



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
NASABAH PT. BANK BRI SYARIAH KEBON JERUK
JAKARTA BARAT**

SKRIPSI

Ahmad Fakhri

1202015009

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JAKARTA
2017



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
NASABAH PT. BANK BRI SYARIAH KEBON JERUK
JAKARTA BARAT**

SKRIPSI

Ahmad Fakhri

1202015009

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JAKARTA
2017

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul
“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA NASABAH PT. BANK BRI
SYARIAH KANTOR CABANG KEBON JERUK JAKARTA BARAT”

merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya
tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan
sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagian bahan yang pernah
diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Muhammadiyah Prof. DR.
HAMKA atau perguruan tinggi lainnya.

Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan
benar. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil
plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia
mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan
aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, 5 Juni 2017

Yang Menyatakan



(Ahmad Fakhri)

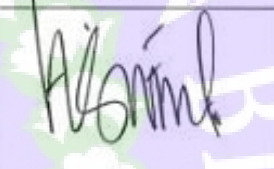

NIM 1202015009

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

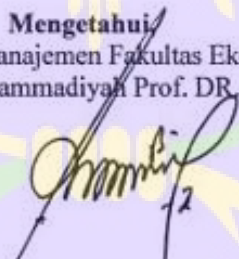
JUDUL :PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA NASABAH
PT. BANK BRI SYARIAH KANTOR CABANG
KEBON JERUK

NAMA : AHMAD FAKIH
NIM : 1202015009
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
TAHUN AKADEMIK : 2017

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi:

Pembimbing I	Ety Rochaeli, S.E., M.M.	
Pembimbing II	Dr. Sunarta, M.M.	

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA


Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M.

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
NASABAH PT. BANK BRI SYARIAH KANTOR CABANG
KEBON JERUK JAKARTA BARAT**

Yang disusun oleh
Ahmad Fakhri
1202015009

telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjanaan strata satu
(S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof.

DR. HAMKA

Pada tanggal : 23 Juli 2017

Tim Penguji :

Ketua, merangkap anggota :

(Dr. Andi Sessu, M.Si.)

Sekretaris, merangkap anggota :

(Dr. Sunarta, M.M.)

Anggota :

(Yusdi Daulay, SE., MM)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR.

Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

Nuryadi Wijiharjono, S.E., M.M.

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Fakhri
NIM : 1202015009
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
Jenis karya : Skripsi

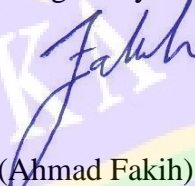
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN : STUDI KASUS PADA NASABAH PT BANK SYARIAH KEBON JERUK, JAKARTA BARAT”.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 05 Juni 2017
Yang Menyatakan


(Ahmad Fakhri)

ABSTRAKSI

Ahmad Fakih (1202015009)

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN : STUDI KASUS PADA NASABAH PT BANK SYARIAH KEBON JERUK, JAKARTA BARAT.

Skripsi. Program Strata Satu Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA. 2017. Jakarta.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan : Studi kasus pada Nasabah PT.Bank BRI Syariah Kebon Jeruk, Jakarta Barat.

Variabel yang diteliti adalah kualitas pelayanan dan kepuasan sebagai variabel bebas dan loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat pada Nasabah PT.Bank BRI Syariah Kebon Jeruk, Jakarta Barat. Populasi penelitian ini adalah Nasabah PT.Bank BRI Syariah Kebon Jeruk, Jakarta Barat. Data penelitian ini bersifat primer yang dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner dengan jumlah sampel 109 responden. Data diolah dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 23.0. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *Accidental Sampling*.

