

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teori

2.1.1 Penelitian Terdahulu

Berbagai penelitian terdahulu memberikan kesimpulan yang positif dan signifikan. Secara simultan variabel kepercayaan dan kepuasan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas (Endang, 2015). Hasil selanjutnya oleh penelitian (Fadhilah, 2014) dengan judul Penerapan MSDM berbasis Nilai-Nilai Islami pada bank BNI Syariah Semarang mengatakan ada pengaruh positif dan signifikan, secara garis besar nilai-nilai Islam tetap harus di perhatikan dan di terapkan dalam praktek MSDM di BNI Syariah. Hasil penelitian ini juga di dukung oleh (Suci Endah, 2015) Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara nilai-nilai islam dan budaya organisasi terhadap produktivitas kerja. Menurut (Soengkono, 2012) dengan judul Pengaruh nilai-nilai Islam dalam perbankan syariah terhadap loyalitas nasabah tabungan (studi kasus di bank muamalat cabang bengkulu) menyimpulkan Nilai-Nilai Islam berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, koefisien determinasi sebesar 55,2%. Artinya besar pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Islam pada Bank berbasis Syariah terhadap Loyalitas nasabah sebesar 55,2%. Sisanya sebesar 44,8% dipengaruhi oleh faktor lain. Penelitian dengan judul yang sama (Novando, 2015) Penerapan Nilai-Nilai Islam pada bank berbasis syariah dan pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah (studi pada nasabah bank syariah mandiri malang) Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel prinsip keadilan (X1), prinsip kebersahaan (X2), prinsip jaminan (X3) dan prinsip kemandirian (X4) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap terhadap loyalitas nasabah bank syariah di Kota Malang (Y). Dan di hasil penelitian (Gusti Ayu, 2014) ini menunjukkan bahwa: 1.kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, 2.kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah,

3.kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama & Tahun	Judul artikel	Variabel bebas	Variabel terikat	Hasil
1.	Endang Tri Wahyuni (2015)	Pengaruh kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas	1.kepercayaan 2.kepuasan	Loyalitas nasabah	Secara simultan variabel ke-percayaan dan kepuasan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.
2.	Novando K. Peni Putra (2015)	Penerapan Nilai-Nilai Islam pada bank berbasis syariah dan pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah (studi pada nasabah bank syariah mandiri malang).	1. Prinsip keadilan 2. Prinsip kebersahan 3. Prinsip jaminan 4. Prinsip Kemandirian	Loyalitas nasabah	Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel prinsip keadilan (X1), prinsip kebersahan (X2), prinsip jaminan (X3) dan prinsip kemandirian (X4) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah di Kota Malang (Y),
3.	Suci Endah (2015)	Pengaruh-pengaruh nilai islam dan budaya organisasi terhadap produktivitas kerja karyawan mina swalayan yogyakarta	1. Nilai-nilai Islam 2. Budaya Organisasi	Produktivitas kerja Karyawan mina swalayan	Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara nilai-nilai islam dan budaya organisasi terhadap produktivitas kerja.
4.	Fadhilah B rahmatika (2014)	Penerapan MSDM berbasis Nilai-Nilai Islami pada bank BNI Syariah Semarang	1. MSDM 2. Kualitas Nilai-Nilai Islam	Bank BNI Syariah	Ada pengaruh positif dan signifikan bahwa secara garis besar Nilai-Nilai Islami tetap diperhatikan dan di terapkan dalam praktek MSDM di BNI Syariah.

“PENGARUH KUALITAS KARAKTERISTIK NILAI ISLAM TERHADAP LOYALITAS NASABABAH MELALUI KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN NASABAH DI BANK MUAMALAT”

Author: Septi Muzaiyanah NPK: K.2013.5.32457

Penelitian Terdahulu

Lanjutan tabel 2.1

5.	Gusti Ayu (2014)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah PT BPR hoki di kabupaten tabanan	1. Kualitas pelayanan 2. kepuasan	Loyalitas nasabah	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah 2. kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah 3. kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.
6.	Soengkono (2012)	Pengaruh nilai-nilai Islam dalam perbankan syariah terhadap loyalitas nasabah tabungan (studi kasus di bank muamalat cabang bengkulu)	1. Kejujuran 2. Kesederajatan 3. Keadilan Kebenaran	Loyalitas Nasabah	Nilai -Nilai Islam berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. koefisien determinasi sebesar 55,2%. Artinya besar pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Islam pada Bank berbasis Syariah terhadap Loyalitas nasabah sebesar 55,2%. Sisanya sebesar 44,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

