah BPR hadir sebagai penyedia modal atau

dana untuk mereka.

### 3. Mempercepat Pembangunan di Desa

BPR memang lebih banyak di bangun di desa. Untuk itu, fungsi lain dari BPR adalah membantu mempercepat pembangunan yang ada di dalam suatu desa. Sehingga, seluruh desa yang ada di Indonesia tidak lagi ketinggalan zaman karena kekurangan informasi terkait dunia usaha.

### 4. Menyediakan Layanan Perbankan

Fungsi utama lainnya dari BPR adalah menyediakan pelayanan perbankan yang bisa digunakan oleh setiap warga. Layanan perbankan ini bisa berbentuk tabungan perseorangan, ataupun memberikan layanan pinjaman dana untuk mereka yang memerlukan modal pinjaman usaha.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut ini merupakan Tabel 1 penjelasan dari penelitian terdahulu :

**Tabel 1**  
**Penelitian Terdahulu**

Peneliti	Judul Artikel/Jurnal	Variabel	Hasil
Evi Oktaviani, 2012	Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan nasabah dan Citra Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat di Surabaya	$X_1 =$ Kualitas Layanan $X_2 =$ Kepuasan Nasabah $X_3 =$ Citra $Y =$ Loyalitas Nasabah	Berdasarkan indeks kepuasan nasabah bank syariah yang dirilis oleh infobank per Januari 2010, secara konsisten, Bank Muamalat berada pada papan atas bank syariah yang memberikan kepuasan nasabah sejak tahun 2006. Pada tahun 2010 Bank Muamalat berada pada

			<p>peringkat pertama sebagai bank syariah yang memberikan kepuasan terbaik bagi nasabahnya. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh Bank Muamalat kepada nasabahnya sudah cukup baik, sehingga nasabah dapat merasakan kepuasan dan citra Bank Muamalat pun meningkat dan diharapkan loyalitas nasabah dapat tercapai.</p>
Djunaedi, 2017	<p>The Influence of Customer Relationship Marketing on Corporate Social Responsibility, Bank Image, Service Quality, and Its Impact on Employees of SME Employees Saving BNI Syariah Regional Operation of Kediri</p>	<p><math>X_1 = \text{Customer Relationship Marketing on Corporate Social Responsibility}</math>  <math>X_2 = \text{Bank Image}</math>  <math>X_3 = \text{Service Quality}</math>  <math>X_4 = \text{Its Impact on Employees Saving of SME}</math>  <math>Y = \text{Employees Saving of SME}</math></p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1). Customer relationship marketing mempengaruhi tanggung jawab sosial perusahaan Bank BNI Syariah.</li> <li>2). Pelanggan relationship marketing mempengaruhi citra Bank BNI Syariah.</li> <li>3). Pemasaran hubungan pelanggan mempengaruhi kualitas layanan Bank BNI Syariah.</li> <li>4). Tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap kualitas Bank BNI Syariah</li> </ol>

			<p>jasa.</p> <p>5). Corporate social responsibility berpengaruh tidak signifikan terhadap citra Bank BNI Syariah.</p> <p>6). Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap citra Bank BNI Syariah. 7). Kualitas layanan mempengaruhi keputusan nasabah Bank BNI Syariah.</p> <p>8). Citra bank mempengaruhi keputusan nasabah Bank BNI Syariah di Kediri.</p>
Mail Hilian Batin, 2019	Pengaruh Citra Bank, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Nasabah, Penanganan Keluhan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Sumsel Babel Kantor Capem Syariah Uin Raden Fatah Palembang	$X_1 =$ Citra Bank $X_2 =$ Kualitas Pelayanan $X_3 =$ Kepercayaan Nasabah $X_4 =$ Penanganan Keluhan $X_5 =$ Kepuasan Nasabah $Y =$ Loyalitas Nasabah	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara uji simultan dan parsial, semua variabel yang diajukan (Citra Bank, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Nasabah, Penanganan Keluhan, dan Kepuasan) berpengaruh secara positif signifikan terhadap loyalitas nasabah bank dengan nilai koefisien determinasi sebesar 84,7%.
Yolanda dan Dimas Firdaus, 2019	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap	$(X_1)$ Kualitas Pelayanan $(X_2)$ Promosi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan

	Citra Perusahaan Serta Dampaknya Pada Keputusan Nasabah Menabung (Studi Kasus Pada Bank Bri Kantor Cabang Pembantu Meester)	(Y) Citra Perusahaan (Z) Keputusan Nasabah Menabung	berpengaruh langsung terhadap citra perusahaan, promosi memiliki efek langsung pada citra perusahaan, kualitas layanan memiliki efek langsung pada tabungan pelanggan keputusan, promosi memiliki efek langsung pada keputusan tabungan pelanggan, citra perusahaan memiliki efek langsung pada keputusan tabungan pelanggan, kualitas layanan memiliki efek tidak langsung pada keputusan pelanggan untuk menabung melalui citra dan promosi perusahaan memiliki pengaruh tidak langsung terhadap keputusan pelanggan untuk menabung melalui citra perusahaan.
Cecep Hidayat dan pritha putri warahapsara, 2010	Pengaruh kualitas pelayanan dan produk terhadap citra perusahaan dan loyalitas nasabah	$X_1$ = kualitas pelayanan $X_2$ = produk $Y_1$ = citra perusahaan $Y_2$ = loyalitas nasabah	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan penghematan kualitas produk mempengaruhi citra perusahaan secara signifikan. Selain itu,