Hasil penelitian berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolinieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan berdistribusi normal. Berdasarkan analisis regresi linier berganda didapatkan hasil $Y = 6,293 + 0,458 X_1 + 0,182 X_2$, hasil uji f menunjukkan nilai f hitung lebih besar dari pada nilai f tabel $28,543 > F$ tabel sebesar 3,08. Selain itu, hasil dari nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$, maka tolak H_0 terima H_3 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil analisis koefisien determinasi (R^2) antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan angka R square sebesar 0,338 atau 33,8% sedangkan sisanya ($100\% - 33,8\% = 66,2\%$) dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang tidak diteliti, diantaranya adalah harga, desain produk, promosi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada nasabah PT.Bank BRI Syariah Kebon Jeruk, Jakarta barat.

ABSTRACTION

Ahmad Fakh (1202015009)

EFFECT OF QUALITY OF SERVICE AND CUSTOMER SATISFACTION TO CUSTOMER LOYALTY: CASE STUDY IN CUSTOMERS PT BANK SYARIAH KEBON JERUK, JAKARTA BARAT.

Essay. Program Strata One Management Studies Program. Faculty of Economics and

Business Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA. 2017. Jakarta.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

This study aims to find out how the influence between service quality and customer satisfaction on customer loyalty: Case study on PT.Bank BRI Syariah Kebon Jeruk, West Jakarta.

The variables studied are service quality and satisfaction as independent variable and customer loyalty as dependent variable on PT.Bank BRI Syariah Kebon Jeruk customer, West Jakarta. The population of this study is the customer of PT Bank BRI Syariah Kebon Jeruk, West Jakarta. The data of this study are primary collected by distributing questionnaires with total sample of 109 respondents. The data were processed by using multiple linear regression analysis with the help of SPSS 23.0. Sampling was done by *accidental sampling*.

The results of research based on statistical data analysis, the indicators in this study are valid and the variable is reliable. In the classical assumption test, the multicollinearity-free regression model, no heteroscedasticity, and normal distribution. Based on the multiple linear regression analysis showed $Y = 6.293 + 0.458 + 0.182 X_1 X_2$, the test results show the value of f count is greater than the value of f table $> F$ table 3.08. In addition, the result of the sig value of $0.000 < 0.05$, then reject H_0 accept H_3 which states that there is influence between service quality and customer satisfaction to customer loyalty. The result of determination coefficient analysis (R^2) between service quality and customer satisfaction to customer loyalty show r square value equal to 0,338 or 33,8% while the rest ($100\% - 33,8\% = 66,2\%$) influenced by other factors Not examined, such as price, product design, promotion. The results showed that the quality of service and customer satisfaction significantly influence customer loyalty to customers of PT.Bank BRI Syariah Kebon Jeruk , West Jakarta.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.

Proposal skripsi yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan dan Strategi Pemasaran Produk terhadap loyalitas pelanggan pada nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia kantor cabang kebon jeruk. Proposal skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah PROF. DR. HAMKA. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu saya, terutama kepada :

1. Kedua orang tua, kakak saya yang memberi dorongan moril dan fasilitas lain yang diperlukan penulis.
2. Bapak Prof. Dr. H. Suyatno, M.Pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah PROF. DR. HAMKA.
3. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah PROF. DR. HAMKA, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Semua teman-teman Fakultas Ekonomi Uhamka dan teman-teman rumah bali yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.

5. Dan semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan. Semoga semua kebaikan yang telah kalian berikan dibalas oleh ALLAH SWT.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh sebab itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan penulis sendiri.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Jakarta, 5 Juni 2017

Penulis



(Ahmad Fakih)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN OROSINALISASI	ii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	6
1.2.1 Identifikasi Masalah	6
1.2.2 Pembatasan Masalah	6
1.2.3 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Gambaran Penelitian Terdahulu	9
2.2 Telaah Pustaka	16
2.2.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	16
2.2.1.1 Definisi Loyalitas Pelanggan	16
2.2.1.2 Dimensi Loyalitas Pelanggan	17

