

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri perbankan di Indonesia saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Persaingan antar bank tidak hanya terletak pada produk yang ditawarkan, tetapi juga pada kualitas layanan yang ditawarkan, tetapi juga pada kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah. Dalam era digital saat ini, meskipun teknologi semakin berkembang, interaksi langsung antara karyawan dan nasabah tetap menjadi faktor penting dalam menciptakan pengalaman layanan yang baik.

Layanan yang berkualitas tidak hanya ditentukan oleh sistem atau fasilitas yang tersedia, tetapi juga oleh kemampuan karyawan dalam memahami produk, berkomunikasi secara efektif, serta menunjukkan sikap yang profesional kepada nasabah. Pengetahuan produk menjadi hal yang sangat penting karena karyawan yang memahami produk secara mendalam akan mampu menjelaskan manfaat, fitur, serta prosedur kepada nasabah dengan jelas dan tepat (Maulana & Farhani, 2024).

Salah satu faktor yang mempengaruhi penilaian nasabah adalah *product knowledge* karyawan. *Product knowledge* merupakan tingkat pemahaman karyawan terhadap produk dan layanan yang ditawarkan bank, termasuk manfaat, resiko, serta prosedur penggunaannya. Karyawan dengan *product knowledge* yang baik mampu memberikan informasi yang akurat dan jelas kepada nasabah, sehingga dapat meningkatkan rasa percaya dan keyakinan nasabah, sehingga dapat meningkatkan rasa percaya dan keyakinan nasabah terhadap bank (Suryani & Rosalina, 2022).

Selain *product knowledge*, komunikasi juga memegang peranan penting dalam membangun hubungan yang baik antara karyawan dan nasabah. Komunikasi yang efektif dapat mengurangi kesalah pahaman, meningkatkan kepercayaan, serta menciptakan kenyamanan dalam proses layanan (Nugraha, Army dan Rahayu, 2025).

Faktor lain yang tidak kalah penting adalah sikap layanan karyawan. Sikap layanan mencerminkan perilaku karyawan dalam melayani nasabah, seperti

keramahan, kesopanan, ketanggapan, dan empati. Sikap layanan yang baik dapat menciptakan kenyamanan dan pengalaman positif bagi nasabah, sehingga mendorong terbentuknya penilaian yang baik terhadap bank. Sebaliknya, sikap layanan yang kurang profesional dapat menurunkan penilaian nasabah meskipun produk yang ditawarkan tergolong baik (Rahmawati & Sari, 2022).

PT. Bank Mayapada merupakan salah satu bank swasta yang berfokus pada layanan keuangan untuk segmen usaha kecil dan menengah (UKM), korporasi, serta perorangan. Produk dan layanan yang ditawarkan meliputi tabungan, deposito, kredit konsumsi, pinjaman modal kerja, dan jasa perbankan umum lainnya. Salah satu jaringan Bank Mayapada berada di Cabang Medan Asia, yang beralamat di Jalan Asia No. 97 L, Medan, Sumatera Utara. Cabang ini berperan dalam melayani nasabah ritel maupun bisnis di wilayah Medan dan sekitarnya. Cabang ini menghadapi tantangan kompetitif dengan bank – bank lain yang memiliki produk dan layanan sejenis. Kondisi tersebut menuntut Bank Mayapada Cabang Medan Asia untuk meningkatkan kualitas layanan, baik dari sisi pengetahuan produk, komunikasi, maupun sikap layanan karyawan.

Penilaian nasabah merupakan persepsi atau tanggapan yang diberikan nasabah terhadap layanan, produk, dan kinerja bank berdasarkan pengalaman yang mereka alami. Penilaian ini menjadi indikator penting yang mencerminkan kualitas layanan yang dirasakan. Jika layanan yang diterima sesuai atau melebihi harapan, maka penilaian akan positif, sebaliknya, jika layanan di bawah harapan, maka penilaian akan negatif. Agar dapat mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan yang diberikan oleh PT. Bank Mayapada Internasional Cabang Medan Asia, saya lampirkan data penilaian nasabah pada tahun 2024 sebagai berikut :

