

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN NASABAH

A. Pelayanan

1. Pengertian Pelayanan

Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa, perannya lebih besar dan bersifat menentukan manakala dalam kegiatan-kegiatan itu terdapat persaingan dalam usaha merebut pemasaran atau langganan.

Menurut Alma sebagaimana dikutip oleh Ainul Jariyah dalam skripsinya menyatakan bahwa pelayanan adalah setiap aktifitas atau proses yang diterapkan oleh suatu pihak yang sifatnya tidak berwujud dan didalam pelayanan selalu ada aspek interaksi antara nasabah atau pelanggan dan pihak pemberi jasa meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak menyadari.²⁰ Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada pelanggan atau nasabah yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.²¹

Pelayanan dapat juga diartikan setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lainnyayang dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.²²

²⁰ Ainun Jariyah, *Kualitas Pelayanan pada Bank Perkreditan Rakyat Lumajang*,(Jurnal Sistem Informasi: No. 2, 2013), h. 5.

²¹ M.Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Jakarta: Alfabeta, 2010), h.211.

²² Malayu S.P. Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 205), h. 152.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari beberapa pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah cara melayani, membantu, menyiapkan, mengurus, menyelesaikan keperluan, kebutuhan seseorang ataupun sekelompok orang.

2. Fungsi pelayanan

Sebagai seorang customer service. Tentu telah ditetapkan fungsi dan tugas yang harus diembannya. Fungsi dan tugas ini harus dilaksanakan sebaik mungkin dalam artian dapat dilaksanakan sebaik-bainya. Kemudian customer service harus bertanggung jawab dari awal sampai selesai suatu pelayanan nasabah. Dalam prakteknya fungsi customer service sebagai berikut :

a. Resepsionis

Artinya seorang customer service berfungsi menerima tamu yang datang ke bank, dalam hal menerima tamu harus bersikap ramah, sopan, dan menyenangkan.

b. Desksman

Artinya seorang customer service berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan kepada nasabah atau calon nasabah

c. Salesman

Artinya seorang customer service berfungsi sebagai orang yang menjual produk perbankan sekaligus sebagai pelaksanaan cross selling

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d. Customer relation officer

Artinya seorang customer service berfungsi sebagai orang yang dapat membina hubungan baik dengan nasabah, termasuk merayu atau membujuk agar nasabah tetap bertahan tidak lari dari bank yang bersangkutan apabila ,menghadapi masalah.

e. Komunikator

Artinya seorang customer service berfungsi sebagai orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala yang sesuatu yang ada hubungan antara bank dan nasabah.

3. Bentuk-bentuk pelayanan

Pelayanan dapat dikategorikan tiga bentuk, yaitu :²³

a. Layanan dengan lisan

Layanan dengan lisan dilakukan oleh petugas-petugas dibidang hubungan masyarakat, layanan informasi dan bidang-bidang lain yang tugasnya memberikan penjelasan atau keterangan kepada siapapun.

b. Layanan dengan tulisan

Layanan dengan tulisan merupakan bentuk layanan yang paling menonjol dalam pelaksanaan tugas. Tidak hanya dalam segi jumlah tetapi juga dalam segi peranannya.

²³ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Press, 2012), h.257.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Layanan dengan keputusan

Dilakukan dengan sebagian besar kalangan menengah dan bawah. Karena faktor keahlian dan keterampilan petugas tersebut sangat menentukan hasil perbuatan atau pekerjaan.

4. Ciri-Ciri Pelayanan yang Baik

Dalam melayani nasabah halhal yang perlu diperhatikan adalah kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan. Puas artinya nasabah akan merasa semua keinginan dan kebutuhannya dapat dilakukan secara tepat waktu. Adapun ciri-ciri pelayanan yang baik yang harus segera dapat dipenuhi oleh bank sehingga keinginan nasabah dapat diberikan maksimal. Berikut ini beberapa ciri-ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti Costumer Service adalah sebagai berikut :

- a. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik
- b. Tersedianya karyawan yang baik
- c. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai
- d. Mampu melayani secara cepat dan tepat
- e. Mampu berkomunikasi
- f. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi
- g. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik
- h. Berusaha memahami kebutuhan pelanggan
- i. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah²⁴

²⁴ Kasmir, *Loc.Cit.*, h.257

5. Standar Pelayanan

Strategi pelayanan biasanya berkaitan dengan prinsip-prinsip secara umum untuk mencapai misi perusahaan yang dirancangkan perusahaan. Manajemen jasa mengungkapkan bahwa jasa / layanan memiliki empat karakteristik utama yang dikenal dengan istilah paradig IHIP:²⁵

1. Intangibility

Jasa/ layanan ini berbeda secara signifikan dengan barang fisik. Bila barang merupakan suatu obyek, alat, material, atau benda yang bisa dilihat, disentuh atau dirasakan dengan panca indera, maka jasa/layanan justru merupakan perbuatan, tindakan pengalaman, proses atau usaha yang sifatnya abstrak. Bila barang dapat dimiliki maka jasa/layanan cenderung hanya dapat dikonsumsi tetapi tidak dapat dimiliki. Jasa bersifat intangible, yaitu jasa tidak dapat dilihat, dirasakan, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi . seorang konsumen jasa tidak dapat menilai hasil dari sebuah jasa sebelumnya iya mengalami atau mengkonsumsinya sendiri, bahkan dalam jenis-jenis jasa tertentu sekalipun telah mengonsumsi jasa yang dibeli, konsumen tetap tidak mampu menilai secara objektif kualitas hasil jasa angkutan. Bila pelanggan membeli jasa tertentu, sebenarnya ia hanya menggunakan, memanfaatkan atau menyewa jasa tersebut, pelanggan yang bersangkutan tidak lantas memiliki jasa yang dibelinya.

