

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Sejak 2010, Unit Usaha BNI Syariah berubah menjadi bank umum syariah dengan nama PT Bank BNI Syariah. Bank BNI syariah telah mengalami kemajuan yang baik, BNI Syariah secara konsisten terus membukukan kinerja terbaik di industri perbankan syariah nasional. Pencapaian tersebut membuat BNI Syariah bertekad untuk tumbuh lebih baik lagi dan mewujudkan cita - cita menjadi “*Modern and Global Transactional Islamic Banking*”

Penelitian ini didorong adanya fenomena yakni bertambahnya jumlah nasabah pada tahun 2017 sebanyak 2.500.000 nasabah, sedangkan pada tahun 2018 jumlah nasabah meningkat menjadi 3.006.309 nasabah. Selain itu, dapat dilihat dari meningkatnya laba bersih pada tahun 2017 sebesar 10.6%, sedangkan pada tahun 2018 laba bersih perusahaan meningkat menjadi 35.7%.<sup>2</sup>

Karena tingkat persaingan yang tinggi, perusahaan perbankan harus memperhatikan pentingnya elemen kualitas hubungan (*relationship quality*) sebagai usaha untuk mempertahankan nasabah yang ada. Menjaga kualitas hubungan dengan nasabah ini merupakan upaya untuk mempertahankan nasabah yang telah ada. Karena pada umumnya, mempertahankan pelanggan lama jauh lebih sulit daripada mendapatkan

---

<sup>2</sup> <https://www.bnisyariah.co.id>

pelanggan baru. Maka memahami nasabah adalah hal yang harus dilakukan perusahaan perbankan agar nasabahnya tetap loyal dan tidak berpindah ke pesaing.

Dalam kegiatan bisnis, komunikasi menjadi sangat penting dan merupakan bagian dari bauran pemasaran. Karena itu, untuk mempertahankan pelanggan dan menarik pelanggan baru, perusahaan biasanya melakukan komunikasi pemasaran yang sesuai dengan karakter pelanggan sasaran, karena setiap orang memiliki karakter yang berbeda-beda. Komunikasi merupakan pemindahan informasi yang bisa dimengerti dari satu orang atau kelompok. Komunikasi yang terjadi dalam kelompok merupakan suatu mekanisme dasar di mana anggota-anggota menunjukkan kekecewaan dan rasa puas mereka. Oleh karena itu, komunikasi menyiarkan ungkapan emosional dari perasaan dan pemenuhan kebutuhan sosial. Komunikasi juga memberikan informasi yang diperlukan individu dan kelompok untuk mengambil keputusan dengan meneruskan data guna mengenali dan menilai pilihan-pilihan alternatif yang paling memungkinkan untuk diambil.<sup>3</sup>

Faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah adalah kepercayaan nasabah. Perusahaan perbankan sebaiknya mampu meyakinkan nasabahnya bahwa bank dapat mengelola dana nasabah dengan aman, sehingga timbul rasa percaya dari nasabah untuk mengelola dananya. Kepercayaan nasabah sempat diuji dengan maraknya kasus di

---

<sup>3</sup> Cepi Triatna. *Perilaku Organisasi dalam Pendidikan*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2015), hlm. 37

berbagai lembaga keuangan yang terjadi, seperti pembobolan dana nasabah, penipuan yang terjadi di *internet banking / mobile banking*. Kepercayaan penting bagi sebuah perusahaan, khususnya perusahaan jasa, karena perubahan tidak dapat membangun hubungan yang sebenarnya tanpa ada kepercayaan. Rotter dalam tulisannya “*A new Scale for the Measurement of Interpersonal Trust*”, secara sangat mendasar menyatakan, bahwa faktor yang sangat penting dalam mencapai efektivitas dalam organisasi sosial yang sangat kompleks adalah suatu keinginan untuk saling mempercayai diantara pihak-pihak yang mengadakan hubungan.<sup>4</sup>

Dalam konteks teori perilaku konsumen, kepuasan lebih banyak didefinisikan dari perspektif pengalaman konsumen setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa. Kepuasan nasabah juga dapat di definisikan, perasaan senang atau kekecewaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang

---

<sup>4</sup> Fitri Ningtyas dan Basuki Rachmad. 2011. Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, Penanganan Masalah dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat di Surabaya. *Journal of Business and Banking*. (Vol 1 No. 1), hlm. 52

sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan.<sup>5</sup>

Nasabah yang merasa puas akan semakin loyal terhadap perusahaan perbankan tersebut, seperti yang dilakukan oleh salah satu nasabah Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang melalui wawancara kepada Bapak Riatno yang telah menggunakan produk tabungan Bank BNI Syariah selama kurang lebih 3 tahun mengatakan bahwa Bank BNI Syariah tidak menggunakan sistem bunga yang menyebabkan terjadinya riba, karena bunga merupakan jenis riba yang diharamkan oleh Islam. Selain itu, pelayanan pada bagian *front liner* seperti *costumer service* maupun *teller* sama-sama memuaskan, dilihat dari karyawannya yang murah senyum, berbicara secara sopan dan lemah lembut kepada nasabah, berpenampilan rapi dan bersih, dan menggunakan jilbab bagi seluruh karyawan perempuan karena Bank BNI Syariah adalah Bank Syariah berbasis syariat Islam. Tetapi pada kenyataannya terlihat pada kantor cabang KM 12, dimana sering terjadi antrian panjang dikarenakan jumlah *costumer service* hanya ada 2 dan jumlah *teller* hanya ada 2 saja yang melakukan pelayanan sehingga menyebabkan nasabah mengantri lama, hal tersebut harus diperhatikan oleh Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang untuk memaksimalkan pelayanannya.

Loyalitas nasabah memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan nasabah berarti meningkatkan kinerja

---

<sup>5</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa, – Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, (Yogyakarta : Penerbit Andi, 2007), hlm. 24

keuangan juga mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini merupakan alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan nasabah.

Perusahaan perbankan harus memperhatikan pentingnya mempertahankan loyalitas nasabah oleh perusahaan melalui komunikasi, kepercayaan dan kepuasan. Bank BNI syariah merupakan salah satu perusahaan perbankan yang baik dalam mempertahankan loyalitas nasabahnya, hal ini dapat dilihat dari BNI Syariah meraih penghargaan terbaik di *Service Quality Award* (SQ Award) pada tahun 2019, dalam rangka memberikan pelayanan yang terbaik sesuai prinsip syariah, pelayanan nasabah BNI Syariah memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan bank syariah lain. Beberapa keunggulan ini diantaranya adanya survey kepuasan nasabah, program khusus hari pelanggan, himbuan sholat tepat waktu kepada segenap nasabah dengan menghentikan sejenak aktivitas layanan selama 15 menit saat waktu sholat, serta konsisten memberikan doa kebaikan untuk nasabah.<sup>6</sup>

Beberapa penelitian yang meneliti tentang loyalitas nasabah antara lain: penelitian yang dilakukan oleh Fitri Ningtyas dan Basuki Rachmad (2011) yang melakukan penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Muamalat di Surabaya. Menyimpulkan bahwa variabel kepercayaan dan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, sedangkan komitmen, komunikasi dan

---

<sup>6</sup> [https://www.bnisyariah.co.id/id-id/beranda/berita/siaranpers/ArticleID/1821/BNI%20Syariah%20Raih%20Penghargaan%20Terbaik%20di%20Service%20Quality%20Award%20\(SQ%20Award\)%202019](https://www.bnisyariah.co.id/id-id/beranda/berita/siaranpers/ArticleID/1821/BNI%20Syariah%20Raih%20Penghargaan%20Terbaik%20di%20Service%20Quality%20Award%20(SQ%20Award)%202019)

