

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada dasarnya loyalitas pelanggan mempengaruhi keberlangsungan suatu perusahaan, karena dengan loyalitas pelanggan akan selalu kembali menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2007: 175) mendefinisikan loyalitas sebagai komitmen yang dipegang kuat oleh konsumen untuk berlangganan atau membeli lagi suatu produk atau jasa tertentu dimasa depan meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang menyebabkan perubahan perilaku. Maka dari itu, perusahaan harus sangat memperhatikan apa yang diinginkan oleh pelanggannya.

Kotler, (2000) menyatakan kepuasan pelanggan yaitu perasaan pelanggan setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Banyak sekali hal yang bisa dilakukan perusahaan untuk memberikan keinginan konsumen, seperti memperhatikan kepuasan pelanggan dengan memberikan kualitas produk dan jasa yang baik, menjaga kualitas pelayanan, dan menjaga kepercayaan pelanggan kepada perusahaan. Pelanggan tentu tidak hanya menginginkan kualitas produk atau jasa yang baik tanpa pelayanan yang maksimal.

Kepercayaan konsumen menurut Mowen dan Minor (2002: 312) adalah semua pengetahuan yang dimiliki pelanggan dan semua kesimpulan yang dibuat oleh pelanggan tentang objek, atribut, dan manfaatnya. Menjaga

kepercayaan pelanggan merupakan hal yang sangat harus diperhatikan oleh perusahaan, karena apabila pelanggan sudah merasa kecewa dan tidak percaya akan sulit untuk kembali menggunakan produk atau jasa yang akan ditawarkan oleh perusahaan. Begitu juga dengan pelayanan, dengan memberikan pelayanan yang baik maka pelanggan akan merasa nyaman. Dalam hal pelayanan bisa berupa keramahan, kesopanan, dan pelayanan cepat akurat. Apabila perusahaan bisa memberikan apa yang diinginkan oleh pelanggannya maka sudah bisa dipastikan pelanggan akan loyal kepada perusahaan tersebut dan sulit untuk berpindah ke perusahaan lain.

Bank merupakan lembaga keuangan yang sangat penting peranannya bagi suatu negara karena mempengaruhi perekonomian secara mikro maupun makro. Di Indonesia terdapat 2 jenis bank yaitu bank konvensional yang hukumnya berdasarkan undang-undang dan bank syariah dengan menggunakan hukum-hukum Islam. Karena menggunakan hukum Islam sudah dapat dipastikan jika bank syariah tidak membebankan bunga kepada nasabahnya seperti bank konvensional. Sedangkan bank konvensional membebankan bunga kepada nasabahnya, dalam syariat Islam hal ini tidak diperbolehkan. Sebenarnya masyarakat telah mengetahui tentang haramnya riba, tapi masih banyak yang ragu untuk beralih dari bank konvensional dan menggunakan bank syariah. Padahal banyak sekali keuntungan yang bisa didapatkan dengan menggunakan bank syariah, keuntungan paling utama yaitu nasabah terjauhkan dari bunga dan riba.

Di Indonesia sekarang ini telah banyak bank yang menerapkan konsep syariah, salah satunya yaitu Bank Bukopin Syariah. Banyak sekali produk dan jasa yang ditawarkan oleh Bank Bukopin Syariah seperti pendanaan, pembiayaan, dan jasa. Didalam pendanaan terdapat produk Tabungan iB siAga, Tabungan simpel iB, Tabungan iB Haji, Tabungan iB Multiguna, Tabungan iB Pendidikan, Tabungan iB siAga Bisnis, dan lain sebagainya. Untuk produk pembiayaan terdapat Murabahah, Musyarakah, Mudharabah, iB Pinjaman Qardh, dan lain sebagainya. Sedangkan untuk produk jasa, Bank Bukopin Syariah memiliki *SMS Banking, Mobile Banking, Safe Deposit Box, Transfer, Kliring*, dan lain-lain. Di dalam *website* syariahbukopin.co.id kita bisa mengetahui semua informasi tentang Bank Bukopin Syariah, mulai dari profil perusahaan, visi misi, penghargaan yang diperoleh perusahaan, hingga laporan keuangan Bank Bukopin Syariah. Bank Bukopin Syariah juga banyak menjalin kerjasama dengan berbagai perusahaan maupun instansi, salah satunya adalah Universitas Muhammadiyah Surakarta.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *customer loyalty* pada Bank Bukopin Syariah cabang pembantu UMS?
2. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap *customer loyalty* pada Bank Bukopin Syariah cabang pembantu UMS?

3. Apakah *Trust* berpengaruh terhadap *customer loyalty* pada Bank Bukopin Syariah cabang pembantu UMS?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Menganalisis pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* pada Bank Bukopin Syariah cabang pembantu UMS.
2. Menganalisis pengaruh *service quality* terhadap *customer loyalty* pada Bank Bukopin Syariah cabang pembantu UMS..
3. Menganalisis pengaruh *trust* terhadap *customer loyalty* pada Bank Bukopin Syariah cabang pembantu UMS.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan mengembangkan ilmu dan wawasan saat ini maupun dimasa yang akan datang, khususnya pada loyalitas pelanggan Bank Bukopin Syariah cabang pembantu UMS.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan penulis dalam praktik bidang manajemen pemasaran, dapat menambah pengalaman dalam menganalisis masalah dibidang pemasaran dan memperluas pengetahuan mengenai pengaruh *customer satisfaction*, *service quality*, dan *trust* terhadap *customer loyalty*. Selain itu juga dapat memberikan rekomendasi pada Bank Bukopin Syariah cabang pembantu

UMS dalam upaya meningkatkan *customer loyalty*, *customer satisfaction*, *service quality*, dan *customer trust*.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk menunjukkan sedikit gambaran awal mengenai skripsi ini, maka perlu diuraikan sistematika penulisan skripsi sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini dibahas mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian ini dibahas mengenai teori-teori yang menjadi dasar analisis meliputi tinjauan tentang *customer behavior*, *marketing*, *loyalty*, *customer satisfaction*, *service quality*, *trust*, penelitian terdahulu dan hipotesis, serta kerangka pemikiran.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan membahas mengenai data dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, variabel independen yang terdiri dari *customer satisfaction*, *service quality*, dan *trust*, variabel dependen yaitu *loyalty*, definisi operasional variabel, uji instrumen penelitian, serta uji hipotesis.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bagian ini akan dijelaskan mengenai hasil penelitian beserta pembahasannya, yang terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini akan dibahas mengenai kesimpulan dari penelitian ini, keterbatasan penelitian, dan juga saran.