

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kajian Teori

2.1.1. Kualitas Pelayanan

2.1.1.1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut (Pandesia, 2017) menyatakan bahwa pelayanan sebagai salah satu upaya yang menjadikan pemenuhan syarat kebutuhan dan keinginan konsumen dan juga sasaran untuk menyampaikan dalam harapan kualitas pelayanan yang diberikan. Selain itu kualitas pelayanan juga bisa di artikan sebagai tolak ukur seberapa besar tingkat layanan yang telah di berikan sehingga untuk melihat seberapa jauh bisa menaklukkan ekspetasi yang diharapkan oleh konsemen tersebut. Menurut (Hilalayah, 2017) kualitas kondisi yang mempengaruhi keadaan dinamis yang meliputi berupa produk, manusia, jasa, proses beserta keadaan sekitar yang memenuhi harapan yang di ekspetasikan. Sehingga mampu dilakukan suatu kesimpulan bahwa kualitas pelayanan yang cenderung menilai apakah kepuasan atas suatu nasabah telah tercapai atau tidaknya dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan mereka yang diharapkan dalam sasaran yang dituju. kualitas pelayanan dapat dilihat melalui perbandingan keinginan atribut-atribut pelayanan yang cenderung mampu diberikan oleh suatu perusahaan jika jasa yang mereka terima dan dapat dirasakan setara atas apa yang diinginkannya, maka pelayanan yang mampu diberikan dapat berjalan dengan baik atau konsemen tentu merasa puas mendapatkan persepektif yang baik, sebaliknya jika pelayanan yang mereka terima rendah dari perusahaan maka dari itu perspektif yang konsumen

rasakan menjadi buruk.

Menurut (Sartono, 2017) di dalam dunia perbankan kualitas pelayanan diartikan sebagai konsep instrumen yang dimana kualitas pelayanan diukur dari beberapa gabungan kemampuan pelayanan yang terbaik yang menjadikan tantangan bagi dunia perbankan dalam melakukan pelayanan seperti misalnya dari keamanan, peralatan, kelengkapan fasilitas yang diberikan dan aspek lainnya yang menunjang bagi perusahaan agar nasabahnya dalam mengakses pelayanan perbankan jauh lebih mudah. Sehingga dapat disimpulkan kalau kualitas pelayanan yaitu suatu kualitas situasi yang cenderung mempengaruhi keadaan yang bersifat dinamis yang meliputi berupa produk, manusia, jasa, proses beserta keadaan sekitar yang melakukan suatu pemenuhan atas suatu harapan yang di ekspektasikan.

2.1.1.2. Lima Dimensi Menilai Kualitas Layanan

Dalam (Pandesia et al., 2017) terdapat beberapa dimensi-dimensi yang di jelaskan untuk menilai kualitas pelayanan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Profesionalisme dan Keahlian (*Profesionalisme and Skill*).

Yaitu keandalan dalam tugas sehingga menciptakan mutu tinggi dengan sikap dalam sebuah pekerjaan dengan melalui pelatihan.

2. Sikap dan Perilaku (*Attitude and Behavior*).

Merupakan sebuah tindakan yang memiliki sikap pendirian dan kepercayaan yang dimiliki. Dengan hal ini segala suatu hal yang dilakukan

bisa berupa objek yang mencerminkan perilaku dengan beberapa faktor-faktor yaitu kesadaran, tingkah-laku dan jaga perasaan.

3. Akses dan Fleksibel (*Accesbility and Fleksibility*).

Perusahaan yang fleksibel dengan memakai strategi manajerial agar dapat mengadopsi konsumen-konsumennya lebih merasa fleksibilitas dalam merasakan kualitas pelayanan yang didapat.

4. Keandalan dan Kepercayaan (*Reliability and Trustworthiness*).

Kepercayaan yang didapat dari kosumen melalui kualitas pelayanan yang diberi menjadikan salah satu keandalan bagi perusahaan agar bisa mendapat kepercayaan dari pelanggan yang lainnya.

