

- 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 dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landas Teori

1. Definisi Kualitas Layanan

Layanan merupakan kegiatan yang ditujukan untuk memberi kepuasan kepada nasabah, melalui melayani khususnya untuk kebutuhan nasabah. Layanan merupakan sebuah proses yang berlangsung dalam kehidupan sosial masyarakat untuk pemenuhan kebutuhan.

Manurut Indrasari (2019:57) layanan adalah kegiatan organisasi yang diselenggarakan menyangkut kebutuhan pihak konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri dari pihak konsumen dengan adanya layanan yang baik maka konsumen akan merasa puas dan dengan demikian layanan sangat penting untuk menarik konsumen untuk menggunakan produk atau jasa.

Layanan merupakan tindakan atau kegiatan yang di berikan oleh pihak kepada pihak lain yang dasarnya tidak berwujud dan tidak memiliki kepemilikan apapun menurut Indrasari (2019:67).

Layanan dapat dikategorikan dalam 3 bentuk ;

1. Layanan dengan lisan

Layanan ini bersifat lisan dengan tugas memberikan penjelasan atau keterangan kepada siapapun yang memerlukan seperti petugas hubungan masyarakat (humas).



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,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang waair IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

2. Layanan dengan tulisan

Bentuk layanan tulisan cukup efisien untuk layanan jarak jauh, layanan ini perlu diperhatikan untuk faktor kecepatan baik pengelolaan masalah sampai proses penyelesaian.

3. Layanan dengan perbuatan

Layanan yang biasanya dilakukan oleh petugas tingkat menengah atau bawah, dengan keahlian dan keterampilan khusus karena sangat menentukan hasil pekerjaannya.

Dalam menjalankan tugas layanan adapun etika dalam melakukannya, etika dapat diartikan serangkaian perbuatan benar dan salah, etika kesantunan atau sikap pandangan moral sikap ramah dalam kehidupan dimasyarakat. Mengenai kualitas layanan pasti diharapkan memberikan yang maksimal sesuai dengan kententuan yang ada. Memberikan layanan yang terbaik, dan mencapai kepuasan nasabah adalah pencapaian dari kualitas layanan yang berhasil.

Menurut Indrasari (2019:61) Kualitas layanan adalah merupakan keadaan yang terkait proses dengan produk atau jasa, dan berupaya untuk memenuhi kebutuhan dan diharapkan cara penyampaian sesuai dengan kebutuhan dapat mencapai kepuasan nasabah. Kualitas Layanan menurut Indrasari (2019:62) Perbedaan pandangan dengan kenyataan sesungguhnya atas layanan yang di terima oleh nasabah.



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 dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

a. Karakteristik Layanan

Karakteristik layanan menurut Indrasari (2019:62) menjelaskan ada beberapa karakteristik layanan yaitu:

- a. Akses, layanan yang baik harus memudahkan agar menjangkau keseluruhan tempat dan waktu yang cukup.
- b. Komunikasi, yang jelas dan akurat akan mempermudah dalam memberikan layanan
- c. Kompetensi, keterampilan dan memiliki keahlian serta pengetahuan yang diperlukan dalam memberikan layanan yang baik untuk memudahkan dalam memberikan layanan
- d. Kesopanan, ramah cepat tanggap dan tenang harus di lakukan pegawai dalam memberikan layanan agar memuaskan
- e. Kredibilitas, perusahaan dan pegawai yang dapat di percaya akan mempuai tempat dihati nasabah
- f. Keandalan, layanan yang diberikan tepat dan konsisten
- g. Responsif, memberikan layanan dan respon yang cepat dan kreatif terhadap permintaan atau permasalahan yang dialami oleh nasabah.
- h. Keamanan, layanan yang diberikan aman dan jauh dari resiko, bahaya atau kerugian untuk nasabah
- i. Nyata, layanan harus mencerminkan fisik dari kualitas layanan
- j. Memahami konsumen, pegawai diharapkan untuk membuat usaha yang maksimal untuk memberikan layanan dan memahami betul kebutuhan dari nasabah.

