

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada masa sekarang ini, perbankan mempunyai peran yang penting dalam memajukan perekonomian negara. Hampir semua usaha yang memiliki keterkaitan dengan kegiatan yang berbasis uang selalu bergantung dengan jasa bank.¹ Dapat kita ketahui apabila ekonomi Indonesia sedang menurun, perbankan pasti akan terkena imbasnya. Sangat pentingnya dunia perbankan, memunculkan argumen bahwa bank adalah “nyawa” untuk menghidupkan roda ekonomi dalam sebuah negara.² Di Indonesia sendiri perkembangan bank sudah sangat pesat, banyak bermunculan bank konvensional dan juga bank syariah. Keduanya saling bersaing dalam memberi kualitas pelayanan yang paling baik yang dibutuhkan nasabah.

Kualitas pelayanan adalah sebuah angan-angan dan pengendalian dari landasan tingkat keunggulan guna memenuhi apa yang diinginkan konsumen. Terdapat dua faktor yang menjadi dasar konsumen yaitu layanan yang didapat dengan harapan konsumen tentang pelayanan yang akan didapatkan. Apabila konsumen telah memutuskan untuk melakukan transaksi dengan salah satu badan usaha maka konsumen tersebut sudah mempunyai harapan tentang pelayanan yang ada di badan usaha tersebut, dan nantinya akan berpotensi di sebarakan kepada konsumen lain. Kualitas pelayanan dalam perusahaan bukan sesuatu masalah yang susah, namun apabila kualitas pelayanan tidak diperhatikan oleh perusahaan maka dapat memunculkan sesuatu yang tidak diharapkan karena sifatnya yang sangat sensitif. Kualitas pelayanan juga harus ada faktor pendukung yaitu dengan etika, fasilitas yang memadai, dan sebagainya.³

Persaingan ketat antara perbankan, membuat manager bank harus menambah kualitas pelayanannya terhadap nasabah,

¹ Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2012), 3.

² Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, 3.

³ Maulidiya Musvika, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Anggota Terhadap Loyalitas Anggota Melalui Kepuasan Anggota Sebagai Variabel Intervening Di BMT Hudatama Semarang” (Skripsi: Fakultas Ekonomi Univeritas Negeri Semarang), 1.

dikarenakan kualitas pelayanan yang baik sudah terbukti dalam banyak penelitian mampu membuat kepuasan nasabah. Dalam menumbuhkan kualitas pelayanan yang baik, bank harus melihat standar pelayanan yang diinginkan oleh nasabah dan juga standar pelayanan yang dilakukan pesaing untuk membandingkan, dan juga melihat standar pelayanan yang harus diberikan untuk nasabah.⁴ Karena dengan kualitas pelayanan dan jasa dapat membuat perusahaan menduduki puncak yang kompetitif. Dengan kualitas pelayanan dan jasa yang bagus, bisa membuat perusahaan mendapatkan loyalitas konsumen, dan juga ada kemungkinan membuat konsumen baru tertarik.

Konsumen yang sudah loyal terhadap produk atau jasa juga bisa didefinisikan konsumen itu mempunyai rasa kebutuhannya terpenuhi dan puas, sehingga konsumen dapat membeli lebih dari satu kali. Dengan begitu perusahaan akan mendapatkan untung, karena dengan terpuaskannya konsumen, konsumen tidak lagi melihat perusahaan yang lain dan saat proses loyalitas konsumen itu, ada kemungkinan konsumen loyal memberi promosi kepada konsumen lainnya yang berbentuk *word of mouth*.⁵ Loyalitas konsumen menurut oliver adalah suatu keinginan yang keluar dari hati pelanggan untuk membeli kembali barang dari perusahaan kita dan tidak ada keinginan terhadap perusahaan lain.⁶

Kepuasan dan kepercayaan pelanggan adalah perbandingan antara harapan pelanggan dengan sesuatu yang sudah didapatkan pelanggan. Apabila sesuatu yang didapatkan pelanggan lebih besar atau lebih baik dari harapan pelanggan maka pelanggan tersebut bisa mendapatkan rasa puas dan akan menimbulkan rasa percaya, dan begitu juga sebaliknya apabila sesuatu yang diharapkan pelanggan lebih besar atau lebih baik dari pada yang sudah didapatkan maka bisa dikatakan pelanggan tersebut belum mendapatkan kepuasan, dan bisa jadi menimbulkan rasa kecewa. Dengan hal tersebut perusahaan harus bisa menambah kepuasan pelanggan supaya pelanggan tidak melirik perusahaan lain untuk

⁴ Etta Mamang Sangatji Dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta, C.V.Andi Offset, 2003), 193.

