

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Dasar

2.1.1. Fasilitas

2.1.1.1. Definisi Fasilitas

Fasilitas yaitu segala sesuatu yang memberikan kemudahan dalam melancarkan proses suatu pekerjaan dengan suatu tujuan. Penjelasan (Tjipoto, 2018: 84) Fasilitas ialah sumber daya fisik yang harus tersedia sebelum memberikan layanan kepada pelanggan. Menurut (Kotler, 2018: 37), pernyataan tersebut menyebutkan bahwa salah satu upaya manajemen perusahaan, terutama yang terkait langsung dengan kepuasan pelanggan, adalah menarik dan mempertahankan pelanggan tersebut dengan memberikan fasilitas terbaik. Fasilitas adalah sarana dan prasarana penting yang dirancang untuk meningkatkan kepuasan, seperti memberikan kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan pelanggan. Pelanggan akan puas jika fasilitas yang diberikan sesuai dengan kebutuhannya. (Supiyani & Afridola, 2019: 37), sudah melakukan pembuktian dalam adanya suatu perhubungan antara fasilitas terhadap kepuasan. Menurut (Kotler, 2018:53), merupakan kata fasilitas yaitu segala sesuatu untuk mendukung kenyamanan nasabah yang disediakan atau disiapkan oleh bank kepada nasabah yang ditawarkan program-program tabungan tersebut. Menurut (Masrin & Hasibuan, 2019: 31), Fasilitas merupakan tepat yang berguna memfasilitasi kelancaran yang dilakukan bank.

Semakin baik fasilitas yang diberikan kepada pelanggan maka kepuasan pelanggan akan semakin tinggi. Menurut (Tjiptono, 2018: 98), Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum memberikan program kepada pelanggan. Dari beberapa pengertian di atas penyimpulan jika fasilitas ialah segala sesuatu yang meringankan nasabah dalam mendapatkan pembukaan tabungan atau deposito yang di tawarkan oleh bank tersebut.

Berdasarkan pengertian mengenai fasilitas menurut para ahli diatas dapat disimpulkan fasilitas yakni suatu hal yang umum untuk memudahkan dan melaksanakan pelaksanaan suatu usaha.

2.1.1.2. Faktor - Faktor Fasilitas Bank

Menurut (Ojekalu et al., 2018: 22), ada beberapa macam faktor yang memengaruhi disuatu fasilitas yakni:

1. Sifat dan tujuan organisasi bank
2. Ketersediaan tanah parkir
3. *Fleksibilitas*
4. Masyarakat dan lingkungan bank
5. Biaya kontribusi dan operasi.

2.1.1.3. Indikator Fasilitas

Menurut (Kotler, 2018: 23), indikator yang digunakan untuk variable fasilitas adalah:

1. Ketersediaan Mesin ATM

Adalah dengan tidak adanya fasilitas ini, maka Nasabah tidak dapat melakukan penarikan dana diluar kantor bank dan diluar jam operasional

Bank, sehingga apabila terdapat keperluan mendadak pada hari libur atau diluar jam operasional maka harus menunggu bank buka dan pada saat jam operasional kantor

2. Layanan Internet Banking 24 Jam

Yakni pelayanan yang memberikan akses dalam pelaksanaan transaksi perbankan disuatu jaringan internet, yaitu Bisnis perbankan menggunakan internet sebagai medium dalam melakukan transaksi agar memperoleh berita memakai *link* bank. Terdapat penghubung dalam penggunaan jaringan internet sebagai penghubung antara nasabah dengan bank, akses tersebut dapat memakai *laptop*, *computer*, atau *smartphone* yang terkoneksi oleh jaringan internet.

- Cara Untuk Menggunakan *Internet Banking*, Nasabah wajib memiliki *User ID*, *Password* (OTP) dan internet. Nama pengguna, kata sandi dan token dapat diperoleh dengan mendaftar di bank. Penggunaan *internet banking*, perhatikan *website* yang dituju ialah *website internet banking* benar milik bank tersebut, setelah itu pengakses diminta agar memasukkan *user id* dan *password* pada *website* atau *login*. Saat akan hendak melaksanakan transaksi, nasabah harus menginput token OTP yang sudah didapat. Jika transaksi sudah tidak dilakukan lagi, pengakses harus focus agar keluar atau *log out* dari *website internet banking*. Maka akan menerima *email* yang menyatakan bahwa sudah *logout*.

