

**PERAN CUSTOMER SERVICE
DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH
DI BANK BRI SYARIAH KCP PURBALINGGA**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)
IAIN Purwokerto untuk memenuhi salah satu
Syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya

Oleh :
DESTIYA SANDRA DEWI
NIM : 1617203010

**PROGRAM DIPLOMA III
MANAJEMEN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Destiya Sandra Dewi
Nim : 1617203010
Jenjang : Diploma III/D-III
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Manajemen Perbankan Syariah
Judul TA : Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah di Bank BRI Syariah KCP Purbalingga.

Menyatakan bahwa naskah tugas akhir ini serta keseluruhan adalah hasil penelitian karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 29 Januari 2020

atakan



Destiya Sandra Dewi
NIM. 1617203010



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No.40A Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

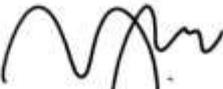
PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

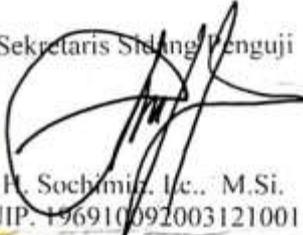
**PERAN CUSTOMER SERVICE
DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH
DI BANKBRI SYARIAH KCP PURBALINGGA**

Yang disusun oleh Saudari Destiya Sandra Dewi (NIM. 1617203010) Program Studi **D-III Manajemen Perbankan Syariah**, Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Selasa**, tanggal **11 Februari 2020** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Ahli Madya (A.Md.)** dalam **Ilmu Manajemen Perbankan Syariah** oleh **Sidang Dewan Penguji Tugas Akhir**.

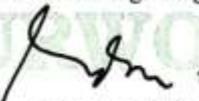
Ketua Sidang/Penguji


Yoiz Shofwa Shalfrani, SP., M.Si.
NIP. 197812312008012027

Sekretaris Sidang/Penguji


H. Soehimuz, I.c., M.Si.
NIP. 196910092003121001

Pembimbing/Penguji


Rahmini Hadi, SE., M.Si.
NIP. 197012242005012001

Purwokerto, 19 Februari 2020
Mengesahkan
Dewan

Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 197309212002121004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada :

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam IAIN Purwokerto
Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tugas akhir dari Destiya Sandra Dewi , NIM 1617203010 yang Berjudul :

**PERAN CUSTOMER SERVICE DALAM MENINGKATKAN
LOYALITAS NASABAH DI BANK BRI SYARIAH KCP PURBALINGGA.**

Saya berpendapat bahwa tugas akhir tersebut di atas dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 29 Januari 2020
Menyatakan



Rahmini Hadi, S.E., M.Si.
NIM. 197012242005012001

MOTTO

“Selalu berusaha untuk menjadi yang terbaik dan selalu bersyukur dengan apa yang kita miliki”

PERAN CUSTOMER SERVICE DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH DI BANK BRI SYARIAH KCP PURBALINGGA

Destiya Sandra Dewi
Email:destiasandra4@gmail.com

Program DIII Perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Purwokerto (IAIN)

ABSTRAK

Penelitian dalam tugas akhir ini di latar belakang karena pesatnya pertumbuhan perbankan yang saling berkompetisi untuk mencari nasabah ataupun membuat nasabah puas atas pelayanan yang diberikan oleh bank. Ketertarikan masyarakat dan tingkat kepuasan mereka dalam dunia perbankan salah satunya di latar belakang oleh kualitas pelayanan dan kunci dari pelayanan bank adalah seorang customer service. Karena kita tahu bahwa customer service adalah meningkatkan loyalitas nasabah di BRI Syari'ah KCP Purbalingga.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana peran Customer Service dalam meningkatkan loyalitas nasabah di BRI Syari'ah KCP Purbalingga. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field reserch*) dengan pendekatan kualitatif. Dalam pengumpulan datanya penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Kemudian data yang di peroleh di analisis menggunakan metode penelitian kualitatif, yang di maksudkan untuk mendiskripsikan suatu situasi atau kondisi yang bersifat fakta.

Hasil penelitian yang dilakukan di BRI Syari'ah KCP Purbalingga ini mengenai peran customer service dalam meningkatkan kepuasan nasabah sangatlah penting, hal ini ditunjukkan dengan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan yaitu mayoritas sebagian besar kepuasan mereka dan membuat mereka setia terhadap BRI Syari'ah KCP Purbalingga dengan adanya pelayanan yang membuat mereka nyaman bertransaksi dan tetap menggunakan jasa dari bank tersebut tanpa beralih ke bank yang lain.

Dengan begitu kualitas pelayanan yang sudah baik dari customer service ini ditingkatkan lagi menjadi taraf yang lebih baik lagi agar nasabah tetap puas.

Kata kunci : Peran Customer Service, Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah BRI Syariah KCP Purbalingga.

PERAN CUSTOMER SERVICE DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH DI BANK BRI SYARIAH KCP PURBALINGGA

Destiya Sandra Dewi
Email:destiasandra4@gmail.com

DIII Programs Of Sharia Banking Faculty Of Economics and Islamic
Business State Islamic Institute of Purwokerto (IAIN)

ABSTRACT

The research in this final task is motivated because of the rapid growth of banking competing to find customers or make customers satisfied with the services provided by the bank. Public interest and their level of satisfaction in the banking world, one of which is the background by the quality of service and the key of the bank service is a customer service. Because we know that customer service is to increase customer loyalty BRI Syariah KCP purbalingga.