⁵ Ahmad Guspul, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Kospin Jasa Cabang Wonosobo)." *Jurnal PPKM UNSIQ* Vol. I (2014): 40-41.

⁶ Oliver dan Richard L, "Whence Consumer Loyalty", *Journal of Marketing*, Volume 63 Special Issue, : 33-44.

mencukupi kebutuhannya.⁷ Kualitas pelayanan bisa diketahui melalui lima hal yaitu kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), bukti langsung (*tangible*), daya tanggap (*responsivisness*), dan empati (*empathy*).⁸

Kepercayaan dapat menjadi pondasi dalam sebuah usaha, kepercayaan juga bisa menjadi cara suatu perusahaan untuk menarik dan juga mempertahankan pelanggan. Tingkat kepercayaan suatu pelanggan dapat dilihat dengan sesuatu yang sudah diperoleh dari suatu pelayanan yang bagus sehingga didapatkan tingkat loyalitas pelanggan yang tinggi. Kepercayaan bisa dijadikan faktor yang penting terhadap suatu perusahaan, dikarenakan pelanggan tidak bisa melakukan hubungan tanpa adanya rasa percaya didalam dirinya.⁹

Kepercayaan atau *trust* adalah meyakini suatu tindakan yang dilakukan oleh orang lain maupun kelompok konsisten terhadap kepercayaan mereka.¹⁰ Kepercayaan harus diperhatikan perusahaan karena merupakan suatu hal yang sangat penting untuk menjalin hubungan dengan konsumen dikarenakan pelanggan tidak bisa menjalin hubungan dengan konsumen tanpa dilandasi suatu kepercayaan. Dalam hal ini KSPPS Bina Insan Muwahidun berusaha melakukan yang terbaik sehingga mampu menumbuhkan rasa percaya dari konsumen/nasabah. Semakin tingginya rasa percaya yang dimiliki pelanggan, maka rasa puas yang diperoleh pelanggan tersebut juga semakin tinggi. Informasi dan pengalaman yang bagus dapat menimbulkan rasa percaya konsumen terhadap produk atau jasa, hal tersebut dikarenakan pengetahuan konsumen tentang suatu produk dan jasa bisa menumbuhkan suatu kepercayaan konsumen apabila pengalaman yang didapat membuat konsumen merasa senang dan puas. Perusahaan harus bisa memiliki nilai plus yang menjadi pembeda dibandingkan perusahaan yang lain. Apabila suatu perusahaan mempunyai nilai plus maka akan

⁷ Ahmad, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah, 40-54.

⁸ A. Parasuraman et al., "A Conceptual Model Of Service Quality And Its Implications For Future Research" *Journal of marketing*. (1985)Vol. 49.

⁹ Maulidiya Musvika, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Anggota Terhadap Loyalitas Anggota, 11-12.

¹⁰ Junusi dan El Rahman. "Pengaruh Atribut Produk Islam, Komitmen Agama, Kualitas Jasa Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Pada Bank Muamalat Kota Semarang)". *The 9th Annual Conference on Islamic Studies (ACIS)*. (2009): 3.

semakin menambah rasa yakin terhadap calon pembeli untuk melakukan transaksi dan akan mendorong pelanggan lama untuk bertransaksi kembali.

Dalam menjual jasa atau produk, pastinya memilih lokasi menjadi dasar bagi sebuah perusahaan untuk mengembangkan produk mereka. Lokasi merupakan suatu hal penting yang wajib ditentukan ketika mendirikan suatu usaha karena lokasi yang menentukan bagaimana suatu usaha tersebut beraktivitas. Lokasi menjadi alasan konsumen ketika akan memilih penyedia jasa atau produk yang akan digunakan, karena pelanggan akan mempertimbangkan apakah perusahaan tersebut berdiri di lokasi yang mudah dijangkau atau tidak, hal tersebut membuat lokasi banyak digunakan untuk menjadi alat ukur perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan.¹¹

