

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan pesat ekonomi dan keuangan Islam merupakan trend global. Lebih 75 negara mengelola *asset* sekitar USD 822 miliar, dengan laju pertumbuhan 28,6% di tahun 2009. Estimasi volume industri keuangan syariah secara global: menguasai sekitar 1% dari total aset keuangan global dengan pertumbuhan rata-rata tahunan sebesar 20% sejak tahun 2000. Seiring dengan berkembangnya asset Perbankan Islam maka berkembang pula pusat-pusat keuangan Islam di berbagai kawasan, seperti Bahrain, Inggris, Malaysia, Hongkong, Singapura, Iran, Pakistan termasuk diantaranya di Indonesia. Hal Ini terlihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.1

#### Perbandingan Perkembangan Bank Islam

Tahun	Nama Negara					
	Iran	Malaysia	Bahrain	Sudan	Indonesia	Pakistan
2005	36.3%	17.7%	48.0%	48.0%	39.7%	39.7%
2006	28.0%	18.0%	52.5%	52.5%	28.0%	63.3%
2007	34.4%	19.1%	36.8%	13.2%	36.0%	72.8%
2008	26.6%	22.7%	50.6%	17.0%	35.6%	26.6%
2009	19.0%	24.2%	3.3%	19.0%	33.4%	40.7%
2010	14.5%	14.5%	0.6%	17.5%	47.6%	27.5%
2011	14.0%	25.1%	3.3%	17.0%	49.2%	27.0%

Sumber: Makalah Ascarya

Melihat tabel di atas terlihat bahwa perkembangan industri keuangan Islam mengalami trend positif di berbagai negara termasuk diantaranya di Indonesia. Adapun di Indonesia, sejak dikembangkannya sistem perbankan

syariah dalam kurun waktu 10 tahun perkembangannya, total aset industri perbankan Syariah telah meningkat dari Rp 8 triliun pada tahun 2003, menjadi Rp 195 triliun pada tahun 2012 dengan laju pertumbuhan aset rata-rata sebesar 47.9% per tahun. Hal ini terlihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.2

## Pertumbuhan Perbankan Syariah

Tahun	Assets	Deposits	Financing
2005	36.2%	31.4%	32.6%
2006	28.0%	32.7%	34.2%
2007	36.7%	35.5%	36.7%
2008	35.6%	31.6%	36.7%
2009	33.4%	41.8%	20.8%
2010	47.4%	45.5%	45.5%
2011	49.2%	51.8%	50.6%
2012	34.1%	27.8%	43.7%

Sumber: makalah Ascarya

Dari tabel diatas terlihat bahwa perbankan syariah mengalami pertumbuhan yang signifikan, mulai dari *asset*, *deposito*, *finencing* dengan puncak pertumbuhan terjadi pada tahun 2011 dengan pertumbuhan rata-rata sebesar 50,6%, kemudian pada tahun 2012 mengalami penurunan. Namun demikian secara umum pertumbuhan bank syariah tumbuh dengan sangat bagus, dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 47.9% per tahun pada tahun 2012.<sup>1</sup>

Berdirinya Lembaga Keuangan Syariah khususnya Bank Syariah sesungguhnya merupakan usaha untuk menerapkan Syariat Islam secara bertahap dan parsial dengan maksud mengatasi kelemahan umat ini dalam bidang ekonomi dan kesejahteraannya. Keberadaan Bank Syariah diharapkan mampu mewujudkan sistem perbankan yang kompetitif, efisien, dan memenuhi prinsip kehati-hatian

<sup>1</sup> Ascarya (2012) Makalah Seminar “Urgensi Riset dalam Pengembangan Keilmuan Ekonomi Islam dan Bisnis Syariah”. IAEI – STEI TAZKIA Bogor, 3 april 2013

serta mampu mendukung sektor riil secara nyata melalui kegiatan pembiayaan berbasis bagi hasil dan transaksi riil dalam kerangka keadilan, tolong menolong dan menuju kebaikan guna mencapai kemaslahatan masyarakat. Keberhasilan dan kelanggengan Bank berdasarkan syariah ini sangat diharapkan oleh umat Islam sehingga mampu merealisasikan tujuan-tujuannya. Oleh karena itu agar Bank ini dapat bertahan hidup dan terus berkembang dengan baik serta memiliki karakteristik yang sehat sesuai dengan ketentuan yang dikeluarkan oleh bank Indonesia, maka perlu dukungan lebih dari umat Islam.