2.2.2 Kualitas Pelayanan	17
2.2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	17
2.2.2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	19
2.2.2.3 Peran Kualitas Pelayanan	22
2.2.3 Strategi Pemasaran Produk	23
2.2.3.1 Pengertian Strategi Pemasaran Produk	23
2.2.3.2 Jenis – Jenis Strategi Pemasaran Produk	25
2.2.3.3 Dimensi Strategi Pemasaran Produk	26
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	29
2.4 Rumusan Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian	33
3.2 Operasional Variabel	33
3.2.1 Definisi Variabel	33
3.3 Populasi dan Sampel	37
3.3.1 Populasi	37
3.3.2 Sampel	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data	38
3.4.1 Tempat dan Waktu	38
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	38
3.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	40
3.5.1 Teknik Pengolahan	40
3.5.2 Uji Kualitas Instrument	40
3.5.2.1 Uji Validitas	40
3.5.2.2 Uji Reabilitas	41
3.5.3 Analisis Deskriptif	42
3.5.4 Uji Asumsi Klasik	42
3.5.5 Analisis Regresi Linier Berganda	45
3.5.5.1 Model Linier Berganda	45
3.5.6 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	45
3.5.7 Uji Koefisien Korelasi	46

3.5.8 Uji Hipotesis	47
BAB IV PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	49
4.1.1 Lokasi Penelitian	49
4.1.2 Sejarah singkat Perusahaan	51
4.2 Data Pembahasan	52
4.2.1 Identitas Reponden	52
4.2.2 Analisis Pervariabel	55
4.2.2.1 Kualitas Pelayanan (X1)	55
4.2.2.2 Kepuasan Pelangga (X2)	66
4.2.2.3 Loyalitas Pelanggan (Y)	75
4.2.3 Uji Kualitas Data	83
4.2.3.1 Uji Validitas	83
4.2.3.2 Uji Reliabilitas	85
4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda	87
4.2.5 Koefisien Korelasi	88
4.2.6 Koefisien Determinasi	90
4.2.7 Uji Asumsi Klasik	91
4.2.7.1 Uji Normalitas	91
4.2.7.2 Uji Multikolinieritas	93
4.2.7.3 Uji Heteroskedastisitas	93
4.2.8 Uji Hipotesis	95
4.2.8.1 Uji Statistik t	95
4.2.8.2 Uji Statistik f	97
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	98
5.2 Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	102
DAFTAR LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

