

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perbankan di Indonesia berperan penting dalam perekonomian termasuk bank syariah karena mayoritas penduduk di Indonesia adalah muslim. Bank sebagai badan usaha yang menghimpun dana dalam kredit dan cara lain dengan tujuan meningkatkan taraf hidup. Fungsi bank yang menyediakan sarana dan mekanisme pembayaran dalam kegiatan ekonomi, menghasilkan mata uang, menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat serta menyediakan jasa keuangan.

Fenomena hijrah masyarakat yang meningkat membuat nasabah otomatis ingin berhijrah dari bank konvensional menjadi syariah. Walaupun banyaknya masyarakat yang telah berhijrah, tidak sedikit yang beranggapan bank konvensional dan syariah sama saja, dari sini masalah akan diteliti. Oleh karena itu bank harus bersiap akan hal ini dan berbenah agar dapat memenuhi ekspektasi calon nasabah agar dapat bermuamalah dengan hati yang tenang sesuai syari'at.

Karena persaingan yang semakin ketat, harapan nasabah pada kualitas layanan perbankan syariah yang berkualitas dan perkembangan teknologi membuat perbankan syariah sangat mengedepankan pelayanan. Pertumbuhan yang pesat menuntut perbankan untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Bukan

hanya bank yang menjadi lembaga keuangan yang menghimpun dana dan menyalurkannya tetapi ada produk-produk lain yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan nasabah.

Perusahaan jasa secara konsisten memenuhi segala kebutuhan masyarakat, untuk membangun loyalitas. Pelanggan yang loyal tidak hanya melakukan pembelian ulang tetapi akan memberikan *feedback* positif untuk perusahaan, sama halnya pada lembaga keuangan.

Loyalitas nasabah dalam perbankan adalah faktor yang sangat penting. Nasabah tidak ragu memberikan informasi positif tentang produk perbankan yang digunakan jika mereka puas.

Loyalitas pelanggan mengacu pada pembelian ulang karena komitmen mereka terhadap merek atau sebuah perusahaan. Awalnya loyalitas berkembang terkait pada perilaku. Hal ini berasal dari teori pembelajaran tradisional (*Classic and Instrumental Conditioning*) yang melihat loyalitas dari perilaku. Pembelian yang berturut-turut dianggap loyal.

Dengan penelitian ini dapat dipertimbangkan apakah sudah memenuhi harapan nasabah, sehingga bank dapat mempertimbangkan untuk meningkatkan *brand image*, kualitas pelayanan bank syariah, dan religiusitas nasabah. Dapat dilihat dari hasil-hasil penelitian terdahulu, masih terdapat inkonsistensi hasil penelitian terhadap pengaruh kualitas pelayanan, dan citra merek terhadap loyalitas nasabah.

Beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan meliputi kualitas layanan, tingkat religiusitas nasabah dan *brand image*. Hasil penelitian sebelumnya yang mendukung penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Pertama, penelitian (Sabeli, 2020) menunjukkan bahwa kualitas layanan mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Kedua, penelitian (Lise Tiasanty & Sitio, 2020) menunjukkan *brand image* mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Teori loyalitas secara harfiah yaitu loyal yang berarti setia dan loyalitas diartikan kesetiaan. Kesetiaan yang tanpa ada paksaan dan berawal dari kesadaran diri. Konsep loyalitas konsumen lebih menerangkan kepada perilaku pembelinya.

Komitmen yang disertai pembelian ulang tersebut menunjukkan konsumen tidak mau berpindah walaupun barang atau jasa tersebut langka dipasaran dan konsumen secara sukarela merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada rekan, keluarga atau konsumen yang lain.

Berdasarkan penelitian terdahulu menunjukkan setiap variabel memiliki pengaruh yang berbeda, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *brand image*, kualitas layanan, dan religiusitas bank syariah terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia dengan meneliti objek dan lokasi yang akan diteliti yaitu Bank Syariah Indonesia di DKI Jakarta.