Memang benar bahwa perkembangan Bank Syariah di Indonesia cukup pesat dan perlu dilakukan upaya untuk mengembangkan perbankan syariah lebih pesat lagi. Berdasarkan catatan Statistik Perbankan Syariah yang diterbitkan Bank Indonesia sampai dengan Maret 2012 telah ada 11 Bank Umum Syariah (BUS), 24 Unit Usaha Syariah (UUS), 1.151 Kantor Cabang Syariah (KCS) dan 155 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)<sup>2</sup>. Belum lagi lembaga keuangan mikro syariah dan Baitul Mal wa Tamwil (BMT) yang tersebar hampir di setiap propinsi (lihat Tabel 1.3).

Tabel 1.3

#### Perkembangan Bank Syariah dan Lembaga Keuangan Syariah

Kelompok Bank	Tahun					
	2005	2006	2007	2008	2009	Maret 2012
Bank Umum Syariah	3	3	3	5	6	11
Jumlah kantor BUS	304	349	401	581	711	1.151

<sup>2</sup> Statistik Perbankan Syariah Maret 2012. Jakarta. bank Indonesia.

Unit Usaha Syariah	19	20	26	27	25	24
Jumlah kantor	133	163	170	214	287	237
BPR Syariah	92	105	114	131	139	155
Jumah kantor BPRS	92	105	185	202	223	278

Sumber: Statistik Perbankan Syariah- Bank Indonesia: 2010 ( diolah)

Dilihat dari aspek keuangan seperti aktiva, jumlah pembiayaan dan simpanan dana pihak ketiga serta indikator utama lainnya seperti juga menunjukkan perkembangan yang cukup bagus (Tabel 1.4 )

Tabel 1.4

Indikator Utama Kinerja Bank syariah  
(Jutaan Rupiah)

Indikator	Tahun					
	2005	2006	2007	2008	2009	Sep2010
Aktiva	20.880	26.722	33.016	49.555	66.090	83.454
Pembiayaan	14.793	20.222	25.927	32.304	34.099	50.190
Dana pihak ke 3	12.914	17.296	22.337	27.948	34.099	54.721
Laba/rugi	167	239	355	481	411	919
(Financial to Deposit Ratio-FDR)	114,55%	116,91%	116,66%	116,66%	103,18%	91,72%
(Non Performing Financing-NPF)	2,37%	2,82%	4,75%	4,05%	4,01%	3,95

Sumber: Statistik Perbankan Syariah- Bank Indonesia: 2010

Bagi umat Islam khususnya maupun Bangsa Indonesia pada umumnya usaha mewujudkan perbankan Syariah ini harus disyukuri dan menjadi kebanggaan bersama. Keberhasilan perbankan syari'ah, dapat menjadi salah satu contoh keberhasilan penerapan syari'ah Islam dalam bermuamalah. Akan tetapi menurut Euis Amalia meskipun pertumbuhan perbankan syariah saat ini sangat tinggi namun belum mencapai target yang diharapkan yaitu market share 5%.

Salah satu kendalanya yaitu karena faktor SDM, baik minimnya jumlah SDM perbankan syariah maupun kualitasnya yang masih rendah.<sup>3</sup> Menurut Agustianto, Sumber Daya Manusia perbankan dan Lembaga Keuangan Syariah yang berasal dari lulusan program ekonomi syariah belum mencukupi. Sebagian besar SDM Perbankan dan Lembaga Keuangan Syariah merupakan lulusan program studi konvensional. Adapun kajian Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia dalam Arim tentang kondisi Sumber Daya Manusia Lembaga Keuangan Syariah (SDM LKS) di Indonesia menyatakan 70% SDM LKS berasal dari Bank Konvensional (lihat Tabel 1.5).