- 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 dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

b. Pengukuran Kualitas Layanan

Menurut Kotler, Keller dan Chernev (2022 : 227) Berdasarkan model kualitas layanan, para peneliti telah mengidentifikasi lima faktor penentu kualitas layanan-keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik-dalam urutan dari yang paling penting yaitu :

- (1). *Tangible*, bukti atas kemampuan dari suatu perusahaan dengan memberikan yang terbaik mulai dari penampilan fisik Gedung, kerapihan kenyamanan, kelengkapan fasilitas, dan penampilan karyawan.
- (2). *Reliability*, kemudahan penyediaan layanan sesuai perjanjian dari perusahaan dengan harapan nasabah, terkait penanganan masalah nasabah penyediaan layanan tepat waktu
- (3). *Responsiveness*, kecepatan penyediaan karyawan dalam menangani transaksi ataupun keluhan, pemberian layanan, dan penyampaian informasi yang jelas dan mudah dimengerti
- (4). *Assurance*, keterampilan yang berkaitan dengan kepastian dalam memberikan keamanan, kesopanan kualitas ramahtamah, dan kepastian yang sangat dibutuhkan oleh nasabah.
- (5). *Empathy*, Kemudahan dalam berkomunikasi dengan nasabah dan perusahaan untuk memahami kebutuhan nasabah.

Dari definisi diatas penulis menyimpulkan bahwa kualitas layanan adalah proses menyampaikan produk atau jasa memenuhi harapan dan kebutuhan nasabah, upaya mencapai maksimal kualitas layanan berhasil.

2. Definisi Kualitas Produk

- 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 dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Menurut Kotler dan Amstrong (2021:234) Mendefinisikan produk sebagai

“ A Product is anything that can be offered to a market for attention, use, or consumption that might satisfy a want or need ” segala sesuatu yang di pasarkan berupa barang ataupun jasa yang dapat dikonsumsi,diperoleh mampu menarik perhatian dan dapat memuaskan para konsumen.

Menurut Halim,et al (2021:4) sesuatu untuk memenuhi barang yang dibangun atau diproduksi kebutuhan sekelompok orang. Menurut Firmansyah (2019:3) sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk dimiliki, dipakai, dikonsumsi sehingga dapat mencakup keinginan atau kebutuhan. Kualitas produk adalah benda rill, maka jenis nya cukup banyak.

Menurut Firmansyah (2019:3) Produk secara dapat diartikan “Sebagai sekumpulan atribut fisik yang secara nyata terkait dalam sebuah bentuk dapat didefinisikan”. Sedangkan secara luas, produk merupakan sekumpulan atribut yang nyata dan tidak nyata yang didalamnya mencakup warna, kemasan, harga, presise pengecer, dan layanan dari pabrik dan pengecer yang mungkin diterima oleh pembeli sebagai sebuah hal yang dapat memberikan kepuasan atas keinginanya.

Menurut Firmansyah (2019:13) Kualitas produk memiliki posisi yang utama sarana dipasar, berhubungan dengan kinerja produk dan berdampak dengan nilai kepuasan pada nasabah. Dari definisi tersebut dapat di simpulkan bahwa semua produk, meliputi barang dan jasa itu suatu perpaduan unsur yang bisa menarik perhatian nasabah.



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 dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

a. Jenis Produk

Menurut Firmansyah (2019:5) Produk dapat diklasifikasikan dalam 2 Kelompok :

(1). Barang

Produk dalam wujud fisik yang dapat dilihat, diraba, disentuh merupakan produk barang,

(2). Jasa

Produk dalam bentuk jasa merupakan sebuah aktifitas yang mendapatkan manfaat dan kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Jasa merupakan tindakan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang tidak berwujud sehingga tidak memiliki kepemilikan.

b. Klasifikasi Produk

Produk dapat di klasifikasikan 4 jenis Menurut Firmansyah (2019:7)

- (1). Convenience Product (Produk sehari – hari) Produk yang sering dibeli oleh konsumen dengan waktu yang singkat untuk perbandingan.
- (2). Shopping Product (Produk belanja) Produk yang di menghabiskan waktu banyak untuk nasabah membandingkan dan mengumpulkan informasi berdasarkan kesesuaian, harga,kualitas, dan gaya produk sebelum membeli.
- (3). Specialty Product (Produk Khusus) Barang memiliki karakteristik yang bebeda dan membutuhkan usaha yang lebih untuk membelinya.
- (4). Unsought goods (Produk yang tidak dipikirkan) Produk yang kurang dicari tetapi sudah banyak orang ketahui dan produk ini tergolong kebutuhan yang tidak terpikirkan untuk membelinya.