2.1.2 Perbankan Syariah

Dalam buku *manajemen perbankan syari'ah* : (danupranata, 2013) Bank syari'ah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syari'ah dan Unit Usaha Syari'ah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka

meningkatkan taraf hidup rakyat. Secara intensif, berbagai upaya pendirian Bank Islam di Indonesia dimulai sejak 1988, yaitu pada saat pemerintah mengeluarkan Paket Kebijakan Oktober (PAKTO), yang mengatur tentang deregulasi industri perbankan di Indonesia. Para ulama saat itu telah berusaha untuk mendirikan bank yang bebas bunga, tetapi tidak ada satu pun perangkat hukum yang dapat di rujuk, kecuali adanya penafsiran dari peraturan perundang-undangan yang ada bahwa perbankan dapat saja menetapkan bunga sebesar 0% (nol persen)

Setelah adanya rekomendasi dari Lokakarya Ulama tentang Bunga Bank dan Perbankan, kemudian di ikuti UU No. & Tahun 1992 Tentang Perbankan, di mana perbankan bagi hasil diakomodasikan, Bank Muamalat Indonesia didirikan sebagai Bank Umum Islam pertama yang beroperasi di Indonesia. Pendirian Bank Muamalat kemudian di ikuti oleh bank-bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS). Namun, karena lembaga ini masih di rasakan kurang mencukupi dan belum sanggup menjangkau masyarakat Islam lapisan bawah, lembaga-lembaga simpan pinjam yang di sebut sebagai Baitul Maal tamwil (BMT) di bentuk.

Dalam buku *manajemen perbankan syari'ah* : (Danupranata,2013) menjelaskan untuk melihat proses pembentukan bank syariah di Indonesia, ada tiga cara untuk menjadi bank syariah, sebagai berikut.

1. Mendirikan bank syariah secara langsung dengan *full system* (sistem penuh) syariah seperti halnya Bank Muamalat.
2. Melakukan konversi, dari bank konvensional ke bank syariah. Inipun biasanya menggunakan full system syariah.
3. Membuka divisi syariah, biasanya adalah bank konvensional yang berniat melakukan transaksi syariah.

2.1.3 Sejarah dan Perkembangan Bank Syari'ah di Indonesia

Di Indonesia, bank syari'ah yang pertama didirikan pada tahun 1992 adalah Bank Muamalat (BMI). Walaupun perkembangannya terlambat dibandingkan dengan

negara-negara Muslim lainnya, perbankan syariah di Indonesia akan terus berkembang. Bila pada periode tahun 1992-1998 hanya ada satu unit bank syariah, maka pada tahun 2005 jumlah bank syariah telah bertambah menjadi 20 unit, yaitu 3 bank umum syariah dan 17 unit usaha syariah. Sementara itu jumlah Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) hingga akhir tahun 2004 bertambah menjadi 88 buah. Industri perbankan syariah diprediksi masih akan berkembang dengan tingkat pertumbuhan yang cukup tinggi. Perkembangan perbankan syariah ini tentunya juga harus didukung oleh sumber daya insani yang memadai, baik dari segi kualitas maupun kuantitasnya. Namun, realitas yang ada menunjukkan bahwa masih banyak sumber daya insani yang selama ini terlibat institusi syariah tidak memiliki pengalaman akademis maupun praktis dalam *Islamic Banking*. Tentunya kondisi ini cukup signifikan mempengaruhi produktivitas dan profesionalisme perbankan syariah itu sendiri. Inilah yang memang harus mendapatkan perhatian dari kita semua, yakni mencetak sumber daya insani yang mampu mengamalkan ekonomi syariah di semua lini karena sistem yang baik tidak mungkin dapat berjalan bila tidak didukung oleh sumber daya insani yang baik pula (Abadi, 2015)

Sawarjuwono dan Mooduto (2005) mengungkapkan dalam perkembangannya, perbankan syariah menghadapi dua kendala mendasar yakni kendala yang pertama adalah dari internal perbankan, berupa terbatasnya skala dan volume bisnis dibandingkan dengan potensi perbankan nasional. Dan kendala yang kedua berasal dari eksternal perbankan, yaitu berupa pemahaman masyarakat akan bank syariah yang terbatas, beberapa regulasi yang belum sepenuhnya menunjang, serta belum terintegrasinya dengan berbagai institusi pemerintah yang terkait.

