

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan suatu bank dapat dilihat dari loyalitas nasabah. Dalam hal ini loyalitas nasabah merupakan perilaku yang terkait dengan produk dan layanan bank (Peng & Moghavvemi, 2015). Produk dan layanan perbankan yang baik dapat mempertahankan pelanggan lama dimana dibutuhkan biaya yang lebih murah jika dibandingkan dengan biaya mencari pelanggan baru. Persaingan yang semakin ketat dan berkembangnya ekspektasi pelanggan mendorong perusahaan lebih memfokuskan pada upaya mempertahankan pelanggan yang ada. Loyalitas mengacu pada komitmen setiap konsumen untuk membeli kembali produk dan layanan yang disukai secara konsisten di masa depan. Zeithaml *et al.*, (1996) dalam Amin, Isa, & Fontaine (2013) mengatakan bahwa seseorang dapat mengukur loyalitas dengan melihat dari jumlah nasabah yang terus membeli produk perbankan karena sikap positif yang dihasilkan produknya untuk mereka. Oleh karena itu loyalitas didefinisikan sebagai sikap dan perilaku.

Terdapat dua dimensi yang mengukur loyalitas nasabah yaitu perilaku dan sikap. Loyalitas terhadap perilaku nasabah mengacu pada perilaku pembelian kembali, dimana nasabah menyukai merk atau layanan tertentu, sedangkan loyalitas terhadap sikap mencerminkan keadaan emosional dan psikologis nasabah

untuk membeli kembali dan untuk merekomendasikan kepada orang lain (Reichheld, 1993) dalam Amin, Isa, & Fontaine (2013).

Keberhasilan jangka panjang dan reputasi suatu bank tergantung pada loyalitas nasabah. Nasabah selalu benar dan pencapaian loyalitas adalah prinsip utama bagi bisnis. Gronholdt *et al.*, (2000) dalam Sabir *et al.*, (2014) mengatakan bahwa perusahaan dengan strategi harga rendah memiliki loyalitas yang jauh lebih tinggi dari yang diharapkan dari kepuasan nasabah. Dari sisi lain, perusahaan yang menggunakan banyak energi untuk branding memang memiliki kepuasan nasabah yang tinggi tetapi mereka tidak memiliki loyalitas yang tinggi. Ketika nasabah loyal terhadap bank, nasabah akan tetap menggunakan pada bank yang sama, melakukan pembelian layanan baru dengan bank, dan merekomendasikan layanan bank kepada orang lain. Di sisi lain, ketika nasabah merasa tidak puas dengan layanan atau produk bank, ia akan berfikir negatif tentang bank tersebut dan beralih ke bank lain.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, loyalitas nasabah dipengaruhi oleh kepuasan nasabah. Hasil dari penelitian Fitri Ningtyas & Basuki Rachmad (2012) menunjukkan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat di Surabaya. Dalam hal ini peneliti sama halnya dengan yang diteliti oleh Fitri Ningtyas & Basuki Rachmad (2012) tetapi pada nasabah Bank Syariah Mandiri di Indonesia dengan melihat pengaruh kepuasan terhadap loyalitas Bank Syariah Mandiri, dengan cara membagikan kuesioner secara acak. Kinerja layanan atau produk sama atau di atas harapannya, maka kepuasan akan terjamin, sebaliknya kinerja layanan atau produk di bawah ekspektasi, maka

nasabah merasa tidak puas (Oliver, 1980) dalam Peng & Moghavvemi (2015). Nasabah yang puas lebih cenderung merekomendasikan bank kepada orang lain (Reichheld, 1993) dalam Peng & Moghavvemi (2015). Suatu faktor yang dapat mempertahankan loyalitas nasabah terhadap perbankan syariah yaitu dari faktor bagi hasil dan dengan prinsip non ribawi yaitu tidak ada unsur riba dalam mengelola keuangan (<http://www.tribun.news.com>).

Motivasi utama yang menekankan semakin tingginya kepuasan nasabah mengarah ke posisi persaingan yang lebih kuat yang menghasilkan pangsa pasar dan laba yang lebih tinggi. Kepuasan nasabah dianggap sebagai penentu signifikan dari penjualan berulang, pengalaman yang positif, dan loyalitas nasabah. Nasabah yang merasa puas akan kembali dan membeli lebih banyak dan mereka akan memberi tahu kepada orang lain tentang pengalaman mereka tentang pelayanan dan produknya.

