

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara berkembang yang mayoritas penduduknya memeluk agama Islam. Mayoritas penduduk yang beragama Islam ini, menjadikan Indonesia sebagai pangsa pasar yang potensial dalam perkembangan lembaga keuangan. Terlebih lagi pada era globalisasi ini banyak lembaga keuangan baik bank maupun non bank yang muncul. Dan proses globalisasi memberikan pengaruh terhadap pertumbuhan dan perkembangan industri perbankan di Indonesia. Perkembangan tersebut ditandai dengan banyaknya bank dengan berbagai macam produk pelayanan yang ditawarkan kepada nasabahnya.

Bank menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.¹ Sedangkan Bank Islam atau yang disebut dengan Perbankan Syariah adalah bank yang beroperasi tidak mengandalkan bunga. Bank umum syariah adalah bank yang melakukan kegiatan usaha atau beroperasi berdasarkan prinsip syariah dan tidak mengandalkan pada bunga dalam memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran.

¹ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 9.

Bank Syariah diatur dalam Undang-Undang No. 21 tahun 2008 pasal 1 ayat 7 tentang Perbankan Syariah. Dalam peraturan tersebut diatur prinsip yang menyertai bank syariah. Prinsip syariah dalam Undang-Undang didefinisikan sebagai prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa dibidang syariah.² Masyarakat muslim yang menggunakan jasa perbankan syariah menganggap bahwa bunga adalah riba. Hal ini secara tegas dinyatakan dalam Al-Qur'an yaitu dalam Surat Al-Baqarah ayat 278-279³, yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ
(٢٧٨) فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِن تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُؤُوسُ
أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ (٢٧٩)

“Hai orang-orang yang beriman bertaqwalah kepada Allah Swt dan tinggalkanlah sisa riba (yang belum dipungut), jika kamu orang-orang yang beriman. Maka jika tidak melakukannya (meninggalkan sisa riba) maka ketahuilah bahwa Allah Swt dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertobat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu, kamu tidak menganiaya dan tidak pula di aniaya”.

Tujuan utama bank adalah guna menciptakan dan mempertahankan nasabahnya. Dengan semakin meningkatnya persaingan dalam bisnis perbankan menuntut setiap bank untuk selalu berusaha memperhatikan

² Amalia Nuril, Dedi Suselo & Ayuna Balqis, *Pengaruh Variabel Makro Ekonomi Terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah Indonesia*, (Tulungagung: Akademia Pustaka, 2017), hlm. 13-14.

³ Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Jakarta: Doa Ibu Jakarta, 2002), hlm. 76.

kebutuhan dan keinginan nasabah. Di samping itu, bank juga berusaha memenuhi apa yang mereka harapkan dengan cara-cara yang lebih memuaskan dari yang dilakukan perusahaan pesaing.

Semakin tingginya tingkat persaingan antar bank tersebut, maka setiap bank harus berusaha meningkatkan kemampuan daya saingnya, karena keuntungan yang didapat oleh suatu bank yaitu dari produk-produk yang ada dan yang sangat mudah diungguli oleh bank lain. Salah satu unsur daya saing yang betul-betul mengunggulkan suatu bank sebagai suatu perusahaan dalam bidang jasa adalah mutu pelayanan melalui peningkatan kualitas sumber daya manusia yang dapat ditunjukkan melalui kinerja karyawan, penggunaan teknologi yang canggih, perbaikan sistem, prosedur dan lainnya. Selain itu, perbankan syariah harus selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah dan juga berusaha dalam memenuhi harapan nasabah.

Dengan kenyataan seperti ini, bank dituntut untuk terus melakukan inovasi dalam hal produknya dan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Produk dan jasa yang tidak memenuhi kualitas pelanggan dengan sangat mudah ditinggalkan dan akhirnya pelanggan beralih ke perusahaan/bank lain. Untuk mengantisipasi hal tersebut, tentunya perusahaan akan mengutamakan harga yang tepat, kualitas produk yang layak dan pelayanan yang berorientasi pada pelayanan yang mengutamakan kepuasan nasabah.