Perkembangan sistem perbankan yang baru muncul sekitar 20 tahun yang lalu dirasa terus mengalami kemajuan dan terus di percaya masyarakat dalam kegiatan ekonominya. Munculnya bank Islam ditandai dengan berdirinya PT.Bank Muamalat Indonesia (Bank Muamalat) pada tahun 1992 ditengah perkembangan

perbankan umum atau konvensional. Menurut Sawarjuwono & Mooduto (2005) menyatakan bahkan sekitar setahun sebelum kelahiran Bank Muamalat yang pada sementara literatur dikenal sebagai bank Islam atau bank syariah yang pertama di Indonesia), sebetulnya telah didahului oleh berdirinya 3 (tiga) buah bank syariah dalam bentuk Bank Pengkreditan Rakyat Syariah (BPR Syariah).

Dalam penelitian Sawarjuwono & Mooduto (2005) mengungkapkan perkembangan perbankan syariah di Indonesia digambarkan dengan adanya 2 (dua) kategori, yakni:

1. *Green light*. Yakni dilihat dari perkembangan pendanaan yang terus naik (asset perusahaan) yang terus berkembang. Di mana dalam krisis, bank syariah masih dapat bertahan.
2. *Yellow light*. Dilihat dari kurangnya pemahaman masyarakat mengenai produk-produk yang ditawarkan oleh bank syariah. Minimnya pengetahuan mengenai sistem-sistem perbankan syariah dan sistem bunga dalam perbankan syariah.

Bank yang bergerak dalam bidang jasa akan sangat memperhatikan hubungan antara perusahaan dengan nasabah. Hubungan yang baik akan menimbulkan rasa yang nyaman bagi nasabah untuk menggunakan jasa tersebut, sebagaimana fungsi bank yaitu *agent of trust*. Dengan demikian, kualitas pelayanan akan tergantung pada peran karyawan dimana merupakan sumber daya manusia dalam organisasi. Disinilah kompetisi sumber daya manusia dalam dunia perbankan dimainkan untuk mendapatkan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang baik kepada masyarakat. Kompetisi ini terjadi tidak hanya di dunia perbankan konvensional saja melainkan juga perbankan syariah.

2.1.4 Peranan Bank Syariah

Secara filosofis, Bank Syariah adalah bank yang aktivitasnya meninggalkan masalah riba. Dengan demikian, penghindaran bunga yang di anggap riba

merupakan salah satu tantangan yang dianggap riba merupakan salah satu tantangan yang di hadapi dunia Islam. Para ekonomi Muslim telah memberikan perhatian besar guna menemukan cara untuk menggantikan sistem bunga dalam transaksi perbankan dan keuangan yang lebih sesuai dengan etika Islam.

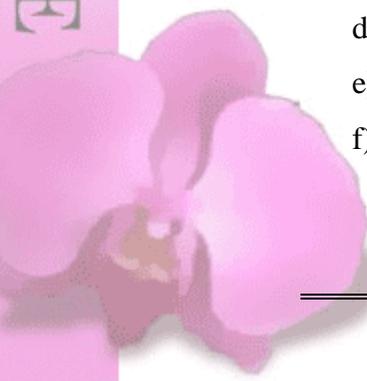
Dalam sistem perbankan konvensional, bank selain berperan sebagai jembatan antara pemilik dana dan dunia usaha, juga masih menjadi penyekat antara keduanya karena tidak adanya *transferability risk* dan *return*. Tidak demikian halnya dengan sistem perbankan syariah. Pada perbankan syariah, bank menjadi manajer investasi, wakil atau pemegang amanat dari pemilik dana atas investasi di sektor riil. Dengan demikian, seluruh keberhasilan dan resiko dunia usaha atau pertumbuhan ekonomi secara langsung didistribusikan kepada pemilik dana sehingga menciptakan suasana harmoni.

Sistem ekonomi dalam Islam tidak hanya didasari oleh UU pemerintah, melainkan juga ajaran-ajaran Islam yang terkandung dalam kitab suci Alquraan dan di terangkan dalam syariah Islam. Peranan bank syariah dalam perekonomian masih relatif kecil karena adanya beberapa kendala. Oleh karena itu, semua pihak perlu senantiasa mendukung terhadap perkembangan syariah (Mahmud,2009:4-5).

Ada beberapa tujuan dari perbankan Islam. perbankan Islam ialah menyediakan fasilitas keuangan dengan cara mengupayakan instrument-instrumen keuangan (Finansial Instrumen) yang sesuai dengan ketentuan dan norma syari'ah.

