

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Bank

Bank adalah lembaga keuangan resmi yang memiliki lisensi dari otoritas terkait untuk menghimpun dana dari masyarakat. Dana yang telah dihimpun dari masyarakat akan disalurkan kembali dalam bentuk produk keuangan seperti kredit atau pinjaman kepada masyarakat kembali sehingga dana yang ada bisa lebih produktif dan bisa menggerakkan ekonomi.

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Menurut A, Abdurrachman (2014:6) “Bank adalah suatu jenis lembaga keuangan yang melaksanakan berbagai macam jasa, seperti memberikan pinjaman, mengedarkan mata uang, pengawasan terhadap mata uang, bertindak sebagai tempat penyimpanan benda-benda berharga, membiayai usaha perusahaan-perusahaan”.

2.1.2 Fungsi Bank

Menurut Budisantoso dan Nuritomo (2014:9) “fungsi utama bank adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat untuk berbagai tujuan atau sebagai *financial intermediary*”. Secara lebih spesifik bank dapat berfungsi sebagai *agent of trust*, *agent of development*, dan *agent of services*.

- a. *Agent of trust* Dasar utama kegiatan perbankan adalah kepercayaan (*trust*), baik dalam hal menghimpun dana maupun penyaluran dana. Masyarakat akan mau menitipkan dananya di bank apabila dilandasi dengan adanya unsur kepercayaan. Masyarakat percaya bahwa uangnya tidak akan disalah gunakan oleh bank, uangnya akan dikelola dengan baik, bank tidak akan bangkrut dan pada saat yang dijanjikan simpanan tersebut dapat ditarik kembali dari bank. Kegiatan perekonomian masyarakat disektor ri’il tidak dapat dipisahkan. Sektor ri’il tidak dapat berkinerja dengan baik apabila sektor moneter tidak

- bekerja dengan baik. Kegiatan bank berupa penghimpunan dan penyaluran dana sangat diperlukan bagi kelancaran kegiatan perekonomian di sektor ri'il.
- b. *Agent of Development* Kegiatan bank berupa dan menyalurkan dana sangat diperlukan bagi lancarnya kegiatan perekonomian di sektor ri'il. Kegiatan bank tersebut memungkinkan masyarakat melakukan kegiatan investasi, kegiatan distribusi, serta kegiatan konsumsi barang dan jasa. Mengingat bahwa kegiatan investasi-distribusi-konsumsi tidak dapat dilepaskan dari adanya penggunaan uang. Kelancaran kegiatan investasi-distribusi-konsumsi ini tidak lain adalah kegiatan pembangunan perekonomian suatu masyarakat.
 - c. *Agent of service* Selain melakukan penghimpunan dan pnyaluran dana bank juga memberikan penawaran jasa perbankan lain kepada masyarakat. Jasa yang ditawarkan ini erat kaitannya dengan kegiatan perekonomian masyarakat secara umum. Jasa ini antara lain dapat berupa jasa penitipan uang, penitipan barang-barang berharga, pemberian jaminan bank, dan penyelesaian tagihan.

2.1.3 Nasabah

Nasabah adalah pelanggan (customer) yaitu individu atau perusahaan yang mendapatkan manfaat atau produk dan jasa dari sebuah perusahaan perbankan, meliputi kegiatan pembelian, penyewaan serta layanan jasa. 1 Nasabah menurut Pasal 1 aya (17) UU No. 10 tahun 1998 adalah "pihak yang menggunakan jasa bank". Nasabah mempunyai peran penting dalam industri perbankan, dimana dana yang disimpan nasabah di bank merupakan dana yang terpenting dalam operasional bank untuk menjalankan usahanya.

Menurut OJK (Otoritas Jasa Keuangan), nasabah adalah pihak yang menjadi pengguna jasa dari suatu bank. Nasabah dari sebuah bank menjadi tanggungan ataupun pelanggan dari bank tersebut. Nasabah juga berarti pihak baik individu maupun lembaga yang menggunakan jasa pelayanan dari bank. Selain itu, istilah nasabah adalah suatu kata yang tidak hanya merujuk kepada pelanggan bank. Perusahaan asuransi juga menggunakan istilah nasabah, yakni orang yang menjadi pembayar premi asuransi.