Menurut Handi Irawan, faktor kepuasan nasabah ada lima, yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, emosi dan kemudahan.⁴ Kepuasan pelanggan atau nasabah sendiri adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (*perceived*) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan atau nasabah. Perasaan puas atau tidak puas itu sebenarnya muncul ketika kita membandingkan antara yang kita harapkan dengan yang kita rasakan. Jika yang dirasakan sama atau lebih baik dari yang diharapkan, pelanggan atau nasabah bisa dikatakan PUAS (*satisfaction*), namun jika yang dirasakan lebih rendah dari yang diharapkan, pelanggan atau nasabah bisa dikatakan TIDAK PUAS (*dissatisfaction*).⁵

Faktor pertama dari kepuasan nasabah adalah kualitas produk. Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Dari definisi di atas dapat disimpulkan kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk yang dapat ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan konsumen.⁶

Faktor kedua dari kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Bagi pelanggan kualitas pelayanan adalah menyesuaikan diri dengan spesifikasi yang dituntut pelanggan. Pelanggan memutuskan bagaimana kualitas yang

⁴ Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2002), hlm. 37-39.

⁵ Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran: Jelajahi dan Rasakan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2005), hlm. 13.

⁶ Kotler dan Armstrong, *Prinsip-prinsip Marketing. Edisi Ketujuh*, (Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2004), hlm. 283.

dimaksud dan apa yang dianggap penting. Pelanggan atau nasabah mempertimbangkan suatu kualitas pelayanan. Untuk itu kualitas dapat dideteksi pada persoalan bentuk, sehingga dapat ditemukan, kualitas pelayanan merupakan bentuk dari sebuah janji dan kualitas adalah tercapainya sebuah harapan dan kenyataan sesuai komitmen yang telah ditetapkan sebelumnya.

Industri Perbankan Syari'ah merupakan industri jasa yang dari waktu ke waktu akan memperbaiki kualitas layanannya. Karena karakteristik jasa terletak pada kecepatan, kemudahan pelayanan dan keamanan. Maka layanan kecepatan dan kemudahan pelayanan harus terus dikembangkan menggunakan bantuan teknologi yang semakin canggih. Hal terpenting bagi nasabah adalah kemudahan memperoleh informasi keuangan dan bertransaksi online secara cepat, mudah dan aman. Dan bagi bank Syariah Mandiri sangat penting untuk mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan bank, agar bisa terus meningkatkan kualitas layanannya.⁷

Ketika konsumen sudah merasa puas, maka pembelian ulang akan dilakukan dan itu akan memberikan profit perusahaan, karena kepuasan konsumen dapat menciptakan loyalitas pelanggan serta kesetiaan pelanggan. Griffin menyatakan bahwa "*loyalty is defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit*" dapat didefinisikan bahwa loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit

⁷ Yulian Belinda Ambarwati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Central Asia (BCA) Tbk Cabang Undaan Surabaya", *Jurnal Akuntansi AKRUAL* 6 (1) (2014): 83-103 e-ISSN: 2502-6380, hlm 86.

pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus-menerus terhadap barang atau jasa dari suatu perusahaan yang dipilih.⁸

Untuk mendapatkan loyalitas nasabah tentunya bagi pihak manajemen jasa bank perlu mengetahui kepuasan nasabahnya. Salah satunya bisa diimplementasikan saat para nasabah bisa mengetahui dan menggunakan fasilitas yang dimiliki sehingga memuaskan mereka. Ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tergantung pada kinerja produk. Peningkatan loyalitas adalah stimulant paling penting bagi kinerja perbankan jangka panjang serta kualitas pelayanan maupun kepercayaan nasabah serta kepuasan nasabah yang bisa ditunjukkan sebagai kunci keberhasilan menjaga loyalitas nasabah. Beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas adalah *Satisfaction, Image, Trustworthines* dan *Importance of relationship*. Diantara keempat faktor tersebut, faktor kepuasan merupakan faktor yang paling penting dan paling banyak diteliti saat ini.⁹

Tabel 1.1
Data Perkembangan Jumlah Nasabah Tabungan Di Bank Syariah Mandiri Tulungagung

Tahun	Jumlah Nasabah
2015	8.854
2016	10.071
2017	11.255
2018	12.491

Sumber: Data Nasabah di Bank Syariah Mandiri

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat dilihat perkembangan jumlah nasabah tabungan di Bank Syariah Mandiri Tulungagung setiap tahunnya

⁸ Jill Griffin, *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, (Jakarta: Erlangga, 2005), hlm 5.

