

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kualitas memiliki arti baik buruknya suatu benda atau keadaan dari suatu benda. Dalam hal pelayanan kualitas sangat berpengaruh pada konsekuensi dari kepuasan pemakaian jasa. Kualitas berhubungan dengan jasa, produk, manusia serta lingkungan yang sesuai ataupun melebihi keinginan.¹

Menurut Edward Deming kualitas ialah tingkatan yang dapat di berikan apresiasi dari ketergantungan maupun keseragaman biaya yang di berikan pasar baik rendah maupun tinggi.² Sedangkan Menurut Goeth dan Davis kualitas ialah kondisi dinamis yang berhubungan antara produk, jasa, manusia maupun lingkungan yang sesuai atau tidak dengan keinginan.³

Kualitas jasa pelayan ini merupakan faktor yang dapat menunjang kinerja instansi, Menurut Vincent Gasperz kualitas ialah suatu yang dapat memenuhi harapan dan kebutuhan dari konsumen. Oleh karena itu, kualitas merupakan sesuatu yang sesuai atau melebihi harapan konsumen.⁴ Adapun dimensi demensi kualitas Menurut Sunarto yaitu sebagai berikut:

¹ Tjipto, f, *Prinsip-Prinsip Total Quality* (Yogyakarta Andi Offset, 1997),.29

² Uhar Suharsaputra, *Administrasi Pendidikan*, (Bandung: Refiks Asitama, 2010), 226

³ Tjipto, F, dan Gregorius Chandra, *Servis Quality & Satisfation* (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), 110

⁴ Muhannad, Nadjib, *Peningkatan Kualitas Publi: Studi Tentang Implemendtasi Kebijakan Pelayanan Akta Pada Kantor Catatan Sipil Kota Surabaya* (Thesis, Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya,2020), 54

- 1) Kinerja ialah suatu acuan kosumen dalam melihat produk maupun jasa
- 2) Hubungan antar karyawan yang menunjukkan rasa empati, keramahan, serta saling menghormati
- 3) Keandalan yakni konsistensi dari pekerjaan
- 4) Daya tahan ialah seberapa lama produk tersebut bertahan
- 5) Ketepatan waktu dan kenyamanan ialah seberapa tanggap intansi dalam menangani keluhan
- 6) Estetika ialah tentang seberapa menarik produk maupun jasa yang ditawarkan.⁵

2. Pengertian Pelayanan

Pelayanan merupakan rangkaian dari beberapa kegiatan. oleh sebab itu melayani harus secara terus-menerus, supaya antara pemberi dengan penerima merasa terpenuhi. Pelayanan ialah kegiatan yang membeikan keuntungan kepada sebuah intansi dan menawarkan rasa kepuasan dalam bentuk nonfisik.⁶

Menurut Ratminto dan Atik pelayanan ialah proses bantuan untuk orang lain untuk menciptakan kepuasan dan keberhasilan. Pelayanan tidak dapat di inventarisasi sebab pelayanan langsung diberikan kepada konsmen.⁷

Pelayanan ialah kegiatan guna memenuhi kebutuhan orang lain. Pelayanan kepada konsumen penting untuk keberlangsungan perusahaan, sebab tanpa pelayanan yang baik konsumen tidak akan membeli produk yang ditawarkan.

Menurut Kotler pelayanan ialah kegiatan yang ditawarkan untuk orang lain, yang

⁵ Sunarto, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta:BPFE-UST,2003)

⁶ Sinambala, L.P, *Reformasi Pelayanan Publik Teori, Kebijakan, Implementasi*, (Jakarta: Bumi Aksara,2011), 4

⁷ Ratminto dan Atik, *Manajemen Pelayanan: Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen's dan Standar Pelayanan Minimal* (Yoigyakarta: Pustaka Pelajar,2003)

tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan, sedangkan Menurut Tjipto pelayanan ialah penyajian dari produk ataupun jasa sesuai takaran produk yang setidaknya sesuai dengan keinginan konsumen.⁸

3. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan ialah persepsi konsumen tentang jasa yang diberikan yang digunakan untuk akumulasi kepuasan konsumen. Penyedia jasa berkualitas harus dapat memberikan dan mampu terus menerus memuaskan konsumen dan waktu yang lama.⁹

Kualitas pelayanan ialah tingkat keunggulan yang diharapkan dan diinginkan konsumen. Menurut Zeithaml kualitas pelayanan dapat dikatakan besar jika memiliki perbedaan antara harapan dan keinginan konsumen dengan persepsi nya.¹⁰

Menurut Frandy Tjipto kualitas pelayanan ialah keadaan dinamis yang erat kaitannya dengan produk jasa, sumber daya manusia dan lingkungan yang setidaknya harus memenuhi atau melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan.

