

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank BRI Syariah merupakan bank yang terpercaya banyak nasabah yang melakukan transaksi di bank BRI Syariah ini. Karena menabung dan melakukan transaksi di bank BRI Syariah aman dan menguntungkan bagi nasabah, selain itu juga bank BRI Syariah berlatar belakang islami baik dari segi pelayanan maupun produk-produk yang tersedia sehingga nasabah yang mayoritas muslim merasa nyaman di bank BRI Syariah. Banyak bank-bank syariah yang diminati oleh para nasabah sekarang untuk menyimpan dana dan melakukan transaksi di bank tersebut yang salah satunya adalah bank BRI Syariah yang kini telah tergabung dalam Bank Syariah Indonesia (BSI).

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan gabungan dari tiga bank besar syariah, yaitu bank BRI Syariah, Bank Mandiri Syariah, dan Bank BNI Syariah. Bank Syariah Indonesia (BSI) memiliki banyak anak cabang yang dulunya kantor-kantor lepas yang salah satunya adalah Bank BRI Syariah Kantor Cabang A. Rivai Palembang yang kini telah berganti menjadi BSI Kantor Cabang A. Rivai Palembang. Di Bank BSI Kantor Cabang A. Rivai Palembang ini banyak sekali nasabah yang menyimpan dana dan melakukan transaksi di bank ini.

Nasabah sekarang yang sudah pintar dalam memilih suatu bank dalam menyimpan dana dan melakukan transaksi, yang mana salah satu bank yang banyak diminati oleh nasabah yaitu Bank BSI KC A. Rivai Palembang ini (yang dulunya Bank BRISyariah KC A.Rivai Palembang). Dari keistimewaan Bank BSI

KC A. Rivai Palembang ini yang banyak diminati oleh nasabah dibuktikan dengan sejak tiga tahun yang lalu jumlah nasabah terus mengalami peningkatan. Peneliti telah mengumpulkan data dan perkembangan jumlah nasabah selama tiga tahun terakhir dalam bentuk tabel dan gambar grafik.

Tabel 1.1

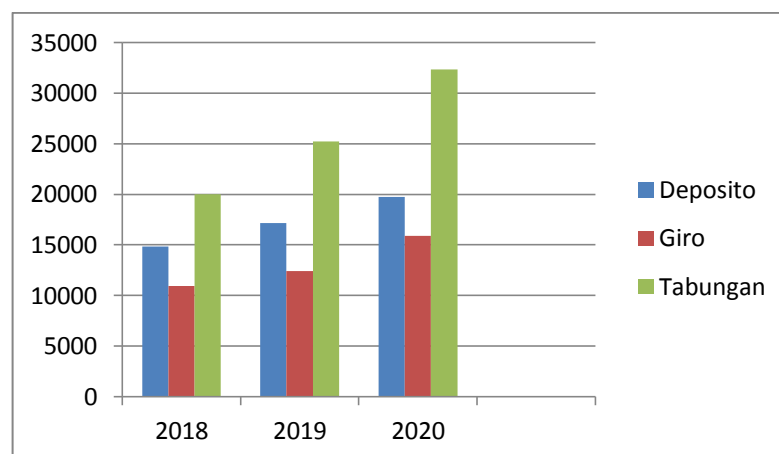
Perkembangan Jumlah Nasabah BSI KC A. Rivai Palembang

Keterangan	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020
Deposito	14824	17171	19743
Giro	10927	12413	15915
Tabungan	19986	25199	32312
Jumlah	45737	54783	67970

Sumber : BSI KC A. Rivai Palembang

Gambar 1.1

Grafik Perkembangan Jumlah Nasabah BSI KC A. Rivai Palembang



Sumber : Di olah oleh peneliti, 2021

Berdasarkan tabel 1.1 dan Gambar 1.1 pada tahun 2018 jumlah nasabah BRI Syariah KC A. Rivai Palembang pada produk Deposito sebanyak 14824

orang, produk Giro sebanyak 10927 orang, dan Produk tabungan sebanyak 19986 orang. Jumlah total keseluruhan nasabah pada tahun 2018 yaitu sebanyak 45737 orang nasabah. Dan pada tahun 2019 mengalami peningkatan jumlah nasabah, pada produk Deposito sebanyak 1717 orang, pada produk Giro sebanyak 12413 orang, dan produk Tabungan sebanyak 25199 orang. Total jumlah keseluruhan nasabah pada tahun 2019 sebanyak 54783 orang nasabah. Dan pada tahun 2020 jumlah nasabah mengalami peningkatan lagi, pada produk Deposito sebanyak 19743 orang, produk Giro sebanyak 15915 orang, dan produk Tabungan sebanyak 32312 orang. Total jumlah keseluruhan nasabah pada tahun 2020 sebanyak 67970 orang nasabah¹.