3. Ketersediaan Mesin EDC (*Elektronic data capture*)

Adalah *Elektronic data capture*, sebuah perangkat yang diterbitkan oleh perbankan untuk memudahkan nasabahnya melakukan transaksi dengan kartu ATM atau kartu Debit. Dalam Layanan Perbankan, alat ini disediakan dibagian kasir *Teller*. Pelanggan juga dapat menggunakan mesin EDC untuk menarik uang tunai, tergantung kebijakan merchant. Mesin EDC Ada juga pekerjaan yang hampir sama dengan mesin ATM, tetapi secara fisik berbeda. Layar dan tombol mesin EDC memiliki bentuk yang sangat kecil, dan berfungsi yaitu:

- Gesek Kartu ATM pada mesin EDC (Kasir yang melakukan tersebut)
- Setelah itu akan meminta masukan PIN ATM tersebut
- Selanjutnya akan tekan ENTER (warna hijau)
- Dan maka akan keluar Struk Transaksi. Kini mesin EDC memiliki slot yang dapat digunakan untuk kartu ATM yang sudah memiliki chip. Menggunakan chip untuk melakukan transaksi lebih aman dari pada menggesek kartu ATM.

4. Keterbatasan Lahan Parkiran

Adalah dengan ini keterbatasan area parkir yang sempit cenderung menurunkan minat konsumen untuk datang ke Kantor Bank, secara psikologis dan psikis akan memberikan dampak resiko untuk nasabah yang malas ke bank tersebut.

5. Ruang transaksi yang nyaman merupakan aspek yang berpengaruh dalam jasa perbankan yang meliputi dimensi, yaitu ukuran, luas, tinggi area yang sesuai dengan kebutuhan dan kenyamanan para nasabah dalam melakukan transaksi, hal tersebut juga dapat dikombinasikan dengan dekorasi, tata letak meja *Customer Service*. Pengisian Formulir dan area *Teller*.

2.1.2. Kualitas Layanan

2.1.2.1. Pengertian Kualitas Layanan

Strategi yang digunakan perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah dengan memberikan layanan yang berkualitas. Karena kualitas layanan yang baik, pelanggan tertarik untuk membeli produk atau layanan. (Tjiptono, 2018: 59), menyampaikan bahwa “tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian dalam peningkatan keunggulan disebut kualitas pelayanan”.

Penjelasan (Tjipoto, 2018: 11), Kualitas layanan untuk mengukur apakah tingkat layanan yang diberikan memenuhi harapan pelanggan. Yang memiliki makna kualitas layanan dapat dicapai dengan memenuhi kebutuhan dan persyaratan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk memenuhi harapan pelanggan.

Menurut (Sholeha et al., 2018: 102), kualitas pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada nasabah. Menurut (F. dan H. E. N. Maryati, 2020:465), kualitas pelayanan ialah Kondisi dinamis yang terkait dengan produk, layanan, personel, proses, dan lingkungan memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Menurut (Ojekalu et al., 2018: 84), kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan

oleh perusahaan memenuhi harapan nasabah. Pelayanan pada hakikatnya adalah rangkaian kegiatan, proses pelayanan yang seimbang yang dilakukan secara teratur, meliputi seluruh organisasi dan kehidupan masyarakat. Kualitas layanan adalah kunci sukses, dan apakah kualitas layanan bergantung pada kemampuan perusahaan untuk secara konsisten memenuhi harapan pelanggan.

Berdasarkan pengertian diatas mengenai kualitas pelayanan menurut para ahli dapat disimpulkan Kualitas layanan adalah Kondisi dinamis terkait produk atau layanan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

2.1.2.2. Unsur-unsur Kualitas Pelayanan

Menurut (Gunartik & Nainggolan, 2019: 5), Dalam kualitas layanan biasanya digunakan delapan elemen. Kedelapan elemen tersebut yakni :

1. Kesederhanaan, termasuk prosedur / prosedur pelayanan Diantaranya, tidak rumit dan mudah diterapkan.
2. Prosedur, persyaratan, unit kerja, tarif, biaya, kejelasan atau kepastian pejabat yang menerima pengaduan tentang layanan yang diberikan oleh organisasi.
3. Keamanan terkait dengan kepastian hukum yang disampaikan oleh organisasi.
4. Keterbukaan, Ini melibatkan kesederhanaan dan kejelasan layanan yang dikomunikasikan kepada publik
5. Efisiensi, Artinya layanan yang diserhkan oleh lembaga harus dibatasi pada persyaratan untuk hal-hal penting
6. Ekonomis, Artinya, pendanaan untuk pengabdian masyarakat didasarkan

pada rasionalitas publik, kemampuan dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

7. Keadilan ruang lingkup layanan yang diberikan oleh organisasi harus seluas mungkin dan didistribusikan secara merata.
8. Waktu yang tepat.

2.1.2.3. Indikator Kualitas Pelayanan

Adapun kelima dimensi indikator dari kualitas pelayanan meliputi :
(Lane, 2013: 284)

1. *Tangibles*

Tangibles merupakan bukti nyata kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan terbaik kepada pelanggan. Baik itu tampilan gedung, fasilitas, peralatan teknis pendukung, maupun penampilan karyawan.