Tabel 1.5

## Kondisi SDM di Lembaga Keuangan Syariah Tahun 2009

Sumber Daya Manusia	Kondisi
Karakteristik Keilmuan	10 % Ilmu Ekonomi Konvensional 90% Ilmu Ekonomi Syariah
Sumber SDM	20% Fresh Graduate 70% Bank Konvensional 5% Bank Syariah Lain 5% Sumber Lain

Sumber; Arim (2010)

Dengan jumlah SDM yg memiliki kemampuan di bidang syariah masih minim dikhawatirkan kinerja bank syariah tidak berjalan maksimal. Seperti yang disampaikan Agustianto bahwa Bank Indonesia selalu menyampaikan banyaknya indikasi pelanggaran syariah yang dilakukan oleh lembaga keuangan syariah dalam praktek operasionalnya. Hasil dari indikator pengawasan dan pemeriksaan yang dilakukan oleh Bank Indonesia, masih ditemui berbagai sistem operasional

<sup>3</sup> Euis Amalia dan M Nur Rianto Al Arif. (2013). Kesesuaian Pembelajaran Ekonomi Islam Di perguruan Tinggi dengan Kebutuhan SDM pada Industri Keuangan Syariah di Indonesia. Jurnal Inferensi STAIN Salatiga, vol. 7 No. 1 Juni 2013. Hal 5

bank syariah yang belum sesuai dengan prinsip Syariah Compliance (Kepatuhan pada nilai-nilai Syariah).

Sedangkan Anthonio menjelaskan bahwa untuk menjaga kemurnian praktek Bank Syariah maka di bentuk Dewan Pengawas Syariah (DPS). Adanya DPS ini merupakan salah satu hal pokok yang membedakan bank syariah dengan bank konvensional.<sup>4</sup> Tugas utama DPS adalah mengawasi pelaksanaan operasional bank dan produk-produknya agar tidak menyimpang dari aturan syariah. Akan tetapi menurut Gunawan telah terjadi penurunan kepatuhan pada bank Syariah terhadap prinsip syariah.<sup>5</sup>

Berdasarkan penelitian yang dilakukan BI mengenai preferensi masyarakat ditemukan adanya keraguan masyarakat terhadap kepatuhan syariah oleh bank syariah. Dalam pokok-pokok penelitian Bank Indonesia tersebut salah satunya menyebutkan bahwa nasabah yang telah menggunakan jasa Bank Syariah sebagian memiliki kecenderungan untuk berhenti menjadi nasabah antara lain karena kualitas pelayanan yang kurang baik dan atau keraguan akan konsistensi penerapan prinsip syariah.<sup>6</sup> Kualitas pelayanan merupakan salah satu indikator untuk mengukur kepuasan nasabah. Nasabah akan merasa puas jika setelah menggunakan jasa tersebut, ternyata kualitasnya baik. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas performance atas jasa dalam memenuhi

---

<sup>4</sup> Antonio, Muhammad Syfe'i. (2001). *Bank Syariah Wacana Ulama dan Cendekiawan*. Bogor. Tazkia Institute.

<sup>5</sup> Dalam Arim Nasim (2010). *Pemahaman Manejer, Peran Dewan Pengawas Syariah, Kualitas Laporan Keuangan terhadap Loyalitas Nasabah serta Implikasinya terhadap Kinerja Keuangan Bank Syariah*. Bandung (Disertasi). Universitas Padjajaran (tidak diterbitkan).

<sup>6</sup> Institut Pertanian Bogor. (2004). *Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah*. Kerjasama Direktorat Perbankan Syariah – Bank Indonesia dengan Institut Pertanian Bogor.

harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapannya terlampaui.<sup>7</sup> Kepuasan nasabah merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas nasabah. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan nasabah yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas nasabah tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis.<sup>8</sup>Selain itu, kepatuhan dan kesesuaian Bank terhadap prinsip syariah sering dipertanyakan oleh para nasabah. Secara Implisit hal tersebut menunjukkan bahwa praktik perbankan syariah selama ini kurang memperhatikan prinsip-prinsip syariah, salah satu penyebab reputasi dan kepercayaan masyarakat pada bank syariah hal ini juga akan berdampak pada loyalitas masyarakat menggunakan jasa bank syariah.

Kecurigaan dan ketidakpuasan tersebut didasarkan pada pengalaman interaksi dengan sejumlah bank syariah yang belum melaksanakan prinsip-prinsip syariah secara konsisten. Ada ambivalensi antara konsep syariah dengan operasionalisasinya di lapangan. Terdapat ketidakcocokan dari garis syariah yang

---

<sup>7</sup> Irawan handi (2003). 10 prinsip kepuasan pelanggan. PT. Elex Media komputindo. Jakarta.

<sup>8</sup> Fornell, C. 1992. A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. *Journal of Marketing*, 56.

ditentukan.<sup>9</sup> Hal ini menyebabkan berkurangnya kepercayaan dari nasabah ataupun calon nasabah di masyarakat.