1.2 Ruang Lingkup Masalah

Permasalahan diangkat terkait tentang pengaruh *brand image*, kualitas layanan bank syariah, dan religiusitas nasabah dalam mengoperasikan Bank Syariah Indonesia di Jakarta.

1. Apakah Bank Syariah Indonesia sudah menerapkan operasional bank secara syari menurut para nasabah.
2. Apakah terdapat pengaruh *brand image*, kualitas layanan bank syariah, dan religiusitas nasabah terhadap loyalitas nasabah.
3. Apakah Bank Syariah Indonesia sudah memenuhi harapan nasabah.

1.3 Identifikasi Masalah

Fenomena hijrah masyarakat yang meningkat membuat nasabah otomatis ingin berhijrah dari bank konvensional menjadi syariah. Walaupun banyaknya masyarakat yang telah berhijrah, tidak sedikit yang beranggapan bank konvensional dan syariah sama saja, dari sini masalah akan diteliti. Oleh karena itu bank harus bersiap akan hal ini dan berbenah agar dapat memenuhi ekspektasi calon nasabah agar dapat bermuamalah dengan hati yang tenang sesuai syari'at.

1.4 Perumusan Masalah

Adapun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *brand image* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

3. Apakah religiusitas nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.
4. Apakah *brand image*, kualitas layanan dan religiusitas berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

1.5 Pembatasan Masalah

Sesungguhnya penelitian ini sangat luas, namun penulis mengambil sampel nasabah secara umum dari bank syariah mengenai topik penelitian berdasarkan pendapat dan pengalaman mereka. Maka dari itu penulis mengambil sudut pandang secara umum. Merujuk pada operasional bank syariah secara umum berdasar pendapat dan pengalaman nasabah untuk mengetahui apa saja kelemahan dan kelebihan dari bank syariah saat ini. Objek penelitian ini untuk nasabah bank syariah yang memiliki rekening syariah.

1.6 Tujuan Penulisan

Bedasarkan latar belakang dan perumusan masalah, penelitian bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis beberapa hal berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *brand image* terhadap loyalitas nasabah.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh religiusitas terhadap loyalitas nasabah.

4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *brand image*, kualitas layanan, dan religiusitas nasabah terhadap loyalitas nasabah.

1.7 Manfaat Penelitian

Penelitian ini menyimpulkan beberapa manfaat, sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dibuat diharapkan bisa menabuh ilmu pengetahuan untuk peneliti dan mengetahui pengaruh *brand image*, kualitas layanan dan religiusitas terhadap loyalitas nasabah.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini mampu mengidentifikasi masalah yang dihadapi oleh perbankan syariah untuk memenuhi harapan para nasabah demi mewujudkan nasabah yang loyal dan perbankan syariah yang sehat sesuai ajaran Al-Quran dan Hadits.

3. Bagi Akademisi

Penelitian ini memberikan gagasan dan wawasan yang baru pada penelitian yang berkaitan dengan *brand image*, kualitas layanan pada perbankan dan religiusitas untuk menjalankan perbankan syariah yang sehat kedepannya.

4. Bagi Pembaca

Untuk memperoleh wawasan, informasi dan bahan kajian untuk penelitian berikutnya.

1.8 Sistematika Penulisan Penelitian

Terdapat lima bab dalam penelitian ini, terdapat sistematika pembahasan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori-teori *brand image*, kualitas layanan bank syariah, religiusitas, dan loyalitas konsumen yang digunakan untuk penelitian ini. Serta kerangka pemikiran dan hipotesis dari penelitian ini.

BAB III

METODELOGI PENULISAN

Pada Bab ini diawali dengan penjelasan mengenai objek penelitian, dilanjutkan dengan desain penelitian, jenis penelitian, metode penelitian dan metode analisis data.

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum objek penelitian, serta melakukan pembahasan hasil penelitian, dan pengembangan dari hasil pengujian yang berkaitan dengan teori.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Bab yang menjelaskan secara singkat mengenai yang telah dilaksanakan dalam penelitian dalam bagian kesimpulan dan saran yang diberikan oleh peneliti terhadap praktik yang telah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