The purpose of the research is to find out how the application of personal selling strategies in an effort to increase the numbers of customers in the role of customer service in increasing customer service BRI Syariah KCP Purbalingga. This research is field research with qualitative approach. In the data collection this research using the method of observation, interview, and documentation. Then the data obtained is analyzed using qualitative research method, which is intended to describe a situation or condition that is fact.

The results of research conducted at BRI Syari'ah KCP Purbalingga is about the role of customer service in increasing customer satisfaction savers is very important, this is indicated by the results of interviews that researchers have done that the majority of most of their satisfaction and make them loyal to BRI Syari'ah KCP Purbalingga with a service that makes them comfortable to transact and keep using the services of the bank without switching to another bank.

With such a good service quality of customer service is improved again to a better level so that customers remain satisfied.

Keywords: The Role Of Customer Service, In Increasing Customer loyalty.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan Alhamdulillahil'alamin, penulis persembahkan karya ini kepada:

Kedua orang tua penulis, Bapak Agus Priatno dan Ibu Siti Nur Khasanah beserta 2 kandungku Indra Galih Fauzi dan Muhammad Abizar Abqori, yang senantiasa mendampingi dan memberikan dukungan moril maupun materil, doa, serta motivasi untuk terus berjuang menyelesaikan Tugas Akhir.

Untuk sahabat-sahabatku Niken Ayu Dinar U, Eka Novita S, Riki Nur Safitri, Eka Purwandani, terima kasih atas semua motivasi, dukungan, dan supportnya sehingga penulis selalu bersemangat untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini, dan terima kasih karena kalian selalu ada disaat duka maupun duka.

Untuk Teman-teman DIII Manajemen Perbankan Syariah angkatan 2016 yang selalu membantu, berbagi keceriaan dan melewati setiap suka dan duka selama kuliah, terima kasih banyak.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT karena atas segala nikmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul “Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah BRI Syariah KCP Purbalingga” tanpa suatu halangan yang berarti. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, keluarganya, sahabat-sahabatnya dan pengikutnya sampai akhir zaman.

Laporan tugas akhir ini disusun untuk melengkapi salah satu syarat yang harus dipenuhi bagi mahasiswa yang telah menyelesaikan studinya di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto untuk program D III Manajemen Perbankan Syari’ah.

Ucapan terimakasih sepenuh hati penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, arahan dan bantuan apapun yang sangat besar kepada penulis. Ucapan terima kasih terutama penulis sampaikan kepada:

1. Dr. KH. Mohammad Roqib, M. Ag., Rektor Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
2. Dr. Fauzi, M.Ag., Wakil Rektor I Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
3. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Wakil Rektor II Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
4. Dr. H. Sul Khan Chakim, M.M. Wakil Rektor III Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
6. Yoiz Shofwa Shafrani, SP.M.Si. Selaku Ketua Jurusan Perbankan Syari’ah
7. Rahmini Hadi, S.E.,M.Si. Selaku dosen pembimbing dalam penyusunan tugas akhir ini, semoga kesabaran dan kebaikannya dalam membimbing penulis mendapat balasan dari Allah SWT. Aamiin
8. Pak Wahyu Pratomo selaku Pimpinan BRI Syariah KCP Purbalingga yang telah menyediakan tempat untuk laporan tugas akhir bagi penulis.

9. Segenap karyawan BRI Syariah KCP Purbalingga yang selalu memberikan pengarahan selama penelitian laporan tugas akhir.
10. Seluruh dosen IAIN Purwokerto atas ilmu yang diberikan selama masa perkuliahan.
11. Kepada kedua orangtuaku, Bapak Agus Priatno dan Ibu Siti Nur Khasanah terimakasih atas kekuatan usaha dan doa yang senantiasa mengiringi perjalanan penulis dalam menyelesaikan studi. Serta kepada saudara dan keluarga besar penulis.
12. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini.

Dengan segala kemampuan dan keterbatasan, penulis telah semaksimal mungkin menyelesaikan laporan tugas akhir ini dan tentunya tak lepas dari kekurangan. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sangat membantu.

Purwokerto, 29 Januari 2020

atikan



1000
RIBURUPAH

Destiya Sandra Dewi
NIM. 1617203010

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan keputusan bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 158 tahun 1987 Nomor 0543 b/u/1987 tanggal 10 September 1987 tentang pedoman transliterasi Arab-Latin dengan beberapa penyesuaian menjadi berikut:

Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša	S	Ś
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	H	Ĥ
خ	Kha'	Kh	Ka dan Ha
د	dal	D	De
ذ	Žal	Z	Ž
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Šad	S	Ş
ض	d'ad	D	Ḍ
ط	ṭa'	T	Ṭ
ظ	z a'	Z	Ẓ
ع	'ain '....	'
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	el

م	Mim	M	em
ن	Nun	N	en
و	Waw	W	We
هـ	ha'	H	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

Vokal

1. Vokal Tunggal (Monoftong)

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, literasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	Dammah	U	U

Contoh:

كَتَبَ – *kataba*

يَذْهَبُ – *yadzhabu*

فَعَلَ – *fa'ala*

سُوِيَ – *su'ila*

2. Vokal Rangkap (Diftong)

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
ـِـي	<i>Fathah dan ya</i>	<i>Ai</i>	a dan i
ـِـو	<i>Fathah dan wawu</i>	<i>Au</i>	a dan u

Contoh:

كَيْفَ – *kaifa*

هَوَى – *hauila*

Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ	<i>fathah</i> dan <i>alif</i>	\bar{A}	a dan garis di atas
يَ	<i>kasrah</i> dan <i>ya</i>	\bar{I}	i dan garis di atas
وُ	<i>dhammah</i> dan <i>wawu</i>	\bar{U}	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ – *qāla*

قِيلَ – *qīla*

رَمَى – *ramā*

يَقُولُ – *yaqūlu*

Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- a. *Ta marbutah* hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapatkan harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dhammah*, transliterasinya adalah /t/.