Ada pendapat yaitu lokasi fasilitas jasa sering menjadi faktor krusial yang dapat mempengaruhi sukses tidaknya perusahaan, karena lokasi sangat erat hubungannya dengan pasar potensial yang menyediakan jasa.¹² Ada juga yang menuturkan lokasi atau letak toko ditempat yang strategis membuat laba menjadi maksimal.¹³ Pelanggan sekarang pastinya sangat bijak untuk memilih dan mempertimbangkan lokasi mana yang akan menjadi tujuan pembelian mereka. Lokasi yang menarik akan memberikan efek menarik juga dalam penjualan.¹⁴ Pandangan mengenai bangunan dan lokasi bangunan tergantung kebutuhan dan selera pelanggan, hal tersebut bisa ditinjau dari strategisnya lokasi bangunan, akses jalan dan lain-lain. Letak bangunan bisa mempengaruhi pelanggan terhadap keputusan membeli pelanggan.¹⁵

¹¹ Resti Tarinda dan Achmad Zaini, "Pengaruh lokasi Dan kualitas layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Scissors Barbershop Malang", Vol. 4 , No.1 (2018): 2.

¹² Fandy dan Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima Edisi 2*. (Yogyakarta: Andi. 2011), 190.

¹³ Ghanimata dan Fifyanita, "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*. Vol. 1, No. 2 (2012): 3.

¹⁴ Vania Senggetang, dkk., "Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado", *Jurnal EMBA*, Vol. 7, No. 1 Januari (2019): 881-890.

¹⁵ Grace Marleen Wariki, dkk., "Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian, Dan Kepuasan Konsumen

Karena perkembangan perbankan syariah sekarang ini mengalami banyak peningkatan. Maka hal tersebut pastinya menimbulkan persaingan antara perbankan syariah satu dengan yang lainnya. Untuk mengantisipasi keadaan yang tidak diinginkan dalam menjalankan usahanya, maka KSPPS bina insan muwahidun gembong perlu meneliti faktor lokasi, kualitas pelayanan, dan kepercayaan apakah faktor tersebut berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di KSPPS bina insan muwahidun gembong.

Sesuai dengan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang **Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah “ KSPPS BINA INSAN MUWAHIDUN” Gembong.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di KSPPS Bina Insan Muwahidun Gembong Pati?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di KSPPS Bina Insan Muwahidun Gembong Pati?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di KSPPS Bina Insan Muwahidun Gembong Pati?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan nasabah di KSPPS Bina Insan Muwahidun Gembong Pati.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di KSPPS Bina Insan Muwahidun Gembong Pati.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah di KSPPS Bina Insan muwahidun Gembong Pati.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan memberi manfaat untuk beberapa pihak yang berkepentingan, antara lain sebagai berikut :

Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado”, *Jurnal EMBA*, Vol. 3, No. 2 juni (2015): 1073-1085.

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah maupun mengembangkan ilmu pengetahuan peneliti tentang ekonomi, dan juga diharapkan dapat menjadi tambahan wawasan dan ilmu bagi mahasiswa prodi ekonomi syariah. Selain itu juga dapat sebagai bahan rujukan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi objek penelitian dalam mengembangkan bisnis dan memahami perilaku nasabah.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi ini dibuat dengan maksud memberi gambaran secara garis besar tentang susunan dari bagian-bagian. Adapun sistematika penulisan skripsi yang disusun oleh penulis sebagai berikut :

1. Bagian Awal

Bagian ini berisikan halaman judul, surat persetujuan pembimbing skripsi, surat pengesahan munaqosah, surat pernyataan keaslian skripsi, abstrak, motto, persembahan, pedoman transliterasi arab-latin, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar tabel, dan daftar gambar.

2. Bagian Kedua

Bagian kedua ini terdiri dari :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang definisi lokasi, kualitas pelayanan, kepercayaan, dan pemasaran.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab tiga menjelaskan tentang semua metode atau teknik yang dilakukan peneliti. Metode itu mencakup jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, identifikasi variabel, variabel operasional, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
Bab empat ini berisi mengenai hasil penelitian yang meliputi gambaran objek penelitian, analisis data, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan dilanjutkan pembahasannya.

BAB V : PENUTUP
Bab penutup tentang simpulan dan saran.

3. Bagian Akhir

Bagian akhir meliputi daftar pusaka, daftar riwayat hidup, dan lampiran-lampiran.