Dalam tiga tahun terakhir jumlah nasabah terus meningkat, hal itu membuktikan bahwa pada BRI Syariah KC A. Rivai Palembang sebelum berganti nama menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang A. Rivai Palembang memang sudah menunjukkan daya tarik tersendiri bagi nasabah. Hal itu membuktikan bahwa nasabah merasa puas pada Bank BRI Syariah KC A. Rivai Palembang atau yang dikenal sekarang dengan BSI KC A.Rivai Palembang. Dengan terciptanya suatu kepuasan bagi nasabah maka akan terjadi kemungkinan bahwa nasabah di BSI KC A.Rivai Palembang ini akan terus mengalami peningkatan setiap tahunnya.

Kepuasan harus dimiliki oleh setiap nasabah karena dengan merasa puas maka nasabah dapat dipastikan akan terus kembali melakukan transaksi di suatu bank tersebut. Kotler dalam (Candrianto) mengatakan kepuasan nasabah terjadi

¹ Hasil Dokumentasi Data Pada PT. Bank Syariah Indonesia KC A. Rivai Palembang

karena perasaan senang seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya². Pendapat itu juga didukung oleh Yazid dalam (Hidayati) mengemukakan kepuasan nasabah dapat terwujud dengan ketiadaan perbedaan antara harapan yang dimiliki dan kinerja yang senyatanya diterima³. Sedangkan Menurut Juran dalam (Muhamad Nizar) Kepuasan nasabah dapat terbentuk jika keadaan yang dicapai bila produk atau jasa sesuai dengan kebutuhan atau harapan nasabah dan bebas dari kekurangan⁴. Jadi kepuasan nasabah itu sendiri merupakan sebuah gambaran atau rasa yang didapat dari apa yang berikan oleh pihak bank.

Kepuasan nasabah bisa didapatkan dari beberapa hal seperti citra merek yang baik, kepercayaan nasabah terhadap bank, pelayanan prima yang di dapatkan nasabah, penanganan keluhan nasabah, komunikasi pemasaran, maupun faktor-faktor pendukung yang lainnya. Dari beberapa banyak hal pendukung sebagai menciptakan kepuasan nasabah, disini peneliti hanya memfokuskan pada variabel citra merek, kepercayaan, dan pelayanan prima sebagai hal yang dapat menciptakan kepuasan nasabah.

Dengan citra merek yang baik maka itu akan dapat menimbulkan kepuasan nasabah, kepuasan akan tercipta bila citra merek semakin terkenal dan orang akan merasa puas dengan citra merek yang sudah terjamin. Menurut Aaker dalam (Jhon Budiman Bancin) mengatakan dengan citra merek yang baik dan positif itu akan

² Candrianto, "*Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar*". (Malang : Literasi Nusantara 2021). Hlm 42

³ Hidayati Aprihatiningrum dkk, "*Loyalitas dan Kepuasan Konsumen: Tinjauan Teoritik*". (CMN : ciptapublishing 2021), hlm 79

⁴ Muhammad Nizar dan Badrus Sholeh, "*Pengaruh pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah*". *Jurnal Ekonomi Islam*, 2017. Hlm 265

menciptkan kepuasan bagi nasabah dan menguntungkan bagi perusahaan⁵. Pendapat Aaker itu juga di dukung oleh pendapat Tjiptono dalam (Jhon Budiman Bancin) yang mengatakan citra merek yang baik juga akan menciptakan nilai lebih atas fungsi dan manfaat potensial dari suatu merek terhadap nasabah⁶.

Selain citra merek ada faktor kepercayaan yang dapat membuat nasabah puas. Kepercayaan juga sangat berhubungan dengan citra merek, untuk mendapatkan citra merek yang baik maka bank juga harus mendapatkan kepercayaan nasabah terlebih dahulu. Tjiptono dalam (Rudy Harianto) mengatakan bahwa kepercayaan merupakan pondasi dari suatu bisnis pihak nasabah dan bank⁷. Kepercayaan nasabah terhadap bank sangat penting untuk kemajuan bank. Apabila tingkat kepercayaan nasabah terhadap bank tinggi maka nasabah akan selalu merasa puas dan terus menjadi mitra dan menjalin bisnis dengan bank tersebut, namun sebaliknya apabila tingkat kepercayaan nasabah terhadap bank rendah maka mungkin nasabah akan berhenti menjadi mitra dan meninggalkan bank tersebut dan beralih ke bank yang lain.