- b. *Ta marbutah* mati

Ta marbutah yang mati atau mendapatkan harakat *sukun*, transliterasinya adalah /h/.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al*, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbutah* itu di transliterasikan dengan *ha* (h).

Contoh:

روضة الأطفال	<i>Raudah al-Atfāl</i>
المدينة المنورة	<i>al-Madīnah al-Munawwarah</i>
طلحة	<i>Talhah</i>

Syaddah (*Tasydid*)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh:

رَبَّنَا - *rabbana*

نَزَّلَ - *nazzala*

Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال ,namun dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* dengan kata sandang yang diikuti huruf *qamariyyah*.

- a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah*, kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
- b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariyyah*, ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti huruf *syamsiyyah* maupun huruf *qamariyyah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sambung atau hubung.

Contoh:

الرجل - al-rajulu

القلم - al-qalamu

Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrop. Namun itu, hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila Hamzah itu terletak di awal kata, ia dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

Hamzah di awal	أَكَل	<i>Akala</i>
Hamzah di tengah	تَأْخُذُونَ	<i>ta'khuzūna</i>
Hamzah di akhir	النَّوْءُ	<i>An-nau'lu</i>

Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dua cara; bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan. Namun penulis memilih penulisan kata ini dengan perkata.

Contoh:

وإن الله لهو خير الرزقين : *wa innallaha lahuwa khair ar-raziqin*
فأفوا الكيل و الميزان : *fa aufu al-kaila wa al-mizan*

Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan arab huruf kapital tidak dikenal, transliterasi huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandang.

Contoh:

وما محمد الا رسول : *Wa ma Muhammadun illa rasul*
ولقد راه بالافق المبين : *Wa laqad raahu bi al-ulfuq al-mubin*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI	xi
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Maksud dan Tujuan Penelitian Tugas Akhir	7
D. Metode Penelitian Tugas Akhir	8
1. Bagi Penulis	8
2. Bagi BRI Syariah KCP Purbalingga.....	8
3. Bagi Akademisi	8
4. Bagi Pembaca	8
E. Definisi Operasional	8
F. Metode Penelitian.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Customer Service	15
1. Pengertian Customer Service	15
2. Peran Customer Service	16
3. Tugas Customer Service.....	17

4. Dasar-dasar Customer Service	19
B. Loyalitas Nasabah	20
1. Pengertian Loyalitas	20
2. Faktor-Faktor Loyalitas	21
3. Karakteristik Loyalitas	22
4. Strategi Membangun Loyalitas	22
5. Mempertahankan Loyalitas Pelanggan	23
6. Nasabah	23
7. Sebab-Sebab Nasabah	26
C. Penelitian Terdahulu.....	27
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian di Bank BRI	
Syariah KCP Purbalingga	31
1. Sejarah Berdirinya BRI Syariah KCP Purbalingga.....	31
2. Visi dan Misi BRI Syariah KCP Purbalingga	33
3. Moto BRI Syariah KCP Purbalingga	33
4. Budaya Kerja BRI Syariah KCP Purbalingga.....	33
5. Produk BRI Syariah KCP Purbalingga	34
6. FungsidanTugasBagianTempatBadanPengurus.....	46
B. Pembahasan	50
BAB IV PENUTUP	58
A. Kesimpulan.....	58
B. Saran	58

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Penghimpunan Dana BRI Syariah KCP Purbalingga

Gambar 2 Produk Pembiayaan BRI Syariah KCP Purbalingga

Gambar 3 Struktur Organisasi BRI Syariah KCP Purbalingga

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Bulan Januari – April 2019

Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 1.3 Jenis Pembiayaan Mikro Di BRI Syariah KCP Purbalingga

Tabel 1.4 Struktur Organisasi BRI Syariah KCP Purbalingga

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pedoman Wawancara
- Lampiran 2 Brosur Produk-produk BRI Syariah KCP Purbalingga
- Lampiran 3 Brosur Deposito BRI Syariah iB
- Lampiran 4 Brosur KUR Mikro iB BRI Syariah
- Lampiran 5 Brosur KPK Faedah BRI Syariah Purbalingga
- Lampiran 6 Brosur Purna Faedah BRI Syariah KCP Purbalingga
- Lampiran 7 Surat Pernyataan NPWP
- Lampiran 8 Aplikasi Pembukaan Tabungan Impian BRI Syariah KCP Purbalingga
- Lampiran 9 Aplikasi Pembukaan Faedah BRI Syariah KCP Purbalingga
- Lampiran 10 Aplikasi Pembukaan CIF
- Lampiran 11 Blanko Bimbingan Tugas Akhir (TA)
- Lampiran 12 Sertifikat – sertifikat
- Lampiran 13 Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab
- Lampiran 14 Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris
- Lampiran 15 Sertifikat Aplikom
- Lampiran 16 Sertifikat BTA PPI
- Lampiran 17 Sertifikat PKL di BRI Syariah KCP Purbalingga
- Lampiran 18 Sertifikat OPAK IAIN Purwokerto
- Lampiran 19 Daftar Riwayat Hidup

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan semakin berkembangnya kehidupan dunia, terutama dalam bidang ekonomi yang dimana juga tidak dapat di pisahkan dengan keuangan. Masyarakat sangat membutuhkan kehadiran bank sebagai sarana penyimpanan maupun sarana membantu dalam usaha baik usaha kecil maupun menengah ke atas. Maraknya bank-bank yang hadir di Indonesia dengan berbagai layanan serta promosi yang bertujuan untuk menarik perhatian nasabah.