²⁵ Fandy Tjiptono, *Service Management mewujudkan layanan prima*, (Yogyakarta: ANDI, 2008), h.15- 25.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Heterogeneity

Layanan yang bersifat sangat variabel atau heterogen karena merupakan bentuk, kualitas dan jenis yang sangat beraneka ragam, tergantung kepada siapa, kapan, dan dimana layanan tersebut dihasilkan. Sebagai contoh, 2 orang yang datang ke salon yang sama dan meminta model yang sama rambut yang sama belum tentu mendapatkan hasil seratus persen sama. Variabilitas pengalaman dan kualitas layanan seperti ini dikarenakan beberapa hal antara lain :

- a. Kerja sama atau partisipasi pelanggan selama menyampaikan pelayanan
- b. Modal/motivasi karyawan dalam melayani pelanggan
- c. Beban kerja perusahaan

3. Inseparability

Barang biasanya diproduksi terlebih dahulu, kemudian dijual, baru dikonsumsi, sedangkan umumnya dijual terlebih dahulu baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama. Interaksi penyediaan jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa/layanan. Keduanya mempengaruhi hasil dari jasa/layanan bersangkutan. Dalam hubungan antara penyedia jasa dan pelanggan ini, efektivitas efek layanan merupakan unsur kritis, implementasinya sukses setidaknya jasa/layanan yang bersangkutan dengan kemampuan organisasi dalam melaksanakan proses rekrutmen dan seleksi.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Perishability

Artinya jasa/layanan adalah komoditas yang tidak tahan lama, tidak dapat disimpan untuk pemakaian ulang diwaktu datang, dijual kembali atau dikembalikan.

B. Kualitas Pelayanan**1. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Dalam kamus lengkap Bahasa Indonesia disebut juga bahwa arti kata kualitas adalah kadar, mutu, dan tingkat baik dan buruknya sesuatu.²⁶ Sementara menurut M.Nur Nasution, kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia atau tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau nasabah. Selera atau harapan pelanggan pada suatu produk selalu berubah, sehingga kualitas suatu produk juga harus disesuaikan. Dengan perubahan kualitas produk tersebut, diperlukan peningkatan keterampilan tenaga kerja, perubahan proses produksi dan tugas, serta perubahan lingkungan perusahaan agar produk dapat memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.²⁷

Kualitas Pelayanan adalah perbandingan antara kenyataan dan harapan konsumen, jika kenyataan yang diterima lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu, sebaliknya jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak

²⁶ Em Zul Fajri dan Ratu Aprilia Senja, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*,(Semarang: Difa Publisher, 2009), h.492.

²⁷ M.Nur.Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu / Total Quality Management*,(Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), h.3.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bermutu.²⁸ Menurut Gaspers, kualitas pelayanan adalah perbandingan antara pelayanan yang diharapkan nasabah dengan pelayanan yang diberikan perusahaan kepada nasabah. jika kualitas pelayanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan maka layanan dikatakan berkualitas dan memuaskan.²⁹

Jadi kualitas pelayanan pelayana adalah tingkat keunggulan pelayanan yang dapat memenuhi keinginan pelanggan atau nasabah yang diberikan oleh suatu perusahaan.

Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan/ nasabah dan berakhir pada persepsi pelanggan/ nasabah. Hal ini berarti bahwa penilaian kualitas yang baik bukanlah dinilai dari pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan penilaian dari pelanggan itu sendiri.

Jika pelayanan yang diterima melebihi harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas pelayanan yang baik atau bagus. Tapi jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari pada harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik atau tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan-kemampuan penyediaan layanan dalam memenuhi harapan pelanggan atau nasabah secara konsisten.

²⁸ *Ibid.*, h.213.