Menurut Capra, kegagalan dalam penerapan prinsip syariah akan membuat nasabah pindah ke bank lain sebesar 85% .<sup>10</sup> Oleh karena penerapan prinsip-prinsip syariah atau dengan istilah *syariah compliance* menjadi keharusan bagi perbankan syariah dalam upaya memperbaiki reputasi dan kepercayaan pada perbankan syariah, serta melindungi kepentingan *stakeholders* dalam rangka mencitrakan sistem perbankan syariah yang sehat dan terpercaya.

Hasil penelitian Idat menunjukkan bahwa terjadi penurunan kepatuhan Bank Syariah terhadap prinsip syariah.<sup>11</sup>

Menurut Arim, DPS yang seharusnya berfungsi untuk mengawasi pelaksanaan prinsip-prinsip operasional Bank Syariah belum berjalan secara optimal.<sup>12</sup> Belum optimalnya peran DPS ini berdampak pada konsistensi penerapan Syariah Compliance (Kepatuhan prinsip syariah) pada Bank Syariah baik dalam akad maupun produk-produk yang ada di perbankan syariah lainnya. Jika kondisi ini terus berlangsung maka bisa berdampak pada loyalitas nasabah bank syariah tersebut.

---

<sup>9</sup> Nurkholis. *Kajian terhadap Kepatuhan Syariah dalam Praktik Pembiayaan di BMT Sleman*, Yogyakarta. Fenomena: Vol. 5 No. 2, September 2007. Hal 124

<sup>10</sup> Chapra, M.U. and Ahmed, Habib. "Corporate Governance in Islamic Financial Institutions." Occasional Paper No. 6, (Islamic Research and Training Institute/Islamic Development Bank, Jeddah (2002) 12-13

<sup>11</sup> Idat, Dhani Gunawan, *Trend Bank Syariah: Penurunan Terhadap Kepatuhan Prinsip Syariah*, (*Media Akuntansi*, Edisi 33 Mei 2002 ), hlm 30-31

<sup>12</sup> Nasim, Arim. (2010). *Pemahaman Manejer, Peran Dewan Pengawas Syariah, Kualitas Laporan Keuangan terhadap Loyalitas Nasabah serta Implikasinya terhadap Kinerja Keuangan Bank Syariah*. Bandung (Disertasi). Universitas Padjajaran (tidak diterbitkan).



Apalagi berdasarkan hasil riset Irawan, diantara bank-bank umum syariah yang ada, ternyata belum ada bank syariah yang mencapai tingkat kesesuaian 100% dalam melaksanakan Syariah Compliance.<sup>13</sup> Hal ini terlihat dari data berikut:

Tabel 1.6

Persentase Pelaksanaan Syariah Compliance

No	Nama Bank	Persentase
1	Bank Muamalat Indonesia	45,45 %
2	Bank Mega Syariah	45,45 %
3	BRI Syariah	72,73 %
4	BCA Syariah	36,36 %
5	BNI Syariah	36,36 %
6	BJB Syariah	45,45 %
7	Bank Syariah Bukopin	54,55%
8	Bank Syariah Mandiri	81,82 %
9	Panin Bank Syariah	54,55 %
10	Bank Victori Syariah	72,73 %

Dari data di atas, apabila diurut maka diantara bank umum syariah ada ternyata BNI Syariah adalah Bank Umum Syariah yang paling bawah yang belum optimal dalam melaksanakan Syariah Compliance dengan nilai 36,36 persen.

<sup>13</sup> Irawan. (2012). Makalah dalam Forum Riset Perbankan Syariah. Bandung. Universitas Padjadjaran,

Keberhasilan perkembangan bank syariah dan sekaligus sebagai prediksi keberhasilan bank syariah di masa yang akan datang dalam rangka meningkatkan *market share*nya. Berdasarkan kondisi-kondisi yang telah diuraikan, dapat diperoleh gambaran latar belakang atas permasalahan pada tingkat kepuasan nasabah dan penurunan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah (Syariah Compliance) pada bank syariah yang akan berdampak pada loyalitas nasabah bank syariah dengan studi kasus penelitian yang akan dilakukan di BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Geger Kalong Girang Bandung.

