

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang bergerak dibidang jasa yang dapat memberikan pelayanan yang baik untuk meredam persaingan yang semakin ketat. Berbagai konsep layanan nasabah akhir-akhir ini telah dikembangkan dengan tujuan untuk mempertahankan nasabah dan menjangkau calon nasabah. Untuk mempertahankan dan meningkatkan mutu nasabah, bank harus menjaga citra publik yang positif. Dengan menjaga citra tersebut maka dapat dibangun kualitas pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.¹ Sebuah pelayanan adalah hal penting bagi perusahaan, jika kualitas pelayanan terbukti baik dan dapat memenuhi keinginan nasabah maka perusahaan dapat meningkatkan laba atau keuntungan bagi perusahaan. Dengan adanya pelayanan yang maksimal pelanggan atau nasabah dapat merasakan kepuasan dan pelanggan atau nasabah tersebut akan merekomendasikan produk diperusahaan kepada orang-orang terdekatnya karna kepuasan yang sudah ia rasakan. Maka dari itu kualitas pelayanan adalah hal utama yang penting bagi perusahaan khususnya di perusahaan perbankan.

Perkembangan keuangan syariah telah membuahkan hasil yang memuaskan, Mulai dari peningkatan produk dan layanan hingga pengembangan infrastruktur untuk mendukung keuangan syariah. Di pasar dunia, indonesia bahkan masuk dalam sepuluh besar negara indeks keuangan syariah terbesar di dunia. Lembaga keuangan syariah di Indonesia kini bersaing tidak hanya dengan bank konvensional tetapi juga dengan lembaga keuangan konvensional dan lembaga keuangan syariah dari seluruh tanah air.²

Perbankan syariah di Indonesia akan terus mengalami perkembangan yang positif didalam tahun 2022 dimana aset akan bisa mencapai angka 694-734 Triliun rupiah, pembiayaan (PYD) mencapai angka 452-470 Triliun rupiah, dan dana pihak ketiga (DPK) yang diprediksi akan mencapai 549-575 Triliun rupiah.

¹ Jaka Atmaja, "Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB," *Jurnal Ecodemica* 2, no. 1 (2018): 49–63, <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/2713>.

² Rahma Nurzianti, "Revolusi Lembaga Keuangan Syariah Dalam Teknologi Dan Kolaborasi Fintech," *Jurnal Inovasi Penelitian* 2, no. 1 (2021): 37.

Hal ini membuktikan bahwa masyarakat Indonesia mengasih kepercayaan dan pelayanan yang baik terus meningkat pada perbankan syariah. Selain itu, pertumbuhan positif perbankan syariah juga mengisyaratkan bahwa roda perekonomian Indonesia sudah mulai pulih pasca pandemi Covid-19.³

Aturan Perbankan Syariah di Indonesia diatur dalam Undang-undang Perbankan Syariah No.12 Tahun 2008, Adapun yang disebut Bank Islam, yaitu lembaga keamanan yang menjalankan usaha dan kegiatannya berdasarkan dan berlandaskan pada peraturan agama Islam Syariah. Soemitra mengklaim bahwa Bank Syariah dapat menjadi Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah, Bank Pembiayaan Syariah (BPRS).⁴

Menurut Kotler secara umum kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesanya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.⁵ Ada juga yang mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah presepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Kepuasan pelanggan adalah akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk atau jasa. setiap transaksi atau pengalaman baru mempengaruhi kepuasan pelanggan. kepuasan pelanggan memiliki dimensi waktu karena hasil dari akumulasinya. Oleh karena itu, setiap orang yang berurusan dengan masalah kepuasan pelanggan telah berpartisipasi dalam bisnis jangka panjang. Kepuasan pelanggan adalah pengalaman panjang yang tidak ada habisnya. Memahami kepuasan pelanggan juga penting bagi manajemen, agar dapat menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan.⁶

Dalam perbankan, kepuasan ataupun ketidakpuasan nasabah merupakan hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkan ketika membeli dan menggunakan produk jasa bank. Harapan ini kemudian dibandingkan dengan presepsi mereka

³ Rudy Widodo, Galih Adhidharma, and M. Arna Ramadhan, “Prediksi Pertumbuhan Perbankan Syariah Di Indonesia Tahun 2022,” *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance* 5, no. 1 (2022): 53–62.

⁴ Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, 2nd ed. (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2010).

⁵ Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia* (Jakarta: Salemba Empat, 2001).