Nasabah merupakan nafas kehidupan bagi bank agar mampu menjalankan setiap kegiatannya. Setiap bank dituntut untuk memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas. Dengan berbagai layanan menarik dari berbagai bank, maka masyarakat akan lebih selektif dalam memilih lembaga keuangan yang menurut mereka adalah terbaik, peran karyawan atau seorang pelayan dalam dunia perbankan sangat penting seiring dengan meningkatnya persaingan bisnis di bidang jasa. Perbankan berlomba-lomba menunjukkan sikap lebih menghargai nasabah dan mengembangkan pelayanan yang unggul. Dengan memberikan pelayanan yang terbaik, maka pastinya akan lebih banyak masyarakat yang tertarik menggunakan jasa perbankan tersebut(Kasmir, 2013).

Sebagai lembaga keuangan, bank memiliki tugas memberikan jasa keuangan melalui penitipan uang(simpanan), peminjaman uang (kredit), serta jasa- jasa keuangan lainnya. Oleh karena itu, bank harus dapat menjaga kepercayaan dari nasabahnya(Kasmir, 2007). Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabahnya, maka bank perlu menjaga positif di mata masyarakatnya. Citra ini dibangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kualitas keamanan. Tanpa citra yang positif maka kepercayaan yang sedang dan akan dtidak akan efektif. Untuk meningkatkan citra

perbankan, maka bank perlu menyiapkan karyawan yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya.

Dalam operasinya bank selalu memperhatikan service (pelayanan). Dalam hal pelayanan ini sumber daya manusia sangat diperlukan dibandingkan dengan mesin atau perangkat lainnya. Sumber daya manusia yang memadai dan mempunyai kompetensi dalam bidang perbankan syariah sangat dibutuhkan. Maka bank perlu menyiapkan karyawan yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Karyawan yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan nasabah ini disebut customer service (CS).

Pelayanan nasabah atau customer service (CS) disini adalah pelayanan nasabah yang mempunyai tugas memberikan informasi mengenai produk atau jasa yang akan di pasarkan. Hal demikian dimungkinkan karena kesesuaian, kejelasan informasi atau spesifikasi produk atau jasa secara terperinci merupakan hal yang dapat menunjang kelancaran hubungan antara pihak bank dan nasabah(Kasmir, S,E., MM, 2010). Oleh karena itu, pelayanan kepada nasabah merupakan persoalan pokok dalam persaingan antar bank, juga merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari perusahaan, karena pelayanan nasabah merupakan salah satu kegiatan perusahaan untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

Peranan *customer service* juga merupakan salah satu sumber daya manusia yang diperlukan oleh suatu perusahaan. Dalam melakukan pelayanan peranan dari customer service ini berhubungan langsung dengan pilihan konsumen, maka diperlukan customer service yang handal. Pengertian customer service secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau di tujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah(Kasmir, 2005). Customer Service memegang peranan yang sangat penting. Dalam dunia perbankan tugas utama seorang CS yaitu memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. Customer service bank dalam melayani para nasabah selalu berusaha menarik dengan cara merayu para calon nasabah menjadi

nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara. CS juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank. Oleh karena itu, tugas customer service merupakan ujung tombak kegiatan operasional perbankan (Kasmir, 2007).

Customer Service itu ibarat wajah terdepan sebuah bank. Seorang Customer Service. Mampu menyelesaikan permasalahan dan keluhan nasabah, serta mampu menjelaskan beragam produk dan informasi bank dengan detail. Cara customer service dalam melayani nasabah mencerminkan bagaimana sesungguhnya sikap bank tersebut dalam memberikan layanan kepada nasabahnya. Sehingga baik buruk pelayanannya akan mempengaruhi persepsi dan loyalitas nasabah terhadap bank tersebut. Perusahaan menginginkan bahwa konsumen (nasabah) yang diciptakan dapat dipertahankan selamanya, karena konsumen yang loyal merupakan asset terbesar yang harus dijaga perusahaan. Untuk mendapatkan konsumen yang loyal perusahaan harus menerapkan konsep pemasaran yang berorientasi pada konsumen, berbagai keinginan dan kebutuhan konsumen harus dipenuhi.

Salah satu cara bank agar dapat merebut pangsa pasar adalah dengan memperoleh nasabah sebanyak-banyaknya. Perusahaan akan berhasil memperoleh nasabah dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan nasabah. Terciptanya kepuasan nasabah dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan nasabah menjadi akrab, memberikan kesan yang baik bagi nasabah, membentuk suatu rekomendasi dari nasabah satu ke nasabah yang lain yang dapat menguntungkan perusahaan dan terciptanya loyalitas nasabah. Nasabah yang puas dan loyal (setia) merupakan peluang untuk mendapatkan nasabah baru.