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan dianalisis dalam penelitian ini dirumuskan dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah di BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Geger Kalong Girang Bandung.?
2. Bagaimana Pengaruh Penerapan Syariah Compliance terhadap Loyalitas Nasabah di BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Geger Kalong Girang Bandung?
3. Bagaimana Pengaruh Kepuasan Nasabah dan Penerapan Syariah Compliance secara simultan terhadap Loyalitas Nasabah di BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Geger Kalong Girang Bandung?

### C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah di BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Geger Kalong Girang Bandung.
2. Untuk mengetahui bagaimana Penerapan Syariah Compliance terhadap Loyalitas Nasabah di BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Geger Kalong Girang Bandung.
3. Untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Kepuasan Nasabah dan Penerapan Syariah Compliance secara simultan terhadap Loyalitas Nasabah di BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Geger Kalong Girang Bandung.

### D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Akademis

- a. Bagi Penulis

Bagi peneliti adalah menjadi tambahan pengetahuan empiris tentang Bank Syariah serta untuk menjadi masukan dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi Loyalitas Nasabah di BNI Syariah Cabang Pembantu Geger Kalong Girang Bandung.

- b. Bagi Lembaga Pendidikan

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan masukan dan sumbangan pemikiran dalam melengkapi bahan bacaan atau *literature* bidang ekonomi Syariah.

## 2. Kegunaan Praktisi

Sebagai bahan Sumbangan informasi bagi Bank Syariah untuk menjadi masukan dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi Loyalitas Nasabah di BNI Syariah Cabang Pembantu Geger Kalong Girang Bandung.

## 3. Kegunaan Umum

Semoga penelitian ini dapat membantu pihak lain terutama BNI Syariah agar bisa meningkatkan kinerja serta mampu memberikan persepsi positif bagi masyarakat secara umum.

## E. Kajian Pustaka

Adapun hasil penelitian terdahulu, seperti yang dilakukan Rajawali meneliti dengan judul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan hubungan dengan loyalitas konsumen Carefour di kota Medan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Carefour yang menggunakan kartu pelanggan. Metode pengumpulan data menggunakan interview dan quisioner. Metode analisis menggunakan regresi dan hasilnya adalah kepuasan pelanggan memiliki hubungan positif terhadap loyalitas nasabah.<sup>14</sup>

Aritedjo meneliti pengaruh pengaruh kualitas jasa, kepuasan pelanggan dan terhadap loyalitas konsumen pada bisnis retail di Alfa pabeaan Surakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Alfa Pabean yang sedang belanja

---

<sup>14</sup> Rajawali (2008) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan hubungannya dengan loyalitas konsumen Carefour di Kota Medan. Tesis. Universitas Sumatera Utara. (tidak diterbitkan.)

pengambilan sampel dengan menggunakan teknik non-probability sampling, maka ditetapkan sampel sebanyak 150 orang. Metode analisis menggunakan Struktur Equation Modeling (SEM). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.<sup>15</sup>

Menurut Diah pada nasabah tabungan Bank Mandiri cabang Surabaya, menyimpulkan apabila *service performance* dan kepuasan nasabah sebagai variabel moderator meningkat, maka loyalitas nasabah juga akan meningkat.<sup>16</sup> Kemudian penelitian Shergill G.S dan Bing Li M (2002) dalam Tuhi (2006), menghasilkan bahwa kepuasan konsumen merupakan faktor penting dalam mempengaruhi loyalitas konsumen.<sup>17</sup>

Arim meneliti pengaruh Pemahaman Manejer, Peran Dewan Pengawas Syariah, Kualitas Laporan Keuangan terhadap Loyalitas Nasabah serta Implikasinya terhadap Kinerja Keuangan Bank Perkreditan Syariah di Jabar, Banten dan Yogyakarta. Hasil pengujian dengan menggunakan program VPLS (*visual Partial Least Square*) di peroleh nilai koefisien jalur yang tidak signifikan antara variable Dewan pengawas syariah dengan loyalitas nasabah.