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,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



c. Tingkatan Produk

Pada merencanakan penawaran suatu produk menurut Firmansyah

(2019:9) :

(1). Produk Utama / inti (Core Benefit)

Manfaat dari produk tersebut yang akan dikonsumsi nasabah

(2). Produk Generic

Bentuk dari produk yang di rancangkan memiliki fungsi untuk nasabah.

(3). Produk Harapan (Expected Product)

Produk yang di tawarkan kondisi formal secara normal dengan berbagai atribut diharapkan dan di sepakati untuk dibeli.

(4). Produk Pelengkap (Equimented Product)

Berbagai produk yang di tambahi atribut dengan manfaat dan layanan sehingga dapat mencapai kepuasan dan pembeda pada produk asing

(5). Produk Potensial

Segala macam tambahan yang membuat perubahan yang diharapkan berkembang di masa yang akan datang.

d. Pengukuran Kualitas Produk

Menurut Firmansyah (2019 : 16) Kualitas produk terbagi dalam 6 indikator yaitu:

(1). Kinerja (*Performance*)

Mengukur sejauh mana kinerja pada suatu produk dan semakin tinggi kualitas suatu produk tersebut maka semakin mahal juga harganya.

- 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 dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Produk yang ditawarkan harus sesuai dengan kebutuhan pasar agar efisien dan produk dapat terjual dengan baik di pasar.

(2). Keistimewaan tambahan (*Features*)

Karakteristik yang sebagai pembeda dengan produk lain, juga dapat dipakai untuk melengkapi

(3). Keandalan (*Reliability*)

Ukuran probabilitas bahwa kemungkinan kecil produk gagal atau tidak berfungsi dalam jangka waktu tertentu.

(4). Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to specifications*)

Harapan pembeli pada produk yang telah dibeli, memenuhi standar kualitas tinggi agar tidak mengecewakan.

(5). Daya tahan (*Durability*)

Ukuran kondisi operasi produk dalam skala ukuran berlebihan.

(6). Estetika (*Asthetic*)

Penggambaran penampilan dan perasaan yang menimbulkan kekhasan menjadi daya tarik yang sulit ditiru.

3. Definisi Kepuasan Nasabah

Menurut Halim, et al (2021:83) Kepuasan merupakan perasaan seseorang dari perbandingan yang diterima dengan yang diharapkan atas hasil kinerja produk jasa yang telah di berikan. Nasabah akan membentuk ekspektasi tentang nilai dan kepuasan yang akan diberikan oleh berbagai penawaran pasar. Perusahaan harus lebih teliti dan berhati-hati dalam hal menetapkan ekspektasi kepada pasar.

Nasabah yang puas akan merekomendasikan kepada orang lain tentang pengalaman mereka begitu sebaliknya jika nasabah merasa kecewa akan menjelaskan produk kepada orang lain. Dari pendapat tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah ialah perasaan puas yang senang atau kecewa atas layanan atau pun produknya tidak seperti yang mereka harapkan. Menurut Halim et al (2021:156) tingkatan kepuasan adalah fungsi dari suatu pembeda antara penampilan yang dirasakan dengan harapan.

a. Tingkatan kepuasan nasabah

- (1). Penampilan produk yang menarik akan membuat harapan nasabah puas
- (2). Penampilan yang menarik dan sebanding akan membuat kepuasan pada nasabah
- (3). Penampilan yang melebihi harapan nasabah akan membuat senang dan puas

- 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 dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

b. Faktor kepuasan nasabah

Menurut Halim et al (2021:82) ada 4 aspek yang mempengaruhi kepuasan

nasabah :

- (1). Aspek barang dan jasa, kepuasan nasabah terhadap barang dan jasa dapat mempengaruhi penilaian nasabah
- (2). Aspek emosi nasabah, emosi berkaitan dengan suasana hati emosi akan membawa tanggapan baik atau buruk terhadap suatu barang atau jasa.
- (3). Aspek pengaruh kesuksesan atau kegagalan jasa, analisis nasabah. Kebiasaan nasabah cenderung mencari penyebab suatu keberhasilan atau kegagalan jasa yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah.
- (4). Aspek persepsi atas persamaan atau keadilan. Pemikiran mengenai persamaan dan keadilan ini akan mengubah persepsi nasabah pada tingkatan kepuasannya terhadap barang dan jasa.

c. Mengukur kepuasan nasabah

Menurut Halim et al (2019:85 menyatakan ada 4 perangkat mengukur

kepuasan nasabah :

- (1). Sistem Keluhan dan saran

Sebuah perusahaan biasanya akan menyediakan kotak saran yang memadai sehingga memudahkan nasabah memberikan saran dan keluhan.