⁹ Lili Suryati, *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*, (Sleman: Deepublish, 2015), hlm 95-96.

selalu meningkat dari tahun ke tahun. Dari tahun 2015 sampai tahun 2016 peningkatan jumlah nasabah sebanyak 1.217, dari tahun 2016 sampai tahun 2017 peningkatan jumlah nasabah tabungan sebanyak 1.184 orang, dan dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2018 peningkatan jumlah nasabah tabungan sebanyak 1.236.

Dalam penelitian ini, penulis memilih Bank Syariah Mandiri Tulungagung sebagai obyek penelitian karena bank tersebut merupakan salah satu industri perbankan dengan mengaplikasikan sistem syaria'ah yang sampai sekarang masih eksis dan semakin banyak diminati oleh masyarakat dari tahun 2009 sampai sekarang. Dan pada tahun ini 2019, PT Bank Syariah Mandiri Tbk (BSM) kembali mencetak prestasi di kancah Internasional. Bank Syariah Mandiri berhasil memborong tiga penghargaan sekaligus dari lembaga riset keuangan berbasis di Hongkong, *The Asset Triple A*. Ketiga penghargaan tersebut antara lain, penghargaan *Islamic Bank of the Year 2019*, *Indonesia Best Islamic Retail Bank* dan *Indonesia Best Islamic Trade Finance Bank*.¹⁰

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening di Bank Syariah Mandiri Tulungagung”**

¹⁰ <https://www.google.com/amp/s/m.republika.co.id/amp/pu3u0t423> ,diakses tanggal 11 Oktober 2019, pukul 12.55 WIB.

B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah

Identifikasi masalah merupakan penjelasan tentang kemungkinan-kemungkinan bahasan yang dapat muncul dalam penelitian ini. Berdasarkan latar belakang diatas dapat diidentifikasi beberapa masalah yang ada terkait dengan pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan serta loyalitas nasabah tabungan pada Bank Syariah Mandiri Tulungagung. Kualitas pelayanan dalam melayani nasabah memang sangat diperlukan guna untuk membentuk suatu perasaan puas nasabah. Jika kualitas pelayanan yang diberikan melebihi harapan nasabah, maka kepuasan maksimal dapat terjadi. Kualitas produk juga berperan dalam meningkatkan kepuasan nasabah, apabila produk yang digunakan nasabah baik, maka kepuasan dapat terjadi. Apabila kepuasan nasabah sudah terjadi, maka akan menimbulkan loyalitas nasabah dan pembelian ulang akan dilakukan.

Dalam penelitian yang akan dikaji, penulis memfokuskan penelitian pada variabel yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen dan variabel dependen yakni loyalitas nasabah serta variabel intervening yaitu kepuasan nasabah. Objek yang menjadi penelitian adalah nasabah tabungan Bank Syariah Mandiri Tulungagung. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan Bank Syariah Mandiri Tulungagung.

C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah tabungan di Bank Syariah Mandiri Tulungagung?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah tabungan di Bank Syariah Mandiri Tulungagung?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan di Bank Syariah Mandiri Tulungagung?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan di Bank Syariah Mandiri Tulungagung?
5. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan di Bank Syariah Mandiri Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan judul, latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian adalah:

1. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah tabungan di Bank Syariah Mandiri Tulungagung.
2. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah tabungan di Bank Syariah Mandiri Tulungagung.
3. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah tabungan di Bank Syariah Mandiri Tulungagung.

4. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah tabungan di Bank Syariah Mandiri Tulungagung.
5. Untuk menguji pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah tabungan di Bank Syariah Mandiri Tulungagung.

E. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi tambahan pengetahuan dan referensi yang berkaitan dengan pemasaran mengenai perilaku konsumen terkait dengan kepuasan dan loyalitas nasabah.

2. Secara Praktis

1) Bagi pihak Bank:

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan positif bagi bank, serta memberikan sumbangan pemikiran kearah perbaikan dari kekurangan-kekurangan yang dianggap sebagai penghambat dalam pencapaian tujuan instansi.