			kualitas layanan, kualitas produk yang tersimpan dan citra perusahaan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara signifikan.
Irawan Yulimindra, 2015	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Inovasi Terhadap Citra Perusahaan Dan Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Riau Kepri	Kualitas Layanan ( $X_1$ ), Persepsi Inovasi ( $X_2$ ), Citra Perusahaan ( $Y_1$ ) Loyalitas Nasabah ( $Y_2$ ),	Perhitungan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki berpengaruh langsung signifikan dan berpengaruh positif terhadap citra perusahaan, inovasi berpengaruh langsung tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan berpengaruh langsung signifikan dan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan, Inovasi berpengaruh langsung tidak signifikan dan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan, Citra Perusahaan berpengaruh langsung signifikan dan berpengaruh positif terhadap Kesetiaan pelanggan.
Arinnie Ernesta Viola,	Pengaruh Pelayanan Prima Dan Bauran	pelayanan prima ( $X_1$ )	Hasil pengujian dapat diketahui bahwa pelayanan

2010	Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Dampaknya Terhadap Citra Perusahaan	bauran promosi ( $X_2$ ) kepuasan pelanggan (Y) citra perusahaan (Z)	prima dan bauran promosi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah baik secara parsial maupun simultan dan kepuasan nasabah berpengaruh terhadap citra perusahaan. Sementara itu apabila dilihat secara parsial variabel pelayanan prima lebih dominan mempengaruhi kepuasan nasabah daripada variabel bauran promosi
Henky Irawa, 2012	Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Pelayanan Prima (Studi Kasus Di Spbu 44.581.05 Wirosari – Grobogan)	X = Pelayanan Prima Y = Kepuasan Nasabah	Temuan tersebut mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, perlu memperhatikan faktor-faktor pelayanan dan pelayanan prima. Karena faktor-faktor tersebut terbukti mempengaruhi tinggi rendahnya kepuasan pelanggan. Implikasi teoritis dan saran-saran bagi penelitian mendatang juga diuraikan pada akhir dalam penelitian ini.
Itto Turyandi, 2019	Pengaruh Kinerja Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Perusahaan	$X_1$ = kinerja $X_2$ = kualitas pelayanan Y = Citra	Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa hubungan antara kinerja tingkat hubungan kualitas

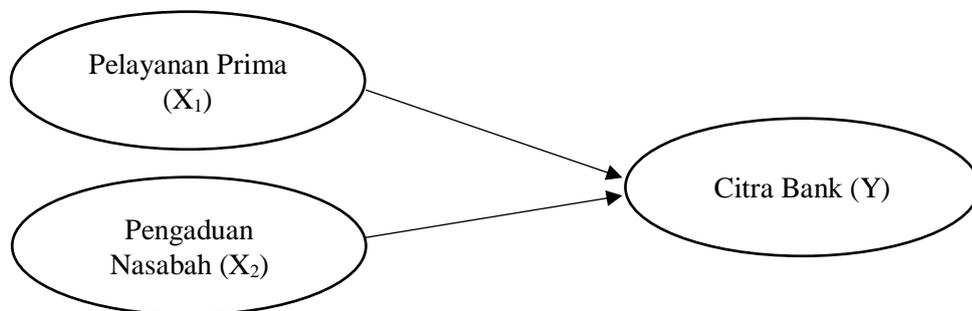
	Pada Bri Cabang Garut	Perusahaan	layanan dengan citra perusahaan menunjukkan kekuatan dan arah variabel. mempengaruhi kinerja kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan sebesar 60,84%, sedangkan sisanya 39,16% dipengaruhi oleh faktor lain, seperti pelanggan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Artinya, semakin baik kinerja kualitas pelayanan asalkan semakin baik citra perusahaan di BRI cabang Garut.
Bambang Setiyo Pambudi, 2008	Pengaruh Kinerja Pelayanan (Service Performance) Terhadap Loyalitas Dengan Variable Antara Kepuasan Konsumen Nasabah Bank Jatim	Kinerja Pelayanan (X) Loyalitas nasabah (Y) Kepuasan nasabah (Z)	Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan bahwa: (1) Nasabah Bank Jatim di Kota Jember mendasarkan service performance dan kepuasan mereka dari evaluasi serta kinerja dari pelayanan yang diterima oleh konsumen itu sendiri dan menilai kualitas dari pelayanan yang benar-benar mereka rasakan terhadap kegiatan perbankan pada Bank Jatim yang bersangkutan,

			<p>sehingga membuktikan bahwa loyalitas dipengaruhi oleh service performance serta kepuasan nasabah Bank Jatim;</p> <p>(2) Service performance nasabah berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah;</p> <p>(3) Service performance nasabah berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah;</p> <p>(4) Kepuasan nasabah berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah;</p> <p>(5) Terdapat pengaruh langsung maupun tidak langsung (melalui variabel intervening kepuasan) antara service performance nasabah terhadap loyalitas nasabah. Pengaruh langsung mempunyai persentase lebih besar (63,5%) dibandingkan dengan persentase dari pengaruh tidak langsung (14,8%), sehingga dapat disimpulkan bahwa jalur paling efektif adalah jalur langsung dari X (service</p>
--	--	--	--

			performance nasabah ) ke Y (loyalitas nasabah).
--	--	--	--

### 2.3 Kerangka Pikir

**Gambar 1**  
**Kerangka Pikir**



### 2.4 Hipotesis

H<sub>1</sub> = Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara Pelayanan Prima terhadap Citra Bank Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Sumatera Selatan

H<sub>2</sub> = Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara Pengaduan Nasabah terhadap Citra Bank Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Sumatera Selatan

H<sub>3</sub> = Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara Pelayanan Prima dan Pengaduan Nasabah terhadap Citra Bank pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Sumatera Selatan.