Customer Service tidak hanya menjaga nasabah lama tetapi juga harus meningkatkan loyalitas nasabah pada bank yang bersangkutan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah, antara lain adalah kepuasan, kepercayaan, dan komitmen dari nasabah itu sendiri. Kepuasan hanyalah salah satu diantara beberapa penyebab terbentuknya loyalitas nasabah. Jadi mempertahankan nasabah sama dengan memperthankan kelangsungan hidup

perusahaan terutama perusahaan di bidang perbankan, hal ini disebabkan karena dengan mempertahankan nasabah, berarti dapat meningkatkan penerimaan dan pendapatan perusahaan dalam penjualan produk.

Loyalitas merupakan satu kata lama yang biasanya digunakan untuk menggambarkan kesetiaan dan kepatuhan. Loyalitas berasal dari “Loyal” yang berarti setia, atau loyalitas dapat di artikan sebagai suatu kesetiaan. Loyalitas nasabah memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka. Loyalitas adalah tentang presentase dari orang yang pernah membeli dalam kerangka waktu tertentu dan melakukan pembelian ulang sejak pembelian yang pertama. Loyalitas terbentuk karena keinginan pelanggan tersebut untuk menjaga hubungan kerja sama dengan cara menggunakan jasa perusahaan secara berulang-ulang. Loyalitas nasabah atau pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/ jasa terpilih secara konsisiten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha- usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku(<http://ilmumanajemenpemasaran.wordpress.com>)..

Sehubungan dengan pentingnya customer service tersebut, maka hal ini perlu diperhatikan oleh perusahaan yakni perusahaan yang bergerak dibidang jasa perbankan. Dalam upaya untuk lebih meningkatkan jumlah nasabah, serta menciptakan loyalitas nasabah agar tidak beralih ke bank lainnya, maka upaya yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menerapkan customer service yang mampu memberikan pelayanan yang maksimal kepada setiap nasabahnya. Oleh karena itu untuk mengantisipasi persaingan yang semakin ketat dengan perbankan lainnya maka perlu diciptakan hubungan yang baik dengan para nasabah, baik nasabah baru maupun calon nasabah, untuk menciptakan loyalitas nasabah khususnya nasabah penabung.

Nasabah penabung disini merupakan nasabah yang menempatkan dananya di bank bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah bersangkutan. Jadi nasabah penabung ini menitipkan sebagian dana yang dimilikinya untuk diolah oleh bank yang bersangkutan dan dengan cara menabung ini nasabah akan merasa aman. Maka dari itu terhadap tuntutan para nasabah tersebut, diantaranya melalui aktifitas customer service yang bertugas melayani, memberikan informasi tentang produk-produk bank dan fasilitas-fasilitas apa saja yang dimiliki oleh bank serta menciptakan hubungan yang harmonis dengan para nasabah atau calon nasabah (Undang-Undang No 10, 1998). Dengan adanya hubungan baik tersebut akan dapat menarik minat dan perhatian masyarakat untuk menabung dan menggunakan jasa bank. Akan tetapi tumbuhnya minat dan perhatian masyarakat untuk menabung atau menggunakan jasa bank tersebut tidak akan muncul dengan sendirinya jika tidak terdapat kepuasan dihati masyarakat atau nasabah tersebut akibat pelayanan yang diberikan oleh customer service di bank manapun.

Pelayanan yang diberikan oleh customer service haruslah mencerminkan pendekatan seutuhnya dari seorang karyawan bank kepada nasabah. Hal ini dilakukan dengan sikap menolong, bersahabat dan profesional yang memuaskan nasabah agar nasabah tersebut datang kembali untuk berbisnis dengan bank kita. Dengan cara seperti itu seorang customer service dapat menikmati pekerjaannya dan memajukan karirnya pada bank tersebut. Pelayanan nasabah yang bermutu menurut adanya upaya dari keseluruhan karyawan bukan hanya yang bertugas di front office, yang berhadapan langsung dengan nasabah dalam menghasilkan pelayanan yang mencerminkan kualitas, tetapi juga para karyawan di back office yang menghasilkan pelayanan di belakang layar yang tidak kelihatan oleh nasabah.

BRI Syari'ah KCP Purbalingga yaitu termasuk bank syari'ah yang juga bebas bunga dan satu-satunya BRI Syari'ah yang ada di purbalingga, BRI Syari'ah KCP Purbalingga berdiri pada tanggal 28 Juni 2012. Walaupun usianya yang baru, BRI Syari'ah KCP Purbalingga mampu bersaing dengan bank-bank lain yang ada di sekitarnya. Produk unggulan BRI Syari'ah KCP

Purbalingga adalah Produk tabungan Faedah dan Tabungan Haji yang paling di minati masyarakat.

Berdasarkan data dari BRI Syariah KCP Purbalingga, berikut penulis sajikan data jumlah nasabah BRI Syariah KCP Purbalingga selama 4bulan terakhir.

Tabel 1. Jumlah Nasabah Bulan Januari-April 2019

NO	BULAN	JUMLAH
1	Januari	41.151
2	Februari	42.782
3	Maret	42.765
4	April	44.985

Sumber : Wawancara dengan Mas Wili (Customer Service) BRI Syariah KCP Purbalingga pada tanggal 25-11-2020

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa jumlah nasabah lama mengalami sedikit penurunan pada bulan Maret. Hal tersebut dikarenakan karena kurangnya fasilitas dan adanya gangguan sistem. Untuk meningkatkan perbaikan tersebut perlu adanya perbaikan fasilitas dengan cara menambah fasilitas.

Memberikan pelayanan melebihi yang diharapkan nasabah merupakan kebijakan yang perlu dikembangkan. Dengan demikian nasabah akan menjadi nasabah yang loyal untuk bisnis yang lebih besar lagi. Apabila memberi pelayanan melebihi apa yang diminta nasabah, maka bank dimata nasabah memiliki reputasi yang baik.