Tabel 1.1
Data Penilaian Nasabah PT. Bank Mayapada Internasional Cabang Medan Asia
Pada Tahun 2024

No	Bulan	Penilaian										Jumlah
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	Januari	0	0	0	1	1	2	4	4	4	4	20
2	Februari	0	0	0	0	1	1	2	3	4	4	15
3	Maret	0	0	0	1	0	1	1	5	5	6	19
4	April	0	0	0	0	1	2	3	4	4	5	19
5	Mei	0	0	0	0	1	1	2	2	2	3	11
6	Juni	0	0	0	1	1	2	2	4	3	3	16
7	Juli	0	0	0	1	1	2	2	2	2	2	12
8	Agustus	0	0	0	1	1	2	3	3	4	4	18
9	September	0	0	0	1	1	2	2	4	5	5	20
10	Oktober	0	0	0	1	1	2	3	4	4	4	19
11	November	0	0	0	0	0	1	2	3	5	5	16
12	Desember	0	0	0	1	1	1	2	4	3	3	15
Jumlah		0	0	0	8	10	19	28	42	45	48	200

Sumber : www.bankmayapada.com

Keterangan Penilaian :

- 1 – 5 : Kategori Rendah
- 6 – 7 : Kategori Sedang
- 8 – 10 : Kategori Tinggi

Berdasarkan hasil *pra-survey* pada Tabel 1.1, diketahui bahwa jumlah responden yang berpartisipasi sebanyak 200 nasabah PT. Bank Mayapada Internasional Cabang Medan Asia selama periode Januari sampai Desember 2024. Penilaian diberikan menggunakan skala 1 sampai dengan 10 untuk mengukur persepsi nasabah terhadap layanan yang diterima.

Penilaian tersebut bisa terjadi karena beberapa faktor, seperti adanya perbedaan pengalaman layanan antara satu nasabah dengan nasabah lainnya. Misalnya, pada waktu tertentu nasabah mungkin mengalami antrean yang cukup lama, keterlambatan dalam respon terhadap keluhan, atau informasi produk yang belum disampaikan secara jelas oleh karyawan.

Secara umum, hasil *pra-survey* menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah memberikan penilaian pada kategori tinggi, yaitu nilai 8,9, dan 10. Jumlah penilaian untuk nilai 8 tercatat sebanyak 42 responden, nilai 9 sebanyak 45 responden, dan nilai

10 sebanyak 48 responden. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas layanan yang diberikan oleh PT. Bank Mayapada Internasional Cabang Medan Asia sudah berada pada kategori baik.

Namun demikian, masih terdapat nasabah yang memberikan penilaian pada kategori rendah dan menengah, yaitu nilai 1-5 dan 6-7. Penilaian pada nilai 7 tercatat sebanyak 28 responden, nilai 6 sebanyak 19 responden, nilai 5 sebanyak 10 responden, dan nilai 4 sebanyak 8 responden. Meskipun jumlahnya tidak sebesar kategori nilai tinggi, keberadaan penilaian tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat persepsi nasabah yang menilai layanan belum sepenuhnya optimal atau belum konsisten.

Variasi penilaian ini menunjukkan bahwa secara umum layanan telah dinilai sangat baik dan adanya upaya dalam peningkatan kualitas layanan, khususnya dalam aspek interaksi langsung antara karyawan dan nasabah. Faktor – faktor seperti penguasaan produk, kemampuan komunikasi, serta sikap layanan yang ditunjukkan dalam melayani nasabah diduga turut mempengaruhi penilaian yang diberikan

Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk menganalisis pengaruh *product knowledge*, komunikasi, dan sikap layanan karyawan terhadap penilaian nasabah, sehingga dapat diketahui faktor mana yang paling berpengaruh dalam meningkatkan kualitas layanan di PT. Bank Mayapada Internasional Cabang Medan Asia.