5. Pemulihan (*Recovery*)

Pemulihan dijadikan kesempatan dimana pelanggan memberikan saran yang dirasakan ketidaknyamanan yang mereka terima, sehingga dijadikan suatu kejadian yang perlu untuk dibenahi kedepannya.

2.1.1.3. Indikator Kualitas Pelayanan

Selanjutnya yaitu suatu indikator dalam temuan yang terdapat atas variabel kualitas pelayanan pada temuan yang terdapat atas penelitian ini yang digunakan menurut (Pandesia et al., 2017), yaitu:

1. Keandalan

Merupakan suatu kinerja yang mampu melakukan suatu pemenuhan memenuhi pelayanan yang cenderung dijanjikan dengan cara terpercaya dan akurat sesuai dengan tujuan tanpa adanya kegagalan pada saat dalam melaksanakannya.

2. Daya tanggap

Merupakan keahlian yang cepat atau *responsive* dalam memberikan solusi atas keluhan yang diberikan nasabah dan membantu pelayanan dalam memberikan informasi secara jelas.

3. Jaminan

Diartikan pengetahuan, kesopanan, kemampuan dan sifat dapat dipercaya dari para staff sesuai dengan etika perusahaan dan juga mampu memberikan rasa aman pelanggan.

4. Empati

Yaitu memberikan *respond* yang efektif kepada pelanggan dengan terdapat suatu rasa kepedulian beserta suatu perhatian untuk setiap pelanggan yang bersifat secara individual.

5. Bukti fisik

Yaitu penampilan fasilitas atas suatu fisik, karyawan beserta peralatan yang bersih dan nyaman dari pelayanan yang diharapkan.

2.1.2. Tingkat Suku bunga

2.1.2.1. Pengertian Tingkat Suku bunga

Dalam (Siwi et al., 2019) tingkat suku bunga merupakan suatu pemakaian uang yang dianggap sebagai persenan dana dalam jangka waktu bulan atau tahun. Didalam ilmu ekonomi dijelaskan suku bunga merupakan suatu hasil upah ataupun imbalan yang di bayarkan dengan nominal angka persen yang disepakati bunga harus dibayar atas meminjamkan dan menghimpun dananya yang telah diberikan disebabkan oleh harga (*price*) dijadikan kesempatan (*opportunity*) untuk

memperoleh keuntungan. Sedangkan menurut (Dewi, 2016) tingkat suku bunga di jelaskan jumlah uang yang dibayarkan diukur dalam rupiah dalam jangka waktu perbulan atau bahkan pertahun untuk setiap bunga yang akan diberikan. Tingkat suku bunga juga dapat mengalami terjadinya perubahan dalam tingkat suku bunga yang sedang berjalan yang dimana hal ini dapat diakibatkan oleh permintaan agregat yang dijelaskan bahwa tingkat suku bunga dapat berpengaruh dari bunga yang diberikan oleh bagian LPS.

Menurut (Ngurah, Aditya, & Badjra, 2018) tingkat suku bunga berpengaruh terhadap kondisi perekonomian yang sudah berlangsung pada masa saat sekarang, dengan terjadinya peningkatan suku bunga maka hal ini mengakibatkan beban biaya bagi perusahaan dalam membayar bunga contoh misalnya biaya produksi meningkat. Dengan terjadinya penurunan suku bunga yang di berikan oleh perusahaan maka nasabah atau konsumen pun menunda dan akan beralih kepada bunga yang cenderung jauh lebih tingginya atas hal ini akan menyebabkan laba perusahaan menjadi berkurang. Didalam (Ilmi, 2017) menyebutkan bahwa suku bunga dianggap nominal uang yang dibayar sebagai jasa imbalan atau memberikan pinjaman utang. Suku bunga yang menarik yang telah diberikan dapat menciptakan volume keinginan masyarakat pun juga meningkat, yang sehingga mendapatkan antusias dari masyarakat agar untuk menghimpun dananya. Sehingga investor akan menjadikan opsi bagi mereka agar menginvestasikan dananya dalam bentuk tabungan atau deposito yang menghasilkan bunga dalam jatuh tempo dalam satu bulan, tiga bulan, enam bulan beserta dua belas bulan yang dibandingkan dengan saham yang cenderung