2.1.4 Jenis-Jenis Nasabah

Berdasarkan Pasal 1 angka 16 Undang-Undang perbankan yang dimaksud dengan nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank. Nasabah bank dibagi menjadi:

1. Nasabah penyimpanan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.
2. Nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang dioersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

2.1.5 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah landasan utama untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Dalam hal ini perusahaan dapat dikatakan baik jika mampu menyediakan barang atau jasa sesuai dengan keinginan pelanggan. Kualitas produk dan kinerja layanan yang baik akan sangat berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Salah satu cara untuk mendapatkan perusahaan yang lebih unggul dari pesaing adalah dengan memberikan pelayanan yang lebih bermutu dibandingkan dengan pesaingnya. Kuncinya adalah memenuhi harapan konsumen sasaran mengenai mutu jasa tadi.

Menurut Arianto (2018:83) kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan. Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:59) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:150) mengidentifikasi 5 Gap (Kesenjangan) kualitas pelayanan jasa yang diperlukan dalam pelayanan jasa, kelima gap tersebut antara lain:

1. Kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi manajemen (*Knowledge Gap*).
2. Kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap harapan pelanggan dan spesifikasi kualitas jasa (*Standard Gap*).
3. Kesenjangan spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa (*Delivery Gap*).
4. Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal (*Communication Gap*).
5. Kesenjangan antara jasa yang di persepsikan dan jasa yang di harapkan (*Service Gap*).

Berdasarkan beberapa pendapat, peneliti dapat menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu usaha yang dilakukan sebuah organisasi maupun lembaga yang memberikan keunggulan dari produk dan jasa sesuai dengan keinginan nasabah dan dapat memberikan kesan bagi nasabah bahwa kualitas pelayanan yang diterima jauh lebih tinggi dari apa yang diharapkan nasabah.

2.1.5.1 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman dalam Tjiptono dan Chandra (2016:157), terdapat faktor yang mempengaruhi sebuah layanan yaitu, *expected service* (layanan yang diharapkan) dan *perceived service* (layanan yang diterima). Jika layanan yang diterima sesuai bahkan dapat memenuhi apa yang diharapkan maka jasa dikatakan baik atau positif. Jika *perceived service* melebihi *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya apabila *perceived service* lebih jelek dibandingkan *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan negatif atau buruk. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan sifatnya memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

2.1.5.2 Fasilitas Kantor

Fasilitas kantor juga termasuk dalam kualitas pelayanan karena, fasilitas kantor adalah segala sesuatu yang terdapat dalam perusahaan yang ditempati dan

dinikmati oleh karyawan dan nasabah baik dalam hubungan langsung maupun untuk kelancaran pekerjaan. Menurut Daradjat (2012:230) fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah upaya dan memperlancar kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan.

Beberapa macam contoh fasilitas kantor yang biasa kita jumpai meliputi:

- a. Alat komunikasi (smartphone, telepon, internet, fax, tablet, intercom, dll)
- b. Mesin-mesin kantor (laptop, komputer, printer, mesin fotocopy, dll)
- c. Perlengkapan kantor (pulpen, pensil, penggaris, tinta, klip, penjepit, amplop, stepler, dll)
- d. Perabotan kantor (kursi, meja, rak, sofa, AC, layar proyektor, dll)

2.1.5.3 Indikator Kualitas Pelayanan

Dimensi kualitas jasa menurut Gronroos (2000) dalam Tjiptono (2011:202) terdapat tujuh dimensi yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas sebuah pelayanan jasa ketujuh dimensi tersebut diantaranya:

1. Profesionalisme dan Keterampilan (*professionalisme & skill*)
Pelanggan menganggap bahwa penyedia jasa, para karyawan, sistem operasional, dan sumber daya fisiknya memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah pelanggan secara profesional.
2. Reputasi dan Kredibilitas (*Reputation & Credibility*)
Pelanggan meyakini bahwa bisnis penyedia jasa dapat dipercaya, memberikan value for money yang selayaknya, dan mencerminkan kinerja dan nilai positif.
3. Sikap dan Perilaku (*Attitude & Behavior*)
Pelanggan merasa bahwa para karyawan kontak memperhatikan mereka dan berusaha membantu memecahkan masalah pelanggan secara spontan dan dengan senang hati.
4. Aksesibilitas dan Fleksibilitas (*Accessibility and Flexibility*)
Pelanggan merasa bahwa penyedia jasa, lokasi, jam kerja, karyawan, dan sistem operasionalnya dirancang dan dioperasikan sedemikian rupa sehingga pelanggan dapat mengaksesnya dengan mudah. Selain itu juga dirancang

dengan maksud agar dapat bersifat fleksibel dalam menyesuaikan permintaan dan keinginan pelanggan.