Product knowledge merupakan pemahaman yang dimiliki karyawan terhadap produk dan layanan yang ditawarkan oleh bank. Pengetahuan ini mencakup fitur, manfaat, risiko, serta prosedur penggunaan produk. Karyawan dengan tingkat pengetahuan produk yang tinggi seperti dalam hal memberikan informasi yang akurat, menjawab pertanyaan nasabah dengan jelas, serta membantu nasabah untuk memilih produk yang sesuai dengan kebutuhannya. Dalam konteks Bank Mayapada, hal ini menjadi sangat penting mengingat produk – produk bank seperti kredit modal kerja atau tabungan bisnis membutuhkan pemahaman mendalam dari sisi peraturan, bunga, dan manfaat. Ketika karyawan mampu menjelaskan produk dengan baik, nasabah akan merasa lebih yakin dan memberikan penilaian yang sangat baik nantinya. Untuk mendukung penelitian ini, peneliti akan melampirkan data hasil *pra – survey* mengenai *product knowledge* berikut data hasil *pra – survey* tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.2 berikut.

Tabel 1.2
Hasil Kuesioner *Prasurvey* mengenai *Product knowledge* PT. Bank Mayapada Internasional Cabang Medan Asia

No	Pertanyaan	Jawaban Responden	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Saya mengetahui jenis-jenis produk yang ditawarkan Bank Mayapada	9	10	90%
2	Saya memahami manfaat dari produk yang digunakan	8	10	80%
3	Karyawan mampu menjelaskan produk secara jelas	9	10	90%
4	Saya memahami manfaat dari produk yang saya gunakan	8	10	80%
5	Saya memahami risiko produk yang ditawarkan	8	10	80%

Sumber : Hasil *prasurvey*, 2025

Pada Tabel 1.2 di atas, dapat diketahui bahwa tingkat *product knowledge* nasabah terhadap produk yang ditawarkan oleh PT. Bank Mayapada Internasional Cabang Medan Asia tergolong tinggi dengan rata – rata persentase 80% hingga 90%. Pada pernyataan pertama, yaitu “saya mengetahui jenis – jenis produk yang ditawarkan Bank Mayapada”, sebanyak 90% responden menjawab baik, yang berarti sebagian besar nasabah sudah mengetahui berbagai produk bank seperti tabungan dan deposito, namun masih ada sebagian kecil yang belum mengetahui seluruhnya karena kurangnya sosialisasi produk baru. Pada pertanyaan kedua “saya memahami manfaat dari produk yang digunakan”, hasil sebesar 80% menunjukkan bahwa beberapa nasabah hanya mengetahui fungsi dasar produk tanpa memahami manfaat lebih lanjut seperti keuntungan jangka panjang atau fitur tambahan. Selanjutnya, pada pertanyaan ketiga “karyawan mampu menjelaskan produk dengan jelas”, diperoleh 90% responden menjawab baik, namun sebagian kecil merasa penjelasan yang diberikan kurang detail atau menggunakan istilah perbankan yang sulit dimengerti. Pada pertanyaan keempat “saya memahami manfaat dari produk yang saya gunakan” diperoleh hasil 80% yang berarti sebagian besar responden sudah relevan dengan kebutuhan mereka, meskipun ada sebagian kecil yang merasa informasi tersebut masih bersifat umum. Terakhir, pada pertanyaan “saya memahami risiko dari produk yang ditawarkan”, hasil juga menunjukkan 80% menandakan masih ada nasabah yang belum memahami risiko seperti biaya administrasi atau bunga. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan

bahwa tingkat *product knowledge* nasabah sudah baik, namun tetap diperlukan peningkatan melalui edukasi produk yang lebih menyeluruh dan penyampaian informasi yang lebih sederhana serta relevan dengan kebutuhan nasabah.

Komunikasi dalam layanan perbankan merupakan proses penyampaian informasi antara karyawan dengan nasabah untuk menciptakan pemahaman yang sama. Komunikasi efektif ditandai dengan pesan yang jelas, empati, kesabaran, dan kemampuan mendengarkan. Karyawan bank yang mampu berkomunikasi dengan baik dapat menumbuhkan rasa nyaman dan kepercayaan, terutama dalam situasi yang memerlukan penjelasan detail terkait produk finansial. Di Bank Mayapada Cabang Medan Asia, kemampuan komunikasi menjadi kunci utama dalam menjaga hubungan jangka panjang dengan nasabah. Kurangnya kemampuan berkomunikasi dapat menyebabkan kesalahpahaman dan penurunan citra layanan bank. Untuk mengetahui bagaimana cara karyawan berkomunikasi dengan nasabah, peneliti melakukan *prasurvey* pada variabel komunikasi. Hasil *pra – survey* tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.3 berikut.