dihasilkan atas kurun waktu yang begitu lamanya atau dalam waktu jangka panjang. Sehingga bersumber atas pemaparan di atas mampu ditarik suatu kesimpulan bahwa suku bunga menjadi suatu pemakaian uang yang dianggap sebagai persenan dana dalam jangka waktu bulan atau tahun dimana hasil upah atau pun imbalan yang di bayarkan dengan nominal angka persen yang disepakati.

2.1.2.2. Faktor-Faktor Penentu Tingkat Suku Bunga

Selanjutnya faktor dalam melakukan penentuan atas suatu tingkat suku bunga yang terjadi menurut (Dauda, 2019) sebagai berikut:

1. Biaya Dana Bank (*Cost Of Fund*)

Untuk memastikan bank layak, likuid, dan menguntungkan, bank menggunakan biaya bunga sebagai dasar untuk menetapkan suku bunga deposito dan melakukan investasi dalam penempatan dana. Tingkat bunga pinjaman adalah ukuran biaya pembiayaan. Suku bunga untuk berbagai dana cenderung tinggi, dan suku bunga deposito kemungkinan besar akan mengikuti. Keputusan bank dalam membayar suku bunga saat ini dapat membantu dalam memproyeksikan suku bunga dana di masa datang. Berapa banyak uang yang dipinjam dan berapa tingkat bunganya tergantung pada jenis rekening simpanan yang dimiliki nasabah di bank.

2. Biaya Operasi Bank (*Bank Overhead Cost*)

Menurut standar akuntansi, bank cenderung mengeluarkan pengeluaran, seperti gaji dan pengeluaran karyawan (seperti sewa kantor dan depresiasi), serta biaya transportasi dan pemasaran. Maka penentuan besarnya suku bunga simpanan yang terdiri dari giro , tabungan atau

deposito haruslah dihitung sedemikian rupa sehingga keseimbangan bunga simpanan dan bunga pinjaman masih profitable untuk bank tersebut. Suku bunga deposito juga dipengaruhi oleh biaya operasional bank. Biaya operasional bank akan mempengaruhi tingkat bunga deposito, dan sebaliknya.

3. Risiko Biaya atau *Cost Risk*

Risiko yang terkait dengan operasional bank, seperti biaya tak terduga, berdampak pada suku bunga simpanan karena risiko ini harus didanai dari pendapatan bank, termasuk simpanan. Misalnya, jika risiko biaya minimal, suku bunga deposito mungkin optimal, dan mungkin juga sebaliknya.

4. Keuntungan Bank Sebelum Pajak

Jika pendapatan bunga bank melebihi biaya operasionalnya, bank akan memperoleh keuntungan setelah dikurangi ketiga faktor tersebut. Disebut *interest spread*, yaitu rata-rata saldo debit harian dibagi dengan biaya harian (bunga dana yang bersifat harian, biaya atas suatu operasional harian dan risiko harian). Suku bunga deposito dipengaruhi oleh dorongan bank untuk mencari keuntungan. Ketika bank ingin menghasilkan lebih banyak uang, itu akan memotong suku bunga deposito atau sebaliknya.

5. Pajak

Penting untuk diingat bahwa suku bunga deposito dipengaruhi oleh pajak bank atas pendapatan bunga, yang pada gilirannya berdampak pada suku bunga deposito. Jika bank membayar pajak atas pendapatan bunga dana yang diterima, suku bunga deposito akan lebih rendah dan sebaliknya.

