

BAB II

KERANGKA TEORI

A. Landasan Teori

1. Teori Behavior

Teori Behavior merupakan sebuah teori yang dicetuskan oleh Gage dan Berliner tentang perubahan tingkah laku sebagai hasil dari pengalaman. Kemudian teori ini berkembang menjadi aliran psikologi belajar yang berpengaruh terhadap pengembangan teori pendidikan dan pembelajaran yang dikenal sebagai aliran behavioristik. Aliran ini menekankan pada terbentuknya perilaku yang tampak sebagai hasil belajar.

Behaviorisme tidak mau mempersoalkan apakah manusia baik atau jelek, rasional atau emosional, behaviorisme hanya ingin mengetahui bagaimana perilakunya dikendalikan oleh faktor-faktor lingkungan. Dalam arti teori belajar yang lebih menekankan pada tingkah laku manusia. Memandang individu sebagai makhluk reaktif yang memberi respon terhadap lingkungan.

Konsep loyalitas pelanggan lebih banyak dikaitkan dengan perilaku (*Behavior*). Loyalitas/kesetiaan pelanggan mencerminkan niatan berperilaku (*intended behavior*) berkenaan dengan suatu produk atau jasa. Niatan berperilaku di sini mencakup kemungkinan pembelian mendatang atau pembaharuan kontrak jasa atau sebaliknya, juga seberapa mungkin pelanggan akan beralih ke penyedia layanan atau merek lainnya (Selnes, 2003).

Menurut Getty dan Thompson (2004) kesetiaan pelanggan dapat diukur dengan perilaku dan sikap. Ukuran pertama mengacu perilaku

pelanggan pada pengulangan untuk memperoleh atau membeli kembali barang/jasa yang pernah dinikmati. Sedangkan ukuran sikap mengacu pada sebuah intensitas untuk memperoleh kembali dan merekomendasikan kepada orang lain.

Pelanggan yang loyal atau setia adalah orang yang melakukan pembelian ulang dari perusahaan yang sama, serta memberikan informasi yang positif kepada pihak potensial lain dari mulut ke mulut. Agar pelanggan tetap loyal, maka perusahaan harus meyakinkan pelanggannya bahwa perusahaan tersebut mampu memberikan produk atau jasa yang bernilai secara terus menerus.

2. Loyalitas

Loyalitas nasabah adalah kesetiaan nasabah terhadap produk-produk perbankan yang ditandai dengan dilakukannya pemakaian suatu produk perbankan secara berulang tanpa terpengaruh situasi serta berbagai strategi pemasaran untuk berpindah ke produk atau jasa perbankan lain karena sudah memiliki keyakinan dan sikap positif secara subjektif maupun objektif atas produk atau jasa perbankan tersebut (Ratnasari, 2011). Senada dengan Ratnasari, (Musanto, 2004) mengemukakan bahwa loyalitas adalah dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk/jasa yang dihasilkan oleh badan usaha.

Loyalitas pelanggan merupakan perilaku melakukan pengulangan pembelian atau pengulangan menggunakan jasa atas dasar kepuasan dan percaya terhadap perusahaan tersebut. Dalam Utomo (2006) memberikan definisi mengenai Loyalitas (loyalitas jasa), yaitu derajat sejauh mana

seorang konsumen menunjukkan perilaku pembelian berulang dari suatu penyedia jasa, memiliki suatu desposisi atau kecenderungan sikap positif terhadap penyedia jasa, dan hanya mempertimbangkan untuk menggunakan penyedia jasa ini pada saat muncul kebutuhan untuk memakai jasa ini.

Dari definisi yang disampaikan Gramer dan Brown, konsumen yang loyal tidak hanya seorang pembeli yang melakukan pembelian berulang, tetapi juga mempertahankan sikap positif terhadap penyedia jasa. Loyalitas merupakan komitmen yang didasari dari diri sendiri tanpa adanya paksaan untuk melakukan pembelian ulang dimasa mendatang dalam jangka waktu yang lama meskipun terdapat tawaran menarik dari pesaing untuk berpindah merek.

Dalam hal perusahaan perbankan, loyalitas akan membuat nasabah memiliki perilaku yang bersifat memberikan rekomendasi untuk mengajak orang lain untuk menggunakan jasa bank tersebut, nasabah menggunakan segala produk atau jasa yang disediakan oleh perusahaan tersebut, nasabah menjadikan bank tersebut sebagai pilihan pertama dalam jasa keuangan, dan nasabah memiliki perilaku membicarakan hal-hal yang membuatnya puas terhadap jasa bank tersebut. Menurut Supriyatmini (2005) loyalitas disini dapat diukur dengan menggunakan 3 indikator yaitu :

- 1) *Repeat*, yaitu apabila nasabah membutuhkan barang atau jasa yang disediakan oleh penyedia jasa yang bersangkutan.
- 2) *Retention*, yaitu nasabah tidak terpengaruh jasa yang diberikan oleh pihak lain.