⁶ Rokhmat Subagiyo and Ahmad Budiman, “Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan Dan Saluran Distribusi Terhadap Kepuasan Nasabah,” *At-tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam* 5, no. 2 (2019): 280–295.

terhadap kualitas yang mereka terima dari penggunaan produk jasa tersebut. Nasabah akan merasa tidak puas jika harapan lebih tinggi dari kualitas produk jasa. Sebaliknya, nasabah akan merasa puas jika harapannya sama atau lebih rendah dari pada kualitas produk jasa tersebut.⁷

Salah satu dari banyaknya Bank atau lembaga maupun organisasi keuangan syariah, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) merupakan bank syariah yang tidak menawarkan layanan pembayaran. Sebuah Bank tidak cukup hanya menawarkan jasa keuangan, tetapi yang terpenting adalah meningkatkan kualitas transaksi nasabah. Kepuasan nasabah dapat ditentukan oleh kualitas produk dan layanan yang diinginkan nasabah. Sehingga jaminan kualitas bank menjadi prioritas utama. Kepuasan nasabah terhadap pelayanan mencakup dua topik utama yang saling berkaitan yaitu persepsi terhadap kualitas pelayanan (*perceived quality*) dan harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan (*expected quality*). Nasabah akan menilai suatu pelayanan yang telah diterima dibanding dengan apa yang diharapkan sebelumnya.⁸

Table 1.1 Daftar BPRS di Kudus Tahun 2022

NO	Nama BPRS	Alamat
1	PT BPRS Saka Dana Mulia	Ruko Pramuka Square, Jl. Pramuka No 368, Mlati Lor, Kec. Kota Kudus, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah.
2	PT BPRS Syuriyah	Ruko PJHKI A-1, Jl Ahmad Yani, Getas, Getas Pejaten, Kec. Jati, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah.
3	PT BPRS GMA (Gala Mitra Abadi)	Jl Kudus Purwodadi, Desa Undaan Lor Gg 5, Kec. Undaan, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah.

⁷ Doni Marlius and Izet Putriani, “Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tapan Cabang Painan Dilihat Dari Kualitas Layanan Customer Service,” *Jurnal Pundi* 3, no. 2 (2020): 111.

⁸ Rora Rosmaya Sari, Luis Marnisah, and Fakhry Zamzam, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Citra Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Era Covid 19 (Studi Kasus Di Pt. Bank Mandiri Kantor Cabang Palembang),” *Integritas Jurnal Manajemen Profesional (IJMPRO)* 2, no. 2 (2021): 201–210.

Sumber : Otoritas jasa keuangan⁹

BPRS yang ada di Kudus adalah salah lembaga keuangan Syariah di Indonesia yang mendapatkan kepercayaan masyarakat. selain itu dalam meningkatkan produk pada beberapa BPRS yang ada di kota Kudus, perusahaan harus meningkatkan talisilaturahmi kepada nasabah yang terjalin, dengan demikian dapat memberikan dampak positif bagi beberapa BPRS di Kudus. program yang harus di kerjakan untuk meningkatkan kepuasan nasabah tersebut dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang sangat afektif dengan model survey terhadap para nasabah BPRS di kota Kudus guna untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan nasabah tersebut.¹⁰

Terkait dengan judul diatas, Allah berfirman dalam Al-qur'an surah Al-Baqarah Ayat 267 sebagai berikut, Artinya: *“Hai orang-orang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sehingga dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kamu 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 Terpuji”* (QS, Al-Baqarah (2); 267)¹¹ ayat tersebut menegaskan bahwa islam sangat memperhatikan sebuah pelayanan yang berkualitas, memberikan yang baik, dan bukan yang buru.

Dalam pandangan islam terdapat enam karateristik pelayanan yaitu: jujur, amanah, Alkhadzib, tidak curang, melayani dengan baik (Khidmah), dan tidak melupakan kematian dalam kehidupan.¹²

⁹Daftar-Alamat-Kantor-Pusat-BPRS @ Www.Ojk.Go.Id,” n.d., <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/data-dan-statistik/Pages/Daftar-Alamat-Kantor-Pusat-BPRS.aspx>.

¹⁰ Guffron Abdul Azis, Mukhamad Roni, and Taufiq Anshori, “Pengaruh Keunggulan Produk Pembiayaan Murabahah, Rahn Dan Penerapan Nilai-Nilai Islam Dengan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT BPR Syariah Lantabur Tebuireng Kantor Cabang Gresik,” *Journal of Sharia Economics* 2, no. 2 (2020): 93–108.