2. *Reliability*

Reliability adalah kekuatan mitra dalam penyampaian layanan berdasarkan pengharapan konsumen akan keteguhan, bebas kesalahan, simpati, dll.

3. *Responsiveness*

Responsiveness ialah pelaksanaan dalam pemberian layanan yang cepat atau respon yang cepat, disertai dengan metode penyampaian yang jelas dan mudah dimengerti.

4. *Assurance*

Assurance adalah jaminan dan kepastian yang diperoleh dari kesopanan, komunikasi dan pengetahuan yang baik dari karyawan untuk

membangun kepercayaan pelanggan.

5. *Empathy*

Empathy ialah Untuk memperhatikan pelanggan secara tulus dan pribadi, untuk memahami kebutuhan konsumen secara tepat dan akurat.

2.1.3. Kepuasan Nasabah

2.1.3.1. Pengertian Kepuasan Nasabah

Salah satu tujuan utama perusahaan jasa dalam hal ini adalah menciptakan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah sebagai hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkan dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Menurut (kotler phillip, 2020: 80), Kepuasan Nasabah ialah Orang yang senang atau kecewa dalam membandingkan antara kesan dan ekspektasi kinerja atau hasil produk. (Tjiptono, 2018: 85) menyampaikan, kepuasan atau ketidakpuasan konsumen ialah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaktepatan yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya atau kinerja pelayanan yang dirasakan berdasarkan derajat kepentingannya. Kepuasan adalah perasaan yang menyenangkan, karena dapat menikmati apa yang diperoleh dengan saksama, dan seringkali merupakan bentuk kenyamanan. Umumnya kepuasan susah ditakar, dikarenakan kepuasan ialah rancangan yang besar, bertautan dan mendalam, agar kesenangan antar manusia adanya perbedaan (kotler phillip, 2020: 4). Menurut (Warnadi, 2019: 113) kepuasan nasabah adalah Tanggapan atau reaksi terhadap perbedaan antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah atau setelah penggunaan. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan

bergantung pada kinerja yang dirasakan, kesan kinerja, dan harapan. Jika tidak sesuai dengan pengharapan, maka kurang menarik bagi nasabah. Jika terjadi pemenuhan harapan, nasabah akan merasa puas jika kinerja sesuai dengan pengharapan kepuasan nasabah amat puas dan senang. Menurut (Kasmir, 2019: 113), kepuasan nasabah adalah Harapan atau perasaan orang tentang membeli barang atau jasa. Artinya tujuan yang ingin dicapai pelanggan sejalan dengan kenyataan. Harapan dan kenyataan inilah yang menentukan kepuasan nasabah. Menurut (Sholeha et al., 2018: 18), Kepuasan nasabah adalah kepuasan nasabah yang diberikan oleh bank akan berdampak sangat luas pada peningkatan keuntungan bank, nasabah akan loyal kepada bank, mengulangi pembelian produk dan mempromosikannya kepada orang-orang disekitarnya. Agar kita tahu bahwa nasabah puas atau tidak puas terhadap produk-produk yang bank berikan kepada nasabah, maka perlu alat ukur untuk menentukan kepuasan nasabah.

Berdasarkan pengertian diatas mengenai kepuasan nasabah menurut para ahli dapat disimpulkan kepuasan nasabaha merupakan perbedaan ekspektasi dan kinerja Jika ekspektasi lebih tinggi dan kinerja moderat maka kepuasan tidak dapat dicapai, sebaliknya jika kinerja melebihi ekspektasi maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

2.1.3.2. Faktor-faktor Pengukuran Kepuasan Nasabah

Menurut (Cahyani, 2016:151), menyatakan bahwa faktor-faktor pengukuran kepuasan nasabah sebagai berikut:

1. Kepuasan Nasabah Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*) adalah menanyakan kepada nasabah seberapa puas bank menawarkan produk tersebut.
2. Dimensi Kepuasan Nasabah adalah untuk menilaikan produk-produk bank yang di tawar bank kepada nasabah
3. Konfirmasi Harapan (*confirmations of Expectation*) penalaran ini kepuasan tidak ditakar secara langsung, tetapi dapat diambil penyimpulan apakah terdapat penyesuaian antar harapan nasabah terhadap produk yang diberikan bank kepada nasabah.

2.1.3.3. Indikator Kepuasan Nasabah

Indikator kepuasan nasabah terletak pada empat dimensi kepuasan nasabah antara lain, (Tjiptono, 2012: 146):

1. Kualitas layanan
Jika nasabah mendapatkan pelayanan maksimal atau sesuai dengan yang diinginkan, maka nasabah merasa puas.
2. Kualitas produk/jasa
Jika produk yang digunakan nasabah berkualitas, maka nasabah merasa puas.
3. Harga
Jika perusahaan menentukan harga secara keseluruhan lebih murah maka nasabah dengan sukarela memberikan nilai tinggi
4. Lingkungan
Perusahaan menyediakan segi ruang yang terbukti dapat mencakup semua

aktivitas nasabah.