²⁹ M.Nur. Nasution, *Op.Cit.*,

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Ada 8 dimensi kualitas pelayanan yang dikembangkan oleh Garvin sebagaimana dikutip oleh Yollanda Yonindra dalam skripsinya dan dapat digunakan sebagai kerangka perencanaan strategis dan analisis.³⁰

- a. Kinerja (*performance*), berkaitan dengan aspek fungsional dari produk dan merupakan karakteristik yang mempertimbangkan pelanggan ketika ingin membeli suatu produk, misal kecepatan, kenyamanan, kecepatan waktu, ramah tamah dan lain-lain.
- b. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), berkaitan dengan pilihan-pilihan dan pengembangannya, misal kelengkapan AC, Sound System, door lock item, power steering dan sebagainya.
- c. Keandalan (*Reliability*), berkaitan dengan kemungkinan kecil tingkat keberhasilan dalam penggunaan suatu produk, misal keandalan mobil adalah kecepatan.
- d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance*), berkaitan dengan sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Misal standar keamanan dan emisi terpenuhi, seperti ukuran roda untuk truk tertentu harus lebih besar dari pada mobil sedan.
- e. Daya tahan (*Durability*), berkaitan dengan seberapa lama suatu produk dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun

³⁰ Yollanda Yonindra, *Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Sikoci Pada Bank Nagari Syariah Cabang Padang*, (Padang: IAIN Iman Bonjol Padang, 2014), h. 16-18.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

umur ekonomis penggunaan mobil. Umumnya daya tahan mobil buatan amerika atau eropa lebih baik dari pada buatan jepang.

- f. Kemampuan pelayanan (*serviceability*), berkaitan dengan kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah diperasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan yang diberikan tidak terbatas hanya sebelumnya penjualan, tetapi juga selama proses penjualan hingga yang mencakup pelayanan reparasi dan ketersediaan komponen yang dibutuhkan.
- g. Estetika (*aesthetics*), berkaitan dengan daya tarik produk terhadap pancaindra, misalnya bentuk fisik mobil yang menarik, model/desain yang artistic, warna dan sebagainya.
- h. Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived quality*), berkaitan dengan perasaan pelanggan dalam mengkonsumsi suatu produk. Misalnya membeli produk elektronik yang berkualitas dari aspek harga, nama merek, reputasi perusahaan maupun Negara pembuatnya.

Walaupun dimensi-mensi yang dikemukakan Garvin banyak dikutip, bukan berarti klasifikasi tersebut paling lengkap. Salah satu kritik terhadap tipologi garvin adalah dimensi – dimensi tersebut cenderung lebih sesuai untuk menilai kualitas produk fisik dibanding jasa/layanan. Menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry, ada beberapa dimensi kualitas pelayanan dalam mengukur kinerja layanan/ jasa .³¹

³¹ Fandy Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, (Yogyakarta: ANDI, 2008), h. 95- 96.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Reliabilitas (reliability), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali. Contohnya, sebuah perusahaan barangkali memilih konsultan semata-mata berdasarkan reputasi. Apabila konsultasi tersebut mampu memberikan apa yang diinginkan klien, klien tersebut bakal puas dan membayar fee konsultasi.
- b. Daya tanggap (responsiveness). Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera.
- c. Jaminan (assurance), berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (trust) dan keyakinan pelanggan.
- d. Empati (empathy), berarti perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan, dan memiliki jam operasi yang nyaman.
- e. Bukti fisik (tangible), berkenaan dengan penampilan fisik layanan, peralatan, perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan.

Menurut Berry dan Parasuraman dalam fitzimmons mengidentifikasi lima kelompok karakteristik yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas jasa, yaitu :

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Bukti fisik (*tangible*), yakni fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
- b. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.
- c. Daya tanggap (*responsiveness*), yakni keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat tanggap.
- d. Jaminan (*assurance*), yakni mencakup kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat percaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko dan ragu-ragu.
- e. Empati (*empathy*), yakni kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan para pelanggan.³²

Menurut Parasuraman mengemukakan lima dimensi kualitas pelayanan dalam mengukur tingkat kepuasan nasabah, yaitu :³³

- a. Berwujud (*tangible*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya. Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, dan peralatan yang digunakan serta penampilan pegawainya.
- b. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan secara

³² M.N. Nasution, *Op.Cit.*, h.5.

³³ Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h.182.

akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

- c. Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan dengan menyampaikan informasi yang jelas.
- d. Jaminan (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada pelanggan. Meliputi komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.
- e. Empati (*empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan sifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, serta memahami hubungan pelanggan secara fisik dan waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

C. Kualitas Pelayanan dalam pandangan islam

Mengenai pelayanan dalam hubungan dengan kerja atau bisnis islam telah mengetahui bahwa setiap orang maupun organisasi memberikan pelayanan dengan kualitas baik. Pelayanan yang berkualitas adalah apabila yang dikerjakan seseorang untuk orang lain menimbulkan rasa tenang dan memberikan implikasi baik terbentuk hubungna dalam rangka mempererat silaturahmi diantara kedua belah pihak. Sebab dengan melalui perantara bisnis diantara pihak perusahaan dengan pelangganya tidak hanya kerjasama

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

saling mencari keuntungan semata, namun dibalik itu ada nilai kebersamaan untuk saling menjaga jalinan kerjasama yang terbangun dengan diikat oleh tali persaudaraan.

