

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kerjasama antara pemilik modal dengan pihak yang biasa menjalankan usaha produktif sudah terjadi sejak masa dahulu kala. Pada zaman Jahiliyah, umpamanya, fenomena itu juga telah menjadi suatu tradisi di masyarakat Arab Nabi Muhammad SAW sendiri, sebelum menjadi Rasul, melakukan kerjasama dengan Siti Khadijah dalam bentuk *mudharabah*. Khadijah memberikan modal atau barang dagang kepadanya, juga kepada orang lain, dan Muhammad menjalankan modal itu dengan cara berdagang. Keuntungan yang diperoleh dari usaha tersebut dibagi antara pelaksana usaha dan pemilik modal yang jumlahnya sesuai dengan perjanjian yang sudah disepakati. Karena merupakan kebiasaan yang baik praktek itu kemudian diakui dan diadopsi oleh Islam.

Seiring dengan kemajuan zaman, dibentuklah Bank yang merupakan suatu lembaga perantara antara pemilik dana dan orang yang membutuhkan dana. Bank secara umum sudah ada sejak tahun 2000 SM di Babilonia, yang dikenal dengan sebutan *Temples of Babylon*. Bank ini aktifitasnya baru

sebatas peminjaman emas dan perak dengan tingkat suku bunga 20% setiap bulannya.¹

Perbankan Syariah merupakan institusi yang memberikan layanan jasa perbankan berdasarkan prinsip syariah. Prinsip Syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah. Prinsip ini menggantikan prinsip bunga yang terdapat dalam sistem perbankan konvensional.²

Kualitas Layanan adalah suatu modal yang dapat menggambarkan kondisi pelanggan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima dalam mengevaluasi kualitas. Kualitas pelayanan yang baik merupakan salah satu faktor penting dalam usaha meningkatkan kepuasan, kepercayaan dan menciptakan loyalitas pelanggan. Salah satu cara yang digunakan untuk membuat loyalitas yaitu dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik dengan memenuhi kebutuhan para pelanggannya, memberikan informasi yang cepat dan akurat serta memberikan keramahan saat melakukan pelayanan adalah kunci dari loyalitas pelanggan.

¹ Muhammad Sadi Is. *Konsep Hukum Perbankan Syariah*, (Jatim : Setara Press, 2015), Hlm. 27-28

² Khotibul Uman. *Perbankan Syariah*, (Depok : PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2016), Hlm. 1-2

Upaya peningkatan kualitas layanan yang diberikan Bank Syariah harus berorientasi pasar atau masyarakat sebagai penggunaan jasa perbankan. Hal ini berkaitan dengan harapan masyarakat, mereka ingin mendapatkan hubungan yang baik dengan bank yang nyaman dan mudah melakukan transaksi. Dalam Al-Qur'an surat Ali Imron ayat 159, telah memberikan petunjuk untuk lemah lembut kepada seseorang:³

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ 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 kamu bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampun untuk mereka, dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal.⁴

Menurut Kotler dan Amstrong⁵ mengenai kepuasan konsumen adalah *“the extent to which a product's perceived performance matches a buyers expectation”*. Kepuasan konsumen adalah tingkat dimana suatu pencapaian

³ Alfi Annisatul Fauziah. “ Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah dengan Corporate Image Sebagai Variabel Moderating”. Skripsi 2017

⁴ Al-Qur'an terjemahan surat Ali Imron , (Semarang : PT.Karya Toha Putra), hlm. 56

⁵ Helisia Krisdayanti. “ Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Minimarket Kertapati Jaya Indah Palembang” Skripsi 2017

performa dari sebuah produk yang diterima oleh konsumen sama dengan ekspektasi konsumen itu sendiri.

Kepercayaan (*trust*) merupakan pondasi dari bisnis. Membangun kepercayaan dalam hubungan jangka panjang dengan konsumen adalah suatu faktor yang penting untuk menciptakan loyalitas konsumen. Kepercayaan ini tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain atau mitra bisnis, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan.⁶

Menurut Oliver loyalitas 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.⁷

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, mengindikasikan adanya *research gap* dari 3 variabel independen Kualitas layanan, Kepuasan dan kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah.

⁶ Rifqi suprpto dan Maya Susanti. “ *Pengaruh Produk dan Kepercayaan terhadap Sikap Loyalitas Peserta BPJS Kesehatan Daerah Istimewa Yogyakarta*”. Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol 2 No 1. 2017

⁷ Ratih Hurriyati, “*Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*”, (Bandung: Alfabeta. Machfoedz, Machmoed. 2010), Hlm 128-129

Tabel 1.1

***Research gap* Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah**

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah	Terdapat pengaruh positif antara Kualitas Layanan terhadap Loyalitas	1. Hais Dama ⁸ 2. Nagi Askari ⁹
	Tidak terdapat pengaruh antara kualitas layanan terhadap Loyalitas	1. Rahmat Hidayat ¹⁰

Kualitas layanan yang dilakukan oleh peneliti hais dama dan nagı berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmat loyalitas konsumen berpengaruh negatif.