2.1.2.3. Indikator Tingkat Suku Bunga

Adapun indikator pada temuan yang terdapat atas penelitian ini dibuat menurut temuan (Sari & Soliha, 2018) yaitu:

1. Kualitas Produk

Yaitu kualitas suku bunga yang diberikan terjangkau dan menarik sesuai kebutuhan untuk melakukan pembelian

2. Hubungan baik

Yaitu adanya kesepakatan terhadap suku bunga yang telah disepakati oleh satu pihak dan pihak lainnya

3. Produk yang kompetitif

Yaitu menawarkan suku bunga yang lebih tinggi kepada nasabah dibandingkan dengan produk kompetitif lainnya

4. Jaminan pihak ketiga

Yaitu Membantu memperkenalkan produk agar lebih mudah memahami prosedur pembelian sesuai dengan aturan yang ditetapkan supaya dengan mudah mengajukan permohonan pembelian dengan dana yang diajukan terbilang kecil.

2.1.3. Kepuasan

2.1.3.1. Pengertian Kepuasan

Kata kepuasan berasal dari kata latin yaitu *satisfaction* yang diartikan sebagai cukup baik dan bertindak atau melakukan. Yang dijabarkan dimaksud yaitu suatu kondisi yang dirasakan merasa pemenuhan yang diinginkan terealisasikan oleh pelanggan. Kepuasan sendiri berada diposisi tingkat dimana

mencapai performa dari produk yang ada ditawarkan ke konsumen sesuai dengan apa yang di ekspektasikannya. Oleh sebab itu setiap konsumen yang merasakan kepuasan setelah memakai produk yang mereka beli, akan melakukan transaksi terus menerus dan menanti-nanti produk selanjutnya yang akan dia pakai selanjutnya menurut (Suwarsito & Aliya, 2020). Sedangkan menurut (Novianti, Endri, 2018) kepuasan merupakan rasa yang timbul yang berada pada diri disetiap pelanggan yang dimana mereka akan menganalisa produk yang mereka gunakan sesuai dengan kebutuhannya dari produk satu ke produk lainnya setelah itu konsumen akan melakukan tahap mengeliminasi bagi produk-produk yang telah digunakan sebelumnya dari pengalaman dalam pemakaian produknya, bagi produk yang sering digunakan itu artinya bahwa konsumen merasa puas atas prooduk yang telah dipilih. Memakai produk yang bersangkutan di evaluasi melalui pertimbangan keseluruhan dengan atas hasil ukuran, kebutuhan, pemakaian yang diharapkan dapat terpenuhi dengan baik. Dengan demikian dari pengertian yang dijelaskan dapat disimpulkan bahwa kepuasan merupakan rasa yang timbul yang berada pada diri disetiap pelanggan mencapai performa dari produk yang ditawarkan ke konsumen sesuai dengan apa yang di ekspektasikannya setiap konsumen yang merasakan puas setelah memakai produk yang mereka beli, akan melakukan transaksi terus menerus dan menanti-nanti produk selanjutnya yang akan dia pakai kedepannya.

2.1.3.2. Faktor- Faktor Kepuasan Pelanggan

Berikut merupakan faktor faktor kepuasan pelanggan menurut (Kuntoro, Hasan, Saputra, & Riana, 2019) yaitu:

1. Menurunkan sensitivitas harga

Yaitu melakukan penurunan harga yang akan dipasarkan kepada konsumen merupakan salah satu hal kepuasan yang bisa didapat dari pelanggan yang dimana dapat membeli kebutuhan yang mereka inginkan dengan harga yang terjangkau.

2. Menciptakan pelanggan baru

Yaitu melalui dari satu pelanggan yang telah menggunakan produk yang sering sekali digunakan, akan mengajak para konsumen-konsumen yang lainnya untuk ikut serta memakai produk yang sama, dengan hal ini dapat mengambil hati pelanggan merupakan salah satu bagian terpenting untuk dapat memperluas pemasaran yang telah diciptakan atau dibentuk.

