

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ketatnya persaingan membuat perusahaan harus terus memprioritaskan serta memenuhi harapan dan permintaan konsumen, khususnya pada jasa keuangan yang semakin terasa dan turut mempengaruhi kehidupan. Bank dituntut untuk terus berkembang agar mampu mengikuti perkembangan, dengan selalu mengupayakan memberikan yang terbaik kepada nasabah, baik melalui peningkatan kualitas produk, kualitas layanan serta penempatan harga yang kompetitif untuk memenuhi kebutuhan. Hal ini dikarenakan nasabah semakin selektif dalam pemilihan produk yang ingin digunakan, dengan ini bank selalu mengupayakan menenuhi harapan nasabah dengan memberikan yang terbaik.

Kepuasan merupakan penilaian dari nasabah untuk suatu produk atau jasa yang digunakannya, baik melalui kualitas produk, kualitas layanan serta harga yang sesuai dengan harapan nasabah. Kepuasan merupakan penilaian setelah menggunakan produk, jika nasabah merasa puas akan produk yang digunakannya maka nasabah akan menunjukkan loyalitas pada produk tersebut, sehingga kepuasan nasabah penting bagi perusahaan. nasabah yang puas akan terus membeli dan memanfaatkan produk tersebut,

serta membagikan kesan yang baik kepada orang lain terkait produk yang telah digunakan (Permana & Amrizal, 2024).

Dalam perbankan kepuasan nasabah menjadi indikator utama untuk mengukur mutu pelayanan yang diberikan, kepuasan juga merupakan tujuan utama bagi setiap perusahaan yang ingin sukses. Hal tersebut dapat diwujudkan melalui kinerja yang optimal dalam melayani nasabah, pelayanan yang optimal akan tercapai jika perusahaan dapat mempertahankan atau meningkatkan mutu jasa yang disediakan kepada nasabah. Hal ini menandakan bahwa penting bagi setiap perusahaan untuk terus memahami serta mengevaluasi kebutuhan nasabah guna meraih tingkat kepuasan yang maksimal serta membangun hubungan jangka panjang. Tingkat kepuasan nasabah sendiri dapat bersifat positif maupun negatif, tergantung pada pengalaman yang mereka peroleh selama berinteraksi dengan layanan perusahaan (Rinaldo et al., 2022).

Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an Surat Al-Maidah ayat 87 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ
الْمُعْتَدِينَ

Artinya: *“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu mengharamkan apa yang baik yang telah dihalalkan Allah kepadamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.”*

Pada ayat di atas memberi penjelasan tentang pentingnya bersikap adil dan tidak berlebihan dalam segala hal termasuk dalam suatu bisnis.

Dalam konteks kepuasan ayat ini menunjukkan penjual harus memberikan produk atau jasa yang halal dan baik, serta tidak menipu atau merugikan. Dengan demikian pelanggan merasa puas karena mendapatkan produk atau jasa yang baik dan adil.

Harga merupakan salah satu faktor yang memiliki peran penting yang harus dikendalikan secara seimbang dengan tujuan yang ingin dicapai. Hal yang berkaitan dengan harga akan memengaruhi aktivitas baik yang berkaitan aktivitas pemasaran ataupun kegiatan laba yang akan diraih, ini menjelaskan bahwa harga menggambarkan nilai uang sebagai barang atau jasa. Menetapkan harga jual yang terlalu tinggi dapat memberikan penurunan angka penjualan begitupun sebaliknya penetapan harga yang rendah beresiko penurunan pendapatan atau kepuasan diterima. Maka dari itu, menawarkan produk perlu menentukan harga yang sesuai karena harga merupakan faktor yang memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah. Harga juga berperan penting dalam menarik keputusan dari nasabah karena setiap harga yang diberikan atau ditetapkan akan berpengaruh terhadap tingkat permintaan produk (Nasution, 2019).

Dengan penentuan standar harga oleh perusahaan dapat melakukan aktivitas produksi dengan memanfaatkan faktor-faktor produksi yang dimiliki. Kualitas produk memiliki pengaruh dalam penjualan, jika suatu produk yang diberikan memberi kepuasan pelanggan maka akan memperoleh hasil yang baik. Kualitas produk memiliki potensi untuk melaksanakan kegunaannya termasuk ketahanan, kepraktisan penggunaan,

kehandalan, perbaikan dan dimensi lainnya. Sebagaimana dijelaskan oleh Kotler dan Armstrong, kualitas produk merujuk pada sejauh mana suatu produk mampu menjalankan fungsinya dengan baik. Ini meliputi unsur-unsur seperti kemudahan, kehandalan, daya tahan, ketepatan dalam penggunaan maupun perbaikan, serta berbagai atribut lain yang melekat pada produk tersebut (Ramadhan & Saputra, 2022).

Selain kualitas produk, kualitas pelayanan juga menjadi faktor penting dalam memenuhi harapan konsumen. pelayanan yang baik akan meningkatkan respon positif nasabah. Jika pelayanan memenuhi harapan nasabah maka nasabah merasa puas. Apabila layanan melebihi ekspektasi nasabah maka tingkat kepuasan nasabah juga tinggi, sehingga akan membentuk dasar yang baik untuk loyalitas nasabah dan membentuk rekomendasi positif dari satu nasabah ke nasabah yang lainnya (Permana & Amrizal, 2024).