⁸ Hais Dama. "Pengaruh Kualias Pelayanan terhadap Loyalitas asabah pada Bank Mandiri Cabang Gorontalo". Jurnal Ekonomi dan Bisnis 2010

⁹ Nagi Askari. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan". Jurnal Ilmu Sosial dan Politik. Hlm 8-9

¹⁰ Rahmat Hidayat. "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepercayaan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali". Jurnal Teknik Industri (Vol 11 No 1)

Tabel 1.2

***Research gap* Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah**

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah	Terdapat pengaruh positif antara kepuasan terhadap loyalitas nasabah	1. Trisno Musanto ¹¹ 2. Roesdian Bayu Arlianto ¹²
	Tidak terdapat pengaruh antara kepuasan terhadap loyalitas	1. Inka Janita ¹³

Kepuasan terhadap loyalitas nasabah penelitian yang dilakukan oleh Trisno dan Roesdian berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Inka berpengaruh negatif terhadap loyalitas nasabah.

¹¹ Trisno Musanto. “*Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Adversiting Surabaya*”. Jurnal Ekonomi Manajemen

¹² Roesdian Bayu Arlianto. “*Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah yang dimediasi oleh Kepercayaan Nasabah pada Bank BRI Syariah Surakarta*”. Jurnal Manajemen. Hlm 15

¹³ Azka Al Afifah. “*Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang patal Palembang*”. Jurnal Ekonomi Islam

Table 1.3

Research gap Kepercayaan Terhadap loyalitas Nasabah

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah	Terdapat pengaruh positif antara Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah	1. Bidah Sariyati ¹⁴ 2. Denis Lapasiang ¹⁵
	Tidak terdapat pengaruh antara Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah	1. Steven Darwin ¹⁶

¹⁴ Bidah Sariyati. “Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah BNI Syariah Serakarta dengan Komitmen Sebagai Variabel Inrevening”. Jurnal Ekonomi. 2017 . Hlm. 93

¹⁵ Denis Lapasiang. “ Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Pegadaian(persero) Cabang Karombasan Manado”. Jurnal Manajemen. 2017. Hlm 9

¹⁶ Ibid

Dari fenomena data tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak setiap kejadian empiris sesuai dengan teori yang ada. Permasalahan ini diperkuat dengan adanya *research gap* dalam penelitian-penelitian terdahulu. Dari hasil penelitian diatas menunjukkan adanya perbedaan antara pengaruh kualitas layanan, kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah.

Bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa Bank BRI Syariah Kantor Cabang Palembang dan berdasarkan azas kepercayaan, masalah kualitas layanan menjadi faktor yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan. Karena berhasil atau tidaknya suatu bisnis perbankan bergantung pada kepuasan nasabahnya. Dalam hal ini bank BRI Syariah Kantor Cabang Palembang sangat mengutamakan kualitas layanan yang baik untuk meningkatkan kepuasan, kepercayaan dan menciptakan loyalitas pelanggan. PT. BRI Syariah Kantor Cabang Palembang hadir sebagai bank yang memegang teguh prinsip-prinsip syariah dalam melaksanakan operasionalnya. PT BRI Syariah Kantor Cabang Palembang dalam membangun kepercayaan nasabah yaitu dengan membina hubungan yang baik antar nasabah dalam jangka panjang. Serta kepercayaan timbul dari suatu proses yang lama sampai kedua belah pihak saling mempercayai. Semakin tinggi tingkat kepercayaan yang diberikan kepada nasabah maka semakin tinggi pula tingkat loyalitasnya. Untuk menjadi nasabah pada bank BRI Syariah Kantor Cabang Palembang, harus membuka tabungan faedah terlebih dahulu, dengan setoran awal yang ringan sebesar seratus ribu

rupiah, tabungan faedah menggunakan akad wadi'ah yad dhamanah, Menurut Nur Rianto¹⁷ wadiah yad dhamanah yaitu pihak yang dititipi (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut. Sehingga pihak bank boleh memberikan sedikit keuntungan yang didapat kepada nasabahnya dengan besaran berdasarkan kebijaksanaan Bank. Bank Bri Syariah dipalembang memiliki tiga tempat penyediaan layanan yaitu , Bank BRI Syariah KCP Kenten, Bank Syariah KCP (enam Belas), dan BRI Syariah Kantor Cabang Palembang, jika bertransaksi di mesin ATM Jaringan BRI Konvensional, ATM Jaringan bersama dan transaksi di mesin ATM Jaringan Prima akan dikenakan biaya, pada jenis tabungan BRI Syariah memiliki jenis tabungan faedah, tabungan haji, dan tabungan impian, produk tabungan impian dari ketiga jenis tabungan tersebut tabungan impian memiliki peminat paling sedikit sebesar 45 nasabah sedangkan tabungan faedah memiliki jumlah 16.328 nasabah dan tabungan haji sebesar 4.235 nasabah , jika ingin membuka tabungan haji atau tabungan impian nasabah terlebih dahulu harus membuka tabungan faedah baru bias menikmati berbagai produk yang di berikan oleh BRI Syariah, berkaitan dengan produk tabungan impian tidak dapat diambil sewaktu-waktu karena tabungan impian merupakan tabungan yang berjangka, dan penutupannya pun harus sesuai jangka waktu yang telah di sepakati bersama pada saat melakukan pembukaan tabungan impian.