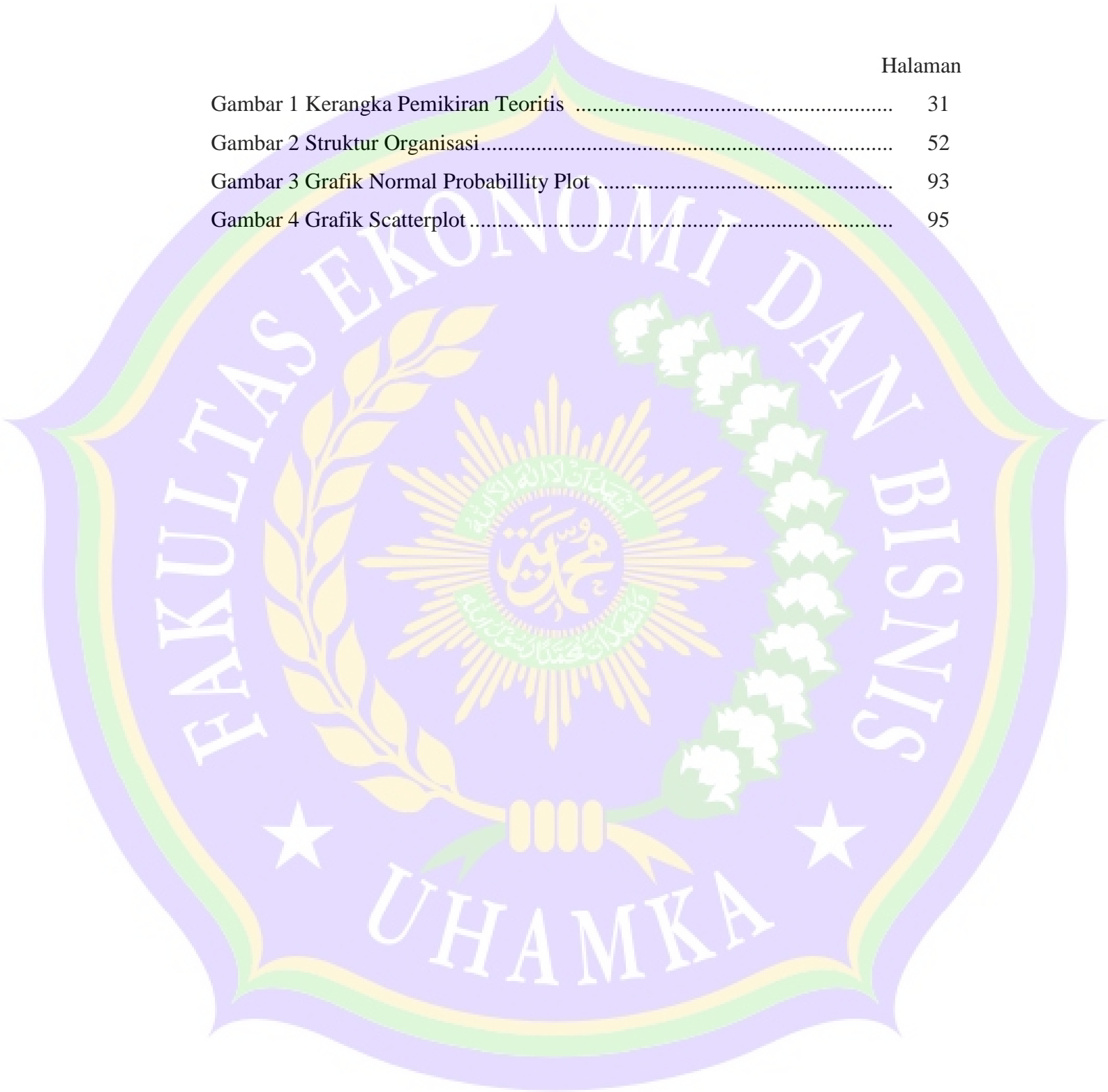
	Halaman
Tabel 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	12
Tabel 2 Operasional Variabel	35
Tabel 3 Bobot Nilai Skala <i>Likert</i>	39
Tabel 4 Kriteria <i>Presentase</i> Tanggapan Responden	42
Tabel 5 Interval Koefisien Tingkat Hubungan Linier	47
Tabel 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
Tabel 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	54
Tabel 10 Perlengkapan dan Peralatan yang ada di BRI Syariah Kebon Jeruk baik dan juga memada	55
Tabel 11 Gedung yang digunakan di BRI Syariah kebon jeruk sangat baik dan bersih.....	56
Tabel 12 Sarana dan prasarana yang ada di BRI Syariah kebon jeruk membuat saya nyaman dan puas	57
Tabel 13 Menabung di Bank Syariah BRI merupakan bentuk ketaqwaan saya serta sebagai bentuk ibadah saya kepada Allah SWT	58
Tabel 14 Mendapatkan pelayanan yang baik dan cepat dari pegawai BRI Syariah Kebon jeruk	59
Tabel 15 Mendapatkan pelayanan yang mudah ketika saya ingin memberikan saran atau kritik kepada BRI Syariah	60
Tabel 16 Pegawai BRI Syariah Kebon jeruk baik dan jujur.....	61
Tabel 17 Pegawai BRI Syariah kebon jeruk sangat menguasai pekerjaan nya.....	62
Tabel 18 Merasa pelayanan yang di berikan sangat sopan terhadap saya	63
Tabel 19 Pelayanan yang di berikan sangat kompeten sesuai visi dan misi perusahaan	64
Tabel 20 Mutu pelayanan yang di berikan BRI Syariah kebon jeruk baik ...	65