3. Mutu produk

Yaitu hal yang sangat diperhatikan disetiap perusahaan agar setiap konsumen tidak merasakan keraguan dalam memakai produk yang telah ditawarkan dan dapat kembali membeli produk. Mutu produk juga dapat dijadikan salah-satu strategi dalam pemasarannya yang disebabkan akan sering dijumpai dilingkungan masyarakat melalui promosi-promosi yang dilakukan.

4. Kualitas pelayanan

Yaitu salah satu upaya yang menjadikan pemenuhan syarat kebutuhan dan keinginan konsumen dan juga sasaran untuk menyampaikan dalam harapan kualitas pelayanan yang diberikan dan sebagai tolak ukur seberapa besar tingkat layanan yang telah di berikan sehingga untuk seberapa bisa menaklukkan ekspektasi yang diharapkan oleh konsumen tersebut.

2.1.3.3. Indikator Kepuasan Pelanggan

Adapun indikator dalam kepuasan pelanggan pada penelitian ini yang digunakan menurut Soliha, 2018) yaitu:

1. Nasabah senang melakukan pembelian.
2. Berdasarkan pengalaman nasabah puas dengan pelayanan yang diberikan.
3. Produk sudah memenuhi harapan nasabah.
4. Secara keseluruhan nasabah percaya bahwa produk dan pelayanan yang diberikan atau ditawarkan tidak mengecewakan pelanggan.
5. Nasabah tidak complain terhadap produk.

2.2. Peneliti Terdahulu

Beberapa hipotesis dan temuan dari penelitian sebelumnya dapat digunakan sebagai bukti pendukung untuk penelitian ini, sebagai data pendukung yang berkaitan dan relevan dengan permasalahan pada penelitian ini yaitu:

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu

No	Penulis& Judul Penelitian	Metode	HasilPenelitian
1	(Saripudin, Oktriawan, & Kurniasih, 2021) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Saung Manglid	Analisis Linear Berganda	Kualitas Pelayanan mampu memberi suatu pengaruh yang bersifat positif serta signifikan pada Kepuasan Pelanggan Restoran Saung Manglid
2	(Nasfi, Rahmad, & Sabri, 2020) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah	Analisis Linear Berganda	Kualitas Pelayanan mampu memberi suatu pengaruh yang bersifat positif serta signifikan secara simultan pada Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah
3	(Andriyani & Ardianto, 2020) Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank	Analisis Linear Berganda	Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berkontribusi terhadap Terhadap Kepuasan Nasabah Bank

No	Penulis& Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
4	(Sari & Soliha, 2018) Kualitas Layanan, Persepsi Tingkat Suku Bunga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah	Analisis Linear Berganda	Kualitas Layanan mampu memberi suatu pengaruh yang bersifat positif serta signifikan pada Kepuasan Nasabah. Persepsi Tingkat Suku Bunga mampu memberi suatu pengaruh yang bersifat positif serta signifikan pada Kepuasan Nasabah dengan kualitas layanan dan persepsi tingkat suku bunga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah
5	(Sukaesih, 2019) Peranan Kualitas Produk, Suku Bunga Dan Atribut Property Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Kpr Di PT Bank Maybank Indonesia Tbk Cabang Tangerang	Analisis Linear Berganda	variabel suku bunga mampu memberi suatu pengaruh yang bersifat signifikan pada kepuasan nasabah kpr yang terdapat di pt bank maybank indonesia tbk cabang tangerang
6	(Sudiartha, 2018) Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Bali	Analisis Linear Berganda	Kualitas Pelayanan mampu memberi suatu pengaruh yang bersifat positif serta signifikan pada Kepuasan Nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Bali
7	(Daga, 2019) Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Tabunganku Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Sulselbar Kantor Cabang Belopa	Analisis Linear Berganda	Kualitas layanan mampu memberi suatu pengaruh yang bersifat positif serta signifikan secara simultan pada Kepuasan Nasabah Atas Pt. Bank Sulselbar Kantor Cabang Belopa