- 3) *Refferal*, yaitu apabila jasa yang diterima memuaskan, maka nasabah akan memberitahukan kepada pihak lain, dan sebaliknya apabila ada ketidakpuasan atas pelayanan yang diterima ia tidak akan bicara kepada pihak lain, tapi justru akan memberitahukan layanan yang kurang memuaskan tersebut kepada pihak penyedia dana.

3. *Shariah Governance*

Shariah governance adalah penggabungan antara konsep *good corporate governance* dan *shariah compliance*. Pada pembahasan berikut ini akan dipaparkan mengenai dua konsep tersebut. Pemaparan diawali dengan *good coporate governance* dan kemudian diteruskan dengan *shariah compliance*.

a) *Good Corporate Governance*

Menurut Faozan (2015) *good coporate governance* pada dasarnya merupakan suatu sistem (input, proses dan output) dan seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara berbagai pihak yang berkepentingan (stakeholder) terutama dalam arti sempit hubungan antara pemegang saham, dewan komisaris dan dewan direksi demi tercapainya tujuan perusahaan *good coporate governance* dimaksudkan untuk mengatur hubungan-hubungan tersebut dan mencegah terjadinya penyimpangan dalam menerapkan strategi perusahaan dan untuk memastikan bahwa apabila terjadi kesalahan-kesalahan maka akan dapat diperbaiki dengan segera.

Good coporate governance sebagai aturan, standar dan organisasi di bidang ekonomi yang mengatur perilaku pemilik

perusahaan, direktur dan manajer serta perincian dan penjabaran tugas dan wewenang serta pertanggungjawabannya kepada investor (pemegang saham dan kreditur). Tujuan *good corporate governance* adalah untuk menciptakan sistem pengendalian dan keseimbangan (*check and balances*) untuk mencegah kemungkinan penyalahgunaan sumber daya perusahaan dan tetap mendorong terjadinya pertumbuhan perusahaan.

Pertumbuhan dan perkembangan perbankan syariah yang pesat pada saat ini harus dibarengi dengan penerapan *good corporate governance* yang berfungsi untuk mengantisipasi berbagai macam risiko, baik risiko finansial maupun reputasi. *Good corporate governance* juga merupakan pilar penting yang harus diterapkan untuk mewujudkan bank syariah yang unggul.

Sebagai lembaga intermediasi dan lembaga kepercayaan, dalam melaksanakan kegiatan usahanya bank syariah harus menganut prinsip-prinsip *good corporate governance* (transparansi), memiliki ukuran kinerja dari semua jajaran bank berdasarkan ukuran-ukuran yang konsisten dengan *corporate value*, sasaran usaha dan strategi bank sebagai pecerminan akuntabilitas bank (akuntabilitas), berpegang pada *prudential banking practices* dalam menjamin dilaksanakannya ketentuan yang berlaku sebagai wujud tanggung jawab bank (responsibilitas), objektif dan bebas dari tekanan pihak manapun dalam pengambilan keputusan (kemandirian), serta senantiasa memperhatikan stakeholders berdasarkan azas kesetaraan dan kewajaran (keadilan).

1. Transparansi

Keterbukaan Informasi menjadi konsep yang populer di berbagai tata kelola organisasi, instansi, dan perusahaan termasuk perusahaan perbankan. Transparansi perbankan diwajibkan mengungkapkan informasi secara relevan, akurat, dapat dibandingkan serta mudah diakses oleh *stakeholders* dan tentunya harus diiringi kebenaran atas informasi tersebut (Intan dan Emile, 2015).

Perusahaan perbankan diharuskan menerapkan prinsip transparansi karena lembaga publik yang memiliki kepentingan terhadap orang banyak dan sebagai wujud tanggung jawab atas tata kelola yang penuh integritas, dengan adanya transparansi semua hal menjadi lebih mudah untuk diungkapkan dan dianalisa secara mendalam, sehingga praktik yang tidak efisien dapat dicegah. Transparansi juga akan mendorong peningkatan rasa percaya antara pemangku kepentingan dan membangun lingkungan kerja yang profesional.