Dalam pandangan Islam, pelayanan merupakan segala sesuatu yang harus dilakukan dengan benar, rapi, teratur dan prosesnya harus baik. Segala sesuatu tidak boleh dikerjakan secara asal-asalan. Sikap yang dibutuhkan dalam pelayanan adalah :

- a. Sopan santun
- b. Bernetahuan
- c. Berusaha³⁴

Pelayanan yang baik sering dinilai oleh konsumen secara langsung dari karyawan sebagai orang yang melayani atau disebut juga dengan produsen jasa, karena itu diperlukan usaha untuk meningkatkan sistem pelayanan yang diberikan agar dapat memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Jadi kualitas pelayanan merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan agar dapat tercapai kepuasan pelanggan.

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan /jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain.

Seperti yang telah dijelaskan dalam QS. Al-Baqarah (2) ayat 267 berbunyi sebagai berikut :

³⁴ Sopiha, *Manajemen Bisnis Riset*, (Yogyakarta: ANDI,2008), h.252.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ
 الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا
 فِيهِ ؕ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkan lah (dijalan Allah swt) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”.³⁵

Pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan tidak hanya sebatas mengantar atau melayani. Service berarti mengerti, memahami, dan merasakan. Loyalitas seseorang pelanggan pada produk atau usaha perusahaan tidak akan merugikan.

Dimensi kualitas pelayanan adalah *Tangible* (bukti langsung) yang berupa fasilitas fisik meliputi gedung, sarana dan prasarana lainnya. Fasilitas Dalam islam dan konvensional juga tidak mengalami perbedaan yang signifikan, perbedaannya hanya terletak pada proses penggunaannya yang mana ketika pelaku bisnis memberikan pelayanan dalam bentuk fisik hendaknya tidak menonjolkan kemewahan.

Fasilitas yang diberikan dalam melakukan pelayanan akan terlihat semua tanpa adanya *Reliability* (kehandalan) dari pelaku bisnis. Kehandalan dalam pelayanan dapat dilihat dari ketetapan dalam memenuhi janji secara akurat dan terpercaya. Allah swt sangat menganjurkan setiap umatnya untuk

³⁵ Departemen Agama RI, *Op.Cit.*, h.44.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

selalu menepati janji yang telah ditetapkan seperti dijelaskan dalam Al-Qur'an surat An-Nahl (16) ayat 91 berbunyi sebagai berikut :

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ ﴿٩١﴾

Artinya: “ Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan jangan lah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sebagai saksimu (terhadap sumpah – sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat ”.³⁶

Ayat diatas menjelaskan bahwa setiap manusia diwajibkan menepati janji yang telah ditetapkan, demikian juga dengan pelaku bisnis baik janji yang ditetapkan secara langsung maupun janji-janji dalam bentuk promosi atau iklan yang tidak sesuai dengan kenyataan berarti telah mengingkari janji yang telah ditetapkan dan hal ini telah mengandung unsur penipuan yang akan merugikan pelanggan. Pelanggan lebih loyal pada perusahaan yang selalu menepati janji dari pada perusahaan yang banyak menawarkan promosi mewah tapi tidak sesuai dengan kenyataan.

Kualitas pelayanan juga dapat dilihat dari *Responsiveness* (daya tanggap), yang mana karyawan memiliki kemauan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan.

Assurance (jaminan) juga dapat menunjukkan nilai plus tersendiri bagi perusahaan terhadap pelayanan yang diberikan. Jaminan ini dapat ditunjukkan melalui pengetahuan, kesopan santunan, rasa aman, rasa percaya, bebas dari bahaya dan resiko yang dapat diberikan karyawan kepada pelanggan. Allah berfirman dalam Q.S Al- Mujadalah (58) ayat 11 berbunyi sebagai berikut :

³⁶Departemen Agama RI, *Ibid.*, h.277.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ وَإِذَا قِيلَ انشُرُوا فَاَنْشُرُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ ﴿١١﴾

Artinya :”Allah akan mengangkat (derajat) orang – orang yang beriman diantara kamu dan orang-orang yang diberikan ilmu beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan ”.³⁷

Ayat diatas, dijelaskan bahwa setiap manusia dituntutkan untuk berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingnya. Apabila dalam pelayanan yang mana pelanggan banyak pilihan, bila pelaku bisnis tidak mampu memberikan rasa aman dengan kelemahan lembutnya maka pelanggan akan berpindah keperusahaan lain. Pelaku bisnis dalam memberikan pelayanan harus menghilangkan jauh sikap keras hati dan harus memiliki sifat pemaaf kepada pelanggan agar pelanggan terhindar dari rasa takut, tidak percaya, dan perasaan adanya bahaya dari pelayanan yang diterima.

Selain empat hal diatas, kualitas pelayanan juga dapat dilihat dari *Empathy* (perhatian) yang dapat diberikan oleh karyawan kepada pelanggan. Sikap empati ditunjukkan melalui kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. Dalam islam, tidak dibolehkan berlaku kasar kepada orang lain, karena jika berlaku kasar kepada orang lain, maka tidak akan ada yang mau berada disekeliling kita, seperti firman Allah dalam Q.S Ali-Imran (3) ayat 159 berbunyi sebagai berikut :

³⁷Ibid., h.543.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿٥٤﴾

Artinya :”Maka disebabkan rahmat dari Allah lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi, berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu.karena itu ma’afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad. Maka bertaqwalah kepada Allah.Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya”.³⁸

Empati merupakan wujud dari kemampuan karyawan untuk membantu, disaat pelanggan mengalami kesulitan maka karyawan siap membantu.