5. *Reliability & Trustworthiness*

Pelanggan meyakini bahwa apapun yang terjadi atau telah disepakati, mereka bisa mengandalkan penyedia jasa, karyawan dan sistemnya dalam memenuhi janji-janjinya dan bertindak demi kepentingan pelanggan.

6. *Service Recovery*

Pelanggan meyakini bahwa bila ada kesalahan atau bila terjadi sesuatu yang tidak diharapkan, penyedia jasa akan segera dan secara aktif mengambil tindakan untuk mengendalikan situasi dan menemukan solusi yang tepat.

7. Kondisi Fisik (*Serviscape*)

Pelanggan merasa bahwa kondisi fisik dan aspek lingkungan service encounter lainnya mendukung pengalaman positif atas proses jasa.

2.1.5.4 Dimensi Kualitas Pelayanan

Dimensi untuk mengukur kualitas pelayanan, menurut Afandi (2018)

1. Prosedur Pelayanan
2. Waktu Penyelesaian
3. Biaya Pelayanan
4. Produk Pelayanan
5. Sarana dan Prasarana
6. Kompetensi Petugas Pemberi Pelayanan

Berikut penjelasan dari masing-masing dimensi dari kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

1. Prosedur pelayanan, yaitu bagian dari suatu sistem yang merupakan rangkaian dari beberapa tahapan suatu tindakan.
2. Waktu penyelesaian, yaitu hal yang telah ditetapkan sejak saat pengajuan permohonan sampai dengan penyelesaian pelayanan.
3. Biaya pelayanan, yaitu hal yang termasuk dalam rincian yang telah ditetapkan dalam proses pemberian pelayanan.

4. Produk pelayanan, yaitu hasil pelayanan yang diterima oleh konsumen sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.
5. Sarana dan prasarana, yaitu penyediaan sarana dan prasarana pelayanan yang memadai oleh penyelenggara pelayanan publik.
6. Kompetensi petugas pemberi pelayanan, yaitu pelayanan harus ditetapkan dengan tepat berdasarkan pengetahuan, keahlian, keterampilan, sikap, dan perilaku yang diperlukan

2.1.6 Kinerja Karyawan

Pegawai atau karyawan dalam organisasi formal mempunyai peranan yang penting dalam mencapai tujuan organisasi. Dengan demikian harus diupayakan agar pegawai dapat melaksanakan pekerjaannya dengan baik, untuk mencapai tujuan tersebut dibutuhkan kinerja yang baik dari para bawahan melalui pelaksanaan tugas-tugas pekerjaannya. Kinerja ialah hasil kerja dan perilaku kerja yang telah dicapai dalam pemenuhan tugas dan tanggung jawab yang diberikan selama periode waktu tertentu menurut Kasmir (2019:184).

Kinerja merupakan hasil dari suatu proses yang mengacu dan diukur selama periode waktu tertentu berdasarkan ketentuan atau kesepakatan yang telah ditetapkan sebelumnya. Kinerja adalah kuantitas atau kualitas hasil kerja individu atau sekelompok di dalam organisasi dalam melaksanakan tugas dan fungsi yang berpedoman pada norma, standard operasional prosedur, kriteria dan ukuran yang telah ditetapkan atau yang berlaku dalam organisasi menurut Torang (2014:74).

Mengambil kesimpulan bahwa kinerja adalah suatu proses atau hasil kerja yang dihasilkan oleh pegawai melalui beberapa aspek yang harus dilalui serta memiliki tahapan-tahapan untuk mencapainya dan bertujuan untuk meningkatkan kinerja pegawai itu sendiri. Maka dari itu kinerja merupakan elemen yang penting dalam maju mundurnya suatu organisasi. Karena kinerja merupakan cerminan bagaimana suatu organisasi itu berjalan ke arah yang benar atau hanya ditempat saja.

Kinerja karyawan bersifat individual dan merupakan suatu hal yang berbeda antara setiap orang, oleh karenanya produktivitas seorang karyawan sangat dipengaruhi juga oleh kecakapan pimpinan dalam memotivasi dan memberikan

arahan kepada bawahannya. Kinerja bank dalam memberikan kepuasan terhadap nasabah tidak terlepas dari kinerja karyawan bank tersebut. Untuk mencapai kinerja yang baik maka bank harus merancang manajemen kinerja yang menghubungkan kegiatan yang dilakukan dengan tujuan yang ingin dicapai.