¹⁷ M. Nur Rianto, “ Dasar-Dasar Ekonomi Islam”. (Solo: PT Era Adicitra Intermedia, 2011).Hlm. 330

Dari fenomena diatas bank BRI Syariah hanya memiliki tiga tempat penarikan tunai, jika nasabah akan bertransaksi di mesin ATM Jaringan BRI Konvensional, ATM Jaringan bersama dan transaksi di mesin ATM Jaringan Prima akan dikenakan biaya yang cukup membebankan nasabah, karena tempat untuk bertransaksi menggunakan ATM BRI Syariah masih sangat jauh dijangkau dan masih sedikitnya tempat penyediaan ATM BRI Syariah Palembang, sehingga agak menyulitkan nasabah jika jika ingin bertransaksi, dan yang menjadi kendala pada produk tabungan impian salah satunya juga mahal nya biaya finalti yang diberikan bank BRI syariah menyebabkan nasabah tidak berminat utuk membuka tabungan impian. Apabila nasabah masih memaksa untuk menutup tabungan tersebut maka akan dikenakan biaya penutup sebesar Rp. 50.000,- .

Berdasarkan Hasil penelitian dan fenomena yang terjadi di BRI Syariah Palembang.maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT BRI Syariah Kantor Cabang Palembang**”

B. Rumusan Masalah

Bisnis perbankan merupakan bisnis kepercayaan. Dalam hal ini, rasa kepuasan dan kepercayaan nasabah merupakan faktor penting dari eksistensi bank tersebut dimasa yang akan datang. Hal ini dikarenakan industri perbankan sangat mengutamakan pelayanan kepada nasabahnya guna

membangun loyalitas nasabah. Berdasarkan uraian di atas, maka pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

- 1) Bagaimana Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT BRI Syariah Kantor Cabang Palembang ?
- 2) Bagaimana Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT BRI Syariah Kantor Cabang Palembang ?
- 3) Bagaimana Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT BRI Syariah Kantor Cabang Palembang ?
- 4) Bagaimana Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT BRI Syariah Kantor Cabang Palembang ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan yang ingin dicapai dari penelitian adalah:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pada PT BRI Syariah Kantor Cabang Palembang
- 2) Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada PT BRI Syariah Kantor Cabang Palembang
- 3) Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada PT BRI Syariah Kantor Cabang Palembang

- 4) Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah kantor cabang Palembang

D. Kegunaan Penelitian

Dengan dilakukan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang membutuhkannya baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Teoritis

Untuk pengembangan ilmu pemasaran yang telah dipelajari, tentang pemasaran jasa dan khususnya mengenai masalah kualitas layanan, kepuasan, kepercayaan dan loyalitas nasabah.

- 2) Praktis

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dipahami harapan konsumen dengan lebih baik dan dapat menentukan kebijakan dan strategi perusahaan dalam memuaskan pelanggan.

e. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan para pembaca dalam memahami materi-materi yang terdapat dalam penelitian ini, penulis membuat sistematika penulisan

menjadi lima bab, dimana tiap bab terbagi menjadi beberapa sub bab. Sub bab sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi dengan latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, Kegunaan Penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini berisikan penjelasan dari beberapa teori tentang kualitas layanan, kepuasan, kepercayaan dan loyalitas nasabah, hasil teori didapatkan dari berbagai sumber-sumber referensi buku, jurnal skripsi, dan tesis yang mendukung kajian dan analisis yang penulis sampaikan, serta penelitian sebelumnya yang menjadi landasan penulis untuk melakukan penelitian ini.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang *setting* penelitian, *desain* penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, variable-variabel penelitian, Definisi operasional variable, instrument penelitian, teknik Analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini terdiri dari karakteristik Responden, Analisis deskriptif, uji validitas dan Reliabilitas, dan hasil analisis data.

BAB V : PENUTUP

Bab ini adalah bab terakhir dimana penulis menunjukkan keberhasilan tujuan dari penelitian. Kesimpulan juga menunjukkan hipotesis mana yang didukung dan mana yang tidak didukung oleh data. Saran-saran yang berisi keterbatasan dari penelitian yang telah digunakan dan saran bagi penelitian yang akan datang.