D. Tabungan Simpanan Masyarakat Nagari (Simasna)

Tabungan simpanan masyarakat nagari adalah simpanan masyarakat dalam bentuk tabungan dalam mata uang rupiah yang dilayani PT.BPR Ganto Nagari 1954 Lubuk Alung, yang penyeter saldo minimal Rp 10.000,- Rp 20.000 Adminitrasi murah/menarik. Dan dijamin oleh lembaga penjamin simpanan (LPS).³⁹

Tabungan simpanan masyarakat nagari adalah produk tabungan yang bersifat umum, dimulai dari anak-anak sampai orang dewasa dapat memilikinya. Dalam pelaksanaan kegiatan penghimpunan dana, pihak PT.BPR Ganto Nagari 1954 Lubuk Alung menyelenggarakan sistem jemput bola (simpanan di jemput) artinya, petugas bank datang sendiri kepada nasabah

³⁸ Ibid.,h.71.

³⁹ Brosur PT.BPR Ganto Nagari 1954, *Produk-produk PT.BPR Ganto Nagari 1954, Lubuk Alung*, 10 juli 2017.

untuk menjemput simpanan, baik nasabah yang ingin menabung maupun yang menarik tabungannya, dan sistem ini ada yang perhari, perminggu atau perbulan tergantung permintaan nasabah itu sendiri. Sistem jemput bola yang diterapkan PT.BPR Ganto Nagari 1954 Lubuk Alung ini mempermudah nasabah dalam bertransaksi, dimana pihak bank sudah menyediakan slip tabungan maupun slip penarikan untuk nasabah. Sasaran utama dari sistem ini adalah masyarakat menengah kebawah seperti pedagang-pedagang dipasar, warung-warung, sekolah dan unit usaha kecil lainnya. Sistem jemput bola yang diterapkan dari PT.BPR Ganto Nagari 1954 lubuk alung mempermudah nasabahnya dalam bertransaksi.

Dalam sistem jemput bola (simpanan dijemput) Pihak PT.BPR Ganto Nagari 1954 Lubuk Alung selain mengambil simpanan dari nasabah yang sudah ada, petugas bank sekaligus melakukan kegiatan promosi untuk menarik nasabah baru. Tujuan promosi ini selalu diupayakan dalam aktivitas penghimpunan dana, sehingga nasabah selalu bertambah.

E. Kepuasan Nasabah

1. Pengertian Kepuasan Nasabah/ Pelanggan

Kata kepuasan atau satisfaction berasal dari bahasa latin “satis” artinya cukup baik atau memadai dan “facio” artinya melakukan atau membuat. Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan suatu atau membuat sesuatu memadai. Sedangkan nasabah atau pelanggan adalah orang atau unit yang menerima hasil dari suatu

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

proses dalam suatu sistem.⁴⁰ Menurut manajemen Perusahaan L.L Bean Freeport Maine, memberikan beberapa definisi tentang pelanggan, yaitu sebagai berikut :

1. Pelanggan adalah orang yang tidak tergantung pada kita, tetapi kita yang tergantung padanya.
2. Pelanggan adalah orang yang membawa kita kepada apa keinginannya.
3. Tidak ada seorang pun yang pernah menang beradu argumentasi dengan pelanggan.
4. Pelanggan adalah orang yang teramat penting yang harus dipuaskan.⁴¹

Menurut Kotler dan Armstrong, Kepuasan adalah sejauh mana tanggapan kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira. Sedangkan Menurut Band, Kepuasan Nasabah adalah perbandingan antara kualitas dari barang atau jasa yang dirasakan dengan keinginan, kebutuhan, dan harapan pelanggan.⁴²

Berdasarkan definisi diatas, dapat diketahui bahwa kepuasan merupakan tanggapan pelanggan. Kepuasan atau ketidakpuasan nasabah adalah kesesuaian antara harapan (expectation) nasabah dengan persepsi, pelayanan yang diterima (kenyataan yang dialami).⁴³

Definisi tersebut menyangkut komponen kepuasan harapan (kinerja/hasil yang dirasakan). Umumnya harapan pelanggan merupakan

⁴⁰ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa- Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, (Yogyakarta: ANDI, 2014), h.353.

⁴¹ M.N Nasution, *Op.Cit.*, h.46.

⁴² *Ibid.*, h.49.

⁴³ Yollanda Yonindra, *Op.Cit.*, h.31.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perkiraan atau keyakinan pelanggan/nasabah tentang apa yang akan diterimanya bila membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang atau jasa). Sementara itu kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang diterima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli. Bila suatu perusahaan menetapkan harapan terlalu rendah, mereka mungkin memuaskan orang yang membeli tetapi gagal menarik pembeli dalam jumlah besar. Sebaliknya, bila mereka menaikkan harapan terlalu tinggi, kemungkinan besar pembeli merasa tidak puas.