2. Akuntabilitas

Akuntabilitas merupakan kewajiban bank untuk memberikan jawaban atau keterangan mengenai kinerja serta tindakan pimpinan organisasi kepada *stakeholders*. Penerapan akuntabilitas menuntut perbankan untuk menyampaikan informasi yang sebenarnya mulai dari informasi pengelolaan sumber daya, informasi layanan, informasi kebijakan yang diambil perusahaan apakah sesuai dengan ketentuan dan informasi kebijakan yang

dapat di pertanggungjawabkan oleh perbankan (Intan dan Emile, 2014).

Dalam prinsip akuntabilitas terdapat unsur kejelasan fungsi yang sesuai dengan visi dan misi dalam organisasi. Akuntabilitas merupakan prasyarat yang diperlukan untuk mencapai kinerja yang berkesinambungan.

Dalam menerapkan prinsip akuntabilitas, bank syariah sebagai lembaga dan pejabat yang memiliki kewenangan harus dapat mempertanggungjawabkan kinerjanya secara transparan dan akuntabel. Untuk itu, bank syariah harus dikelola secara sehat, terukur dan professional dengan memperhatikan kepentingan pemegang saham, nasabah, dan pemangku kepentingan lain.

3. Responsibilitas

Pertanggungjawaban merupakan kesesuaian dalam melakukan pengelolaan suatu perusahaan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku (Arbiana, 2015). Perusahaan perbankan dalam menjaga usahanya harus berprinsip pada prinsip kehati-hatian (*prudential banking practices*) dan menjamin dilaksanakannya segala ketentuan yang berlaku. Segala bentuk pelaksanaan perusahaan perbankan harus sesuai dengan ketentuan dan dapat di pertanggungjawabkan kepada *stakeholders*. Bank harus bertindak sebagai *good corporate citizen* (perusahaan yang baik) termasuk peduli terhadap lingkungan dan melaksanakan tanggung jawab sosial.

4. Kemandirian

Kemandirian yaitu keadaan dimana suatu perusahaan dikelola dengan independen dan profesional tanpa adanya pengaruh dan tekanan dari pihak manapun (Intan dan Emile, 2014). Artinya perusahaan dalam mengambil keputusan harus objektif dan bebas dari segala tekanan dari pihak manapun dan menghindari terjadinya dominasi yang tidak wajar oleh *stakeholders* manapun dan tidak dipengaruhi oleh kepentingan sepihak serta terbebas dari bentuk kepentingan sepihak serta terbebas dari bentuk kepentingan (*conflict of interest*) sehingga dapat diharapkan meningkatkan loyalitas nasabah.

5. Keadilan

Keadilan atau sering yang disebut dengan *fairness* merupakan suatu keadilan dan kesetaraan dalam memenuhi hak-hak *stakeholders* yang timbul atas dasar perjanjian serta perundangan yang berlaku (Intan dan Emile, 2014). Keadilan diharapkan membuat seluruh aset dikelola secara baik dan hati-hati, sehingga muncul perlindungan kepentingan pemegang saham secara *fair* (jujur dan adil). Dalam pengelolaan perusahaan perlu ditekankan pada kesetaraan, terutama untuk pemegang saham minoritas. Investor harus memiliki hak-hak yang jelas tentang kepemilikan dan sistem dari aturan dan hukum yang dijalankan untuk melindungi hak-hak nya.

b) *Shariah Compliance*

Menurut Junusi (2012) *shariah compliance* adalah ketaatan bank syariah terhadap prinsip-prinsip syariah bank syariah merupakan lembaga syariah Islam, khususnya menyangkut tata-cara bermuamalat secara Islam. Tidak jauh berbeda dengan definisi oleh Faozan (2015), *shariah compliance* adalah bentuk ketaatan bank syariah dalam memenuhi prinsip-prinsip syariah dalam operasionalnya. Tuntutan pemenuhan prinsip syariah (*shariah compliance*), bila dirujuk pada sejarah perkembangan bank syariah, menjadi penting karena alasan pokok dari keberadaan perbankan syariah adalah munculnya kesadaran masyarakat muslim yang ingin menjalankan seluruh aktivitas keuangannya berdasarkan Al-Qur'an dan Sunnah. Oleh karena itulah, jaminan mengenai pemenuhan terhadap diterapkannya prinsip syariah (*shariah compliance*) dari seluruh aktivitas pengelolaan dana nasabah oleh bank syariah merupakan hal yang sangat penting dalam kegiatan usaha bank syariah.