Data yang didapat dari sumber Top Brand Award menunjukkan presentase penggunaan layanan dari beberapa Bank Syariah yang ada di Indonesia, tersaji pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1  
TOP BRAND AWARD DALAM KATEGORI LAYANAN PERBANKAN  
SYARIAH KATEGORI TABUNGAN SYARIAH 2017-2019

<b>BANK</b>	<b>TBI (2017)</b>	<b>TBI (2018)</b>	<b>TBI (2019)</b>	<b>TOP</b>
<b>BRI Syariah</b>	22,9%	27,5 %	29,1 %	TOP
<b>Bank Syariah Mandiri (BSM)</b>	26,1%	27,6 %	21,2 %	TOP
<b>BNI Syariah</b>	15,2%	27,0 %	20,0 %	TOP
<b>Bank Muamalat</b>	13,3%	4,2 %	4,7 %	
<b>Bank BCA</b>	3,8 %	6,5 %	15,14 %	

Sumber: Olahan data (<http://www.topbrand-award.com/>)

Tabel 1.1 di atas dapat dijelaskan bahwa penggunaan tabungan syariah tahun 2017 sampai dengan 2019 berbeda pada setiap perbankan Syariah. Persentase paling tinggi adalah Bank Syariah Mandiri tahun 2017 sebesar 26,1%, Sedangkan ditahun 2019 mengalami penurunan sebesar 21,2% Penurunan persentase drastis inilah yang menjadi alasan mengapa saya meneliti Bank Syariah Mandiri yang dua tahun sebelumnya meningkat menjadi menurun terjadi fluktuatif hal ini terjadi karena adanya faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap layanan perbankan syariah, perbankan syariah harus dapat mempertahankan nasabahnya dengan cara mengembangkan strategi baru untuk memuaskan para nasabahnya dan agar dapat bertahan dalam industri perbankan syariah yang kompetitif. Peringkat kedua diperoleh BRI Syariah dengan persentase 22,9% tahun 2017 dan mengalami kenaikan ditahun 2018 sebesar 27,5% dan tahun 2019 sebesar 29,1% persentase tertinggi. Peringkat ketiga ini adalah BNI Syariah dengan presentase 15,9% 2017, tahun 2018 BNI Syariah mengalami kenaikan dengan presentase 27,0% dan mengalami penurunan sebesar 20,0 % tahun 2019. Peringkat keempat adalah Bank Muamalat tahun 2017 persentase sebesar 13,3% dan mengalami penurunan pada tahun 2018 sebesar 4,2 %, tahun 2019 mengalami kenaikan sebesar 4,7 %. Peringkat kelima adalah Bank BCA Syariah dengan persentase 3,8 % tahun 2017 mengalami peningkatan tahun 2018 sebesar 6,5%, mengalami kenaikan tahun 2019 sebesar 15,5%.

Alasan lain mengapa saya memilih penelitian Bank Syariah Mandiri adalah memiliki keunggulan sebagai berikut menjamin kepuasan pelanggan, jaminan perlindungan simpanan nasabah, peningkatan kualitas layanan nasabah program

pelibatan nasabah, kemudahan akses informasi dan jaringan layanan perbankan, pusat pengaduan nasabah, bebas biaya administrasi, memberikan penawaran menarik kepada nasabah dan sudah diberikan banyak penghargaan.

Faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah selain kepuasan nasabah ada juga faktor kualitas layanan. Kualitas layanan sebagai faktor penting dalam keberhasilan bisnis apapun. Kualitas layanan telah banyak digunakan untuk mengevaluasi kinerja layanan perbankan. Bank memahami bahwa nasabah akan loyal jika mereka diberikan layanan yang lebih besar daripada pesaing mereka menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan penilaian global atau sikap yang berkaitan dengan layanan tertentu, kesan keseluruhan pelanggan tentang inferioritas atau superioritas relatif dari organisasi dan layanannya. Kualitas layanan sebagai bentuk sikap yang dihasilkan dari perbandingan harapan layanan dan kinerja. Menurut Parasuraman *et al.*, (1985) dalam Peng & Moghavvemi (2015). Kualitas layanan yang tinggi akan menghasilkan kepuasan, loyalitas nasabah, dan kemauan yang lebih besar untuk merekomendasikan kepada orang lain, pengurangan keluhan dan peningkatan tingkat retensi nasabah.