Tabel 21 Memilih produk jasa yang ditawarkan BRI Syariah	66
Tabel 22 Akses jalan ke BRI Syariah Kebon Jeruk sangat mudah dilalui	67
Tabel 23 Mendapatkan kemudahan ketika saya memiliki keperluan untuk menabung dan transaksi keuangan di BRI Syariah Kebon Jeruk....	68
Tabel 24 Saya memilih BRI Syariah kebon jeruk karena letaknya strategis dan mudah dijangkau	69
Tabel 25 Saya memilih BRI Syariah kebon jeruk karna sistem atm yang aman dan tidak mudah dibobol oleh tindak pelaku kejahatan.....	70
Tabel 26 Pegawai BRI Syariah kebon jeruk sopan dan santun.....	71
Tabel 27 Saya merasa nyaman karna kerja sama BRI Syariah dengan beberapa perusahaan retail memberikan potongan harga.....	72
Tabel 28 Indikator Kualitas Pelayanan (X1)	72
Tabel 29 Indikator Kepuasan Pelanggan(X2)	74
Tabel 30 Selalu menanamkan dana dan tabungan secara ulang di BRI Syariah.....	75
Tabel 31 Selalu memilih produk jasa tambahan yang ditawarkan oleh Bank BRI Syariah seperti Deposito, tabungan berjangka , KPR,Gadai Emas, dll.	76
Tabel 32 Saya selalu memilih produk jasa yang ditawarkan oleh BRI Syariah.....	77
Tabel 33 Saya selalu memilih produk jasa tambahan yang ditawarkan oleh BRI Syariah	78
Tabel 34 Selalu memberikan rekomendasi kepada orang terdekat untuk menggunakan produk jasa yang ditawarkan BRI Syariah	79
Tabel 35 Selalu menyampaikan informasi positif kepada orang terdekat untuk menggunakan produk jasa dari BRI Syariah.....	80
Tabel 36 Saya tidak akan pindah nasabah di bank lain selain di BRI Syariah.....	81
Tabel 37 Saya lebih memilih menabung di Bank BRI Syariah dibanding di bank bank lain.....	82
Tabel 38 Indikator Loyalitas Pelanggan (Y)	83

Tabel 39 Uji Validitas Variabel X1 (Kualitas Pelayanan)	84
Tabel 40 Uji Validitas Variabel X2 (Kepuasan Pelanggan).....	84
Tabel 41 Uji Validitas Variabel Y (Loyalitas Pelanggan)	85
Tabel 42 Uji Reabilitas X1 (Kualitas Pelayanan)	86
Tabel 43 Uji Reabilitas X2 (Kepuasan Pelanggan)	86
Tabel 44 Uji Reabilitas Y (Loyalitas Pelanggan)	86
Tabel 45 Analisis Linier Berganda.....	87
Tabel 46 Koefisien Korelasi	89
Tabel 47 Koefisien Determinasi	90
Tabel 48 Uji Normalitas	92
Tabel 49 Uji Multikolinieritas	94
Tabel 50 Hasil Uji Statistik t	96
Tabel 51 Hasil Uji Statistik f	97

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Kerangka Pemikiran Teoritis	31
Gambar 2 Struktur Organisasi.....	52
Gambar 3 Grafik Normal Probabilità Plot	93
Gambar 4 Grafik Scatterplot.....	95