Selain dari citra merek dan kepercayaan ada juga faktor lain yang dapat membuat nasabah puas yaitu pelayanan prima. Pelayanan prima ini sangat berhubungan sekali pada kepercayaan, citra merek dan sampai untuk kepuasan nasabah. Pelayanan prima merupakan pelayanan yang ekstra yang di berikan bank terhadap nasabah. dalam melayani nasabah pihak bank harus memberikan pelayanan prima terhadap nasabah karena dengan itu dapat menghindari rasa

⁵ Jhon Budiman Bancin, "*Citra Merek dan Word Of Mouth*", (Surabaya : CV Jakad Media Publishing 2021), Hlm. 14

⁶ *Ibid* 14

⁷ Rudy Harianto, "*Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)*", (Pamekasan : Duta Media Publishing 2020), Hlm. 16

kecewa dari nasabah dan membuat nasabah merasa puas. Menurut Rahmyanti dalam (Wika Rinawati) mengatakan jika bank memberikan pelayanan prima atau layanan yang sangat baik dan melampaui harapan nasabah maka itu akan menciptakan kepuasan bagi nasabah⁸. Pelayanan prima ini sangat berhubungan dengan kepercayaan dari nasabah, karena dengan memberikan pelayanan prima terhadap nasabah maka akan menciptakan kepercayaan bagi nasabah dan dapat memberikan citra merek yang positif bagi bank. Dengan itu semua maka akan terciptalah suatu kepuasan bagi nasabah.

Berbicara mengenai hasil akhir yang di rasakan nasabah atau kepuasan nasabah, maka terdapat juga beberapa nasabah yang belum merasa puas terhadap kinerja atau layanan yang di berikan suatu perbankan. Seperti contoh kasus yang ada di objek dari penelitian peneliti yaitu di Bank BSI Kantor Cabang A. Rivai Palembang. Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan terhadap beberapa nasabah yang ada di Bank BSI KC A. Rivai Palembang ini ada beberapa nasabah yang mengatakan bahwa mereka belum sepenuhnya merasa puas terhadap bank BSI KC A. Rivai Palembang ini, karena masih terdapat beberapa pelayanan yang di berikan terhadap nasabah kurang maksimal, lamanya proses antrian ketika melakukan transaksi, mesin Atm juga belum terlalu banyak tersebar di daerah-daerah, serta lambatnya update informasi resmi terkait bank BSI KC A. Rivai Palembang ini⁹. Dari beberapa permasalahan tadi harusnya pihak bank segera menencari solusi agar nasabah yang ada tidak berpindah ke bank yang lain.

⁸ Wika Rinawati, "*Manajemen Pelayanan Makanan dan Minuman*", (Yogyakarta : UNY Press 2020), Hlm. 59

⁹ Hasil Wawancara Terhadap Nasabah Bank BSI KC A. Rivai Palembang

Beberapa hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara Citra Merek, Kepercayaan dan Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Nasabah, namun beberapa hasil penelitian lain juga menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara Citra Merek, Kepercayaan dan Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Nasabah. Beberapa hasil penelitian sebelumnya telah dikumpulkan oleh peneliti dalam bentuk tabel *Research Gap*.

Tabel 1.2

Research Gap

Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Nasabah

Variabel	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Nasabah	Citra Merek berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah	Syaifullah dan Mira (2018)
	Citra Merek tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah	Conny Sondakh (2016)

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2021

Hasil penelitian dari Syaifullah dan Mira (2018) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT Pegadaian (Persero) Batam¹⁰. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Conny Sondakh (2016)

¹⁰ Syaifullah dan Mira, “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT Pegadaian (persero) Batam”, JIM UPB Vol 6 No.2 2018 hlm.86

yang menyatakan bahwa Citra Merek tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Taplus BNI Cabang Manado¹¹.

Tabel 1.3

Research Gap

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah

Variabel	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah	Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah	Heri Setiawan dkk (2016)
	Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah	Thalia Claudia Mawey dkk (2018)

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2021

Hasil penelitian dari Heri Setiawan dkk (2016) mengatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Nasabah koperasi rejo agung cabang ngaliyan¹². Hasil penelitian sebelumnya berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Thalia Claudia Mawey dkk (2018)

¹¹ Conny Sondakh, “Kualitas Layanan, Citra Merek dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan Taplus BNI Cabang Manado”. 2016. Hlm.19

¹² Heri Setiawan dkk, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah Koperasi Rejo Agung Sukses Cabang Ngaliyan)”, Journal Of Management, Volume 2 No.2 Maret 2016

yang mengatakan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bank salutgo¹³.