Tujuan dibentuknya Bank Syari'ah :

- a) Kegiatan ekonomi yang terhindar dari unsur Masyir gharar/tipuan dan riba.
- b) Menciptakan keadilan di bidang ekonomi dengan jalan pemerataan pendapatan.
- c) Melalui kegiatan investasi sehingga tidak terjadi kesenjangan.
- d) Meningkatkan kualitas dan hidup masyarakat mengentaskan kemiskinan.
- e) Menjaga stabilitas ekonomi dan moneter.
- f) Mengurangi ketergantungan pada bank konvensional.



2.1.5 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Tabel 2.2 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Aspek	Bank syariah	Bank konvensional
Legalitas	Akad syariah	Akad konvensional
Struktur organisasi	Penghimpun dana penyaluran harus sesuai dengan fatwa Dewan Pengawas Syariah	Tidak terdapat dewan sejenis
Bisnis usaha yang di biayai	<p>a. Melakukan investasi-investasi yang halal saja hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan kemitraan.</p> <p>b. Berdasarkan prinsip bagi hasil, jual beli, atau sewa.</p> <p>a. Berorientasi pada keuntungan (<i>profit oriented</i>) dan kemakmuran dan kebahagiaan dunia akhirat.</p>	<p>a. Investasi yang halal dan haram profit oriented</p> <p>b. Hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan kreditor-debitor</p> <p>c. Memakai perangkat bunga</p>
Lingkungan kerja	Islami	Non islami

Sumber: (Machmud 2009:12)

2.1.6 Kualitas Karakteristik Nilai-Nilai Islam

Definisi kualitas jasa (*Service Quality*) yang dikembangkan Parasuraman et.al. seperti yang dikutip oleh Lupiyoadi (2001:142) bahwa *service quality* atau kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para nasabah atas layanan yang mereka terima atau peroleh. Kualitas layanan yang memuaskan akan memberikan gambaran yang baik terhadap perusahaan. Sebaliknya bila mengecewakan, kesan yang diterima nasabah akan buruk. Selain itu pula apabila kualitas layanan yang baik benar-benar dilaksanakan, maka dapat dipergunakan sebagai salah satu cara untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan dan pengembangannya.

Perbankan syariah di Indonesia perlu memiliki SDM yang mampu memahami prinsip-prinsip syaria'ah. Selama ini masih banyak SDM perbankan syariah yang berasal (atau di rekrut) dari bank konvensional. Hal ini perlu menjadi pemicu perbankan syariah untuk memiliki SDM yang handal dan juga paham prinsip

syariah. Kualitas dari penerapan Islam menjadi karekteristik dari bank syariah yang wajib di terapkan, dan itu menjadi pembeda dengan bank konvensional.

Kunci kompetensi Pengembangan sumber daya manusia bank syariah (Danupranata, 2013:64) adalah :

- a. *Banking knowledge* (ilmu perbankan)
- b. *Immediate result* (produktivitas)
- c. *Syariah knowledge* (pengetahuan syariah)
- d. *Attitude and Behavior* (sikap dan kebiasaan)
- e. *Managerial skill* (kemampuan memimpin)

Dari kunci kompetensi pengembangan SDM pada bank syariah tersebut nilai - nilai Islam yang menjadi landasan filosofi perbankan syari'ah di kemukakan tiga prinsip utama nilai- nilai Islam yang dijadikan landasan filosofi bagi perbankan syari'ah yaitu :

a) Kejujuran (*Honesty, Ash – Shidq*)

Kejujuran merupakan hal yang harus dilakukan oleh setiap manusia dalam berbagai segi kehidupan termasuk dalam bermu'amalah, kejujuran menjadi bukti adanya komitmen akan pentingnya perkataan yang benar sehingga dapat di jadikan pegangan, hal mana akan memberikan manfaat bagi para pihak yang melakukan akad (perikatan) dan juga bagi masyarakat dan lingkungannya. Gemala dewi memberikan perkenaan sebagai berikut :” jika kejujuran ini tidak di terapkan dalam perikatan, maka akan merusak legalitas perikatan itu sendiri” 1 Perintah ini sesuai dengan Firman Allah SWT, Q.S. 33 :70

Artinya : “ *Hai orang – orang yang beriman , bertaqwalah kamu kepada Allah, dan katakanlah perkataan yang benar “ Di tempat lain Gemala Dewi, menyatakan sebagai berikut : “ Shidiqadalah nilai yang lebih dari keyakinan yang mendalam bahwa Allah maha tahu dan melihat setiap tindakan manusia ”.*

