

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 LATAR BELAKANG**

Pada era globalisasi yang semakin maju saat ini, persaingan bisnis semakin meningkat ditandai dengan kompetisi setiap perusahaan menggali keuntungan sebesar-besarnya dengan cara memunculkan strategi bisnis masing – masing. Strategi bisnis yang di gunakan dalam dunia perbankan yaitu dengan pelayanan yang unggul. Perbankan adalah perusahaan yang bergerak di industri jasa. Industri jasa merupakan tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain, secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan, (Fandy Tjiptono, 2000). Dalam dunia perbankan saat ini tidak hanya bank konvensional tetapi juga terdapat bank syariah, BPR, BPR Syariah, Koperasi dll. Syariah merupakan salah satu prinsip yang terdapat di islam di mana indonesia merupakan negara yang mayoritas warga negaranya beragama islam. begitu pula di jombang terkenal dengan kota santri yang memiliki banyak pondok pesantren dan lebih banyak masyarakat yang beragama muslim.

Perbankan syariah atau perbankan Islam adalah suatu sistem perbankan yang pelaksanaannya berdasarkan hukum Islam (syariah). Pembentukan sistem ini berdasarkan adanya larangan dalam agama islam untuk meminjamkan atau memungut pinjaman dengan mengenakan bunga

pinjaman(riba), serta larangan untuk berinvestasi pada usaha-usaha berkategori terlarang (haram).

Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPR-Syariah) adalah salah satu lembaga keuangan perbankan syariah, yang pola operasionalnya mengikuti prinsip-prinsip syariah ataupun muamalah islam. BPRS berdiri berdasarkan UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan dan Peraturan Pemerintah (PP) No. 72 Tahun 1992 tentang Bank Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil. Pada pasal 1 (butir 4) UU No. 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas UU No.7 Tahun 1992 tentang Perbankan, disebutkan bahwa BPRS adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam transaksi pembayaran. Bank Pengkreditan Rakyat Syariah (BPR-Syariah ) juga terdapat di jombang di mana yaitu bernama BPR Syariah Lantabur Tebuireng yang dulunya BPR Lantabur sekarang menjadi BPR Syariah Lantabur Tebuireng yang berkerjasama dengan salah satu Pondok Pesantren ternama di Jombang yaitu Pondok Pesantren Tebuireng. Prinsip syariah yang terdapat di BPR Syariah Lantabur Tebuireng menjadikan salah satu magnet bagi nasabah dan sesuai dengan diri nasabah BPR Syariah Lantabur Tebuireng.

**Tabel 1.1**

JUMLAH PASIVA	TAHUN		
	2013	2014	2015
	11.975.921	52.811.168	56.101.723

Sumber : [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)

Berdasarkan Tabel 1.1 PT.BPRSyariah Lantabur Tebuireng mengalami kenaikan dalam setiap tahunnya. kualitas pelayanan adalah salah satu indikasi yang menentukan kepuasan nasabah serta memberikan citra perusahaan yang positif sehingga dapat menimbulkan loyalitas terhadap nasabah PT BPRSyariah Lantabur Tebuireng.

Bank Syariah PT BPRSyariah Lantabur Tebuireng memiliki lokasi yang sangat strategis di mana dekat dengan Pasar Tradisional dan memiliki nama yang beridentitas dengan salah satu Pondok Pesantren ternama di Jombang di harapkan ini dapat memudahkan dalam mencari nasabah serta menjalin mitra kerja. Dengan perkembangan Bank yang berbasis Syariah yang semakin tinggi Bank Syariah PT BPRSyariah Lanatabur Tebuireng akan mengalami persaingan yang semakin kompetitif. PT BPRSyariah Lantabur Tebuireng merupakan suatu ancaman yang akan menjadi pertimbangan setiap Bank berbasis Syariah. Bank Syariah PT BPRSyariah Lantabur Tebuireng memiliki strategi tersendiri untuk membedakan jasa yang di tawarkan agar nasabah tetap loyal terhadap perusahaan.

Loyalitas nasabah merupakan dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang di tawarkan oleh perusahaan (Griffin (2003) dalam Erwina safitri). loyalitas dapat didefinisikan berdasarkan perilaku membeli. Mempertahankan loyalitas nasabah adalah cara yang efisien dari pada mencari nasabah baru. Nasabah dapat di pertahakan dengan beberapa cara diantaranya dengan meningkatkan kinerja sumber daya manusia yaitu

dalam hal ini adalah karyawan bank agar dapat menumbuhkan rasa percaya akan kemampuan bank yang pada akhirnya dapat memberikan kepuasan terhadap nasabah. Menurut Lee dan Cunningham (2001) pelanggan yang mengalami kepuasan yang tinggi cenderung bertahan pada penyedia jasa (*loyal*).

Citra perusahaan adalah kesan atau impresi mental atau suatu gambaran dari sebuah perusahaan di mata para khalayaknya yang terbentuk berdasarkan pengetahuan serta pengalaman mereka sendiri Adona dalam Delidarlina (2016). Pada perusahaan jasa, citra atau image merupakan hal yang sangat penting yang dapat mempengaruhi positif atau negatif aktivitas pemasaran, di mana citra berperan dalam mempengaruhi perilaku dan keputusan konsumen. BPR Syariah Lantabur Tebuireng memiliki citra perusahaan yang sangat identik dengan membawa nama dari salah satu Pondok Pesantren ternama di jombang .

Kualitas adalah tingkat mutu memenuhi kebutuhan konsumen. kualitas layanan adalah hasil dari suatu evaluasi di mana nasabah membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan (Lovelock,2010). kualitas memiliki hubungan yang erat dengan keputusan konsumen. kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan dalam jangka panjang, Ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan dan kebutuhankonsumen. dengan kualitas layanan yang baik terhadap nasabah akan menyebabkan kepuasana nasabah. Menurut Kotler (2006) kepuasan

pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja ( hasil) yang ia rasakan di bandingkan harapannya. dengan ini jika pelanggan merasa puas karena kualitas layanan yang di berikan dan melebihi harapan yang di bayangkan maka hal ini akan menimbulkan loyalitas kepada perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas maka peneliti tertarik untuk penelitian dengan judul **“Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT.BPRS Lantabur Tebuireng ”**

## **1.2 RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka untuk menjawab masalah penelitian tersebut, akan digunakan pertanyaan – pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah
2. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah

## **1.3 BATASAN MASALAH**

Batasan masalah pada penelitian ini adalah nasabah PT BPRSyariah Lantabur Tebuireng di Mojoagung

#### **1.4 TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan latar belakang di atas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT BPRSyariah Lanatabur Tebuireng
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT BPRSyariah Lantabur Tebuireng

#### **1.5 MANFAAT PENELITIAN**

Hasil penelitian di harapkan bermanfaat bagi :

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi yang bermanfaat bagi perusahaan PT BPRSyariah Lantabur Tebuireng mengenai loyalitas pelanggan agar perusahaan dapat mempertahankan hubungan dengan nasabah.

2. Bagi Lembaga Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan referensi untuk meneliti tentang loyalitas nasabah.