Islam mengajarkan kepada kita bahwa harus bersabar terhadap pekerjaannya apa yang kita kerjakan harus dilakukan dengan kesabaran. Ayat ini akan berkaitan dengan kualitas layanan agar dalam pekerjaan pelayanan ini kita diharapkan memberikan kesabaran layanan nasabah. Seperti firman Allah SWT dalam surat An-Nahl ayat 96 yang berbunyi:

وَلَنَجْزِيَنَّهُمُ الَّذِيْنَ صَبَرُوا أَجْرَهُمْ بِأَحْسَنِّ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ

Artinya: “Dan sesungguhnya Kami akan memberi balasan kepada orang-orang yang sabar dengan pahala yang lebih dari apa yang mereka kerjakan”.

Dalam surat An-Nahl ayat 96 keterkaitan dengan kualitas layanan adalah dengan menerapkan kesabaran dalam memberikan pelayanan kepada nasabah karena sabar merupakan bagian dari iman dan kesabaran dalam pelayanan terhadap nasabah sangat berhubungan dengan keimanan dan amal shalih seseorang, jika diibaratkan kedudukannya kepala yang merupakan bagian terpenting untuk dimiliki oleh tubuh kita, maka tiada artinya jika keimanan kita tanpa adanya kesabaran dalam diri kita.

Bank adalah lembaga intermediasi harus bisa memantau kepuasan nasabahnya melalui kualitas pelayanan yang baik yang dapat menarik perhatian nasabah. Karena apabila nasabah puas maka nasabah akan loyal dalam membeli produk. Oleh karena itu bank harus bisa mementingkan kualitas pelayanannya agar dapat terus bertahan dalam bisnisnya. Kualitas pelayanan sangat berpengaruh pada kepuasan nasabah dan dampaknya juga akan berpengaruh pada kepercayaan nasabah dan kemudian terdorong untuk menimbulkan loyalitas nasabah yang akan menguntungkan bagi bank itu sendiri (<http://www.sindonews.com>).

Berdasarkan uraian di atas maka diajukan sebuah skripsi yang berjudul “PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI DI SURABAYA”.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dijabarkan di atas, maka untuk perumusannya sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas Bank Syariah Mandiri di Surabaya?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Surabaya?
3. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh signifikan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri di Surabaya.
2. Untuk menganalisis pengaruh signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Surabaya
3. Untuk menganalisis pengaruh signifikan kepuasan nasabah terhadap loyalitas Bank Syariah Mandiri di Surabaya.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Bagi Peneliti

Diharapkan dapat memecahkan permasalahan yang ada dilingkungan masyarakat sebelum terjun ke dunia kerja yang sebenarnya dan menambah pengalaman dan sarana latihan dan sarana menambah pengetahuan wawasan terkait bidang perbankan.

## 2. Manfaat bagi STIE Perbanas Surabaya

Hasil Penelitian ini dapat menjadi sumber referensi pembelajaran bagi mahasiswa lainnya yang akan mengadakan penelitian sejenis di masa yang akan datang.

## 3. Manfaat bagi Perbankan

Hasil penelitian ini diharapkan ke depannya bank dapat dijadikan sebagai sumber informasi untuk pengembangan dan untuk pertimbangan evaluasi strategi yang dirancang oleh Bank Syariah.

## 4. Manfaat bagi Peneliti Berikutnya

Dapat dijadikan acuan untuk mengembangkan penelitian dengan sama yang melibatkan variabel kualitas layanan, kepuasan nasabah, loyalitas nasabah.

### **1.5 Sistematika Penulisan Skripsi**

Sistematika penulisan skripsi adalah sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika laporan.

#### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini mengemukakan tentang hasil penelitian terdahulu yang akan dijadikan rujukan pada penelitian ini, landasan teori, kerangka pemikiran terdahulu, kerangka pemikiran penulis, dan hipotesis penelitian.



### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang metode penelitian ini, baik dari seluruh proses pengumpulan data sampai kepada gambaran teknik analisis data yang akan digunakan.

### **BAB IV: GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

Bab ini menjelaskan tentang gambaran subyek penelitian yaitu pengaruh kualitas layanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah bank syariah mandiri di surabaya, analisis data, pengujian hipotesis, dan pembahasan uji data.

### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini menyimpulkan hasil dari pembahasan data yang telah dianalisis, keterbatasan penelitian, dan saran untuk penelitian selanjutnya