- (2). Surver kepuasan konsumen

Melakukan survei secara berkala melalui wawancara secara langsung atau kuesioner kepada nasabah di berbagai tempat untuk mengetahui apakah mereka puas dengan yang ditawarkan oleh perusahaan. nasabah akan merasa senang dengan begitu mereka akan merasa lebih diperhatikan.



(3). Menyamar berbelanja

Karyawan bertindak seperti pembeli dengan tujuan untuk melihat standar perusahaan dan melaporkan hasil temuan yang menjadi kelemahan untuk menjadi unggul di pesaingnya.

(4). Analisis konsumen yang hilang

Perusahaan akan mengevaluasi jika konsumen nya berhenti atau berganti ke perusahaan lainnya

d. Pengukuran Kepuasan Nasabah

Menurut Indrasari (2019:92) sebagai berikut :

(1.) Kesesuaian harapan

dalam konsep ini kepuasan tidak dapat diukur langsung, tetapi dapat disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan nasabah dengan kinerja aktual perusahaan.

(2.) Minat berkunjung kembali

Kepuasan nasabah dapat diukur dengan menanyakan kepada nasabah apakah akan tetap membeli produk bank tersebut lagi.

(3.) Kesedian merekomendasikan

Kepuasan nasabah dapat diukur dengan menanyakan apakah nasabah akan merekomendasikan produk atau layanan bank kepada keluarga atau orang lain.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

(C) Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Penelitian terdahulu Variabel Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah

Judul Penelitian	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Radekatama Piranti Nusa
Nama Peneliti	Rosa Lesmana
Tahun Peneliti	2019
Variable Dependen	Kepuasan konsumen (Y)
Variable Independen	Kualitas Produk (X1) Kualitas Layanan (X2)
Hasil Penelitian	1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara kualitas produk terhadap kepuasan nasabah 2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah 3. Kontribusi pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan kepuasan nasabah secara simultan adalah sebesar 44,8 % artinya terdapat pengaruh signifikan dan simultan

Sumber : Lesmana Rosa (2019)

- 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 dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 2.2

Judul Penelitian	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember
Nama Peneliti	Iis Maulidah, Joko Widodo, Mukhamad Zulianto
Tahun Peneliti	2019
Variable Dependen	Kepuasan konsumen (Y)
Variable Independen	Kualitas Produk (X1) Kualitas Layanan (X2)
Hasil Penelitian	1. Terdapat pengaruh yang positif secara parsial antara kualitas produk terhadap kepuasan nasabah 2. Terdapat pengaruh yang positif secara parsial antara kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah 3. Kontribusi pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan kepuasan nasabah secara simultan adalah sebesar 79,9 % artinya terdapat pengaruh signifikan dan simultan

Sumber : Maulidah Iis, Widodo Joko, Zulianto Mukhamad (2019)

(C) Hak cipta milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 2.3

Judul Penelitian	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap kepuasan Nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia unit kalosi Kabupaten Enrekang
Nama Peneliti	Reski Ayu
Tahun Peneliti	2018
Variable Dependen	Kepuasan Nabasah (Y)
Variable Independen	Kualitas Layanan (X1)
Hasil Penelitian	1.Kualitas Layanan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah PT Bank Rakyat Indonesia unit kolosi Kabupaten Enrekang.
Judul Penelitian	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap kepuasan Nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia unit kalosi Kabupaten Enrekang
Nama Peneliti	Reski Ayu
Tahun Peneliti	2018
Variable Dependen	Kepuasan Nabasah (Y)
Variable Independen	Kualitas Layanan (X1)
Hasil Penelitian	1.Kualitas Layanan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah PT Bank Rakyat Indonesia unit kolosi Kabupaten Enrekang.