Jadi kepuasan nasabah tabungan simpanan masyarakat nagari di bank pekreditan rakyat adalah keinginan untuk menggunakan produk yang disediakan oleh perbankan, dan yang dijadikan indikator dalam penelitian ini adalah :

- a. Kesesuaian harapan jasa.
- b. Kemudahan dalam memperoleh jasa.
- c. Ketersediaan untuk merekomendasikan kepada orang lain.

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Nasabah)

Kepuasan pelanggan pada dasarnya merupakan suatu yang sangat relative dan subyektif. Bisa jadi dengan kualitas pelayanan yang sama dinilai oleh orang yang sama namun dirasakan berbeda. Kondisi ini bisa saja terjadi apabila pelanggan sedang dalam kondisi psikologi yang berbeda. Namun diantara banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan ada beberapa faktor yang dapat dianalisa secara langsung

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mempengaruhi pelanggan.berikut terdapat 5 faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah ⁴⁴:

a. Kualitas Produk

Pelanggan akan puas jika setelah membeli dan menggunakan produk tersebut, ternyata kualitas produknya baik. Kualitas produk ini adalah dimensi yang global dan paling tidak ada 5 elemen dari kualitas produk yaitu performance, duraibility, feature, consistency, dan design.

b. Harga

Harga untuk pelanggan yang sensitive, biasanya harga yang murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka mendapatkan value money yang tinggi. Komponen ini sangat penting bagi beberapa perusahaan yang ingin menciptakan kepuasan pelanggan.

c. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan sangat tergantung pada 3 hal, yaitu sistem, teknologi dan manusia. Faktor manusia ini memegang kontribusi sebesar 70%. Tidak heran kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru.

d. Faktor emosi

Dimana pelanggan merasa puas terhadap produk tertentu walaupun mungkin dengan harga mahal, namun menimbulkan rasa lebih puas karena emotional value yang diberikan oleh brand dari produk tersebut.

⁴⁴Hardi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: PT.Media Komputindo, 2002), h.37.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

e. Biaya

Pelanggan akan semakin puas apabila biaya dan produk yang diperoleh relative murah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Sedangkan menurut Gaspers ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan sebagai berikut :⁴⁵

- a. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan ketika sedang mencoba melakukan transaksi dengan pemasok produk (perusahaan).
- b. Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
- c. Pengalaman dari teman-teman, dimana mereka akan menceritakan kualitas produk yang akan dibeli oleh pelanggan / nasabah. Hal ini jelas mempengaruhi persepsi pelanggan terutama pada produk-produk yang dirasa berisiko tinggi.
- d. Komunikasi melalui iklan dan pemasaran

Sebagai pelanggan merasa puas kalau ia memperoleh barang yang sangat dibutuhkan atau diinginkan. Sebagian lagi beranggapan bahwa kepuasan terletak pada barang yang harganya relative murah dari merek atau barang lainnya.

Adapun penyebab ketidakpuasan pelanggan menurut Tjiptono adalah :⁴⁶

⁴⁵ M.N.Nasution, *Op,Cit.*, h.50.

⁴⁶ Dedi Marwan, *Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Harian Pagi Riau Pos Pada PT.Riau Pos Intermedia Pekanbaru*,(Pekanbaru: Skripsi UIN Suska Riau,2008), h.16.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Tidak sesuai harapan dengan kenyataan
- b. Layanan selama proses menikmati jasa atau produk tidak memuaskan
- c. Perilaku personel kurang memuaskan
- d. Suasana dan kondisi fisik lingkungan tidak menunjang
- e. Cost terlalu tinggi, karena jarak terlalu jauh, banyak waktu terbuang dan harga tidak sesuai
- f. Promosi atau iklan terlalu muluk, tidak sesuai dengan kenyataan

Perwujudan kepuasan pelanggan memang tidak dapat dipungkiri, harus merupakan komitmen bersama secara total. Artinya bahwa tidak ada seorangpun dalam perusahaan yang boleh mengabaikan hal itu. Oleh sebab itu kepuasan pelanggan harus dikelola dengan baik.

3. Pengukuran Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler, ada empat metode yang banyak digunakan dalam pengukuran kepuasan pelanggan, yaitu :⁴⁷

- a. Sistem keluhan dan saran

Artinya, seberapa banyak keluhan dan komplain yang dilakukan konsumen dalam suatu periode. Makin banyak, berarti makin kurang baik demikian pula sebaliknya. Untuk itu perlu sistem keluhan dan saran.

- b. Survey kepuasan konsumen

Dalam hal ini perusahaan perlu secara berskala melakukan survey, baik melalui wawancara maupun kuisiner tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan perusahaan tempat pelanggan.