Nilai ini memastikan bahwa pengelolaan bank syari'ah wajib dilakukan dengan moralitas yang menjunjung tinggi nilai kejujuran. Dengan demikian kejujuran

merupakan nilai moral yang mendasar untuk menggapai ridha Allah dalam praktek perbankan syari'ah.

b) Kesetaraan, Faithful (Al Musawah)

Adanya kesamaan untuk saling mempercayai yang dituangkan dalam suatu akad menjadi factor penentu bagi kesuksesan masing-masing pihak yang terkait dengan hak dan kewajiban sehingga tidak saling merugikan keuntungan/kelebihan kepada yang lain, ada kesediaan membentuk sesama dan mau bekerja sama. Kesemuanya ini dilandasi oleh nilai-nilai ketauhidan, akadnya benar-benar dilaksanakan dengan rasa tanggung jawab bukan hanya dalam kaitanya dengan sesama, akan tetapi juga tanggung jawab terhadap Allah S.W.T, dan akan mendapat balasan-Nya. Tidak boleh ada upaya menzalimi orang lain. Firman Allah Q.S. 49 : 13

Artinya :“ *Hai manusia, sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangs-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal.*”

c) Keadilan dan Kebenaran (Justice and Equity, Al – Adialah)

Kebenaran merupakan sifat kemestian bagi pengetahuan baik dari sisi kesesuaiannya dengan realita (kenyataan) dengan kata lain kenyataan yang sebenarnya adalah kebenaran suatu predikat terhadap subjeknya baik kebenaran itu sesuai dengan ukuran keberadaan yang diluar akal (eksternal) atau dalam akal (internal).

Secara terminologis, adil berarti mempersamakan sesuatu dengan yang lain, baik dari segi nilai maupun dari segi ukuran, sehingga sesuatu itu menjadi tidak berat sebelah dan tidak berbeda satu sama lain. Adil juga berarti berpihak atau berpegang kepada kebenaran dan memberikan kepada seseorang sesuatu yang menjadi haknya. Menurut Ahmad Azhar Basyir (2000) keadilan adalah meletakkan sesuatu pada tempat yang sebenarnya atau menempatkan sesuatu pada proporsinya yang tepat dan memberikan kepada seseorang sesuatu yang menjadi haknya. Setiap akad (Transaksi) harus benar-benar memperhatikan rasa keadilan dan sedapat mungkin menghindari perasaan tidak adil (Dzalim), oleh karenanya harus ada saling ridha dari masing-masing pihak, kita tidak di perkenankan

memakan harta orang lain dengan cara yang batil, kecuali dengan jalan jual beli sehingga ridha, dalam hal ini jual beliijarah menjadi salah satu produk primadona perbankan Syari“ah.Q.S.4 :29

Artinya :“ *Hai orang – orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka sama suka diantara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah maha penyayangkepadamu.*”

2.1.7 Pengertian Kepercayaan Nasabah

Lau dan Lee (1999), mendefinisikan kepercayaan sebagai kesediaan (*willingness*) seseorang untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain dengan resiko tertentu. Kepercayaan juga diartikan sebagai kesediaan seseorang untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena ia mempunyai keyakinan (*con-fidence*) kepada pihak lain tersebut.

Salah satu aspek yang tidak kalah penting untuk menjaga agar nasabah tetap loyal adalah kepercayaan. Pernyataan tersebut diperkuat dengan pendapat para ahli yang menyatakan bahwa kepercayaan merupakan salah satu unsur penting dalam loyalitas nasabah, kepercayaan sebagai dasar penting untuk membangun dan memelihara hubungan jangka panjang. Kepercayaan merupakan modal penting dalam meningkatkan loyalitas nasabah terutama dalam membangun hubungan jangka panjang, sehingga kepercayaan memegang peranan penting dalam keberlangsungan perusahaan untuk waktu yang akan datang (Rousseau, dkk. dalam Akbar dan Parvez, 2009).

Morgan dan Hunt (1994) mengemukakan bahwa kepercayaan merupakan elemen penting yang mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan. Kepercayaan terhadap penyedia jasa akan meningkatkan loyalitas konsumen terhadap penyedia jasa, semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen terhadap penyedia jasa maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas yang mereka miliki dan sebaliknya apabila

konsumen tidak memiliki kepercayaan terhadap penyedia jasa tentunya konsumen melakukan perpindahan terhadap penyedia jasa lain.