¹¹ Al-Qur'an, Al-Baqarah Ayat 267, Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Semarang: Departemn Agama RI, Yayasan penerjemah/ Tafsir Alquran, 1992). 45

¹² Rafidah, *Kualitas Pelayanan Islami Pada Perbankan Syariah*, Nalar fiqh.2 (Bandung, 2014).113-126

Setiap bank khususnya perbankan harus dapat mengidentifikasi nasabahnya, apakah nasabah tersebut merasa puas dengan pelayanan diberikan perusahaan atau tidak. menurut Tjiptono¹³ ada beberapa faktor yang menentukan kualitas pelayanan yaitu *Tangible* (nyata): yaitu bukti fisik dari jasa, bisa berupa fasilitas fisik, peralatan yang digunakan, representasi fisik dan pelayanan. *Empathy* (empati) meliputi kemudahan dalam hal melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan nasabah. *Reliability* (kehandalan); yaitu seperti memenuhi janji layanan secara cepat, akurat dan memuaskan. *Responsiveness*; (ketanggapan) yaitu keinginan para staf untuk membantu para nasabah dan sumber pelayanan yang tanggap. *Assurance* (jaminan); mencakup pengetahuan, keterampilan, kesopanan, keraguan.

Menurut Zeithaml, *Tangible* (bukti fisik), yaitu kemampuan perusahaan untuk membuktikan keberadaannya kepada pihak eksternal. penampilan dan kapasitas yang handal dari objek fisik dan infrastruktur perusahaan, serta kondisi lingkungan sekitar, merupakan salah satu cara agar perusahaan jasa dapat memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan. Diantaranya yaitu meliputi fasilitas fisik (Gedung, buku, rak buku, meja, kursi dan sebagainya), teknologi (perlengkapan dan peralatan yang digunakan), serta penampilan pegawai. Sedangkan *Responsiveness* (daya tanggap) adalah kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan secara cepat dan tepat dengan informasi yang jelas, mengabaikan pelanggan (nasabah) dan membuat mereka menunggu tanpa alasan yang jelas menyebabkan persepsi negatif terhadap kualitas pelayanan.¹⁴ Adapun faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah seperti menurut Tjokro¹⁵ mengatakan bahwa Nilai pelanggan atau nasabah merupakan keseluruhan penilaian pelanggan tentang kegunaan suatu produk yang berdasarkan pada persepsi tentang apa yang diterima dan apa yang diberikan. menurut Kotler dan Keller mengatakan bahwa nilai nasabah adalah perbedaan antara nilai nasabah total dan biaya nasabah

¹³ Tjiptono, *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori Dan Praktik* (Jakarta: Selemba Empat, 2000).

¹⁴ L.L Zeithaml, v.a., Parasuraman, a. dan Berry, *Delivering Quality Service*, (New York, 1990).

¹⁵ Cynthia Imelda Tjokro, "Determinan Kepuasan Nasabah Dalam Membentuk Loyalitas Nasabah PT BTN Cabang Ambon," *Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS)* 5 (2018): 1.

total. nilai yang dipikirkan nasabah (*customer perceive value*) adalah selisih antara evaluasi calon nasabah atas semua manfaat serta biaya tawaran tertentu dan alternatif lain yang dipikirkan. pelayanan perbankan akan bernilai tinggi apabila memberikan kualitas terbaik, manfaat yang tepat, serta minimnya resiko.¹⁶

Menurut beberapa responden yang telah di wawancarai mempunyai beberapa pendapat yang berbeda-beda. Responden pertama bernama Ibu Andarini berusia 48 tahun, alamat Desa Medini Undaan Kudus, bekerja sebagai pedagang berpendapat bahwa BPRS GMA mempunyai pelayanan yang baik, tetapi saat beliau mengajukan pinjaman di BPRS tersebut, pengajuannya ditolak dan beliau tidak paham alasannya seperti apa. Padahal karyawan BPRS tersebut sudah menjelaskan hal tersebut, tetapi beliau tidak paham dengan apa yang dikatakan oleh karyawannya. sehingga ibu Andarini kecewa dengan hal tersebut.¹⁷ Responden kedua bernama Ibu Umi, berusia 42 tahun bekerja sebagai penjual sayur alamat Desa Terangmas mengatakan bahwa dia menabung di BPRS sudah hampir satu tahun, menurutnya lokasi cukup terjangkau, pelayanannya cukup baik, Amanah dapat dipercaya, dia mengatakan bahwa dia suka menabung di BPRS tersebut karna saat menabung tidak perlu datang ke kantor karena sudah ada salah satu karyawan yang bertugas untuk menarik tabungan tersebut di pasar.¹⁸ Responden ke tiga bernama Ibu Sundari berusia 39 tahun, bekerja sebagai pedagang sembako, alamat Undaan Tengah mengatakan bahwa pelayanan BPRS GMA cukup baik tapi belum begitu memuaskan, tempatnya strategis, penjelasan mengenai produk juga dapat mudah dipahami, tetapi saat saya mengajukan pinjaman prosesnya agak lama.¹⁹ Responden keempat bernama Ibu Almaemi bekerja sebagai pedagang di warung makan, alamat Desa Medini Undaan Kudus, mengatakan bahwa dia telah menabung di BPRS GMA sudah lebih dari satu tahun,

¹⁶ K.I Kotler, P., & Keller, Marketing Management (12th Ed), 2018.