Tabel 1.3
Hasil Kuesioner *Prasurvey* mengenai Komunikasi PT. Bank Mayapada Internasional Cabang Medan Asia

No	Pertanyaan	Jawaban Responden	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	Karyawan berkomunikasi dengan ramah	10	10	100%
2.	Karyawan memberikan perhatian saat saya bertanya	8	10	80%
3.	Karyawan merespon pertanyaan saya dengan cepat	9	10	90%
4.	Karyawan menyampaikan informasi dengan sopan	10	10	100%
5.	Komunikasi yang diberikan jelas dan tidak membingungkan	9	10	90%

Sumber : Hasil *prasurvey*, 2025

Berdasarkan hasil *prasurvey* pada Tabel 1.3, dapat diketahui bahwa tingkat komunikasi karyawan PT. Bank Mayapada Internasional Cabang Medan Asia dinilai sangat baik oleh nasabah, dengan persentase jawaban 80% hingga 100%. Pada pertanyaan yang pertama “karyawan berkomunikasi dengan ramah”, diperoleh hasil 100% menyatakan setuju, yang menunjukkan bahwa sikap ramah karyawan sudah

menjadi bagian dari budaya layanan yang diapresiasi oleh nasabah. Selanjutnya, pada pertanyaan yang kedua “karyawan memberikan perhatian saat saya bertanya” diperoleh hasil 80%, yang menandakan bahwa meskipun sebagian besar karyawan sudah cukup tanggap, masih ada sebagian kecil nasabah merasa kurang diperhatikan ketika mengajukan pertanyaan, mungkin karena situasi pelayanan yang ramai atau keterbatasan waktu. Pada pertanyaan ketiga “karyawan merespon pertanyaan saya dengan cepat”, diperoleh hasil 90%, menunjukkan bahwa kecepatan respon karyawan sudah baik, namun masih terdapat beberapa situasi di mana nasabah harus menunggu lebih lama untuk mendapatkan jawaban. Kemudian, pertanyaan keempat “karyawan menyampaikan informasi dengan sopan” diperoleh hasil 100%, yang menegaskan bahwa seluruh nasabah menilai karyawan selalu menjaga kesopanan dalam berkomunikasi. Terakhir, pada pertanyaan yang ke kelima “komunikasi yang diberikan jelas dan tidak membingungkan” diperoleh hasil 90%, yang berarti sebagian besar nasabah memahami dengan baik penjelasan yang disampaikan, meskipun ada sebagian kecil yang merasa informasi masih perlu dijelaskan lebih sederhana. Secara keseluruhan, hasil *prasurvey* ini menunjukkan bahwa kemampuan komunikasi karyawan PT. Bank Mayapada Internasional Cabang Medan Asia sudah sangat baik, namun tetap perlu ditingkatkan dalam hal perhatian dan kecepatan respon agar interaksi dengan nasabah semakin optimal.

Sikap layanan mencerminkan perilaku dan etika karyawan dalam memberikan layanan kepada nasabah, seperti keramahan, kesopanan, kesigapan, dan empati. Sikap layanan menjadi indikator penting yang menentukan citra perusahaan jasa, termasuk bank. Penelitian oleh Utami (2022) menyebutkan bahwa sikap layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah di sektor perbankan. Karyawan dengan sikap ramah dan sopan cenderung menciptakan kesan positif yang meningkatkan loyalitas nasabah. Dalam konteks Bank Mayapada Cabang Medan Asia, sikap layanan menjadi aspek penting karena nasabah di Medan umumnya mengutamakan layanan yang bersahabat dan profesional. Untuk melihat bagaimana sikap karyawan dalam melayani nasabah, peneliti melakukan *prasurvey* pada variabel sikap layanan karyawan. Hasil pra – survey tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.4 berikut.