Secara garis besar berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini :

---

<sup>15</sup>Faizul (2008) Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Ritel terhadap kepuasan dan hubungannya dengan Loyalitas Pelanggan Plaza Medan. Tesis. Universitas Sumatera Utara. Hal 20

<sup>16</sup>Diah Dharmayanti, April 2006. "Analisis Dampak Service Performance dan Kepuasan Sebagai Moderating Variable Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Surabaya". *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 1 No. 1, : 41-42

<sup>17</sup>Anton. 2010. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Danamon Surakarta dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Pemediasi. Universitas Sebelas Maret. Tesis. Hal 35

Tabel 1.7  
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul/Variabel	Hasil Penelitian
	Paliati (2007)	Nilai Pelanggan, Kepuasan dan Loyalitas	Terdapat hubungan langsung antara nilai, kepuasan dan loyalitas
	Wirayuda	Kinerja Atribut, Pelayanan Pendukung, Persepsi Nilai dan Loyalitas	kinerja atribut, pelayanan pendukung berpengaruh terhadap loyalitas Pelanggan
	Arim (2010)	Pemahaman Manejer, Peran Dewan Pengawas Syariah, Kualitas Laporan Keuangan terhadap Loyalitas Nasabah serta Implikasinya terhadap Kinerja Keuangan Bank Syariah	Pemahaman maneger dan kualitas laporan keuangan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di BPRS sedangkan DPS tidak berpegaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah
	Faizul (2008)	Strategi Bauran Pemasaran Ritel terhadap Kepuasan dan Hubungannya dengan Loyalitas Pelanggan Plaza Medan	Kepuasan konsumen berhubungan positif dengan loyalitas pelanggan.
	Rajawali	Pengaruh Kualitas Pelayanan	Kualitas pelayanan

	(2008)	terhadap Kepuasan dan Hubungannya dengan Loyalitas Konsumen Carefour di Kota Medan	berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan hubungannya positif dengan loyalitas nasabah
	Anton (2010)	Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Danamon Surakarta dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Pemediasi	Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah
	Nur Kholis (2007)	Kajian terhadap Kepatuhan Syariah dalam Praktik Pembiayaan di BMT Sleman, Yogyakarta	Mengkaji pelaksanaan praktik Pembiayaan Syariah, mengkaji cara menentukan margin keuntungan atau bagi hasil, mengkaji sikap dan tindakan jika terjadi kegagalan pembayaran.

Tabel 1.8

## Perbedaan dan Persamaan Penelitian Penulis dengan Penelitian Terdahulu

Persamaan	Perbedaan	
	Penelitian Terdahulu	Penelitian Penulis
Meneliti kepuasan nasabah	Meneliti kepuasan pelanggan berdasarkan pendekatan konvensional	Meneliti kepuasan nasabah berdasarkan pendekatan syariah
Menghubungkan kepuasan dengan loyalitas	objek penelitian bukan di Bank Syariah	Objek penelitian di Bank Syariah
Pengaruh Syariah Compliance terhadap Loyalitas Nasabah	Tidak memasukan variabel kepuasan nasabah. Objek penelitian angket terhadap DPS	Memasukan variabel kepuasan dan meneliti penerapan Sayariah Compliance berdasarkan persepsi nasabah

### F. Kerangka Pemikiran

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau hasil yang ia rasakan dengan harapannya.<sup>18</sup> Variabel ini diukur melalui tiga dimensi yaitu,

1. Ekspektasi adalah pengharapan yang dimiliki oleh konsumen dalam menggunakan suatu produk baik pengharapan memperoleh keuntungan lebih, kemudahan atau keberkahan.
2. Kemudahan Lokasi. Pelanggan akan lebih puas apabila lokasinya sangat

<sup>18</sup>Kotler, Philip dan Armstrong, Gary (2000). "Prinsip-prinsip pemasaran Jilid 1", Edisi Delapan, Erlangga, Jakarta



strategis, mudah di jangkau, nyaman dan dilalui oleh jalan umum.

3. Kualitas Pelayanan. Nasabah akan merasa puas apabila pelayanan yang diberikan Bank baik, tersedianya customer service dan keramahan karyawan bank.

Menurut Oliver hubungan antara kepuasan dan loyalitas pelanggan bukanlah pengganti satu sama lain. Mungkin saja seorang pelanggan loyal tanpa harus sangat puas (misalnya bila hanya ada sedikit pilihan merek) dan bisa pula pelanggan sangat puas tetapi tidak loyal (contohnya jika tersedia banyak alternative merek).<sup>19</sup>

Menurut Selnes Loyalitas dapat terbentuk apabila pelanggan merasa puas dengan merek atau tingkat layanan yang diterima dan berniat untuk terus melanjutkan hubungan.<sup>20</sup> Pelanggan dapat menjadi loyal karena adanya hambatan peralihan yang besar dengan faktor teknis, ekonomi atau psikologis yang dirasakan mahal atau sulit untuk beralih kepada penyedia layanan yang lain.<sup>21</sup>

Kepatuhan syariah (syariah compliance) merupakan manifestasi pemenuhan seluruh prinsip syariah dalam lembaga yang memiliki wujud karakteristik, integritas dan kredibilitas di bank syariah. Dimana budaya kepatuhan tersebut adalah nilai, perilaku dan tindakan yang mendukung terciptanya kepatuhan bank syariah terhadap seluruh ketentuan Bank Indonesia.<sup>22</sup>

Variabel ini diukur melalui dua dimensi yaitu akad dan produk.