Sumber : Ayu Reski (2018)

Tabel 2.4

Judul Penelitian	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Shaburi Kelapa Gading
Nama Peneliti	Nathaniel Kevin
Tahun Peneliti	2019
Variable Dependen	Kepuasan konsumen (Y)
Variable Independen	Kualitas Produk (X1) Kualitas Layanan (X2)
Hasil Penelitian	1.Kualitas Produk memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen restoran Shaburi Kelapa Gading 2. Kualitas Layanan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen restoran Shaburi Kelapa Gading

Sumber : Kevin Nathaniel (2019)

Tabel 2.5

Judul Penelitian	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Kopi Janji Jiwa
Nama Peneliti	Eugenia Fandy Telasha
Tahun Peneliti	2020
Variable Dependen	Kepuasan nasabah (Y)
Variable Independen	Kualitas Produk (X1) Kualitas Layanan (X2)
Hasil Penelitian	1.Kualitas produk terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Kopi Janji Jiwa Kelapa Gading 2. Kualitas Layanan terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Kopi Janji Jiwa Kelapa Gading

Sumber : Telesha Fandy Eugenia

(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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 dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

C. Kerangka Pemikiran.

Pada kerangka pemikiran ini, peneliti akan menjelaskan mengenai hubungan atau ketrekaian antar variable yang akan diteliti.

1. Pengaruh Kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah

Kualitas merupakan hal yang penting dalam hubungan dengan kinerja pekerjaan. Sebuah bisnis harus tetap menjaga layanannya agar konsumen selalu mengingat kembali untuk merasakan layanan itu, Kualitas layanan merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan dan mempengaruhi keputusan setiap nasabah. Mendapatkan kualitas layanan yang baik akan mencapai harapan nasabah. Dengan demikian kualitas layanan cenderung mengakibatkan peningkatan kepuasan nasabah.

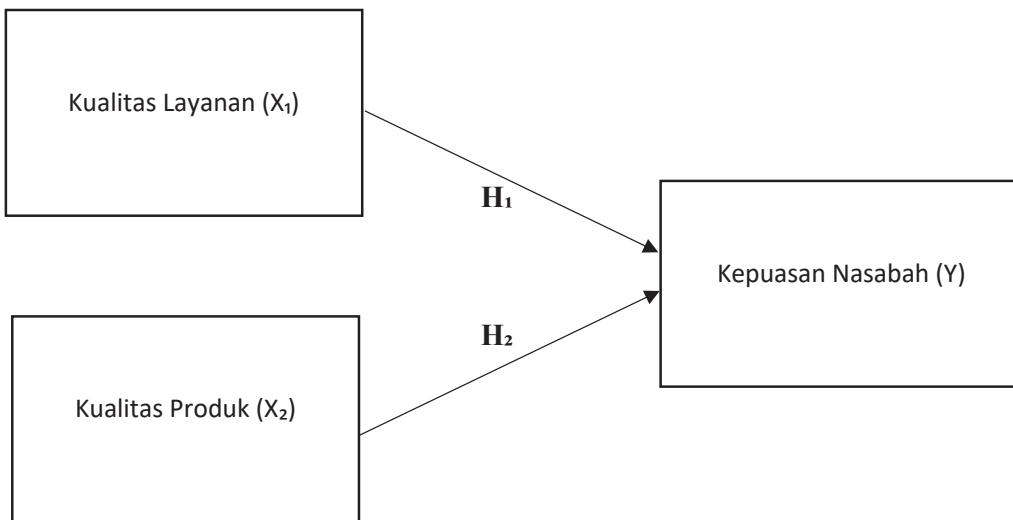
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan nasabah

Kualitas merupakan kondisi yang berhubungan dinamis dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses, yang bertugas untuk memenuhi atau melampaui harapan konsumen atau nasabah menurut indrasari (2019:54) Selera atau harapan konsumen atau nasabah pada suatu produk harus di sesuaikan dengan kebutuhan agar dapat bersaing bertahan hidup.

Produk meenjadi hal penting dan harus diperhatikan oleh sebuah bisnis dan mempunyai standar dalam produknya. Proses berkembangnya produk dalam perusahaan dituntut agar mampu memberikan perlakuan berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Kualitas produk juga sangat penting bagi industri perbankan.

Gambar 1.6

Kerangka Pemikiran



- 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 dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

D. Hipotesis :



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka dapat diajukan hipotesis – hipotesis sebagai berikut :

H_1 : Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Mayapada

H_2 : Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah

- 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 dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang waair IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.