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bank adalah sebuah lembaga intermediasi keuangan umumnya didirikan dengan kewenangan untuk menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan menerbitkan promes atau yang dikenal sebagai *banknote*. Kata bank berasal dari bahasa Italia *banca* berarti tempat penukaran uang. Sedangkan menurut Undang-undang Negara Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Bank dapat menjadi tempat perputaran sirkulasi kuangan di suatu Negara. Peran lain suatu bank yaitu menghimpun dana serta menyalurkan dana. Bank menghimpun dana dari berbagai kelompok, individu, maupun sebuah sektor usaha, yang dapat berupa tabungan, deposito, ataupun giro. Pada perbankan konvensional, salah satu faktor yang mempengaruhi simpanan adalah tingkat suku bunga. Tingkat suku bunga yang tinggi akan menjadi daya tarik nasabah untuk menyimpan dana di bank konvensional. Hampir semua sektor usaha menghimpun dananya di bank atau pun mengajukan pembiayaan kepada bank, sektor usaha tersebut meliputi sektor industri, perdagangan, pertanian, perkebunan, serta sektor jasa lainnya membutuhkan jasa bank.

Faktor utama masyarakat memilih bank syariah karena keuntungannya bersifat *emotional benefit*. Hal ini tercermin dari dua alasan terbesar masyarakat, yaitu kesesuaian dengan syariat Islam agar terhindar dari riba serta masyarakat yang ingin mendapatkan keuntungan yang lebih dibanding dari bank konvensional. Bank syariah telah menunjukkan trend perkembangan yang positif karena Bank syariah merupakan Islamic Financial Institution dan lebih dari sekedar bank (*beyond banking*) yang berlandaskan Al-Qur'an dan hadits (tuntunan Rasulullah Muhammad saw.) mengacu pada prinsip muamalah, yakni sesuatu itu boleh dilakukan, kecuali jika ada larangannya dalam Al-Qur'an dan hadits yang mengatur hubungan antar manusia terkait ekonomi, sosial, dan politik sehingga industri perbankan dan keuangan syariah dapat memainkan peranan pentingnya dalam memobilisasi, mengalokasi, dan memanfaatkan sumber daya dengan lebih baik. Salah satu faktor pendukung yang menunjang trend positif ini adalah pembagian hasil usaha dalam pembiayaan yang menggunakan konsep profit sharing dan revenue sharing dengan akad musyarakah dan mudharabah (bagi hasil). Eksistensi bank syariah di Indonesia secara formal telah dimulai sejak tahun 1992 dengan diberlakukannya UU No.7 tahun 1992 tentang perbankan sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang No. 10 tahun 1998. Dalam Undang-Undang tersebut tertulis bahwa bank umum melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah. Undang-Undang tersebut memberi kebebasan terhadap bank dalam menentukan jenis imbalan yang akan diberikan terhadap nasabah.

Jumlah nasabah perbankan syariah saat ini jauh lebih kecil dari jumlah nasabah bank konvensional yang mencapai angka 80 juta jiwa. Beberapa faktor diantaranya yang telah menyebabkan hal ini terjadi adalah ; pertama, kurangnya sosialisasi yang dilakukan oleh perbankan syariah mengenai sistem keuangan syariah. Kedua, masih adanya anggapan bahwa tidak ada bedanya antara bank konvensional dan bank syariah, padahal secara prinsip keduanya jelas memiliki perbedaan, dimana bank syariah menghindari aktivitas yang mengandung riba, motivasi usaha yang tidak hanya fokus pada profit oriented tapi juga pada kemaslahatan nasabah dan umat, serta berpegang teguh pada asas keadilan, kebersamaan, kemashalatan, keseimbangan dan universalisme. Ketiga, umur perbankan syariah yang tergolong masih sangat belia, sehingga kepercayaan terhadap perbankan syariah belum sepenuhnya melekat dihati masyarakat, padahal satu-satunya perbankan yang tetap stabil disaat krisis keuangan terjadi pada tahun 1998 adalah perbankan syariah, namun sayang hal ini belum banyak diketahui oleh masyarakat umum. Keempat, jangkauan perbankan syariah yang belum mampu menysar hingga ke pelosok negeri. Jangkauan ini penting, karena semakin dekat dengan masyarakat maka akan semakin mudah bagi perbankan syariah untuk dikenal.