2.1.6.1 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kinerja

Kinerja dalam sebuah perusahaan memiliki standart dan kebijakan masing-masing tergantung dari perusahaan tersebut. Faktir-faktor yang mempengaruhi kinerja dikembangkan beragam dengan sudut pandang masing-masing. Menurut Prawirosento dalam Sutrisno (2016:9), faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja adalah sebagai berikut:

1. Efektivitas dan Efisiensi
2. Otoritas dan Tanggung Jawab
3. Disiplin
4. Inisiatif

Berikut penjelasan dari masing-masing komponen kinerja adalah sebagai berikut:

1. Efektivitas dan Efisiensi

Dalam hubungannya dengan kinerja organisasi, maka ukuran baik buruknya kinerja diukur oleh efektivitas dan efisiensi. Dikatakan efektif bila mencapai tujuan, dikatakan efisien bila hal itu memuaskan sebagai pendorong mencapai tujuan. Terlepas dari efektif atau tidak.

2. Otoritas dan Tanggung jawab

Dalam organisasi yang baik wewenang dan tanggung jawab telah didelegasikan dengan baik, tanpa adanya tumpang-tindih tugas. Masing-masing karyawan yang ada dalam organisasi mengetahui apa yang menjadi haknya dan tanggung jawab dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Kejelasan wewenang dan tanggung jawab setiap orang dalam suatu organisasi akan mendukung kinerja jaryawan tersebut.

3. Disiplin

Secara umum disiplin menunjukkan suatu kondisi atau sikap hormat pada diri karyawan terhadap peraturan dan ketetapan perusahaan. Disiplin meliputi ketaatan dan hirmat terhadap perjanjian yang dibuat antaa perusahaan dan pegawai

4. Inisiatif

Inisiatif seseorang berkaitan dengan daya pikir, kreativitas dalam bentuk ide untuk merencanakan suatu yang berkaitan dengan tujuan organisasi. Setiap inisiatif sebaiknya mendapatkan perhatian atau tanggapan positif dari atasan, kalau memang dia atasan yang baik.

2.1.6.2 Indikator Kinerja

Indikator kinerja adalah alat untuk mengukur sejauh mana pencapaian kinerja karyawan, berikut beberapa indikator untuk mengukur kinerja karyawan menurut Robbins (2016:260).

1. Kualitas Kerja
2. Kuantitas
3. Ketetapan Waktu
4. Efektifitas
5. Kemandirian.

Berikut penjelasan dari masing-masing indikator dari kinerja adalah sebagai berikut:

1. kualitas kerja, yaitu hasil pekerjaan yang dilakukan mendekati sempurna atau memenuhi tujuan yang diharapkan dari pekerjaan tersebut.
2. Kuantitas, yaitu jumlah yang dihasilkan atau jumlah aktivitas yang dapat diselesaikan.
3. Ketetapan waktu, yaitu dapat menyelesaikan dalam waktu yang telah ditetapkan serta memaksimalkan waktu yang tersedia untuk aktivitas yang lain.
4. Efektivitas, yaitu pemanfaatan secara maksimal sumber daya yang ada pada organisasi untuk meningkatkan keuntungan dan mengurangi kerugian
5. Kemandirian, yaitu dapat melaksanakan kerja tanpa bantuan guna menghindari hasil yang merugikan.

2.1.6.3 Dimensi Kinerja Karyawan

Dimensi untuk mengukur kinerja karyawan, menurut Soedjono (2005) menyebut 6 dimensi kinerja karyawan:

1. Kuantitas Kerja
2. Kualitas Kerja
3. Ketetapan Waktu
4. Prestasi Kerja
5. Keterampilan
6. Kepuasan

Berikut penjelasan dari masing-masing dimensi dari kinerja karyawan adalah sebagai berikut:

1. Kuantitas kerja, yaitu jumlah yang dihasilkan atau jumlah aktivitas yang didapat.
2. Kualitas kerja, yaitu hasil pekerjaan yang dilakukan mendekati sempurna atau memenuhi tujuan yang diharapkan dari pekerjaan tersebut.
3. Ketetapan waktu, yaitu dapat menyelesaikan dalam waktu yang telah ditetapkan serta memaksimalkan waktu yang tersedia untuk aktivitas yang lain.
4. Prestasi kerja, yaitu hasil kerja yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya, yang didasari atas pengalaman dan kecakapan.
5. Keterampilan, yaitu kapasitas yang dibutuhkan untuk melaksanakan beberapa tugas yang merupakan pengembangan diri dari hasil pengalaman yang didapat.
6. Kepuasan, yaitu sikap yang positif dari tenaga kerja meliputi perasaan dan tingkah laku terhadap pekerjaannya melalui penilaian salah satu pekerjaan sebagai rasa menghargai.