⁴⁷ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT.Rajagrafindo,2010), h.240.

melakukan transaksi selama ini, untuk itu perlu adanya survey kepuasan nasabah.

c. Konsumen samaran

Perusahaan dapat mengirim karyawan atau melalui orang lain untuk berpura-pura menjadi pelanggan guna melihat pelayanan yang diberikan oleh karyawan perusahaan secara langsung sehingga terlihat jelas bagaimana karyawan melayani pelanggan sesungguhnya.

d. Analisis mantan pelanggan

Dengan melihat catatan konsumen yang pernah menjadi konsumen perusahaan guna mengetahui sebab-sebab mereka tidak lagi menjadi konsumen perusahaan yang bersangkutan.

Sedangkan menurut Kotler perusahaan dapat menggunakan beberapa model berikut untuk mengukur seberapa tinggi kepuasan nasabah yaitu :

a. Sistem keluhan dan Saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada konsumen perlu memberikan kesempatan yang seluas-luasnya bagi para konsumennya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka.

b. Survey kepuasan konsumen

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan konsumen dilakukan dengan menggunakan metode survey, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi.

Pengukuran kepuasan nasabah melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain :

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1) Direct Dissatification

Pengukuran yang dilakukan secara langsung

2) Derived Sissatification

Pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yaitu besarnya harapan konsumen ter.hadap atribut-atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.

3) Problem analysis

Konsumen yang dijadikan respoden diminta untuk mengungkapkan masalah-masalah yang mereka hadapi yang berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan saran-saran mereka kepada perusahaan.

4) Importance-Performance analysis

Responden diminta untuk memberikan ranking atas berbagai atribut atau elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen atau atribut tersebut.

c. Ghost Shopping

Metode ini dilakukan dengan mempekerjaakan beberapa orang (ghost shopper) untuk berperan sebagai konsumen atau pembeli potensial atas produk perusahaan ini sendiri dan perusahaan pesaing. Lalu ghost shopper menyampaikan temuannya ini yang mengenai kekuatan atau kelemahan produk perusahaan dan perusahaan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian produk tersebut.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d. Lost Customer Analysis

Dalam metode ini, perusahaan menghubungi para konsumennya yang telah berhenti membeli produk perusahaan atau yang telah beralih perusahaan pesaing, yang diharapkan akan memperoleh informasi penyebab terjadinya hal tersebut.⁴⁸

F. Kepuasan Nasabah Dalam Pandangan Islam

Islam mengajarkan kepada umatnya untuk saling menolong dalam hal kebaikan antara satu dengan yang lainnya dan islam melarang untuk saling tolong menolong dalam kejahatan. Dalam Al-Maidah (5) ayat 2 berbunyi sebagai berikut :

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تُلْجُوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا أَسْهُرَ الْحَرَامِ وَلَا أَهْدَىٰ وَلَا أَلْقَلِيدَ
وَلَا ءَامِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ
فَأَصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن
تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا
اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi’ar-syi’ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-hadnya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keridhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari masjidilharam, mendorongmu

⁴⁸Tjiptono & Chandra, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offise, 2002), h.189.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*berbuat aniaya(kepada mereka).Dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran.Dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya”.*⁴⁹

Kepuasan pelanggan / nasabah adalah apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan. Dimana pelayanan yang berkualitas akan membuat pelanggan merasa puas atas produk atau jasa yang diberikan. Ekonomi Islam bukan hanya berbicara tentang pemuasan materi yang bersifat fisik, tapi juga berbicara cukup luas tentang pemuasan materi yang bersifat abstrak, pemuasan yang lebih berkaitan dengan posisi manusia sebagai hamba Allah Swt.⁵⁰ Dengan adanya rasa puas akan memberikan implikasi baik terbentuknya hubungan dalam rangka mempererat tali silaturahmi diantara kedua belah pihak. Sebab dengan melalui perantara bisnis diantara pihak perusahaan dengan konsumennya tidak hanya kerjasama saling mencari keuntungan, namun juga ada nilai kebersamaan untuk saling menjaga jalinan kerjasama yang terbangun dengan ikatan persaudaraan.

Pencapaian kualitas layanan yang terbaik pada organisasi atau perusahaan memerlukan dasar bangunan manajemen islam yang kokoh atau disebut juga “Total islam Quality”⁵¹ Dimana dasar bangunan tersebut bersumber dari Al-Quran dan Hadist, dan dapat terbentuk jika ada instrument-instrumen berikut, yaitu :

⁴⁹ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahan*, (Jakarta: CV.Pustaka Al-Kautsar, 2014), h.35.

⁵⁰ Ahmad Mujahiddin, *Ekonomi Islam 2*, (Pekanbaru: Al-Mujtahadah Press.2014),h. 94.

⁵¹[http://www.dakwahtuna.com/2007/hukum islam](http://www.dakwahtuna.com/2007/hukum%20islam).