¹⁷ Responden 1 Andarini, “Pengaruh *Tangible Quality, Responsiveness* Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Di Kudus” (Kudus, Medini, 2023).

¹⁸ Responden 2 Umi, “Pengaruh *Tangible Quality, Responsiveness* Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Di Kudus” (Kudus, Terangmas, 2023).

¹⁹ Responden 3 Sundari, “Pengaruh *Tangible Quality, Responsiveness* Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Di Kudus” (Kudus, Undaan Tengah, 2023).

menurutnya kualitas pelayanannya bagus dan ramah, arahan dari karyawan disana juga cukup baik dan dapat dipercaya, tetapi kantornya agak lumayan jauh dari rumah karena dia tidak bisa mengendari motor, kemudian ia mengatakan pernah mendapat hadiah dua kali dari bank tersebut saat ada undian dan itu membuat Ibu Almaemi senang menabung di BPRS GMA.²⁰ Mengenai pengakuan dari beberapa responden, ternyata mereka mempunyai anggapan yang berbeda-beda mengenai BPRS tersebut. Sehingga perlu adanya penelitian mengenai kualitas pelayanan BPRS di Kudus untuk mengetahui kepuasan para nasabahnya.

Menurut Baljinder kaur, Sood kiran, Simin Grima and Ramona Rupeika-Apoga yang berjudul *Digital Banking in Northern India : The Risks On Customer Satisfaction* mengungkapkan bahwa pelanggan diwilayah utara India benar-benar puas dengan kualitas pelayanan perbankan digital secara keseluruhan yang berarti memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian membuktikan fakta bahwa *Reliability* memiliki dampak yang kuat terhadap kepuasan pelanggan, diikuti oleh *Tangibility, Responsiveness*.

Menurut penelitian Rohit Mahajan, Vinod kumar, dan N. malati yang berjudul *Analysis of Mediating Effect Of Customer Preception in Relation to Service Quality and Customer's Satisfaction in Online Banking Service* menunjukkan hasil bahwa studi ini dilakukan untuk menilai efek mediasi dari persepsi pelanggan dalam kaitanya dengan kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan pelanggan. Pengukuran membuktikan hubungan yang kuat (berpengaruh) antara kualitas pelayanan dan persepsi pelanggan dan hubungan langsung antara persepsi pelanggan dan tingkat kepuasan pelanggan.

Menurut penelitian yang dilakukan Rijal Arslan yang berjudul analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah BSI mengungkapkan bahwa uji signifikan regresi anatara bukti langsung (*Tangible*) dengan kepuasan tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Hal ini disebabkan Bank Syariah KC Jakarta belum melaksanakan pelayanan yang sesuai

²⁰ responden 4 Almaemi, "Pengaruh Tangible Quality, Responsiveness Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Di Kudus" (kudus,medini, 2023).

dengan harapan nasabah.²¹ Sedangkan menurut penelitian meldi dengan judulnya Analisis pengaruh kualitas pelayanan customer service terhadap kepuasan nasabah menyimpulkan bahwa untuk variable *Tangible* mempunyai nilai positif. Hasil yang diperoleh pula menjelaskan bahwa variabel ini berpengaruh positif dan signifikan.²²

Menurut Dapijah dalam penelitiannya yang berjudul analisis kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan nasabah BNI Syariah KC Cirebon mengungkap bahwa secara parsial tidak ada pengaruh antara variable *Responsiveness* dengan variable kepuasan nasabah.²³ Sedangkan menurut Andi dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Danamon cabang Makasar mengungkap bahwa variable *Responsiveness* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keuasan nasabah. Variable *Responsiveness* menjadi dominan dibandingkan dengan variable lain.²⁴

Menurut Furqon dkk dalam penelitiannya yang berjudul faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Syariah mandiri cabang Palembang mengungkapkan bahwa variable nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.²⁵ Sedangkan menurut Zusmawati pada penelitiannya yang berjudul pengaruh nilai pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah kredit pada PT. BPR Mutiara Nagari Tanjung Ampalu mengungkapkan bahwa nilai pelanggan (nilai nasabah)

²¹ Rijal Arshan, “Jurnal Maneksi Vol 9, No. 2, Desember 2020,” *Jurnal Maneksi* 9, no. 2 (2020): 389–395.