2.1.8 Pengertian Kepuasan Nasabah

Kotler (1997:186) mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara kinerja produk (jasa) yang diterima dengan yang diharapkan. Faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa (Zeithamal dan Bitner, 1996). Pencapaian, Kepuasan Pelanggan melalui Kualitas Pelayanan dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan (Lupiyoadi, 2006: 193)

- a) Memperkecil kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan pelanggan.
- b) Perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi di dalam perbaikan proses pelayanan.
- c) Memberi kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan lewat saran dan kritik dengan sarana yang disediakan perusahaan.
- d) Mengembangkan dan menerapkan *accountable*, *proactive*, dan *partnership marketing* sesuai dengan situasi pemasaran.

Kepuasan nasabah ditentukan oleh berbagai jenis pelayanan yang didapatkan oleh nasabah selama menggunakan beberapa tahapan pelayanan tersebut. Ketidakpuasan yang diperoleh pada awal tahap pelayanan menimbulkan persepsi berupa kualitas pelayanan yang buruk untuk tahap pelayanan selanjutnya, sehingga nasabah merasa tidak puas dengan pelayanan secara keseluruhan. Nasabah akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Terciptanya kepuasan nasabah dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya hubungan antara perusahaan dan nasabahnya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas nasabah, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

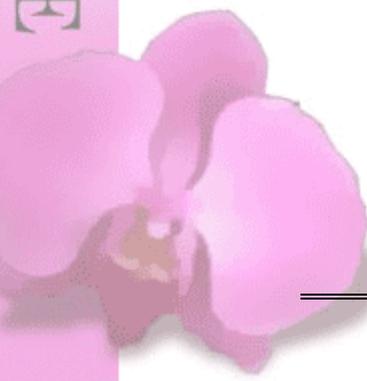
2.1.9 Pengertian Loyalitas Nasabah

Secara harfiah loyal berarti setia, atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Kesetiaan ini timbul tanpa adanya paksaan, tetapi timbul dari kesadaran sendiri pada masa lalu. Usaha yang dilakukan untuk menciptakan kepuasan konsumen lebih cenderung mempengaruhi sikap konsumen. Sedangkan konsep yang akan diperoleh perusahaan apabila memiliki pelanggan yang loyal antara lain:

- a. Mengurangi biaya pemasaran (karena biaya untuk menarik pelanggan baru lebih mahal)
- b. Mengurangi biaya transaksi (seperti biaya negosiasi kontrak, pemrosesan pesanan, dll.)
- c. Mengurangi biaya *turnover* pelanggan (karena pergantian pelanggan yang lebih sedikit)
- d. Meningkatkan penjualan silang yang akan memperbesar pangsa pasar perusahaan.
- e. *Word of mouth* yang lebih positif dengan asumsi bahwa pelanggan yang loyal juga berarti yang merasa puas.

Ciri – ciri Pelanggan yang Loyal:

- a. *Makes regular repeat purchase* (melakukan pembelian ulang secara teratur)
- b. *Purchases across product and service lines* (melakukan pembelian lini produk yang lain dari perusahaan yang bersangkutan) *Refers others* (memberikan referensi kepada orang lain)
- c. *Demonstrates immunity to the pull of the competition* (menunjukkan kekebalan terhadap tarikan pesaing) Indikator dari loyalitas pelanggan (Kotler & Keller, 2006:57) adalah *Repeat Purchase* (Kesetiaan terhadap pembelian produk), *Retention* (Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif



mengenai perusahaan), *Referalls* (Mereferensikan secara total eksistensi perusahaan).

Griffin (1995) mendefinisikan bahwa seorang pelanggan yang setia adalah pelanggan yang melakukan pembelian secara berulang-ulang pada perusahaan yang sama, membeli lini produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan yang sama, memberitahukan kepada orang lain kepuasan-kepuasan yang didapat dari perusahaan dan menunjukkan kekebalan terhadap tawaran dari perusahaan pesaing. Loyalitas merupakan tujuan *relationship marketing*. Untuk mempertahankan loyalitas tersebut, perusahaan tidak hanya dapat menyandarkan pada kepuasan yang dirasakan pelanggan, tetapi lebih dari itu bahwa kepercayaan merupakan perantara kunci dalam membangun loyalitas

2.1.10 Kerangka Konsep dan Hipotesis Penelitian

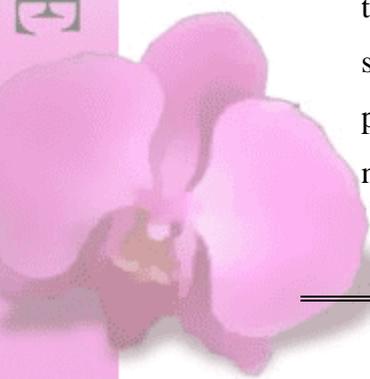
a. Kerangka Konsep

Kerangka konsep penelitian adalah kerangka hubungan antara konsep-konsep yang ingin diamati atau diukur melalui penelitian yang akan dilakukan Notoatmodjo (2010). Kerangka konsep dalam penelitian ini adalah :

b. Hipotesis Penelitian

- 1) Hubungan kualitas karekteristik Nilai Islam terhadap loyalitas nasabah.