Bank syariah telah memenuhi kepatuhan pada prinsip-prinsip syariah (*shariah compliance*) apabila dalam semua transaksi dan kegiatan usahanya tidak mengandung unsur riba, gharar dan maisir, menjalankan bisnis yang berbasis pada keuntungan yang halal, menjalankan amanah yang dipercayakan nasabah kepada bank dan mengelola zakat, infaq dan shadaqah dengan amanah. Dengan diterapkannya *shariah compliance* di perbankan syariah diharapkan menambah kepercayaan nasabah terhadap perbankan syariah bahwa telah mematuhi dan menjalankan prinsip-prinsip syariah.

Dari penggabungan konsep tersebut *shariah governance* adalah suatu sistem, peraturan, dan proses yang digunakan untuk mewujudkan budaya kepatuhan dalam mengelola resiko perbankan islam serta memonitoring, mengatur, dan mendorong kinerjanya secara efisien agar menghasilkan nilai tambah yang berkesinambungan bagi *stakeholders* dalam jangka panjang yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah (Intan dan Emile, 2015).

Dengan pertumbuhan dan perkembangan perbankan syariah yang pesat pada saat ini harus dibarengi dengan penerapan *shariah governance* yang berfungsi untuk mengantisipasi berbagai macam risiko, baik risiko finansial maupun reputasi. *Shariah governance* juga merupakan pilar penting yang harus diterapkan untuk mewujudkan bank syariah yang unggul.

B. Hipotesis

1. Transparansi

Transparansi adalah memberikan informasi keuangan yang terbuka dan jujur kepada masyarakat berdasarkan pertimbangan bahwa masyarakat memiliki hak untuk mengetahui secara terbuka dan menyeluruh atas pertanggungjawaban pemerintah dalam pengelolaan sumber daya yang dipercayakan kepadanya dan ketaatannya pada peraturan perundang-undangan (KK, SAP, 2005). Transparansi menjamin nasabah untuk dapat memperoleh informasi dengan mudah, akurat, dapat dipahami dan tepat waktu atas dasar nasabah berhak mengetahui pengelolaan bank yang diberikan kepercayaan oleh nasabah.

Loyalitas timbul atas dasar kepercayaan nasabah kepada jasa bank, nasabah membutuhkan transparansi dalam segala aspek yaitu pengungkapan informasi, pengelolaan keuangan yang dapat dipahami dan dapat di pertanggungjawabkan oleh bank tersebut. Hubungan transparansi dengan loyalitas adalah dengan adanya keterbukaan informasi, mudahnya mengakses informasi, akurat, tepat waktu dan dapat dipahami akan menjadikan nasabah percaya menggunakan layanan jasa bank membuat nasabah tetap loyal terhadap bank tersebut.

Hal ini didukung dalam penelitian Jumaizi (2011), Umam (2011), dan Kaharuddin (2014) yang menyatakan bahwa transparansi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis:

H₁: Transparansi berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah

2. Akuntabilitas

Prinsip akuntabilitas adalah prinsip bahwa para pengelola berkewajiban untuk membina sistem akuntabilitas yang efektif dalam rangka untuk menghasilkan laporan keuangan yang dapat dipercaya (Fadilah, 2009). Akuntabilitas mengandung unsur kejelasan fungsi dalam organisasi dan cara mempertanggungjawabkan. Nasabah memerlukan kejelasan pelayanan yang sesuai dengan visi, misi, sasaran usaha, dan tujuan dari bank. Selain itu bank harus memastikan terdapatnya *check and balance system* dalam pengelolaan bank.

Hubungan akuntabilitas dengan loyalitas nasabah adalah ketika bank mampu memberikan pelayanan sesuai dengan prinsip

akuntabilitas dan mampu melaksanakan tanggungjawab yang sudah dipercayakan nasabah, maka akan menjadikan nasabah tersebut loyal.

Hal ini sesuai dengan penelitian Jumaizi (2011), Umam (2011), Kaharuddin (2014) yang menyatakan bahwa akuntabilitas berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis:

H₂: Akuntabilitas berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah

3. Responsibilitas

Menurut Praditta (2018) responsibilitas adalah kesesuaian atau kepatuhan didalam pengelolaan perusahaan terhadap prinsip korporasi yang sehat serta peraturan perundangan yang berlaku. Peraturan yang berlaku termasuk yang berkaitan dengan masalah pajak, hubungan industrial, kesehatan/keselamatan kerja, standar penggajian, persaingan yang sehat dan menjalankan *corporate social responsibility*. Menjalankan *corporate social responsibility* pada perusahaan akan memberikan citra yang baik terhadap pandangan masyarakat, citra yang baik melekat pada perusahaan maka itu adalah aset bank itu sendiri.