Dalam kualitas pelayanan ini Tjipto memberikan kriteria sebagai berikut:

- 1) Ketepatan waktu pelayanan
- 2) Akurasi pelayanan
- 3) Sopan santun dan keramahan
- 4) Kemudahan mendapatkan pelayanan

⁸ Januar Ida Wibowo, *Pengaruh Kelualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Muarakati Baru Saru Palembang*, (Vol,8, ,2,2020), 6

⁹⁹ Hassel gi, S, Tangkilisian, *Manajemen Public* (Jakrta: PT. Raja Grafindo Bersada,2009), 215

¹⁰ Ibid....6

5) Kenyamanan konsumen.¹¹

4. Kualitas Pelayanan Menurut Islam

Dalam perspektif Islam kualitas pelayanan ialah evaluasi kognitif dari pihak konsumen atas jasa pelayanan yang standarnya berasal dari moral-moral dan yang sesuai dengan syariat Islam. Dalam persepektif Islam terdapat tiga karakteristik ari etika pemasaran yaitu berdasarkan berdasarkan alquran dan tidak meninggalkan ruang interpretasi yang ambigu, aspek trasendental dari sifat nonlunak dan kemutlakan, pendekatan yang memaksimalkan nilia dalam pandangan kebaikan daripada mengejar sifat egois pribadi.¹² Menurut Adiwaman Karim menerangkan bahwa baik buruknya prilaku bisnis dapat menentukan suskses tidaknya bisnis yang dijalankan¹³

Hukum dari kualitas pelayanan tidak terdapat di dalam Alquran tetapi terdapat konsep yang sama tentang pelayanan yang baik kepada sesama manusia,hal ini terdapat di dalam Alquran Surat Al-Imran ayat159:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ 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

Artinya:

Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan

¹¹ Ibid...31

¹² Riizky Pratama Putra dan Sri Herianingrum, *Pengaruh Kualitas PelayananIslam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bnak BRI Surabaya (JESTT, Vol,1, ,9, September 2014)*, 624

¹³ Adiwarnab A, Karm, *Bank Islam: Analiss Fiqih Dan Pemasaran*, (Jakarta:IIIT Indonesia,2003), 73

mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal.(Q.S Al-Imran ayat 159).¹⁴

5. Indikator Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan memiliki beberapa indikator yang perlu diperhatikan, Menurut Lupyoadi dan Hamdani indikator kualitas pelayanan sebagai berikut:

1) *Tangibles* (bukti fisik)

Kemampuan perusahaan untuk menunjukkan eksistensi pada pihak luar, kemampuan dan penampilan sarana prasarana yang diandalkan sebagai bukti nyata dari perusahaan.

2) *Reliability* (keandalan)

Kemampuan yang memberikan pelayanan dengan cepat, akurat, dan memuaskan serta harus sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan.

3) *Responsiveness* (ketanggapan)

Kebijakan yang diberikan guna membantu serta memberikan pelayanan yang cepat dan akurat.

4) *Assurance* (jaminan)

Jaminan yaitu pengetahuan, sopan santun serta kemampuan karyawan untuk menumbuhkan rasa kepercayaan nasabah terhadap pihak perusahaan.

¹⁴ Q.S Al-Imran ayat 159, <https://quranweb.id/3/#159> (Diakses Pada 8 September 2024 Pukul 19;34 WIB)

5) *Empathy* (empati)

Memberikan perhatian kepada konsumen bersifat pribadi supaya pihak perusahaan dapat memahami apa yang diinginkan konsumen.¹⁵

B. Kepuasan Nasabah

1. Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan konsumen merupakan tanggapan bahwa konsumen merasa puas atau harapannya telah terpenuhi dengan cara selalu memperhatikan kebutuhan nasabah dan keluarganya, sehingga terciptakan rasa kepuasan dengan hasil yang diperoleh.¹⁶ Kepuasan konsumen merupakan evaluasi alternatif dari pelanggan yang hasil sekurang-kurangnya harus dapat memenuhi keinginan pembeli, karena ketidakpuasan merupakan hasil harapan pembeli yang tidak sesuai dengan harapannya.