---

<sup>19</sup>Oliver, R.N , 1997, *Satisfaction : A Behavioural Perspektif on The consumer*, Mc Graw-Hill., New York. Hal 34

<sup>20</sup>Op cit anton hal 39

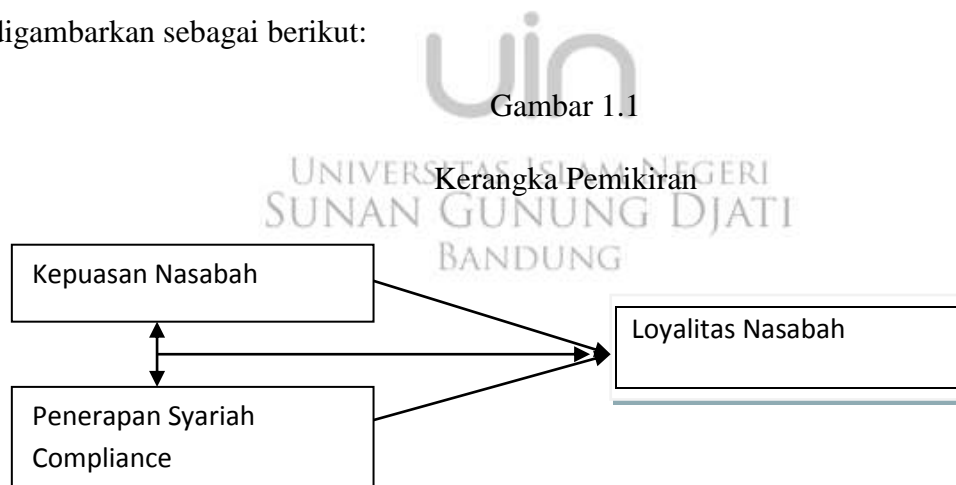
<sup>21</sup>Ibid

<sup>22</sup> Bank Indonesia, *Peraturan Bank Indonesia Nomor 13/2/PBI/2011 Tentang Pelaksanaan Fungsi Kepatuhan Bank Umum*, Tanggal 12 Januari 2011.

Loyalitas nasabah adalah perilaku yang muncul dari kombinasi kepuasan dan rasa memiliki nasabah sehingga dapat menghasilkan keuntungan nyata perbankan syariah. Menurut Tjipto loyalitas disini dapat diukur dengan 3 dimensi, yaitu:<sup>23</sup>

1. Repeat, yaitu apabila nasabah membutuhkan barang atau jasa akan kembali menggunakan jasa yang disediakan oleh penyedia jasa yang bersangkutan.
2. Retention, yaitu ia tidak terpengaruh jasa yang ditawarkan oleh pihak lain.
3. Referral, apabila jasa yang diterima memuaskan, maka nasabah akan memberitahukan kepada pihak lain, dan sebaliknya apabila ada ketidakpuasan nasabah akan memberitahukan kepada pihak lain.

Bedasarkan uraian kerangka pemikiran yang didukung dengan teori dan hasil-hasil penelitian yang ada sebelumnya maka kerangka pemikiran digambarkan sebagai berikut:



Sumber: diolah oleh peneliti

<sup>23</sup>Tjipto, Fandi (2002). Service quality and satisfaction. Cetakan pertama. Andi. Yogyakarta. Hal. 122

### **G. Hipotesis**

Bedasarkan kerangka pemikiran di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. Kepuasan Nasabah berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah di BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Geger Kalong Girang Bandung.
2. Penerapan Syariah Compliance berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah di BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Geger Kalong Girang Bandung.
3. Kepuasan Nasabah dan Penerapan Syariah Compliance berpengaruh simultan terhadap Loyalitas Nasabah di BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Geger Kalong Girang Bandung.