penanganan masalah tidak berpengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Selanjutnya, Zaidatul Muniroh (2017) yang melakukan penelitian mengenai pengaruh *relationship marketing* terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI Syariah Semarang. Menyimpulkan kepercayaan, komunikasi dan penanganan konflik berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, sedangkan komitmen dan kepuasan nasabah berpengaruh negatif terhadap loyalitas nasabah.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih produk tabungan yang ada di Bank BNI Syariah karena merupakan produk yang banyak digunakan oleh nasabah Bank BNI Syariah, salah satu produk yang banyak digunakan oleh nasabah Bank BNI Syariah yaitu produk tabungan BNI iB Hasanah. Tabungan BNI iB Hasanah merupakan salah satu produk unggulan pendanaan BNI Syariah, diantaranya dapat melakukan transaksi setoran tunai, penarikan, *autodebet*, pembayaran wakaf, listrik, telepon dan transaksi lainnya. Serta tabungan ini dapat digunakan di seluruh *merchant mastercard* seluruh dunia.<sup>7</sup> Pemilihan produk tabungan oleh nasabah seringkali didasarkan pada aspek informasi mengenai manfaat yang akan diperoleh dari produk bank tersebut.

Berdasarkan hasil dokumentasi sementara yang diambil dari wawancara kepada beberapa nasabah Bank BNI Syariah menuturkan bahwa keputusannya dalam menggunakan produk tabungan di Bank BNI

---

<sup>7</sup> <https://www.bnisyariah.co.id/id-id/beranda/berita/siaranpers/ArticleID/1310/bni-syariah-raih-empat-tahun-berturut-turut-top-brand-award-2018>

Syariah karena bebas biaya admin tanpa minimum saldo, tabungan syariah menggunakan sistem bagi hasil dan akad sesuai dengan ketentuan agama.

Penelitian ini memiliki perbedaan dibandingkan dengan penelitian lainnya, mulai dari variabel yang digunakan, data yang diambil dalam kurun waktu yang berbeda. Penelitian ini menggunakan data terbaru yaitu 10 tahun terakhir dari tahun 2010 sampai tahun 2019, sehingga hasil yang didapatkan akan lebih menggambarkan situasi perbankan syariah pada saat ini dan juga terdapat perbedaan pada populasi dan sampel yang diambil.

Berdasarkan fenomena diatas, mengindikasikan adanya *research gap* dari variabel independen yang mempengaruhi loyalitas nasabah, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 1.1**

***Research gap* Komunikasi terhadap Loyalitas Nasabah**

<b>Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
Sasanti Herdina Murti (2013)	Komunikasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas.
Yunita Arum Safitri (2011)	Komunikasi berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas.

*Sumber:* Diolah dari beberapa sumber, 2020

Penelitian yang dilakukan Sasanti Herdina Murti (2013) menunjukkan komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yunita Arum Safitri (2011) menunjukkan bahwa komunikasi tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

**Tabel 1.2**

**Research gap Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah**

<b>Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
Muhammad Bahrudin dan Siti Zuhro (2015)	Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.
Yunita (2011)	Kepercayaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan loyalitas nasabah.

Sumber: Diolah dari beberapa sumber, 2020

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Bahrudin dan Siti Zuhro (2015) menunjukkan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yunita (2011) menunjukkan bahwa kepercayaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan loyalitas nasabah.

**Tabel 1.3**

**Research gap Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah**

<b>Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
Roesdian Bayu Ardiyanto (2013)	Terdapat pengaruh positif antara kepuasan terhadap loyalitas nasabah.
Inka Janita (2014)	Kepuasan tidak memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas.

Sumber: Diolah dari beberapa sumber, 2020

Penelitian yang dilakukan oleh Roesdian Bayu Ardiyanto (2013) menunjukkan kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Inka Janita (2014) menunjukkan bahwa kepuasan tidak memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.

Bank BNI Syariah Kantor Cabang KM 12 Palembang adalah bank umum syariah yang menjalankan bisnis dengan prinsip syariah. Bank BNI Syariah memegang peranan penting dalam dunia perbankan syariah, itu terbukti dengan pertumbuhan aset yang cukup pesat serta jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga yang semakin mengukuhkan keberadaan Bank BNI Syariah di Indonesia. Bank BNI Syariah juga menerapkan pentingnya memberikan pelayanan yang terbaik bagi setiap nasabahnya dan selalu berusaha memahami kebutuhan dan keinginan nasabahnya. Dengan menawarkan berbagai macam produk-produk perbankan, Bank BNI Syariah berusaha untuk memuaskan dan memberi kemudahan pada setiap nasabahnya dalam melakukan transaksi-transaksi perbankan. Dalam menghadapi persaingan yang ketat, bank BNI Syariah Kantor Cabang KM 12 Palembang sangat mementingkan kualitas hubungan yang baik untuk meningkatkan komunikasi, kepercayaan dan kepuasan dalam menciptakan loyalitas nasabah, menciptakan loyalitas nasabah merupakan hal yang sangat penting karena loyalitas nasabah akan turut menentukan keberhasilan perusahaan.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Komunikasi, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan di Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dari latar belakang maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh komunikasi terhadap loyalitas nasabah tabungan pada Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang ?
2. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah tabungan pada Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang ?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah tabungan pada Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang ?
4. Bagaimana pengaruh komunikasi, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah tabungan pada Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang ?