Memiliki pelanggan yang loyal adalah salah satu tujuan akhir dari perusahaan karena loyalitas pelanggan dapat menjamin kelanggengan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Pada dasarnya loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai sebuah kesetiaan seseorang pada sesuatu hal. Loyalitas pelanggan merupakan jaminan bagi keuntungan kompetitif, profit, dan 8 kelangsungan dalam jangka panjang serta penting untuk mempertahankan bahkan meningkatkan loyalitas kepada perusahaan.

Dengan adanya meningkatkan loyalitas nasabah dapat menambah keloyalatan nasabah terhadap perusahaan. Sehingga nasabah BRI Syariah KCP

Purbalingga bisa di kategorikan sebagai nasabah yang loyal. Dengan demikian pelayanan prima yang harus diberikan oleh BRI Syariah KCP Purbalingga harus lebih ditingkatkan agar nasabah semakin loyal. Apabila pelayanan yang diberikan kepada pelanggan tidak prima, pelanggan akan merasa kecewa dan pelanggan akan merasa kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan. Hal ini bisa menimbulkan kesan yang kurang baik dimata nasabah. Selain itu juga dapat mengakibatkan nasabah beralih dari BRI Syariah KCP Purbalingga ke lembaga keuangan bank lain yang menurut nasabah dapat memberikan pelayanan yang lebih prima.

Dengan demikian, berdasarkan uraian data di atas, penulis tertarik untuk mengkaji terlebih dalam mengenai bagaimana “ **Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank BRI KCP Purbalingga**”Maka melalui penelitian Tugas Akhir ini, penulis tertarik dengan judul tersebut.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, rumusan masalah yang diajukan adalah Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah di BRI Syari’ah KCP Purbalingga?

C. Maksud dan Tujuan Penelitian Tugas Akhir

Maksud dan tujuan penulisan laporan dari Tugas Akhir adalah untuk mengetahui bagaimana Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah BRI Syari’ah KCP Purbalingga. Dalam hal ini, penulis mencoba untuk menganalisis antara teori-teori yang di peroleh di bangku kuliah dengan praktek yang terjadi di lembaga keuangan perbankan syariah, yaitu dengan melakukan observasi secara langsung di BRI Syari’ah KCP Purbalingga.Selain itu juga dapat menambah pengetahuan khususnya untuk penulis sendiri dan atau untuk pembaca pada umumnya.

Selain itu, tujuan penulisan Laporan Tugas Akhir adalah untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya dalam bidang Manajemen Perbankan Syariah.

D. Metode Penelitian Tugas Akhir

1. Bagi Penulis

Menambah wawasan dan pengalaman penulis agar dapat mengembangkan ilmu yang telah diperoleh selama mengikuti perkuliahan di IAIN Purwokerto Prodi Manajemen Perbankan Syariah.

Mengetahui bagaimana penerapan ilmu yang diperoleh di IAIN Purwokerto pada realitanya yang terjadi di lapangan.

Sebagai syarat untuk meraih gelar Ahli Madya pada Program Diploma 3 Manajemen Perbankan Syariah.

2. Bagi BRI Syariah KCP Purbalingga

Untuk menjadi bahan masukan dan evaluasi bagi Bank BRI.Syariah KCP Purbalingga khususnya dalam memberikan layanan pada nasabah.

3. Bagi Akademisi

Dari penelitian ini, diharapkan bisa dijadikan referensi dalam pengembangan ilmu dalam Prograam Studi Manajemen Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokero, dan dapat menjadi acuan bagi mahasiswa dalam melakukan penelitian selanjutnya.

4. Bagi Pembaca

Sebagai badan referensi bagi pihak lain yang ingin mengangkat permasalahan yang sama.

E. Definisi Operasional

Untuk lebih mudah menafsir dan memperoleh gambaran dari judul yang di angkat penulis, ada beberapa istilah yang akan dijelaskan agar tidak terjadi kesalah pahaman dalam memahami judul dan permasalahan yang akan dibahas. Istilah yang perlu di bahas adalah :

1. Pengertian Customer Service (CS)

Secara umum adalah setiap kegiatan yang di peruntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang

dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. Jadi, intinya customer service melayani segala keperluan nasabah secara memuaskan (Kasmir, 2005). Pelayanan yang diberikan termasuk keluhan atau masalah yang sedang dihadapi dengan nasabah. Customer service harus pandai dalam mencari jalan keluar untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh nasabahnya.

2. Peran Customer Service

Peran customer service berperan dalam memberikan pelayanan dan membina hubungan yang terbaik pada nasabah yang ingin bertransaksi di bank. Oleh karena itu, tugas customer service menjadi tulang punggung kegiatan operasional (Kasmir, 2007). Secara umum, peranan Customer service bank yaitu, Mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah bank kita dengan menambah jumlah transaksinya. Dan berusaha untuk mendapat nasabah baru, melalui berbagai pendekatan.

3. Loyalitas

Loyalitas Nasabah atau Pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/ jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha- usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku (<http://ilmumanajemenpemasaran.wordpress.com>).

4. Nasabah

Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank, baik itu untuk keperluannya sendiri maupun sebagai perantara bagi keperluan pihak lain. Dari pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa nasabah adalah seseorang atau badan usaha (korporasi) yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman dan melakukan transaksi simpanan dan pinjaman tersebut pada sebuah bank (Kasmir, 2005).