2.1.7 Kepuasan Nasabah

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Nasabah adalah semua orang yang menurut kita atau

perusahaan untuk memenuhi standart kualitas tertentu dan karena itu akan memberikan pengaruh pada performansi kita atau perusahaan.

Menurut Kotler dan Lane Ketler (2014:177) yang dikutip dari buku Manajamen Pemasaran mengatakan bahwa kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) jasa yang diprkirakan terhadap kinerja yang diharapkan. Kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah bahwa harapannya telah terpenuhi, diperoleh hasil yang optimal bagi setiap nasabah dan pelayanan perbankan dengan memperhatikan kemampuan nasabah dan keluarganya, perhatian terhadap keluarganya, perhatian terhadap kebutuhan nasabah sehingga kesinambungan yang sebaik-baiknya antara puas dan hasil.

Menurut Alma, Buchori (2011:285) menyatakan bahwa kepuasan adalah fungsi dari *perceived performance dan expectation*. Jika produk atau jasa yang dibeli sesuai dengan harapan yang diharapkan oleh konsumen, maka akan mendapatkan kepuasan. Sebaliknya jika produk atau jasa yang dibeli tidak sesuai dengan harapan yang diharapkan oleh konsumen, maka akan timbul ketidakpuasan serta perasaan kecewa. Menurut Tjiptono (2015:146) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya.

Adapun yang menjadi faktor kepuasan nasabah adalah kualitas pelayanan dan jasa yaitu nasabah merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik ataupun sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Dari beberapa pendapat juga dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah ialah suatu respon atas perasaan senang maupun tidak senang setelah membandingkan pelayanan yang diharapkan dengan hasil kerja yang diberikan disuatu lembaga keuangan bank.

2.1.7.1 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Menurut Indasari (2019:88) dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama dan harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

1. Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memang berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan yakin bahwa orang lain akan kagum terhadap mereka, apabila memakai produk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi
4. Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi harga yang relatif rendah menawarkan nilai yang lebih besar kepada pelanggan.
5. Biaya, pelanggan yang tidak mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung merasa puas dengan produk tersebut.

2.1.7.2 Indikator Kepuasan Nasabah

Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, menurut Indasari (2019:92) adalah:

1. Kesesuaian harapan, yaitu kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya.
2. Minat berkunjung kembali, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan ingin membeli atau menggunakan kembali jasa perusahaan.
3. Kesiediaan merekomendasikan, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain seperti, keluarga, teman, dan lainnya.

2.1.7.3 Dimensi Kepuasan Nasabah

Dimensi untuk mengukur kepuasan nasabah, menurut Tjiptono (2014)

1. Kesesuaian Harapan
2. Minat berkunjung kembali
3. Kesiediaan Untuk Merekomendasikan

Berikut penjelasan dari masing-masing dimensi dari kepuasan nasabah adalah sebagai berikut:

1. Kesesuaian harapan, yaitu tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen.
2. Minat berkunjung kembali, yaitu kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa terkait.
3. Kesediaan merekomendasikan, yaitu kesediaan konsumen untuk merekomendasikan jasa yang telah dirasakan kepada teman dan keluarga.

