

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia perbankan di Indonesia sangat pesat, dinamis dan modern, baik dari segi ragam produk perbankan serta kualitas pelayanan dan teknologi yang dimiliki. Perbankan semakin mendominasi perkembangan ekonomi dan bisnis suatu negara, tidak hanya di negara maju tetapi juga di negara berkembang.

Dengan adanya persaingan yang ketat antara bank terjadi perubahan dalam bisnis perbankan. Perubahan ini disebabkan adanya perubahan permintaan pelayanan dari nasabah, perubahan teknologi, dan adanya pesaing baik dari antara bank maupun dari perusahaan keuangan non bank lainnya yang mengharuskan bank mengembangkan strategi pertahanan untuk menghindari kehilangan nasabah.

Kepercayaan nasabah merupakan sebuah jenis refleksi emosional bagi perdagangan.² Hal tersebut tergantung pada tingkat pemenuhan produk yang diharapkan atau layanan manfaat, serta tingkat konsistensi harapan dan hasil aktual. Apabila nasabah mengharapkan suatu pelayanan pada tingkat tertentu, dan dirasakannya pelayanan yang diterima lebih tinggi dari apa yang diharapkannya dan tetap menggunakan produk atau pelayanan tersebut, maka nasabah tersebut dapat dikatakan percaya.

²Stefanus, T. 2008. Analisa Kesenjangan Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Nasabah Pengunjung Plaza Tunjungan Surabaya *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi* . (Vol 14 No 2)

Demikian pula apabila nasabah mengharapkan suatu tingkat pelayanan tertentu, dan pada kenyataan nasabah tersebut merasakan bahwa pelayanan yang diterimanya sesuai dengan harapannya, maka nasabah tersebut dapat dikatakan puas. Sebaliknya, bila kualitas pelayanan yang diterima lebih rendah dari kualitas pelayanan yang diharapkan, maka nasabah tersebut tidak akan dikatakan sebagai nasabah yang tidak puas sehingga nasabah tersebut tidak akan percaya terhadap suatu pelayanan atau dengan kata lain kecewa.

Kepuasan konsumen adalah perasaan seseorang yang puas atau sebaliknya setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa.³ Kepuasan konsumen dan kepercayaan konsumen tentang suatu harapan akan membentuk suatu ingatan dalam membentuk suatu ingatan dalam benak konsumen.

Melalui pelanggan yang loyal perusahaan bisa mendapatkan pelanggan baru. Hal tersebut dikarenakan salah satu perilaku pelanggan yang loyal yaitu merekomendasikan perusahaan yang bersangkutan kepada orang lain.⁴ Maka dari itu, seseorang pelanggan yang loyal akan menjadi aset yang sangat berharga bagi perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci untuk menciptakan loyalitas pelanggan, karena pelanggan yang puas akan cenderung loyal.⁵

Bagi setiap Badan Usaha, layanan merupakan faktor penting dalam

³Kotler, Philip, 2002. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Bahasa Indonesia, Jilid I dan II. Jakarta : PT.Prenhalindo. Hlm 36

⁴Griffin, Jil. 2005. *Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan kesetiaan Pelanggan*. Alih Bahasa Dr. Dwi Kartini Yahya, Jakarta; Erlangga hlm 31

⁵Aryani, Dwi. 2010. Pengaruh Kualitas layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*. (Vol 17 No.2)

usaha untuk membentuk loyalitas kepada para pelanggannya. Bila pelanggan merasa tidak puas dapat menyebabkan pelanggan tersebut pindah ke Badan Usaha lainnya, sehingga akan merugikan Badan Usahatersebut.

Konsep kualitas layanan telah menjadi faktor yang sangat dominan terhadap keberhasilan organisasi, baik organisasi profit maupun non profit. Karena apabila nasabah atau konsumen merasa bahwa kualitas layanan yang diterimanya baik atau sesuai harapan, maka akan merasa puas, percaya dan mempunyai komitmen menjadi nasabah. Nasabah yang puas, percaya dan berkomitmen terhadap barang / jasa, maka akan dengan mudah membentuk niatnya dalam membeli ulang. dan berkecenderungan akan mempersering pembelian barang / jasa, serta semakin loyal terhadap barang / jasa tersebut. Pada akhirnya terbentuklah hubungan jangka panjang antara konsumen dengan produsen. Konsekuensi keterkaitan ini maka kedua belah pihak dituntut untuk konsisten terhadap keterhubungan tersebut.⁶

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen.