F. Metode Penelitian

Dalam rangka mendukung kajian ini, untuk mempelajari suatu masalah dan prinsip-prinsip umum dengan menggunakan metode yang objektif (Atang Abdul Hakim dan Jaih Mubaro, 1995). Metode penelitian ini terdiri dari :

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research), karena dalam penelitian ini peneliti turun langsung ketempat penelitian, dengan subyek penelitian BRI Syariah KCP Purbalingga. Penelitian lapangan (field research) dapat juga dianggap sebagai pendekatan luas dalam penelitian kualitatif atau sebagai metode atau mengumpulkan data kualitatif. Ide pentingnya adalah bahwa peneliti berangkat ke “lapangan” untuk mengadakan pengamatan tentang suatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah. Dalam hal ini demikian maka pendekatan ini terkait erat dengan pengamatan - pengamatan berperanserta. Peneliti lapangan biasanya membuat catatan lapangan secara ekstensif yang kemudian dibuatkan kodenya dan dianalisis dalam berbagai cara(Lexy J. Moleong, 2014).

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Peneliti meneliti di BRI Syariah KCP Purbalingga, yang beralamat di JL MT. Haryono, No. 45, Desa Karangsantul, Karangsantul, Kec. Purbalingga, Kabupaten Purbalingga, Jawa Tengah.

b. Waktu Penelitian

Waktu penelitian di mulai pada tanggal 04 Maret 2019 sampai dengan hari Selasa, tanggal 09 April 2019.

3. Subyek dan Obyek

Subyek dalam penelitian ini merupakan benda, hal, ataupun manusia data variabel yang akan diteliti. Dalam hal ini subyeknya adalah BRI Syariah KCP Purbalingga.

Obyek dalam penelitian ini adalah peran customer service dalam meningkatkan loyalitas nasabah, studi kasus di BRI Syariah KCP Purbalingga.

4. Data dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari responden atau obyek yang diteliti ada hubungannya dengan obyek yang diteliti. Data ini di ambil melalui proses wawancara, data survey dan observasi.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari bahan kepustakaan. Data sekunder ini adalah berupa dokumen-dokumen, buku-buku, arsip-arsip, serta foto-foto yang digunakan sebagai data tambahan untuk mendukung penelitian ini.

5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Perlu di jelaskan bahwa pengumpulan data dapat dikerjakan berdasarkan pengalaman. Memang dapat dipelajari metode-metode pengumpulan data dilapangan, dan bagaimana menggunakan teknik tersebut dilapangan atau di laboratorium, berkehendak akan pengalaman yang banyak.

Secara umum metode pengumpulan data terbagi atas beberapa kelompok, yaitu :

a. Observasi

Observasi yaitu seluruh kegiatan pengamatan terhadap suatu obyek atau orang lain (Freddy Rangkuti, 2016). Peneliti langsung mengamati objek yang diteliti dengan mendatangi langsung ke BRI Syariah KCP Purbalingga. Hal ini guna mengetahui keadaan sebenarnya di lokasi penelitian mengenai pengaruh kualitas dan survei terhadap keputusan pembiayaan.

b. Wawancara

Wawancara digunakan untuk mengumpulkan data apabila penulis ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Dilakukan dengan cara mengadakan wawancara dengan pihak-pihak di lokasi penelitian yang dianggap berkompeten dan representatif dengan masalah yang dibahas dalam penelitian ini.

c. Dokumentasi

Prosedur ini dilakukan dengan mencatat data-data kejadian serta memperoleh salinan, baik yang berupa tulisan, laporan, arsip serta berkas-berkas yang dipandang mempunyai hubungan dengan masalah yang diteliti.

6. Metode Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan - bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulandata dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Miles dan Huberman (1984), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh(Sugiyono, 2015).

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara analisis data menurut Miles dan Huberman yang dibagi menjadi tiga macam aktivitas dalam analisis data kualitatif, yaitu:

a) *Data Reduction* (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal - hal yang penting, dicari tema dan polanya(Sugiyono, 2015).

b) *Data Display* (Penyajian Data)

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan lain-lain (Sugiyono, 2015). Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah difahami tersebut.

c) *Conclusion Drawing / Verification*

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel (Sugiyono, 2015).

7. Keabsahan Data

Agar data dalam kualitatif dapat di pertanggung jawabkan sebagai penelitian ilmiah perlu di lakukan uji keabsahan data seperti *credibility*, *transferability*, *dependability* dan *confirmability* (Sugiyono, 2015). Adapun uji keabsahan data yang dapat di laksanakan :

a. *Credibility* (kepercayaan)

Uji kepercayaan terhadap data hasil yang di sajikan oleh peneliti agar hasil peneliti yang dilakukan tidak meragukan. Meningkatkan kredibilitas/kepercayaan dengan melakukan perpanjangan pengamatan, berarti peneliti kemabli ke lapangan, melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan sumber data yang ditemui maupun sumber data yang lebih baru. Perpanjangan pengamatan berarti hubungan antar peneliti dengan sumber akan semakin terjalin, semakin akrab, semakin terbuka, saling timbul kepercayaan, sehingga informasi yang diperoleh semakin banyak dan lengkap.

b. *Transferability* (Keteralihan)

Transferability merupakan validitas eksternal dalam penelitian kualitatif. Validitas eksternal menunjukkan derajat ketepatan atau dapat diterapkannya hasil penelitian ke populasi dimana sampel tersebut diambil.

c. *Dependability* (Ketergantungan)

Penelitian yang dapat dipercaya dengan kata lain beberapa percobaan yang dilakukan selalu mendapatkan hasil yang sama. Penelitian yang *dependability* adalah penelitian apabila penelitian yang dilakukan oleh orang lain dengan proses penelitian yang sama akan memperoleh hasil yang sama.

d. *Confirmability*

Obyektivitas pengujian kualitatif disebut juga dengan uji *confirmability* penelitian. Penelitian bisa dikatakan objektif apabila hasil penelitian telah disepakati oleh lebih banyak orang. Penelitian kualitatif uji *confirmability* berarti menguji hasil penelitian yang dikaitkan dengan proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standar *confirmability* (Sugiyono, 2015).

