

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

Dalam bab ini peneliti menguraikan beberapa penjelasan mengenai latar belakang pentingnya penelitian ini dilakukan, rumusan masalah dan pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

#### **A. Latar Belakang Penelitian**

Sejak didirikannya Bank Muamalat pada tahun 1991 sebagai Bank Syariah pertama di Indonesia, banyak bermunculan bank-bank syariah lainnya. Tercatat hingga Juni 2015, jumlah Bank Syariah sebanyak 195, yang terdiri dari 12 Bank Umum Syariah (BUS), 22 Unit Usaha Syariah (UUS) dan 161 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), dengan jumlah kantor sebanyak 2.881 kantor (bi.go.id). Semakin bertambahnya jumlah Bank Syariah, dapat mengindikasikan minat masyarakat terhadap Bank Syariah masih tinggi. Untuk menjawab kepercayaan nasabah terhadap Bank Syariah tersebut, Bank Syariah perlu untuk meningkatkan kualitas layanan agar dapat terciptanya kepuasan yang berujung pada loyalitas nasabah (Bei & Chiao, 2001). Wisniewski (2001) juga menjelaskan bahwa kualitas layanan yang baik, dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang dapat menguntungkan perusahaan. Penelitian empiris lainnya juga menemukan bahwa kualitas layanan berhubungan negatif dengan *switching intention* dari pelanggan (Martins *et al.*, 2013; Han *et al.*, 2011; Zhang, 2009).

Kualitas layanan merupakan sebuah ruh dalam menentukan masa depan sebuah perusahaan jasa, tak terkecuali perbankan syariah. Melihat sifat dari jasa yang unik dan berbeda dengan perusahaan manufaktur, perusahaan jasa perlu untuk mempersiapkan strategi layanan yang baik. Untuk itu setiap perusahaan jasa wajib memperhatikan fungsi-fungsi manajemen dengan baik, agar pelayanan yang diberikan dapat memuaskan para pelanggannya. Kualitas layanan menurut Parasuraman *et al.* (1985), dapat diukur dengan 5 dimensi *service quality* (*SERVQUAL*) yaitu, *reliability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *tangibles* (bukti langsung), *empathy* (empati) dan *responsiveness* (daya tanggap), yang kemudian disingkat menjadi *RATER*. Namun dalam perbankan syariah Othman & Owen (2002) telah menambahkan satu dimensi lagi dari *SERVQUAL* yaitu *compliance* (pemenuhan) yang kemudian disingkat menjadi *CATER*.

Maksud dari *compliance* disini adalah kepatuhan terhadap hukum-hukum dasar dalam bermuamalah. Artinya, produk yang ditawarkan oleh bank syariah harus sesuai dengan hukum dan prinsip-prinsip Islam. Penelitian mengenai kualitas layanan perbankan syariah belum banyak yang menggunakan *compliance* dalam mengukur kualitas layanan yang diberikan bank syariah kepada nasabah. Penelitian sebelumnya hanya menggunakan 5 dimensi kualitas layanan dari Parasuraman yaitu *RATER*, sehingga esensi kualitas layanan dari perbankan syariah belum mencakup secara keseluruhan. Melihat budaya organisasi yang dibangun oleh perbankan syariah merupakan budaya yang Islami, maka perlu untuk menambahkan *compliance* sebagai aspek untuk menilai kualitas layanan

perbankan syariah. Untuk itu, dalam penelitian ini, peneliti menambahkan *compliance* sebagai aspek penilaian kualitas layanan dalam perbankan syariah.

Layanan yang diberikan perbankan syariah bertujuan untuk meningkatkan kepuasan nasabah yang berujung pada loyalitas dari nasabah tersebut. Banyaknya perbankan di Indonesia mendorong persaingan yang semakin ketat baik bank yang berskala nasional maupun internasional. Sejalan dengan pendapat Alfansi & Sargean (2000), yang mengatakan bahwa semakin berkembangnya industri perbankan di Indonesia, maka persaingan antar bank semakin ketat. Dalam menghadapi persaingan ini, pihak bank harus meningkatkan kualitas layanan, teknologi dan SDM. Hal ini dilakukan pihak bank agar nasabah dapat loyal terhadap bank tersebut dan tidak beralih menggunakan jasa bank lain. Sebelum nasabah menjadi loyal terhadap sebuah bank, pihak bank perlu untuk membuat nasabah menjadi puas dengan layanan yang diberikan oleh pihak bank. Kepuasan nasabah tersebut akan berujung pada loyalitas nasabah. Sejalan dengan penelitian oleh Lariviere *et al.* (2016) yang mengatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan yang berujung pada meningkatnya *shareholder value*.