Tabel 1.4
Hasil Kuesioner *Prasurvey* mengenai Sikap Layanan PT. Bank Mayapada Internasional Cabang Medan Asia

No	Pertanyaan	Jawaban Responden	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	Karyawan memberikan layanan secara cepat dan sigap	8	10	80%
2.	Karyawan menunjukkan sikap peduli terhadap nasabah	9	10	90%
3.	Karyawan bersikap profesional dalam bekerja	8	10	80%
4.	Karyawan selalu membantu nasabah yang mengalami kesulitan	10	10	100%
5.	Karyawan memberikan layanan yang membuat saya merasa dihargai	8	10	80%

Sumber : Hasil *prasurvey*, 2025

Berdasarkan hasil *prasurvey* pada Tabel 1.4, dapat diketahui bahwa secara keseluruhan sikap layanan karyawan PT. Bank Mayapada Internasional Cabang Medan Asia sudah tergolong baik, dengan persentase 80% hingga 100%. Pada pertanyaan pertama “karyawan memberikan layanan secara cepat dan sigap”, diperoleh hasil 80%, yang menunjukkan bahwa sebagian besar karyawan sudah melayani dengan tanggap, namun masih ada sebagian kecil nasabah yang merasa layanan belum selalu cepat, terutama saat kondisi ramai. Pada pertanyaan kedua belas “karyawan menunjukkan sikap peduli terhadap nasabah” dengan hasil 90%, menggambarkan bahwa sebagian besar karyawan sudah menunjukkan empati dan perhatian dalam melayani nasabah. Selanjutnya, pertanyaan ketiga “karyawan bersikap profesional dalam bekerja” memperoleh hasil 80%, menandakan bahwa masih terdapat beberapa karyawan yang perlu meningkatkan sikap profesionalisme, misalnya dalam menjaga konsistensi layanan. Pada pertanyaan keempat “karyawan selalu membantu nasabah mengalami kesulitan” diperoleh hasil 100%, yang berarti seluruh responden merasa terbantu ketika mengalami kendala, menunjukkan bahwa karyawan memiliki kepedulian tinggi terhadap kebutuhan nasabah. Terakhir pertanyaan kelima “karyawan memberikan pelayanan yang membuat saya merasa dihargai” dengan hasil 80%, menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah sudah merasa dihargai, namun masih ada sebagian kecil yang merasa layanan belum sepenuhnya personal. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa sikap layanan karyawan PT. Bank Mayapada Internasional Cabang Medan Asia sudah sangat baik, namun tetap perlu diingatkan terutama dalam

hal kecepatan layanan dan profesionalisme agar kepuasan nasabah dapat terus meningkat.

Penilaian nasabah merupakan bentuk tanggapan yang diberikan nasabah terhadap sikap layanan, pengetahuan produk, maupun kinerja karyawan bank. Penilaian ini mencerminkan sejauh mana nasabah merasa puas, nyaman, dan percaya terhadap layanan yang diterima. Untuk mengetahui bagaimana pendapat nasabah terhadap layanan yang diberikan oleh karyawan, peneliti juga melakukan *prasurvey* pada variabel penilaian nasabah. Hasil *prasurvey* tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.5 berikut.

Tabel 1.5
Hasil Kuesioner *Prasurvey* Mengenai Penilaian Nasabah PT. Bank Mayapada Internasional Cabang Medan Asia

No	Pertanyaan	Jawaban Responden	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	Saya merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh PT. Bank Mayapada	10	10	100%
2.	Bank Mayapada memberikan layanan yang sesuai dengan harapan saya	9	10	90%
3.	Bank Mayapada memberikan rasa aman dan nyaman dalam bertransaksi	10	10	100%
4.	Saya yakin dengan layanan dan produk Bank Mayapada	9	10	90%
5.	Saya bersedia merekomendasikan Bank Mayapada kepada orang lain	10	10	100%