Menurut pendapat Philip & Kotler kepuasan pelanggan ialah hasil perbandingan kinerja dengan harapan nasabah, tetapi sebaliknya jika nasabah mendapatkan pelayanan yang tidak sesuai dengan harapannya maka nasabah akan kecewa terhadap bank.¹⁷

2. Kepuasan Nasabah Menurut Islam

Kepuasan pelanggan dari perspektif Islam merupakan tingkatan dari harapan nasabah terhadap suatu produk baik yang berupa barang ataupun dari produk jasa. Menurut Qardhawi, pedoman yang digunakan untuk mengetahui

¹⁵ Ibid....63

¹⁶ Andy Tjipto, *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2005)

¹⁷ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, 143

tingkat kepuasan nasabah, perusahaan harus melihat kinerja dengan cara memperhatikan kejujuran, kebenaran serta amanah.¹⁸

Tolak ukur kepuasan nasabah dalam pandangan Islam yaitu menggunakan standar syariah. Untuk pedoman mengetahui seberapa tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah, perusahaan dalam bidang produk dan jasa harus mengukur kinerja perusahaan dengan menggunakan kriteria sebagai berikut:¹⁹

1) Sifat Jujur

Sebuah perusahaan harus selalu jujur terhadap pelanggan yang terlibat dalam perusahaan. Apabila tidak jujur, akan merugikan perusahaan. Kejujuran ialah dasar dari kepercayaan, keyakinan dan ajaran Islam.²⁰ Sama seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Maidah ayat 1

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ غَيْرِ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

Artinya:

Wahai orang-orang yang beriman! Penuhilah janji-janji. Hewan ternak dihalalkan bagimu, Kecamatanual yang akan disebutkan kepadamu, dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang berihram (haji atau umrah). Sesungguhnya Allah menetapkan hukum sesuai dengan yang Dia kehendaki(Q.S Al-Maidah ayat 1).²¹

Ayat ini menerangkan bahwa harus memenuhi janji, dalam agama Islam sifat jujur ialah sangat penting, termasuk dalam memberikan pelayanan kepada konsumen atau nasabah.

¹⁸ Veithzal Rivai Zainal, *Islamic Marketing Management*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 173

¹⁹ Ahmad Azhar Basyur, *Asas-asas Hukum Muamalat* (Hukum Perdata Islam), (Yogyakarta: UII Press, 2000), 11

²⁰ M. Nur iyanto Al-Arif, *Dasar-dasar Bank Syariah* (Jakarta:Alfabeta,2012),h.25

²¹ Q.S Al-Maidah Ayat 1 <https://quranweb.id/5/#1> (Diakses Pada 12 Desember 2025, Pukul 15:16 WIB)

2) Sifat Amanah

Amanah adalah mengembalikan hak kepada pemilik aslinya, tidak mengambil sesuatu yang melebihi miliknya serta tidak mengurangi hak milik orang lain. Artinya penjual produk dan jasa harus memberikan penjelasan detail tentang produk maupun jasa yang ditawarkan dengan jujur tanpa melebih lebihkan. Hal ini sama dijelaskan dalam Al-Qur'an surat An-Nisa Ayat 58:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya:

Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat (Q.S Am-Nisa ayat 58).²²

Ayat di atas menerangkan bahwa setiap manusia harus mempunyai sifat yang amanat dalam menyampaikan sesuatu kepada yang lain tanpa menambahkan ataupun mengurangi.

3) Sifat Profesional

Dalam sebuah perusahaan sikap professional sangat penting untuk menunjang keberhasilan perusahaan, seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Isra' ayat 84:

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا

Artinya:

Katakanlah (Muhammad), “Setiap orang berbuat sesuai dengan pembawaannya masing-masing.” Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya(QS. Al- Is'ra ayat 84).²³

²² Q.S Al-An-Nisa Ayat 58 <https://quranweb.id/4/#58> (Diakses Pada 12 Desember 2025, Pukul 16.01 WIB)

²³ Q.S Al- Isra' Ayat 84 <https://quranweb.id/17/#84> (Diakses pada 12 Desember 2025, pukul 16;16 WIB)

Ayat di atas menerangkan bahwa setiap manusia harus menjalankan sesuatu sesuai dengan kemampuan secara professional supaya tercipta hal yang berkualitas dan dapat memaksimalkan kemampuan yang dimiliki.

1. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah ialah faktor terjadinya loyalitas pada nasabah. Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan sebagai berikut:²⁴

1) Kualitas pelayanan

Konsumen merasa puas ketika pelayanan yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah.

2) Kualitas produk

Nasabah akan merasa puas ketika produk yang ditawarkan dan digunakan berkualitas yang baik dan sesuai dengan harapan nasabah.

3) Biaya

Nasabah tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan guna mendapat produk atau jasa yang diharapkan.

4) Keamanan

Nasabah akan merasa puas ketika jaminan keamanan dalam produk dan jasa yang diberikan.

5) Harga

Nasabah akan merasa puas jika harga yang relatif murah tetapi juga memiliki kualitas yang bagus.

²⁴ Lupiyo Adi, Rambat dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 61

6) Nilai citra bank

Nilai dan citra bank sangat berpengaruh sebab nasabah saat ini semakin cermat mencari informasi tentang bank yang reputasinya baik.

2. Dampak Kepuasan Nasabah

Dampak akibat dari kepuasan nasabah sangat berpengaruh terhadap keuntungan perbankan sebab jika nasabah merasa puas perbankan akan mendapatkan antara lain:

- 1) Loyal kepada bank dan sehingga nasabah akan Kecamatanil kemungkinan untuk meninggalkan atau pindah ke bank lain.
- 2) Kembali membeli produk di bank yang sama.
- 3) Membeli kembali produk di bank yang sama tetapi dengan produk yang berbeda.
- 4) Nasabah akan suka rela untuk melakukan promosi.²⁵

3. Alat Ukur Kepuasan Nasabah

Menurut Khotler, mengidentifikasi kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan empat metode yaitu:

- 1) Keluhan dan saran

Setiap organisasi atau perusahaan harus memberikan kesempatan bagi setiap konsumen untuk memberikan pendapat, saran, kritik, serta keluhan terhadap produk maupun jasa yang diberikan.

²⁵ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2012), 264

2) *Ghost Shopping*

Cara mengetahui tingkat kepuasan dengan cara mempekerjakan seseorang untuk menjadi konsumen produk perusahaan atau pesaing dan memberi laporan tentang kelemahan dan kekuatan jasa dan produk berdasarkan pengalaman.

3) *Lost Customer Analisis*

Perusahaan melakukan pengecekan kepada konsumen yang berhenti atau pindah untuk mendapatkan kebijakan dalam memperbaiki produknya.

4) *Survei Kepuasan Konsumen*

Umumnya survei perusahaan dapat memperoleh tanggapan serta umpan balik secara langsung dari konsumen serta dapat memberikan kesan positif kepada konsumen bahwa perusahaan selalu memperhatikan konsumennya.²⁶

4. Indikator Kepuasan Nasabah

Menurut Indrasari kepuasan nasabah dapat diukur menggunakan indikator antara lain:²⁷

1. Kesesuaian harapan

Yaitu kesesuaian harapan di sini dapat di kembangkan dengan cepat apabila pihak bank memberikan kualitas pelayanan yang baik.

²⁶ Endro Prihasto, *Pengukuran Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Pelayanan Customer Service Berbasis WEB*, (Dibanika Teknik Vol, VI, ,1 Januari 2021), 18

²⁷Endang Siswati, dkk, *Customer Relationship Management*, (Purbalingga: CV Eureka Media Asara, 2024), 43

2. Minat membeli ulang

Yaitu kepuasan nasabah dapat dilihat dari apakah nasabah tersebut kembali lagi untuk melakukan pembelian produk maupun jasa. Pelayanan berkualitas dapat memberikan dampak baik di bagi nasabah.

3. Kesiediaan merekomendasi

Bersedianya pihak nasabah untuk melakukan rekomendasi kepada masyarakat sekitar seperti keluarga maupun teman, dapat dijadikan sebagai alat ukur seberapa puaskan nasabah dengan pelayanan jasa maupun produk yang diberikan