Sumber: Olahan Data, 2022

2.3. Hubungan Antar Variabel

2.3.1. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

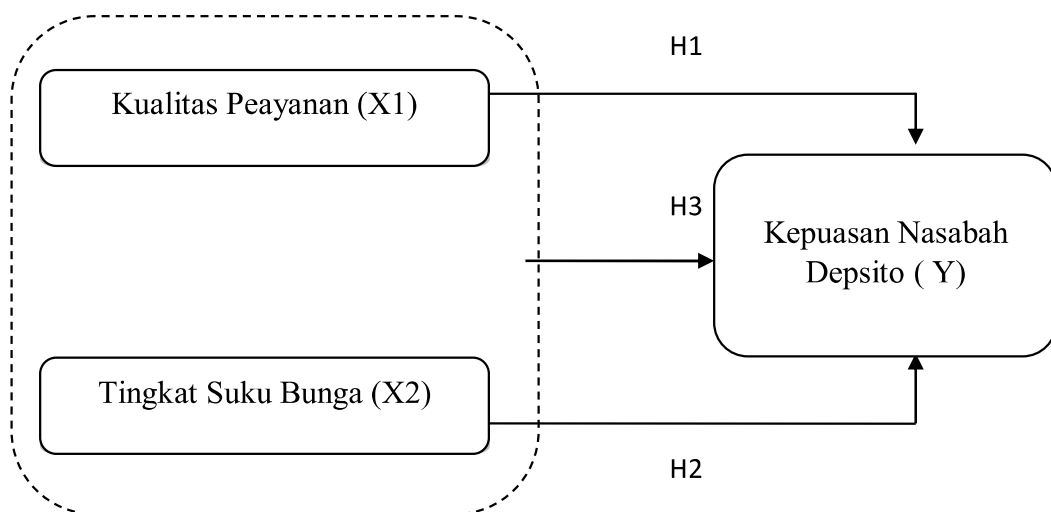
Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor serius guna membuat kepuasan pada nasabah, yang hal ini berisi tentang kenyamanan, kemudahan, dan mempercepat transaksi bagi yang merasakannya, bila suatu pelayanan yang mampu diberikan cenderung tidak memuaskan tentu nasabah tidak akan merasa puas atas pelayanan yang diberikan. Dan juga sebaliknya jika perusahaan memberikan kualitas yang sangat baik, tentu saja nasabah akan merasa puas dengan kualitas pelayanan atau *service* tersebut.

2.3.2. Hubungan Tingkat Suku Bunga Terhadap Kepuasan Nasabah

Tingkat suku bunga merupakan aspek yang sangat penting pada sektor perbankan dalam kepuasan nasabah. Apabila suku bunga yang ditawarkan oleh perusahaan kepada nasabah setara dengan apa yang diinginkan atau diharapkan, Perihal mampu mempengaruhi kepuasan nasabah dengan suku bunga yang telah ditawarkan.

2.4. Kerangka Berfikir

Berikut merupakan sebuah kerangka pemikiran pada penelitian ini, sebagai acuan bagi pembaca agar untuk lebih mudah dalam memahaminya.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.5 Hipotesis

H1 : Diduga kualitas pelayanan mampu memberi suatu pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah deposito pada BPR Dana Central Mulia.

- H2 : Diduga tingkat suku bunga mampu memberi suatu pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah deposito pada BPR Dana Central Mulia.
- H3 : Diduga kualitas pelayanan beserta tingkat suku bunga mampu memberi suatu pengaruh secara bersama sama terhadap kepuasan nasabah depositopada BPR Dana Central Mulia.