Hubungan responsibilitas dengan loyalitas nasabah adalah apabila bank taat pada peraturan yang sudah ditetapkan dan peduli terhadap lingkungan di masyarakat maka tingkat kepercayaan masyarakat terhadap bank tersebut meningkat sehingga menjadikan nasabah loyal.

Hal ini sesuai dengan penelitian Sofyan (2017), Umam (2011), dan Kaharuddin (2014) yang menyatakan bahwa tanggung jawab berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis:

H₃: Tanggung jawab berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah

4. Kemandirian

Menurut Wahananto (2010) kemandirian adalah keadaan dimana pengelolaan suatu perusahaan dilakukan secara profesional tanpa benturan kepentingan serta pengaruh dari pihak manajemen yang tidak sesuai dengan peraturan dan undang-undang yang berlaku serta menjalankan prinsip-prinsip korporasi yang sehat.

Hubungan kemandirian dengan loyalitas nasabah adalah ketika bank syariah yang mampu melakukan kinerja dengan profesional tanpa ada tekanan dari pihak manapun dan menjamin melindungi kepentingan nasabah akan menjadi nilai tersendiri bagi nasabah. Dengan begitu nasabah merasa aman karena bank melindungi kepentingan nasabah, sehingga nasabah akan bersikap loyal.

Hal ini sesuai dengan penelitian Sofyan(2017), Umam (2011), dan Kaharuddin (2014) yang menyatakan bahwa kemandirian berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis:

H₄: Kemandirian berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah

5. Keadilan

Menurut Arbiana (2015) *fairness* atau keadilan dan kesetaraan dalam memenuhi hak-hak stakeholder yang timbul berdasarkan perjanjian dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. *Fairness* diharapkan membuat seluruh aset perusahaan dikelola secara baik dan *prudent* (hati-hati), sehingga muncul perlindungan kepentingan pemegang saham secara *fair* (jujur dan adil). Secara sederhana kesetaraan didefinisikan sebagai perlakuan yang adil dan setara dalam memenuhi hak-hak *stakeholder*. Dalam pengelolaan perusahaan perlu ditekankan pada kesetaraan, terutama untuk pemegang saham minoritas. Investor harus memiliki hak-hak yang jelas tentang kepemilikan dan sistem dari aturan dan hukum yang dijalankan untuk melindungi hak-haknya.

Hubungan keadilan dengan loyalitas nasabah adalah ketika harapan mereka sesuai dengan apa yang dialami dan dirasakan bahkan melebihi apa yang diharapkan. Keadilan tercipta apabila perusahaan bank syariah memberikan pelayanan yang sama dan tidak membeda-bedakan nasabah. Dengan demikian nasabah akan merasa lebih nyaman dan menjadi loyal.

Hal ini sesuai dengan penelitian Intan dan Emile (2014), Umam (2011), dan Kaharuddin (2014) yang menyatakan bahwa keadilan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis:

H₅: Keadilan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah

6. *Shariah compliance*

Menurut Faozan (2015) bank syariah harus menerapkan prinsip syariah dalam seluruh aktivitas kegiatan usahanya. *Shariah compliance* merupakan ketaatan bank syariah terhadap prinsip-prinsip syariah yang artinya bank dalam operasinya mengikuti ketentuan syariah Islam, khususnya menyangkut tata cara bermuamalat secara Islam. Keharusan ini dilatarbelakangi karena adanya keinginan umat Islam akan adanya sebuah bank yang dijalankan dengan prinsip syariah. Undang-Undang Tentang Perbankan Syariah Nomor 21 tahun 2008 menjelaskan bahwa prinsip syariah dalam perbankan syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh DSN-MUI.

Bank syariah telah memenuhi kepatuhan pada prinsip-prinsip syariah apabila dalam semua transaksi dan kegiatan usahanya tidak mengandung unsur riba, gharah dan maisir, menjalankan bisnis yang berbasis pada keuntungan yang halal, dan menjalankan amanah.

Hubungan *shariah compliance* dengan loyalitas nasabah adalah ketika *shariah compliance* dalam praktik perbankan dijalankan dengan baik, maka akan membuat nasabah semakin yakin pada bank syariah bahwa transaksi yang dilakukan sesuai dengan syariat Islam. Adanya *shariah compliance* akan membuat loyalitas nasabah terhadap perbankan meningkat.

Hal ini sesuai dengan penelitian Umam (2011), Junusi (2012), Intan & Emile (2014), yang menyatakan bahwa akuntabilitas berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis:

H₆: *Shariah compliance* berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah

C. Model Penelitian