Fenomena yang ada di Indonesia saat ini adalah hampir sebagian besar masyarakat Indonesia sudah terbiasa dengan sistem perbankan konvensional, meskipun mayoritas masyarakat Indonesia beragama Islam namun faktor tersebut tidak menjadikan suatu faktor kunci bagi bank syariah untuk berkembang. Selain itu setiap calon nasabah juga memiliki kriteria sendiri yang dapat menjadi faktor

pendorong mereka untuk menjadi nasabah bank syariah. Dimulai dari faktor pribadi, pengaruh lingkungan sosial, psikologis, kualitas layanan, lokasi, faktor produk perbankan syariah itu sendiri, promosi yang gencar yang dilakukan oleh bank syariah, serta faktor fasilitas yang diberikan oleh bank syariah itu sendiri sehingga dapat menciptakan loyalitas pelanggan. Hal ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Maysaroh (2014), dimana dari penelitian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor psikologis, lokasi, promosi, dan budaya berpengaruh positif dan signifikan dalam mempengaruhi nasabah untuk memutuskan menjadi nasabah bank syariah atau tidak. Dari penelitian tersebut, maka penting bagi bank syariah untuk menjalin suatu hubungan dengan calon nasabah dan nasabah mereka, bank syariah harus mampu membangun serta menyusun strategi yang tepat agar mampu mendapatkan nasabah baru dan mempertahankan nasabah lama, sehingga keberlangsungan bank syariah dapat lebih terjamin sehingga terbentuk loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan merupakan hal yang sangat penting ditengah persaingan bisnis yang tinggi, karena dengan loyalitas akan bermanfaat bagi perkembangan jangka panjang perusahaan menciptakan hubungan yang kuat dan erat dengan pelanggan adalah mimpi semua pemasar dan hal ini sering menjadi kunci keberhasilan pemasaran jangka panjang. Untuk mendapatkan loyalitas pelanggan, institusi atau perusahaan perlu melakukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat mempengaruhi loyalitas pelanggannya kualitas adalah jaminan terbaik atas loyalitas pelanggan, pertahanan terkuat perusahaan dalam menghadapi

persaingan, dan satu-satunya jalan untuk mempertahankan pertumbuhan dan penghasilan.

Loyalitas terjadi apabila pelanggan merasa puas dengan merek atau kualitas pelayanan yang diterimanya, dan berniat untuk terus melanjutkan hubungannya dengan perusahaan tersebut. Dengan demikian loyalitas dapat terus dipertahankan apabila pihak penyedia jasa berusaha untuk memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik kepada pelanggannya. Sedangkan bagi konsumen yang terlanjur membeli suatu merek, promosi konsumen dapat menjadi insentif tambahan bagi mereka untuk tetap loyal. Tujuan akhir dari strategi pemasaran produk adalah memperkuat loyalitas pelanggan. Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa kualitas dan strategi dapat menjadi cara yang tepat untuk mempengaruhi pelanggan agar loyal kepada perusahaan.

Banyak fenomena yang terjadi dalam sebuah perusahaan perbankan syariah mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Terutama pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah, berikut masalah yang terjadi adalah nasabah Bank BRI Syariah mempunyai harapan dapat dilayani oleh bank yang benar-benar sesuai syariah. Mereka dapat dengan mudah melihat perbedaan antara produk perbankan syariah dengan produk perbankan konvensional. Dan kurangnya pengenalan produk yang di tawarkan kepada masyarakat sehingga menyebabkan kurangnya eksistensi terhadap bank – bank berbasis syariah.