Kualitas karekteristik di bank syariah merupakan hal utama dalam pengembangan dan penerapan dalam lingkungan bank syariah, hal itu di harapkan nasabah akan loyal dan mempercayai akan unsur dan prinsip syariah yang telah menjadi landasan. Namun penelitian dari (Sonya Ika Nurita (2014) Variabel penerapan nilai Islam tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Penerapan nilai Islam tidak berpengaruh signifikan karena motif nasabah bertransaksi ketika melakukan pembelian produk-produk dengan lebih memperhitungkan profit/ keuntungan dibanding nilai-nilai Islam yang menjadi dasar operasional. Secara bersama-sama



variabel atribut produk dan penerapan nilai Islam berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah.

H1 : Karakteristik nilai Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah

2) Hubungan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah

Hasil penelitian (Endang Tri Wahyuni, 2014) menunjukkan bahwa kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, dengan demikian kepercayaan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian sebelumnya Ardianto (2013) Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah kepada bank, maka semakin tinggi tingkat loyalitasnya terhadap Bank. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan kepercayaan nasabah terhadap bank mengakibatkan meningkatnya loyalitas atau dengan kata lain semakin tinggi kepercayaan maka loyalitas nasabah juga semakin tinggi.

H2 : Kepercayaan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah

3) Hubungan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah

Bowen dan Chen (2001) menemukan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Molaee *et al.* (2013). Molina *et al.* (2007), Palitati (2007) dan Anggraeni (2012) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

H3 : Kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah

4) Hubungan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah

Kepercayaan adalah sikap individu yang mengacu pada keyakinan konsumen atas kualitas dan keandalan jasa yang diterimanya (Garbarino dan Johnson

dalam Kusmayadi, 2005). Sedangkan Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kekecewaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler dan Keller, 2007). Dari penelitian (Roesdian bayu ardiyanto, 2014) pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah yang dimediasi oleh kepercayaan nasabah pada Bank Bri Syariah Surakarta bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif pada kepercayaan nasabah.

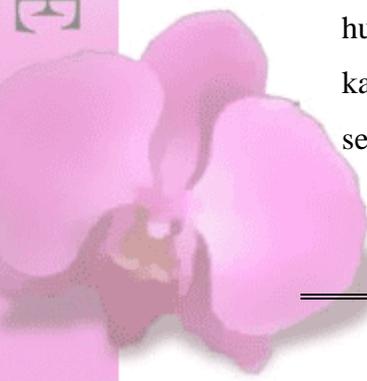
Lingkungan di bank Syariah semua berbasis syariah, jika nasabah sudah nyaman dan percaya akan hal yang telah di terapkan langsung di lingkungan Bank secara otomatis nasabah merasa puas akan layanan dan kualitas krekeristik islam yang menjadi pedomannya. Peneliti menyimpulkan H4 sebagai berikut:

H4 : Hubungan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

5) Hubungan karakteristik nilai islam pada loyalitas nasabah melalui kepercayaan.

Kepercayaan merupakan suatu hal yang penting bagi sebuah komitmen atau janji, dan komitmen hanya dapat direalisasikan jika suatu saat berarti. Selain itu juga kepercayaan merupakan asset penting dalam mengembangkan hubungan jangka panjang antar organisasi. Suatu organisasi harus mampu mengenali faktor-faktor yang dapat membentuk kepercayaan tersebut agar dapat menciptakan, mengatur, memelihara, menyokong dan mempertinggi tingkat hubungan dengan nasabah (Aydin and Ozer, 2005).

Dan di lihat dari kepercayaan nasabah dan karyawan Bank tetap harus terjalin hubungan yang baik. Jika nasabah sudah merasa percaya akan kualitas karekeristik nilai islam, layanan, sistem dan prinsip yang ada di bank syariah secara otomatis nasabah akan loyalitas.