²² Manuhutu Meldi, Aunalal Zany Irayati, and Tanihatu Maudy, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah,” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* 7, no. 1 (2021): 17–24.

²³ Dapijah, “Kualitas Pelayanan Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah di Bank BNI Syariah KC Cirebon Syariah Adalah Segala Sesuatu Yang Menyangkut Bank Syariah Dan Unit Usaha Syariah , Dengan Diperken,” *Journal of Economy and Banking* 2 (2021): 30–36.

²⁴ Andi Nursiskawati Siangka, “SEIKO: Journal of Management & Business Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT . Bank Danamon Cabang Makassar Abstrak Abstract,” *journal of management & Busines* 4, no. 2 (2021): 555–562.

²⁵ M Furqon, S Rahayu, and D I Astiati, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang,” *Adminika* 7, no. 1 (2020): 1–19.

berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah kredit pada PT. BPR Mutiara Nagari Tanjung Ampalu.²⁶

Berdasarkan dari hasil prariset ternyata masih terdapat riset *gap*, sehingga hal ini mendorong peneliti untuk meneliti kembali tentang “**Pengaruh *Tangible Quality*, *Responsiveness*, Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Di Kudus.**

B. Rumusan masalah

1. Bagaimana pengaruh *Tangible Quality* (kualitas bukti langsung) terhadap kepuasan nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) di kota Kudus?
2. Bagaimana pengaruh *Responsiveness* (ketanggapan) terhadap kepuasan nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) di kota Kudus?
3. Bagaimana pengaruh Nilai Nasabah terhadap kepuasan nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) di kota Kudus?

C. Tujuan penelitian

1. Untuk Mengetahui dan Menganalisis pengaruh *tangible quality* (bukti langsung) terhadap kepuasan nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) di kota Kudus
2. Untuk Mengetahui dan Menganalisis pengaruh *Responsiveness* (Ketanggapan) terhadap kepuasan nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) di kota Kudus
3. Untuk mengetahui dan Menganalisis pengaruh Nilai Nasabah terhadap kepuasan nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) di kota Kudus

D. Manfaat penelitian

1. Bagi Penulis
Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan di bidang perbankan Syariah yang berkaitan dengan kualitas pelayanan khususnya pada variable *Tangible Quality*, *Responsiveness* dan nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) di Kota Kudus.
2. Bagi Perbankan
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam mengambil keputusan yang akan diambil dalam memberikan

²⁶ Anggun Tri rahmi Zusmawati, “Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Pada PT. BPR Mutiara Nagari Tanjung Ampalu,” *Jurnal Sinar Manajemen* 2, no. 2 (2022).

kualitas pelayanan yang baik khususnya pada variable *Tangible Quality*, *Responsiveness* dan nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) di Kota Kudus.

3. Bagi Nasabah

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi nasabah dalam menambah pengetahuan tentang pengaruh kualitas pelayanan khususnya pada variable *Tangible Quality*, *Responsiveness* dan nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) di Kota Kudus.

E. Sistematika Penulisan

1. Bagian awal

Pada bagian awal terdapat halaman judul, pengesahan majlis penguji ujian munaqosyah, persyaratan keaslian Skripsi, abstrak, Moto, Persembahan, pedoman Transliterasi Arab-latin, Kata pengantar, Daftar isi, Daftar singkatan (jika ada), Daftar Tabel (jika ada), dan daftar gambar/grafik (jika ada)

2. Bagian utama

- a. BAB I PENDAHULUAN pada bagian ini terdiri atas latar belakang masalah, Rumusan masalah, Tujuan penelitian, Manfaat penelitian dan juga sistematika penulisan.
- b. BAB II LANDASAN TEORI yaitu terdiri atas bagian deskripsi Teori, Penelitian terdahulu, Kerangka berfikir, dan juga hipotesis
- c. BAB III METODE PENELITIAN pada bab ini terdiri atas jenis dan Pendekatan, populasi dan sampel, identifikasi variable, variable oprasional, Teknik pengumpulan data, Teknik analisis data
- d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN yang meliputi hasil penelitian (gambaran objek penelitian, analisis data (uji validitas, uji reabilitas, uji pra syarat, uji hipotesis), Pembahasan (komparasi A2 dengan teori/penelitian lain)

3. Bagian akhir yang terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran, olah data analisis, statistic, dan juga daftar riwayat hidup.