Nasabah yang loyal secara langsung dapat menguntungkan bank syariah. Nasabah yang loyal akan merekomendasikan orang lain, baik keluarga maupun temannya untuk menggunakan jasa Bank Syariah. Pelanggan yang memiliki loyalitas yang tinggi akan lebih toleran terhadap kesalahan yang dilakukan penyedia layanan dan akan membayar lebih untuk tetap menggunakan produk dan layanan dari perusahaan (Haumann *et al.*, 2014; Bawa *et al.*, 2013; Anderson &

Swaminathan, 2011). Melihat pentingnya loyalitas dan *switching intention* dari nasabah bank, penelitian ini akan melihat anteseden dari kedua variabel penting tersebut. Penelitian ini akan dilakukan di lima Bank Syariah dengan tingkat loyalitas nasabah yang tinggi berdasarkan indeks loyalitas penabung, seperti yang ditunjukkan dalam tabel 1.1 dibawah ini:

**Tabel 1.1. Lima Bank Syariah Berdasarkan Loyalitas Penabung**

Peringkat	Nama Bank
1	Bank Muamalat
2	Mandiri Syariah
3	CIMB Niaga Syariah
4	BCA Syariah
5	Bank Mega Syariah

Sumber: Arif & Nurasiah (2015)

Banyak peneliti telah membuktikan pengaruh positif kualitas layanan dapat menciptakan kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah (Vankateswarlu *et al.*, 2015; Casidy, 2014; Bawa *et al.*, 2013; Kaura & Datta, 2012; Jamal & Anastasiadou, 2009; Bei & Chiao, 2001). Namun, penelitian yang mengkhususkan pada kualitas layanan bank syariah dengan menambahkan *compliance* sebagai dimensi pengukurannya belum banyak mendapatkan perhatian. Penelitian ini akan menguji kembali kualitas layanan Bank Syariah yang menambahkan dimensi *compliance* seperti yang disarankan oleh Othman & Owen (2002). Penelitian oleh Han *et al.* (2011) menemukan bahwa kualitas layanan berhubungan negatif dengan *switching intention*. Untuk itu, tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui anteseden dari loyalitas dan *switching*

*intention* nasabah Bank Syariah, dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel pemediasi.

## **B. Rumusan Masalah**

Terdapat beberapa permasalahan dalam penelitian ini yang dibagi dalam beberapa bagian. Pertama, kepuasan nasabah menjadi langkah pertama timbulnya loyalitas nasabah. Dalam perusahaan jasa kualitas layanan merupakan faktor utama perusahaan dalam membentuk daya saing yang tinggi, sehingga kualitas layanan yang dibangun oleh Bank Syariah akan membentuk kepuasan dari nasabah. Kedua, sebelum nasabah loyal terhadap sebuah produk atau perusahaan, nasabah tersebut akan merasakan kepuasan terlebih dahulu, sehingga kepuasan nasabah merupakan anteseden terbentuknya loyalitas nasabah. Selain itu, nasabah yang merasakan puas atas kualitas layanan Bank Syariah, cenderung tetap menggunakan layanan dari bank tersebut dan enggan berpindah ke bank lain. Permasalahan terakhir dalam penelitian ini yaitu, pengukuran kualitas layanan dari Bank Syariah yang menambahkan *compliance* sebagai dimensi pengukurannya, akan mempengaruhi loyalitas dan *switching intention* nasabah bank secara langsung.

## **C. Pertanyaan Penelitian**

Dari uraian latar belakang dan penelitian terdahulu yang telah menjadi bukti empiris dalam literatur penelitian, maka peneliti akan merumuskan beberapa rumusan masalah yang akan dijawab dalam penelitian ini yang diharapkan akan

memberikan kontribusi positif bagi pembaca dan perbankan syariah yaitu sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan yang diberikan karyawan Bank Syariah berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah?
2. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah?
3. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh negatif terhadap *switching intention* nasabah Bank Syariah?
4. Apakah kualitas layanan yang diberikan karyawan Bank Syariah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah?
5. Apakah kualitas layanan yang diberikan karyawan Bank Syariah berpengaruh negatif terhadap *switching intention* nasabah Bank Syariah?

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

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis hubungan antar variabel, serta menguji peran variabel pemediasi yaitu kepuasan nasabah Bank Syariah yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis apakah kualitas layanan yang diberikan karyawan Bank Syariah berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah.
2. Untuk menguji dan menganalisis apakah kepuasan nasabah Bank Syariah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah.

3. Untuk menguji dan menganalisis apakah kepuasan nasabah Bank Syariah berpengaruh negatif terhadap *switching intention* nasabah Bank Syariah.
4. Untuk menguji dan menganalisis apakah kualitas layanan yang diberikan karyawan Bank Syariah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah.
5. Untuk menguji dan menganalisis apakah kualitas layanan yang diberikan karyawan Bank Syariah berpengaruh negatif terhadap *switching intention* nasabah Bank Syariah

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

Dilihat dari rumusan masalah dan tujuan penelitian maka penelitian ini diharapkan memiliki manfaat sebagai berikut :

1. Untuk Manajemen Bank.

Hasil penelitian yang dilakukan, diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak manajemen Bank Syariah mengenai strategi kualitas layanan yang diberikan karyawan Bank Syariah agar dapat menciptakan loyalitas nasabah dan menjadi solusi dalam menangani *switching intention*. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan menjadi dasar untuk penyempurnaan dan perbaikan kekurangan yang masih ada serta mempertahankan yang sudah baik.

2. Untuk Pembaca.

Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan acuan dan referensi bagi penelitian selanjutnya. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat

memperkaya wawasan keilmuan bagi peneliti dan pembaca tentang perbankan syariah, sebagai kontribusi pemikiran terhadap manajemen pemasaran bank.