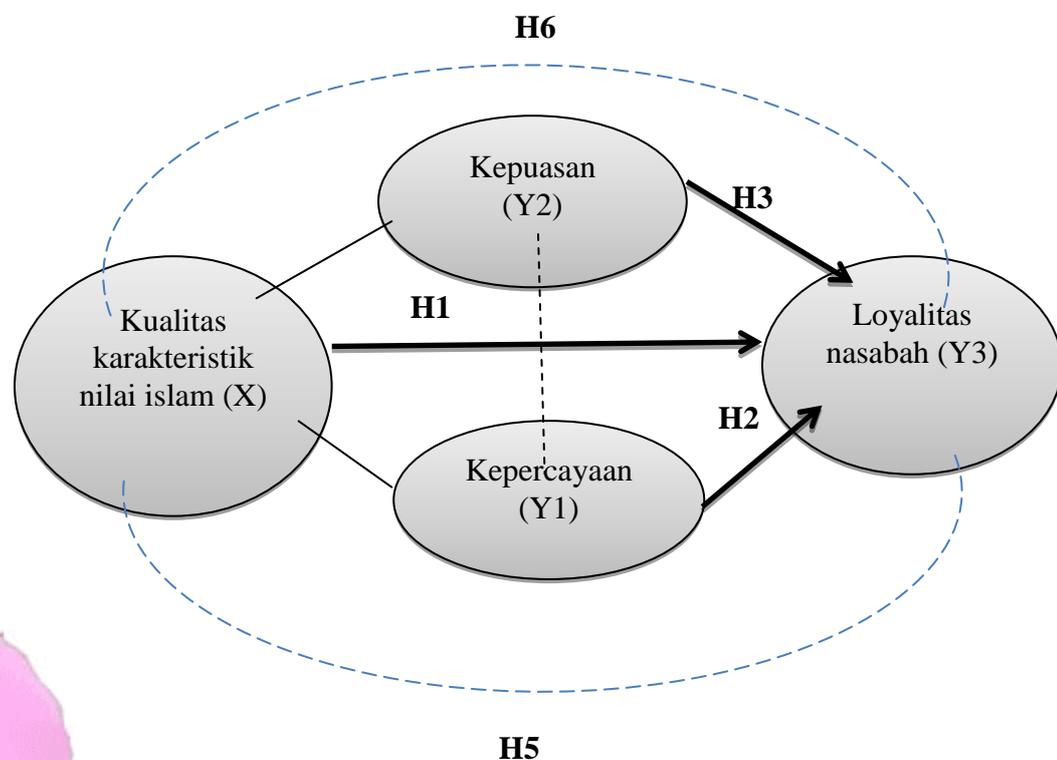
H5: Karakteristik Nilai Islam berpengaruh positif dan signifikan pada loyalitas nasabah melalui kepercayaan.

6) Hubungan karakteristik nilai islam pada loyalitas nasabah melalui kepuasan.

Mencari nasabah merupakan hal yang harus di lakukan oleh setiap bank. Dalam proses mencari dan mempertahankan nasabah banyak hal perlu di perhatikan, yaitu kualitas karekteristik di dalam bank syariah yang harus di tonjolkan. Dalam pelayanan di lakukan secara efektif dan efisien sesuai dengan syariah islam, mencari nasabah lebih mudah di bandingkan mempertahankan nasabah. Untuk mempertahankan nasabah yang loyalitas dalam segi pelayanan dan fasilitas harus terpenuhi, yang di harapkan adalah nasabah merasa puas.

H6: Karakteristik nilai islam berpengaruh positif dan signifikan pada loyalitas nasabah melalui kepuasan.

GAMBAR 2.2 MODEL KERANGKA



"PENGARUH KUALITAS KARAKTERISTIK NILAI ISLAM TERHADAP LOYALITAS NASABABAH MELALUI KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN NASABABAH DI BANK MUAMALAT"

Author: Septi Muzaiyanah NPK: K.2013.5.32457

Gambar 1 : Hubungan variabel kualitas karekteristik nilai Islam terhadap loyalitas nasabah melalui kepercayaan dan kepuasan.

1. H1 : Hubungan kualitas karekteristik Nilai Islam terhadap loyalitas nasabah.
2. H2 : Hubungan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah.
3. H3 : Hubungan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah.
4. H4 : Hubungan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah.
5. H5 : Hubungan karakteristik nilai islam pada loyalitas nasabah melalui kepercayaan
6. H6 : Hubungan karakteristik nilai islam pada loyalitas nasabah melalui kepuasan