Berdasarkan hal-hal yang telah diidentifikasi di atas, mendorong minat dan gagasan penulis untuk mengangkatnya menjadi bahan dan judul skripsi. Atas dasar itulah penulis memilih judul **“Pengaruh Kualitas Pelayan dan Kepuasan**

Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Kebon Jeruk ” dalam sebuah skripsi sebagai tugas akhir jenjang S1 yang ditempuh penulis.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dengan memperhatikan latar belakang yang telah diuraikan maka permasalahan dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimanakah Kualitas Pelayanan Bank Rakyat Indonesia Syariah
2. Bagaimanakah Kepuasan Pelanggan Bank Rakyat Indonesia Syariah
3. Bagaimanakah Loyalitas pelanggan terhadap Bank Rakyat Indonesia Syariah
4. Apakah pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Bank Rakyat Indonesia Syariah
5. Apakah pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Bank Rakyat Indonesia Syariah
6. Apakah Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah

1.2.2 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan untuk membatasi masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini agar sasaran dari pokok pembahasan data tercapai dengan baik dan tepat sehingga tidak akan meluas pada masalah lain diluar topik yang akan diteliti, maka penulis membatasi masalah atau ruang lingkup dari masalah

yang akan dibahas adalah batasan penelitian ini hanya meneliti bagaimanakah Kualitas Pelayanan dan Kualitas Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.

1.2.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah diatas penelitian ini dirumuskan sebagai berikut **“Bagaimana Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Kebon Jeruk ”.**

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah diuraikan di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan Bank Rakyat Indonesia Syariah
2. Untuk mengetahui Kepuasan Pelanggan Bank Rakyat Indonesia Syariah
3. Untuk mengetahui Loyalitas Pelanggan Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah
4. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Strategi Pemasaran Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia
5. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah
6. Untuk mengetahui Strategi Pemasaran Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademik.

Sebagai bahan pertimbangan dalam mengevaluasi proses belajar pada program *study* dapat diterapkan dilapangan. Selain itu sebagai penambah ilmu kepustakaan dibidang pemasaran dan sebagai bahan acuan peneliti lain untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

2. Bagi Mahasiswa.

Sebagai penerapan teori yang diperoleh dibangku kuliah dengan kenyataan yang ada di lingkungan kerja serta dapat dijadikan referensi penelitian sejenis ataupun untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

3. Bagi Perusahaan.

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi yang berguna bagi pengambilan kebijakan mengenai pelayanan prima yang dilakukan perusahaan, dan sebagai masukan untuk meningkatkan strategi yang tepat bagi perusahaan di dalam persaingan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedelapan. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty.
- Christopher Lovelock & Lauren K Wright. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*, PT. Indeks, Indonesia
- Devrye, Catherine. (2009). *Good Service and Good Business*. PT. Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Ghozali, Imam, 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Griffin, Jill, (2010). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Erlangga, Jakarta.
- Ferrinadewi, Erna. 2009. *Pengaruh Threat Emotion Konsumen Dan Brand Trust Pada Keputusan Pembelian Produk Susu Anlene Di Surabaya..* Universitas Widya Kartika.
- Hasan, Ali. (2011). *Marketing*. Jakarta : Media Presindo.
- Hernama & johan (2009). *Analisis Kepuasan Konsumen pada Produk Tepung Ketan Merk Rose Brand PT Sungai Budi Jakarta*.
- Institut Bankir Indonesia Tim Pengembangan Perbankan Syariah, *Konsep, Produk dan Implementasi Operasional Bank Syariah*, Jakarta: Djembatan, (2009), h. 69 Jakarta: Alfabeta CV
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat dan Ahmad Hamdani. (2009). *Managemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Ratih, Hurriyati, Dr., M.Si. (2010). *“Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen”*..
- Solomon dan Elnora, (2009), *Strategi Pemasaran*, Jakarta: Kelompok Gramedia

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. (2011). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: CV Andi Offset

Tjiptono, Fandy. (2010). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset

Zeithaml Valarie A dan Marry Jo Bitner. (2011). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*. Second Edition. North America. Mc Graw Hill.

<http://www.brisyariah.co.id>