2) Bagi Akademik:

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam menambah perbendaharaan kepustakaan di IAIN Tulungagung sebagai referensi keilmuan dalam hal kualitas produk dan layanan perbankan dalam memberikan kepuasan nasabah sehingga menciptakan loyalitas nasabah tabungan.

3) Bagi peneliti selanjutnya:

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya, terutama untuk penelitian yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah.

F. Penegasan Istilah

Definisi operasional dimaksudkan untuk menjabarkan variable-variabel yang timbul dari suatu penelitian ke dalam indikator-indikator yang lebih terperinci. Adapun definisi operasional secara konseptual dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara Konseptual

a. Variabel Independen (Bebas)

Variabel bebas atau independen dalam penelitian ini ada dua, yaitu sebagai berikut:

1) Kualitas Produk (X_1)

Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.¹¹

¹¹ Kotler dan Amstrong, "*Prinsip-prinsip Marketing. Edisi Ketujuh*" ..., hlm 283.

2) Kualitas Pelayanan (X_2)

Kualitas pelayanan adalah suatu kegiatan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan prinsip; lebih mudah, lebih baik, cepat, tepat, akurat, ramah, sesuai dengan harapan pelanggan. Kualitas pelayanan juga dapat diartikan sebagai kegiatan pelayanan yang diberikan kepada seseorang atau orang lain, organisasi pemerintah maupun swasta sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.¹²

b. Variabel Dependen (Terikat)

Variabel bebas atau independen dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1) Loyalitas Nasabah (Z)

Griffin menyatakan bahwa *“loyalty is defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit”* dapat didefinisikan bahwa loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus-menerus terhadap barang atau jasa dari suatu perusahaan yang dipilih.¹³

c. Variabel Intervening (Y)

Variabel Intervening dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

¹² Yulian Belinda Ambarwati, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Central Asia (BCA) Tbk Cabang Undaan Surabaya”, *Jurnal Akuntansi AKRUAL* 6 (1) (2014): 83-103 e-ISSN: 2502-6380, hlm 86.

¹³ Jill Griffin, *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* ..., hlm 5.

1) Kepuasan Nasabah (Y)

Variabel intervening dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pelayanan dari Bank. Kepuasan pelanggan atau nasabah adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (*perceived*) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan atau nasabah. Perasaan puas atau tidak puas itu sebenarnya muncul ketika kita membandingkan antara yang kita harapkan dengan yang kita rasakan.¹⁴

2. Secara Operasional

Penelitian ini bermaksud untuk menguji pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan bank terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah.

G. Sistematika Penulisan

Untuk dapat menyampaikan gambaran yang jelas mengenai penelitian ini, maka disusunlah suatu sistematika pembahasan yang berisi informasi dan hal-hal yang dibahas di setiap bab.

Bagian awal berisi tentang halaman sampul depan judul, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran dan abstrak. Sistematika penulisan ini dibagi menjadi enam bab sebagai berikut :

¹⁴ Taufiq Amir, *DINAMIKA PEMASARAN: Jelajahi dan Rasakan...*, hlm 13.

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi tentang pendahuluan yang meliputi : (a) latar belakang masalah, (b) identifikasi dan pembatasan masalah, (c) rumusan masalah, (d) tujuan penelitian, (e) manfaat penelitian, (f) penegasan istilah, (g) sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Landasan teori terdiri dari: (a) landasan teori, (b) penelitian terdahulu, (c) kerangka konseptual, (d) hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Berisi tentang : (a) pendekatan dan jenis penelitian, (b) populasi, sampling dan sampel penelitian, (c) sumber data, variabel dan skala pengukuran, (d) teknik pengumpulan data dan instrument penelitian

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian terdiri dari: (a) hasil penelitian (yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis), (b) temuan penelitian

BAB V : PEMBAHASAN

Pembahasan tentang hasil penelitian yang terkait dengan tema penelitian. Dengan artian pada bab ini dilakukan

pembahasan dengan cara analisis hasil temuan melalui teori, penelitian terdahulu dan teori yang ada.

BAB VI : PENUTUP

Dalam bab ini dikemukakan kesimpulan dari hasil pembahasan dan memberikan saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan serta saran/rekomendasi.