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dijadikan sebagai rujukan penelitian penulis, agar penulis dapat memperkaya teori yang kelak dipakai untuk menguji penelitian tersebut. Dari penelitian terdahulu, Penulis tidak menemukan studi dengan nama yang sama dengan studi penulis. Namun demikian, penulis mengajukan beberapa kajian sebagai referensi untuk memperkaya bahan penelitian dalam penelitian penulis. Berikut beberapa jurnal yang berkaitan dengan penelitian penulis.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
1	(Nouvalia, 2017)	Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Danamon	Analisis Regresi Linier Sederhana	Terdapat pengaruh yang signifikan antara fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah
2	(Sujana, 2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Di Kota Baubau	Analisis Regresi Linier Sederhana dan analisis korelasi	Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah

3	(Arianto, 2018)	Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Khorasan Provinsi Razavi	Analisis Regresi Linier Berganda	Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah
4	(Susanti, 2019)	Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Pondok Pinang	Analisis Regresi Linier Sederhana	Penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh yang sangat besar antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah PT Bank Syariah Mandiri Cabang Pondok Pinang.
5	(Indrayani, 2018)	Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.	Analisis Regresi Linier Berganda	Fasilitas dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepausan nasabah
6	(Maman, 2017)	<i>The Effect Of Service Quality On Customer Satisfaction</i>	<i>Path Analysis</i>	Kualitas Pelayanan Berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah
7	((Warnadi, 2019)	Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah	Analisis deskriptif, uji validitas linear berganda	Penelitian ini menemukan terdapat pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah

8	(kotler, 2018)	Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah	Analisis Deskriptif	Penelitian ini menemukan terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kualitas kepuasan nasabah
9	(Suyitno, 2018)	Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah	Analisis Regresi Linier Berganda	Penelitian ini menemukan bahwa terdapat pengaruh fasilitas terhadap kepuasan nasabah
10	(Sholeha et al., 2018)	Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah	Regresi Linier Sederhana	Penelitian menemukan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah

2.3. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini mencakup satu variabel dependen, kepuasan pelanggan dan dua variabel independen, fasilitas dan kualitas layanan. Gambar dampak fasilitas dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut.

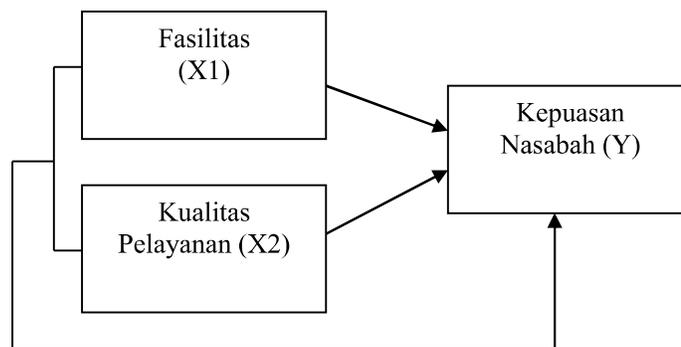
2.3.1. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah

Menurut (Maman, 2017: 60), Fasilitas ialah sarana dan prasarana penting untuk peningkatan kepuasan, sebagaimana memberikan kemudahan, pemenuhan kebutuhan dan rasa nyaman pengguna jasa. Pelanggan akan puas jika fasilitas yang diberikan sesuai dengan kebutuhannya. Pemberian fasilitas

yang nyaman akan memberikan dampak bahwa nasabah akan merasa nyaman dan senang.

2.3.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Menurut (Tjipoto, 2018: 26), kualitas pelayanan merupakan perusahaan-perusahaan sebagai usaha untuk memenuhi harapan nasabah, sedangkan harapan nasabah tidak selamanya sama. Seiring dengan berjalan waktu, harapan nasabah terhadap kualitas pelayanan akan berbeda dan terus berkembang. Kualitas pelayanan adalah kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk, layanan, personel, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melampaui harapan.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran
Sumber : Penulis, 2020

2.4. Hipotesis

Hipotesis juga bisa menjadi bentuk pernyataan yang digunakan untuk mendeskripsikan atau memprediksi hubungan tertentu antara dua variabel atau lebih, dalam hal ini hubungan tersebut mungkin menyimpang dari fakta. (Oetama & Herlina Sari, 2017: 44). Sesuai dengan penelitian teoritis dan kerangka penelitian di atas, maka hipotesis berikut diajukan :

H1 :Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT BPR Indobaru Finansia.

H2 :Kualias pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT BPR Indobaru Finansia.

H3 : Fasilitas dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT BPR Indobaru Finansia.