Sumber : Data *prasurvey*, 2025

Berdasarkan hasil *prasurvey* pada Tabel 1.5 di atas, diperoleh hasil bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian yang sangat baik terhadap layanan Bank Mayapada. Sebanyak 100% responden menyatakan merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh Bank Mayapada, menunjukkan bahwa layanan yang diterima sudah memenuhi harapan mereka. Kemudian, 90% responden menilai bahwa layanan yang diberikan sudah sesuai dengan harapan, meskipun masih ada sebagian kecil nasabah yang mungkin mengharapkan peningkatan di beberapa aspek. Selain itu, 100% responden merasa aman dan nyaman dalam bertransaksi, yang menandakan kepercayaan tinggi terhadap sistem dan keamanan bank. Sebanyak 90% responden juga mengaku yakin dengan layanan dan produk yang ditawarkan oleh Bank Mayapada. Terakhir, seluruh responden atau 100% menyatakan bersedia merekomendasikan Bank

Mayapada kepada orang lain, yang berarti tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah terhadap Bank Mayapada tergolong sangat tinggi.

Berdasarkan latar belakang yang di uraikan di atas maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Product knowledge*, Komunikasi dan Sikap Layanan Karyawan terhadap Penilaian Nasabah di PT. Bank Mayapada Internasional Cabang Medan Asia”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan masalah yaitu:

1. Bagaimana pengaruh *product knowledge* terhadap penilaian nasabah pada PT. Bank Mayapada Internasional Cabang Medan Asia?
2. Bagaimana pengaruh komunikasi terhadap penilaian nasabah pada PT. Bank Mayapada Internasional Cabang Medan Asia?
3. Bagaimana pengaruh sikap layanan karyawan terhadap penilaian nasabah pada PT. Bank Mayapada Internasional Cabang Medan Asia?
4. Bagaimana pengaruh *product knowledge*, komunikasi, sikap layanan karyawan terhadap penilaian nasabah pada PT. Bank Mayapada Internasional Cabang Medan Asia?

1.3. Ruang Lingkup

Berdasarkan rumusan masalah di atas ruang lingkup dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel Independen : *Product knowledge* (X1), Komunikasi (X2), Sikap Layanan Karyawan (X3).
2. Variabel Dependen : Penilaian Nasabah (Y).
3. Objek Penelitian : PT. Bank Mayapada Internasional Cabang Medan Asia.
4. Periode Penelitian : Pengamatan ini dilakukan mulai bulan september 2025 sampai dengan Februari 2026.

1.4. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya diperoleh tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *product knowledge* terhadap penilaian nasabah pada PT. Bank Mayapada Internasional Cabang Medan Asia.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh komunikasi terhadap penilaian nasabah pada PT. Bank Mayapada Internasional Cabang Medan Asia.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh sikap layanan karyawan terhadap penilaian nasabah pada PT. Bank Mayapada Internasional Cabang Medan Asia.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *product knowledge*, komunikasi, sikap layanan karyawan terhadap penilaian nasabah pada PT. Bank Mayapada Internasional Cabang Medan Asia.

1.5. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan tujuan di atas, maka dapat diperoleh sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai *product knowledge*, komunikasi dan sikap layanan karyawan terhadap penilaian nasabah di industri perbankan dan juga sebagai referensi bagi peneliti-peneliti lainnya dengan objek yang sama.
2. Manfaat Praktis
Dapat memberikan gambaran dan informasi yang berguna dalam mengambil keputusan dan kebijakan yang berkaitan dengan *product knowledge*, komunikasi dan sikap layanan karyawan terhadap penilaian nasabah di industri perbankan.

1.6. Originalitas Penelitian

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian terdahulu yang berjudul “Analisis pengaruh Pengetahuan Produk, Reputasi, dan Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Bank Syariah”. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sebagai berikut :

1. Pada penelitian terdahulu, variabel independent yang digunakan adalah Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk, Reputasi, dan Pelayanan, sedangkan dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah Pengaruh *Product knowledge*, Komunikasi dan Sikap Layanan Karyawan. Variabel dependen pada penelitian terdahulu adalah Keputusan Nasabah, sedangkan pada penelitian ini variabel dependennya adalah Penilaian Nasabah.
2. Objek penelitian terdahulu dilakukan pada Bank Syariah, sedangkan objek penelitian dalam penelitian ini adalah PT. Bank Mayapada Internasional Cabang Medan Asia.
3. Periode penelitian terdahulu dilakukan pada tahun 2024, sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2025.