Validitas atau keabsahan data adalah data yang tidak berbeda antara data yang diperoleh oleh peneliti dengan data yang terjadi sesungguhnya pada obyek penelitian sehingga keabsahan data yang telah di sajikan dapat di pertanggungjawabkan.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang peran customer service dalam meningkatkan loyalitas nasabah BRI Syariah KCP Purbalingga, maka diperoleh kesimpulan dalam penelitian :

Peran customer service dalam BRI Syari'ah KCP Purbalingga yaitu melayani nasabah dan memberikan informasi dengan menggunakan standar operasional prosedur. Dan customer service dalam BRI Syari'ah KCP Purbalingga juga berperan untuk menarik nasabah baru, dan mempertahankan nasabah lama dengan cara menjaga komunikasi tetap lancar serta serta menjaga silaturahmi dengan nasabah.

B. Saran

1. Bagi Lembaga Perbankan Syariah

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan pada BRI Syari'ah KCP Purbalingga, sangatlah menarik perhatian nasabah untuk setia bertransaksi dan menabung di BRI Syari'ah KCP Purbalingga karena bagi mereka BRI Syari'ah KCP Purbalingga sangat memuaskan dan menyenangkan terutama dalam hal pelayanan yang diberikan oleh customer service. Hubungan baik antara nasabah dan pihak BRI Syari'ah KCP Purbalingga hendaknya dipertahankan dan semoga dalam perjalanannya BRI Syari'ah KCP Purbalingga bisa bekerja sekaligus beribadah mengabdikan diri membantu sesama sesuai dengan legalitasnya bank syariah yang berprinsip tolong-menolong dengan penerapan sistem bagi hasil yang menguntungkan kedua belah pihak.

2. Bagi Peneliti

BRI Syari'ah adalah salah satu bank syariah di Indonesia, dan memiliki beberapa kantor cabang dan cabang pembantu salah satunya di Purbalingga. BRI Syari'ah memiliki pengaruh besar terhadap perekonomian, membantu masyarakat dengan memberikan produk-produk

yang membanggakan, bagi hasil yang menguntungkan dan kualitas pelayanan yang memuaskan. Karena dengan itu BRI Syari'ah tetap biasa eksis sampai sekarang dan banyak sekali peluang yang bisa diteliti ataupun dipelajari. Untuk kelemahan atau keterbatasan penelitian ini yaitu hanya 61 pada nasabah penabung saja. Jadi untuk peneliti selanjutnya bisa mengadakan penelitian yang lebih luas lagi seperti nasabah pembiayaan tidak hanya nasabah penabung.

DAFTAR PUSTAKA

- Akh. Muwafik Saleh, *Public Service Communicattion Praktik Komunikasi dalam Pelayanan Publik di sertai Kisah-kisah Pelayanan*, Malang : UMM Press, 2010.
- Farhah Dian Amalia, *Strategi Pelayanan Prima Oleh Customer Service Untuk Membangun Loyalitas Nasabah Di BRI Syariah Mandiri KCP Purbalingga*, Purbalingga : IAIN Purwokerto, 2018.
- Hakim Atang Abdul dan Jaih Mubaro, *Metodologi Studi Islam*, Jakarta : PT. Remaja Rusdakarya, 1995.
- <http://ilmumanajemenpemasaran.wordpress.com/2011/09/10/definisi-loyalitas-pelanggan/>, diakses tanggal 30 Oktober 2016.
- Irawati Devi, *Pelayanan Prima dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Produk Funding Di BPRS Buana Mitra Perwira Purbalingga*, Purbalingga : IAIN Purwokerto, 2018.
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta : Raja Grafindo, 2007.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta : Kencana, 2005.
- Kasmir, *Etika Customer Service*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2006.
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Erlangga, 2008.
- Lexy J. Moleong, , *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, Bandung : PT. Remaja Rusdakarya, 2014.
- Putri Dyah Eka, *Strategi dan Peran Customer Service dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Mabror Di Bank Ajibarang Banyumas*, Purwokerto : IAIN Purwokerto, 2017.
- Rangkuty Freddy, *Customer Care Excellence*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2016.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, Bandung : Alfabeta, 2015.
- Tjiptono Fandy dan Anastasia Diana, *Total Quality Manajemen*, Yogyakarta : Andi Offset, 2000.
- Tjiptono Fandy, *Service Management Mewujudkan Pelayanan prima*, Yogyakarta : C.V Andi Offset, 2008.

Wawancara dengan Mas Willi (Customer Service) Bank BRI Syariah KCP.
Purbalingga.

Wood Invone, Layanan Pelanggan, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2009

Wulandari Laras Ayu, *Strategi Pelayanan Prima Guna Mencapai Kepuasan Nasabah Oleh Customer Service Di Bank BNI Syariah Purwokerto*, Purwokerto : IAIN Purwokerto, 2017.