Tabel 1.4

Research Gap

Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah

Variabel	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Pelayanan Prima terhadap kepuasan nasabah	terdapat pengaruh yang signifikan antara Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Nasabah	Ayu Farida dan Hardianawati (2019)
	pelayanan prima tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah	A . Ratna Sari & Luther Bela (2017)

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2021

Penelitian yang dilakukan oleh Ayu Farida dan Hardianawati (2019) mengatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Jakarta

¹³ Thalia Claudia Mawey dkk, “Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Salutgo”, Jurnal EMBA Vol.6 No.3 Juli 2018 hlm. Hal. 1198 - 1207

Pahlawan Revolusi Baru¹⁴. Hasil ini berbeda dengan hasil penelitian A. Ratna Sari dan Luther Bela (2017) yang menyatakan bahwa pelayanan prima tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BRI Syariah Makasar¹⁵.

Berdasarkan latar belakang dan research gap maka peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian lanjutan yang berjudul : **“Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan dan Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang A. Rivai Palembang ”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang A. Rivai Palembang ?
2. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang A. Rivai Palembang ?
3. Bagaimana pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang A. Rivai Palembang ?

C. Batasan Masalah

Batasan masalah sangat diperlukan dalam suatu penelitian dengan maksud agar penulisan penelitian ini lebih terarah dan tidak melebar dari topik, serta keterbatasan yang ada, dalam arti tidak terlalu luas atau terlalu

¹⁴ Ayu Farida dan Hardianawati, *“Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Mandiri (persero) Tbk Cabang Pahlawan Revolusi Baru”*, Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 3 No. 2. September 2019. 11 - 20

¹⁵ A. Ratna Sari dan Luter Bela, *“Pengaruh Standar Pelayanan Prima Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah BRISyariah Makasar”*. Volume 7, Nomor 2, Desember 2017: 292-307

sempit sehingga dapat mengenai sasarannya dan tidak menyimpang. Dalam penelitian ini, masalah dibatasi pada Citra Merek, Kepercayaan dan Pelayanan Prima Terhadap kepuasan Nasabah.

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari dilaksankannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Citra Merek Terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang A. Rivai Palembang.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kepercayaan Terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang A. Rivai Palembang.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Pelayanan Prima Terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang A. Rivai Palembang.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan memberikan sumbangan konseptual bagi peneliti sejenis maupun civitas akademika dalam rangka mengembangkan ilmu pengetahuan untuk kemajuan dunia pendidikan.
 - b. Penelitian diharapkan dapat memperkaya konsep dan teori yang mendukung perkembangan ilmu pengetahuan manajemen pemasaran.

Khususnya pengetahuan mengenai “pengaruh citra merek, kepercayaan dan pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah”.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Bank BSI KC A. Rivai Palembang

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi BSI KC A. Rivai Palembang dalam meningkatkan kualitas citra merek, kepercayaan dan pelayanan prima agar terciptanya kepuasan nasabah yang melakukan transaksi di BSI KC A. Rivai Palembang.

b. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian, dan untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh citra merek, kepuasan dan pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah khususnya di BSI KC A. Rivai Palembang.

c. Bagi Peneliti

Dapat meningkatkan pengetahuan, pengalaman dalam melakukan penelitian serta dapat menjadi media dalam mengaplikasikan dan mensosialisasikan semua pengetahuan yang didapatkan selama menjalani proses perkuliahan.

F. Sistematika Penulisan

Agar mudah dipahami lebih jelas lagi peneliti memberikan sistematika yang terdiri dari bab I sampai Bab V, yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini peneliti menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan serta manfaat dari penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini terdapat penjelasan dari landasan teori yang digunakan dalam penelitian untuk pengembangan hipotesis yang dimana bersumber dari buku jurnal, tesis, artikel ilmiah dan sebagainya.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini peneliti menjelaskan tentang jenis penelitian, populasi serta sampel penelitian, sumber data, variabel yang diteliti, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan hipotesis penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini terdapat penjelasan mengenai deskripsi objek penelitian, hasil pengujian dari analisis data dan pembahasan dari hasil penelitian yang dimana merupakan jawaban dari rumusan masalah.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian, saran-saran yang bermanfaat dan membangun bagi pihak Bank Syariah Indonesia.

