

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang masalah**

Sekarang ini di era modern lembaga keuangan di Indonesia mempunyai peran penting dalam menyeimbangkan berbagai ekonomi keuangan di Indonesia. Dari yang konvensional hingga berbasis syariah, terbukti dengan banyaknya jumlah lembaga keuangan yang sekarang ini di Indonesia. Peran penting tersebut untuk menyeimbangkan fungsi bank sebagai lembaga yang dapat menghimpun semua penyaluran dana masyarakat secara efektif dengan berdasarkan ekonomi yang mendukung peningkatan taraf hidup rakyat. Peran lembaga keuangan di Indonesia yakni bertujuan untuk pembangunan nasional, sehingga lembaga perbankan di Indonesia mampu berfungsi secara sehat, wajar dan efisien serta mampu melindungi dana masyarakat yang dititipkan kepada bank. Di Indonesia ini sekarang terdapat dua jenis perbankan, yakni perbankan berbasis konvensional dan perbankan berbasis syariah. Bank konvensional didalam bank masyarakat Indonesia sudah sangat dikenal, yang kegiatannya ini berdasarkan pada pembayaran bunga dan muncul berkembang pesat pertama kali di Indonesia. Sedangkan bank syariah sendiri merupakan bank yang menjalankan fungsinya sebagai kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. (Leninkumar, 2017) ini mendefinisikan kepuasan sebagai sikap, penilaian dan respons emosional yang ditunjukkan oleh konsumen setelah proses pembelian. Ini merupakan indikasi senang dengan suatu produk atau layanan. kepuasan pelanggan menurut (Putri et al., 2018) adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah

membandingkan kinerja produk yang dipikirkan dengan kinerja yang diharapkan (atau hasil). Dari definisi jika layanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan pelanggan dan jika ekspektasi ditetapkan terlalu rendah, maka konsumen akan merasa tidak puas dan kecewa, jika kinerja sesuai dengan harapan maka pelanggan akan merasa puas, yaitu diberikan melampaui harapan, maka pelanggan akan merasa bahagia dan sangat puas. Pertumbuhan bank syariah di Indonesia ini sudah banyak bermunculan. Kehadiran bank syariah di Indonesia ini diharapkan dapat sangat berpengaruh kepada sistem ekonomi islam yang menjadi suatu keinginan bagi setiap di negara islam. Kehadiran bank syariah ini sangat diharapkan berpengaruh dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat di Indonesia dalam memanfaatkan jasa perbankan yang selama ini masih didominasi oleh sistem bunga. Banyaknya bank berbasis syariah di Indonesia ini tentu saja sangat memicu terjadinya persaingan sehat antar bank. Persaingan tersebut tidak hanya antar bank konvensional dengan bank syariah saja, namun juga antar instansi bank syariah. Keadaan itu tentu saja menuntut bank syariah untuk ekstra lagi meningkatkan kinerjanya tersebut.

Bank Syariah Mandiri merupakan salah satu bank syariah di Indonesia yang mendapat perhatian khusus, baik bagi pemerintah maupun masyarakat luas dengan berbagai macam produk dan jasa yang ditawarkan serta kebijakan yang dilakukan. Kehadiran BSM sejak tahun 1999 menjadi salah satu bank syariah terbesar yang membawa angin segar terhadap perekonomian Indonesia. Hal itu tentu menjadi nilai positif tersendiri bagi Bank Syariah Mandiri (BSM) untuk memberikan pelayanan terbaik bagi masyarakat lebih luas lagi. Pada tahun 2019

Bank Mandiri Syariah (BSM) mendapatkan penghargaan dikancah Internasional. Bank syariah mandiri memborong 3 penghargaan sekaligus dari lembaga riset keuangan berbasis di Hongkong. Ketiga penghargaan tersebut adalah penghargaan Islamic bank of the year 2019, Indonesia best Islamic retail bank dan Indonesia best Islamic trade finance bank. Ketiga penghargaan tersebut diserahkan oleh Editor of the Asset, Chito Santiago dan diterima oleh Direktur Wholesale Bank Syariah Mandiri Kusman Yandi dan senior executive vice presiden syariah mandiri Anton Sukarna.

Oleh karena itu loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan menjadi sangat penting dari perusahaan yang akan berdampak positif dan baik kepada pelanggan serta pelanggan tersebut akan loyal kepada perusahaan tersebut. loyalitas merupakan tujuan dari bank syariah untuk meningkatkan loyalitas tersebut. Disamping itu, kepuasan pelanggan juga menjadi faktor penting utama dalam menentukan strategi perusahaan yang dimana untuk menghadapi persaingan yang menyebabkan perusahaan harus menempatkan kepuasan pelanggan sebagai tujuan utamanya. tetapi bank syariah belum bisa menempatkan nasabahnya untuk percaya terhadap apa yang telah mereka tawarkan kepada nasabahnya. Sehingga belum menjadi penentu suksesnya pemasarannya. kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai ringkasan reaksi kognitif dan afektif terhadap insiden layanan atau hubungan layanan jangka panjang (Asadpoor & Abolfazli, 2017) Suatu kinerja apabila tidak memenuhi ekspektasi, maka pelanggan akan merasa tidak puas, begitu juga sebaliknya, dan jika kinerja melebihi suatu ekspektasi, maka pelanggan akan sangat puas atau senang. Kepuasan pelanggan menurut Zeithaml, Bitner dalam