Penelitian ini akan mengukur kuatnya pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah pada industri perbankan, tepatnya pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tulungagung.

Selain itu, Bank Syariah Mandiri yang bergerak dalam bisnis jasa

⁶Tjiptono Fandy. 2012. *Manajemen Jasa*. Malang : Yogyakarta: Andi ffset. Hlm 111

perbankan yang berdasarkan pada asas kepercayaan, sehingga masalah kualitas layanan menjadi faktor yang sangat menentukan keberhasilan bisnis ini. Dalam menciptakan loyalitas dengan nasabah merupakan salah satu cara mencapai tujuan perusahaan. Karena loyalitas nasabah akan turut menentukan keberhasilan perusahaan. Oleh karena itu penulis mencoba meneliti pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan komitmen terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka judul penelitian ini berjudul **”Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tulungagung)”** .

B. Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tulungagung?
2. Bagaimana pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tulungagung ?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tulungagung ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tulungagung.
2. Untuk menganalisis kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tulungagung.
3. Untuk menganalisis kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tulungagung.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kegunaan atau manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Bagi perusahaan, sebagai pertimbangan dan pemasukan untuk lebih meningkatkan jumlah pelanggan, terutama yang berhubungan dengan kepercayaan, kepuasan, dan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah sehingga bisa meningkatkan jumlah pengguna jasa perusahaan tersebut.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Untuk mengetahui penerapan teori yang diperoleh di bangku kuliah dengan realita yang terjadi di lapangan, mengenai masalah-masalah yang ada tentang kepercayaan, kepuasan, dan kualitas layanan serta loyalitas nasabah.

b. Bagi dunia perbankan

Untuk memberi masukan yang berguna agar meningkatkan, kepercayaan dan kepuasankualitas layanan terhadap loyalitas nasabah.

c. Bagi Akademis

Menambah hasanan penegetahuan dalam pengaruh, kepercayaan, kepuasan, kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tulungagung.

E. Ruang Lingkup

Dalam Penelitian ini, variabel yang digunakan adalah tentang pengaruh kepercayaan, kepuasan, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah studi pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tulungagung.

F. Definisi Operasional

1) Variabel Independen(Bebas)

Variabel independen adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). ⁷Variabel bebas (independen) dalam penelitian ini adalah: Kepercayaan (X1), Kepuasan (X2), Kualitas pelayanan (X3).

⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D*, (Bandung: ALFABETA, 2014), hlm. 38

2) Variabel Dependen (Terikat)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat (dependen) dalam penelitian ini adalah Loyalitas Nasabah (Y).

G. SistematisPenulisan

Adapun sistematika dari penulisan tugas akhir ini yaitu terdiri dari 6 bab yang masing-masing dirincikan beberapa sub bab, yaitu sebagai berikut:

BABI PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menguraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BABII LANDASANTEORITIK

Bab ini berisikan penjelasan dari beberapa teori yang dipakai untuk melandasi pelaksanaan penelitian dari berbagai sumber-sumber referensi buku atau jurnal yang mendukung kajian dan analisis yang penulis sampaikan, serta penelitian sebelumnya yang menjadi landasan penulis untuk melakukan penelitian ini.

BABIII METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang desain penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, variable- variable penelitian, teknik pengumpulan data.

BABIV HASIL PENELITIAN

Bab ini terdiri dari gambaran umum obyek penelitian, hasil analisis data, hasil uji hipotesis.

BABV PEMBAHASAN PENELITIAN

Bab ini adalah bab tentang pembahasan merupakan pengungkapan makna lebih mendalam atas hasil pengolahan data yang di analisis.

BABVI PENUTUP

Bab ini diuraikan tentang kesimpulan dan saran yang menjadi penutup dari pembahasan penelitian.