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Jujur (Siddiq)

Jujur dalam artian luas artinya tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ada, tidak berkianat, serta tidak pernah ingkar janji dan lain sebagainya. Mengapa harus jujur ? karena berbagai tindakan tidak jujur selain merupakan perbuatan yang jelas-jelas berdosa, jika biasa dilakukan dalam berdagang akan berpengaruh negative kepada kehidupan pribadi dan keluarga pedagang itu sendiri. Dalam Al-Qur'an, keharusan bersifat jujur dalam berdagang, berniaga dan atau jual beli, sudah diterangkan jelas dan tegas dalam surat Al-An'aam (6) ayat 152 berbunyi sebagai berikut :

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ ۗ وَأَوْفُوا
 الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ ۗ لَا نُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۗ وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدُوا
 وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ ۗ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ۗ ذَٰلِكُمْ وَصَّيْنَاكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ
 تَذَكَّرُونَ

Artinya : *Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. dan apabila kamu berkata, maka hendaklah kamu berlaku adil, kendatipun ia adalah kerabat(mu), dan penuhilah janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat.*⁵²

Setiap karyawan yang memberikan pelayanan kepada konsumen wajib berlaku jujur, karena berbagai tindakan tidak jujur selain merupakan perbuatan yang jelas-jelas berdosa, juga akan mempengaruhi kepercayaan

⁵²Departemen Agama RI, *Op, Cit.*, h.149.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

konsumen terhadap sebuah perusahaan. Apabila konsumen tidak percaya, maka jasa perusahaan tidak akan ada yang memakainya.

b. Amanah

Amanah dalam bahasa Indonesia adalah dapat dipercaya. Kepercayaan adalah asset yang paling berharga didunia bisnis. Amanah memiliki makna tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban.⁵³ Sedangkan menurut Al- Qurtubi mengartikan amanah adalah segala sesuatu yang ditanggung manusia baik sesuatu yang terikat urusan agama maupun dunia, baik terkait dengan perbuatan maupun perkataan. Dimana puncak amanah adalah penjagaan dan peaksanaannya.⁵⁴ Amanah ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan prima dan ihsan (berupaya menghasilkan yang terbaik) dalam segala hal. Sifat amanah harus dimiliki oleh setiap mukmin apalagi yang memiliki pekerjaan yang berkaitan dengan pelayanan kepada masyarakat. Seseorang yang amanah (terpercaya) akan senantiasa menjaga hak-hak orang lain. Dalam firman Allah swt Al-Ahzab (33) ayat 72 berbunyi sebagai berikut :

إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ فَأَبَيْنَ أَنْ تَحْمِلَهَا
وَأَشْفَقْنَ مِنْهَا وَحَمَلَهَا الْإِنْسَانُ إِنَّهُ كَانَ ظَلُومًا جَهُولًا ﴿٧٢﴾

Artinya : “Sesungguhnya Kami telah mengemukakan amanah kepada langit, bumi dan gunung-gunung, maka semuanya enggan untuk memikul amanah itu dan mereka khawatir akan mengkhianatinya, dan dipikullah amanah itu oleh manusia. Sesungguhnya manusia itu amat dzalim dan amat bodoh.”⁵⁵

⁵³ M.Nur Rianto Al Arif, *Op.Cit.*, h.27.

⁵⁴ Hidayatullah Ismail dan Syafril Siregar, *Akhlaq Islami*, (Pekanbaru: Suska Press,2011),

h.70.

⁵⁵Departemen Agama RI, *Op.Cit.*, h.427.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Benar

Benar adalah ruh keimanan, ciri utama orang mukmin. Allah senantiasa memerintahkan kepada setiap orang beriman untuk memiliki sifat siddiq dan jangan bersifat tidak benar, sebagaimana firman Allah dalam Q.S Az-Zumar (39) ayat 60 sebagai berikut :

وَيَوْمَ الْقِيَامَةِ تَرَى الَّذِينَ كَذَبُوا عَلَى اللَّهِ وُجُوهُهُم مُّسْوَدَّةٌ أَلَيْسَ فِي جَهَنَّمَ مَثْوًى لِّلْمُتَكَبِّرِينَ ﴿٦٠﴾

Artinya : *“Dan pada hari kiamat engkau akan melihat orang-orang yang berbuat dusta terhadap Allah, wajahnya menghitam. Bukankah neraka Jahannam itu tempat tinggal bagi orang yang menyombongkan diri.”*⁵⁶

Setiap karyawan yang memberikan pelayanan kepada konsumen wajib berlaku jujur, dan benar. Karena berbagai tindakan tidak jujur selain merupakan perbuatan yang jelas-jelas berdosa juga akan mempengaruhi kepercayaan pelanggan terhadap sebuah perusahaan. Apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan perkataan, maka pelanggan tidak akan merasa puas atas produk yang dipakai.

d. Ramah

Ramah dalam artian murah hati, sopan santun, suka murah senyum, suka mengalah, namun tetap penuh tanggung jawab. Dalam Sabda Rasulullah Saw :

“Allah berbalas kasih kepada orang yang murah hati ketika ia menjual, bila ia membeli dan atau ketika menuntut hak.”(HR. Bukhari)

⁵⁶Ibid., h. 465.

Maka Setiap karyawan dalam melakukan transaksi kepada pelanggan harus sopan santun, murah senyum pada saat pelanggan bertanya atau memberikan pelayanan kepada pelanggan. Apabila pelanggan senang terhadap pelayanan yang diberikan maka pelanggan akan merasa puas atas pelayanan yang diberikan.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.