Jasfar (2012: 19) adalah “perbandingan antara persepsi pelanggan terhadap jasa yang akan diterima dan harapannya sebelum menggunakan produk atau jasa”. Menurut Griffin dan Shopiah (2013:104) menyatakan bahwa “loyalty is defined as non random purchase expresses over timed by some decision making unit”. Berdasarkan definisi tersebut dapat dijelaskan bahwa loyalitas mengacu pada perilaku dari pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terus menerus terhadap barang dan jasa dari suatu perusahaan yang dituju. Menurut hurriyati dan oliver (2005) menyatakan bahwa “loyalitas adalah komitmen konsumen yang bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali dan pembelian ulang produk barang dan jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang. Meskipun pengaruh situasi dan usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku”.

Berdasarkan uraian tersebut, bahwa penulis ingin melakukan penelitian lebih lanjut tentang **“ANALISIS HUBUNGAN ANTARA CITRA MEREK, KEPERCAYAAN KUALITAS LAYANAN, KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA BANK SYARIAH MANDIRI DI SURABAYA”**.

### **1.2 Perumusan masalah**

1. Apakah Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bank Mandiri Syariah di Surabaya.
2. Apakah Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bank Mandiri Syariah di Surabaya

3. Apakah Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bank Mandiri Syariah di Surabaya
4. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bank Mandiri Syariah di Surabaya
5. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bank Mandiri Syariah di Surabaya
6. Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bank Mandiri Syariah di Surabaya

### **1.3 Tujuan penelitian**

Sesuai dengan latar belakang perumusan masalah, maka tujuan yang di inginkan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis signifikansi pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan pada pengguna Bank Syariah Mandiri di Surabaya
2. Menganalisis signifikansi pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan pada pengguna Bank Syariah Mandiri di Surabaya
3. Menganalisis signifikansi pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan pada pengguna Bank Syariah Mandiri di Surabaya
4. Menganalisis signifikansi pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan pada pengguna Bank Syariah Mandiri di Surabaya
5. Menganalisis signifikansi pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bank Mandiri Syariah di Surabaya
6. Menganalisis signifikansi pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bank mandiri Syariah di Surabaya

#### **1.4 Manfaat penelitian**

Sebagai uraian permasalahan yang telah dikemukakan di atas, maka manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti

Dapat digunakan untuk menambah kemampuan dan wawasan berfikir dan dapat menerapkan ilmu yang telah didapatkan oleh penulis sehingga dapat dibandingkan dengan kondisi lapangan yang sudah ada.

2. Bagi perusahaan

Dapat memberikan informasi bagi Bank Syariah Mandiri sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan untuk mengatasi masalah yang berkaitan dengan loyalitas dan kepercayaan dalam menyusun kepuasan pelanggan.

3. Bagi instansi perusahaan

Penelitian ini dapat diharapkan menjadi bahan evaluasi dalam analisis pemasaran perusahaan Bank Syariah Mandiri agar bisa mendapatkan konsumen dengan loyalitas yang tinggi serta dapat menciptakan strategi pemasaran menjadi pemuasan kebutuhan konsumen dan membentuk struktur kerja yang baik untuk kedepannya.

4. Bagi STIE PERBANAS Surabaya

Penelitian ini dapat menambah wawasan ilmu di perpustakaan dan bisa dijadikan pedoman perbandingan bagi mahasiswa lain yang akan melakukan penelitian dimasa yang akan datang.

## **1.5 Sistematika Penelitian**

Dalam bagian ini, untuk mempermudah cara penulisan, maka akan dijelaskan bagaimana isi yang akan diterangkan dari masing-masing bab secara teratur dan sistematis, adapun sistematika penulisan proposal penelitian adalah sebagai berikut

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini akan menguraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

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

Dalam bab ini dikemukakan penelitian terdahulu yang memuat kesimpulan, persamaan dan perbedaan dengan penelitian sekarang dan menjabarkan teori-teori yang digunakan sebagai dasar pembahasan masalah yang diteliti, dan memuat kerangka pemikiran untuk memperkuat penelitian, selain itu di bab ini juga memuat hipotesis yang diajukan dalam penelitian yang merupakan dugaan sementara terhadap hasil penelitian yang dilakukan.

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

Dalam bab ini diuraikan mengenai metode yang digunakan penelitian ini, yang meliputi rencana penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional serta pengukuran variabel, populasi,

sampel, dan teknik pengambilan sampel, instrument penelitian, data dan metode pengumpulan data , uji validitas dan realibilitas instrument penelitian, serta teknik analisis data.

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

BAB IV Menjelaskan tentang gambaran subyek analisis data, penelitian dan pembahasan

#### **BAB V : PENUTUP**

BABV menjelaskan tentang kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian dan saran