## **C. Batasan Masalah**

Untuk menjaga agar penulisan skripsi ini lebih terarah dan fokus serta menghindari pembahasan yang menyimpang dari rumusan masalah yang hendak diteliti, maka penulis membatasi masalah dengan hanya melakukan penelitian pada Bank Umum Syariah dan responden yang dilakukan dalam penelitian ini adalah responden komunikasi, kepercayaan dan kepuasan di Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang. Dasar

pemilihannya adalah untuk memudahkan proses pengumpulan data dan menjaga kehomogenan data.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pengaruh komunikasi, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah dengan permasalahan atau pertanyaan penelitian berdasarkan pertanyaan maka tujuan penentuan ini sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh komunikasi terhadap loyalitas nasabah tabungan pada Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang.
2. Menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah tabungan pada Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang.
3. Menganalisis pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah tabungan pada Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang.
4. Menganalisis pengaruh komunikasi, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah tabungan pada Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

##### **Bagi Peneliti**

Untuk menambah penelitian dan memperluas wawasan mengenai pengaruh komunikasi, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas

nasabah tabungan Bank BNI Syariah KC KM12 Palembang, disamping itu juga untuk mendapat gelar keserjanaan S1.

### **Bagi Akademis**

Penelitian ini dapat memberikan informasi dalam pengaruh komunikasi, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang, serta sebagai masukan pada penelitian dengan topik yang sama pada masa akan datang.

### **Bagi Masyarakat**

Kepada masyarakat pengguna jasa perbankan sebagai bahan informasi dan untuk mengetahui pengaruh komunikasi, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang.

### **Bagi Perbankan**

Untuk memberi masukan yang berguna agar meningkatkan komunikasi, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah.

## **F. Sistematika Penulisan**

Sistematika ini sangat berguna untuk dapat memberikan gambaran secara jelas dan tidak menyimpang dari pokok-pokok permasalahan. Penelitian ini terdiri dari lima bab dengan sistematika penulisan yaitu:

### **BAB I            PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan tentang latar belakang masalah penelitian, perumusan masalah penelitian, tujuan dari penelitian, manfaat dari penelitian dan sistematika penulisan.

## **BAB II            LANDASAN    TEORI    DAN    PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Bab ini berisi tentang penjelasan dari beberapa teori dari sumber referensi buku atau jurnal yang relevan dengan permasalahan yang ingin diteliti, penelitian sebelumnya akan menjadi landasan bagi penulis untuk dapat melakukan penelitian ini serta kerangka pikir teoritis dan juga hipotesis penelitian yang akan diuji.

## **BAB III            METODE PENELITIAN**

Bab ini akan menjelaskan tentang setting penelitian, desain penelitian, sumber data dan jenis data, populasi penelitian dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, variabel-variabel penelitian serta teknik pengumpulan data (uji asumsi klasik dan uji hipotesis).

## **BAB IV            HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini terdiri dari gambaran umum mengenai objek penelitian, karakteristik responden, data deskriptif, hasil analisis data, hasil pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.

## **BAB V            PENUTUP**

Bab ini merupakan bab terakhir yang meliputi keberhasilan tujuan dari penelitian yang diteliti penulis. Kesimpulan juga menunjukkan hipotesis mana yang didukung oleh data dan

hipotesis mana yang tidak didukung oleh data. Saran-saran yang berisi keterbatasan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran bagi penelitian yang akan datang.