2.2 Penelitian terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

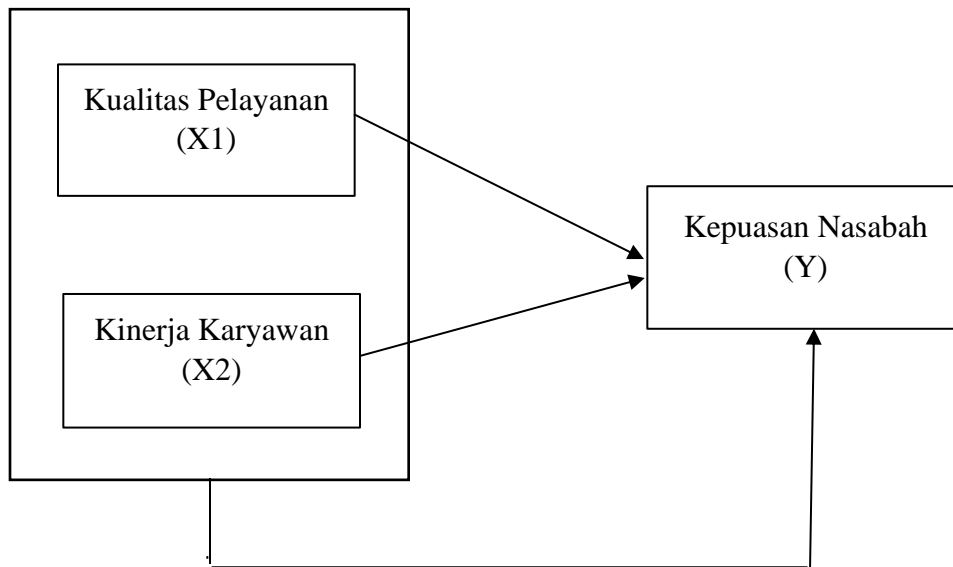
No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Sumber Data	Variabel Penelitian	Teknik Pengumpulan Data	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian
1.	I Wayan Gede Antok Setiawan Jodi (Agustus 2018-Januari 2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT BPR Artha Adyamurthi di Kediri Tabanan	Data Primer	X1: Kualitas Pelayanan, X2: Kinerja Karyawan, Y: Kepuasan Nasabah	Kuesioner	Metode uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji-F dan uji-t	Ada pengaruh yang positif dan signifikan kualitas pelayanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah pada PT BPR Artha Adyamurthi di Kediri, Tabanan
2.	Noer Sasongko, Eskasari Putri (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Kinerja Karyawan Terhadap	Data Primer	X1: Kualitas Pelayanan, X2: Kinerja Karyawan,	Kuesioner	Uji Validitas dan Uji Rellabilitas, uji normalitas, uji	Kinerja karyawan dan kepuasan pelanggan terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

		Kepuasan Pelanggan		Y: Kepuasan Pelanggan		multikolinieritas dan uji heterokedastisitas	
3.	Totok Ismawanto, R Gunawan Setianegara, Safirda Rahmani (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Karyawan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Balikpapan Sudirman Unit Klandasan	Data sekunder	X1: Kualitas pelayanan, X2: Kinerja karyawan frontliner, Y: Kepuasan nasabah	kuesioner	Uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, uji F dan uji T	Baik secara simultan maupun parsial variabel kualitas pelayanan dan kinerja karyawan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Balikpapan Sudirman Unit Klandasan

4.	Eigis Yani Pramulaso (Maret 2020)	Kualitas Pelayanan Dan Kinerja karyawan Terhadap Kepuasan Masyarakat di Unit Pelayanan Terhadap Satu Atap Kementrian Ketenagakerjaan	Data kuantitatif	X1: Kualitas pelayanan, X2: Kinerja karyawan, Y: Kepuasan nasabah	Kuesioner	Uji asumsi klasik, uji analisis regresi berganda, uji F, uji T dan koefisien	Dari penelitian ini dapat disimpulkan secara parsial maupun simultan kualitas pelayanan dan kinerja karyawan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan
5.	Nova Hari Santhi, Widya Hartati (Dwseember 2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kinerja dan Kepuasan Mahasiswa	Data kuantitatif	X1: Kualitas pelayanan, X2: Terhadap kinerja, Y: Kepuasan Mahasiswa	Kuesioner	Teknik analisis struktural equation model (SEM)	Kualitas pelayanan tidk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan kinerja karyawan mmiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah
6.	Binta Malina Azkiya, Hendri Tanjung,	Pengaruh Kinerja Karyawan, Kualitas Pelayanan dan	Data kuantitatif	XI: Kinerja karyawan, X2: Kualitas pelayanan,	Kuesioner	Analisis regresi linier berganda	Kinerja karyawan tidak berpengaruh secara signifikan, sedangkan kualitas pelayanan dan

	Syarifah Gustiawati (2022)	Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia		X3: Kualitas produk, Y: Kepuasan nasabah			kualitas produk berprngaruh secara signifikan
--	----------------------------------	------------------------------------------------------------------------------	--	------------------------------------------------	--	--	--------------------------------------------------

2.3 Kerangka Pikir



2.1 Kerangka Pikir

2.4 Hipotesis

Didasarkan dengan teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang di peroleh melalui pengumpulan data. Berdasarkan kerangka pikir diatas maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Rakyat Indonesia cabang Rivai Palembang

H2: Kinerja karyawan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Rakyat Indonesia cabang Rivai Palembang

H3: : Kualitas pelayanan dan Kinerja Karyawan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Rakyat Indonesia cabang Rivai Palembang