Bank Tabungan Negara Syariah merupakan bagian dari sektor perbankan yang menawarkan kemudahan kepada nasabahnya pada pembiayaan perumahan KPR. BTN syariah juga selalu memperhatikan berbagai aspek yang dirasakan nasabah sebelum menggunakan KPR, ketika nasabah mengungkapkan masalah atau kebutuhan akan produk yang diinginkan maka proses pembelian dimulai. Untuk menarik minat nasabah dalam mengambil keputusan pembelian maka diperlukan informasi yang transparan agar dapat menginformasikan harga, kualitas layanan serta produk yang di tawarkan oleh BTN Syariah.

Jika harga KPR BTN Syariah kompetitif dan memenuhi kebutuhan nasabah, hal ini dapat berdampak pada hasil akhir keputusan dari nasabah dalam memanfaatkan produk atau layanan tersebut guna memenuhi kebutuhan nasabah. Hal ini sejalan dengan teori menurut Kotler dan Keller (2016) Kepuasan pelanggan dipengaruhi tingkat harga, kualitas produk, kualitas layanan, emosional, biaya dan kemudahan yang dimana semuanya memiliki kontribusi untuk menambah kepuasan serta kesetiaan nasabah. Dari sejumlah faktor yang sudah disebutkan penelitian ini hanya berfokus pada harga, kualitas layanan serta kualitas produk yang dianggap memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Pemilihan KPR BTN Syariah Kantor Cabang Banjarmasin sebagai objek penelitian adalah karena KPR merupakan salah satu pembiayaan yang banyak diminati untuk memenuhi kebutuhan hunian sebagai produk pembiayaan jangka panjang. BTN Syariah juga dikenal sebagai penyedia pembiayaan perumahan berbasis syariah, namun demikian, berdasarkan ulasan nasabah pada *Google Maps* terdapat indikasi ketidakpuasan. Hal inilah yang mendorong peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai sejauh mana harga, kualitas layanan serta kualitas produk memengaruhi rasa puas nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Kantor Cabang Syariah Banjarmasin.

Penelitian ini termotivasi oleh research gap pada penelitian sebelumnya yang mana penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang beragam terkait pengaruh kualitas produk serta kualitas layanan pada rasa

puas nasabah penelitian ini dilakukan oleh Fitri, dkk (2023), Permana, dkk (2024), Tinsi, dkk (2019), Lestari, dkk (2021) memiliki hasil positif terhadap variabel kualitas produk serta layanan atas rasa puas nasabah. Sedangkan pada penelitian Andriyani, dkk (2020) Kualitas layanan tidak memiliki dampak signifikan pada rasa puas nasabah, sementara kualitas produk menunjukkan pengaruh positif pada rasa puas nasabah.

Menurut fakta yang ada peneliti termotivasi untuk mengetahui sejauh mana harga, kualitas produk serta layanan memengaruhi rasa puas nasabah maka judul penelitian ini adalah “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Pembiayaan KPR Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Banjarmasin)”.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah harga memengaruhi kepuasan nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Banjarmasin?
2. Apakah kualitas produk memengaruhi kepuasan nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Banjarmasin?
3. Apakah kualitas layanan memengaruhi kepuasan nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Banjarmasin?
4. Apakah harga, kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji hipotesis pengaruh harga terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Banjarmasin.
2. Untuk menguji hipotesis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Banjarmasin.
3. Untuk menguji hipotesis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Banjarmasin.
4. Untuk menguji hipotesis harga, kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Banjarmasin?

D. Signifikansi Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dari hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menghadirkan kontribusi dalam memperluas wawasan dan pengembangan ilmu di bidang perbankan syariah, serta menjadi referensi bagi penelitian-penelitian berikutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu menghadirkan kontribusi bagi Bank Tabungan Negara Syariah dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas

operasional, serta menjadi dasar dalam penyusunan rencana strategis dan kebijakan perbaikan ke depan.

3. Manfaat Akademik

Penelitian ini mampu dijadikan sumber referensi untuk peneliti selanjutnya yang nantinya menerapkan konsep dan dasar penelitian yang sama, khususnya dalam memahami dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah.

E. Definisi Operasional

1. Harga adalah sejumlah uang yang dikeluarkan oleh konsumen dalam bentuk rupiah untuk memperoleh manfaat dari kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau layanan (Cahyani & Sitohang, 2016). Adapun harga yang dimaksud penulis disini adalah harga yang ditawarkan pihak bank kepada nasabah sesuai dengan kualitas dan mutunya yang diberikan.
2. Kualitas produk penilaian konsumen terhadap kualitas suatu produk mencerminkan persepsi mengenai seberapa baik atau buruk produk tersebut. Kualitas produk menjadi salah satu alat utama yang digunakan oleh pemasar, kualitas mencakup karakteristik produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen (Cahyani & Sitohang, 2016). Adapun kualitas produk yang dimaksud penulis disini adalah bagaimana nasabah menilai kesesuaian produk yang ditawarkan. Apakah sesuai dengan kebutuhan serta dapat dipercaya.

3. Kualitas layanan mencerminkan tingkat keunggulan yang diharapkan dan kemampuan untuk mengendalikannya guna memenuhi keinginan konsumen. Fokus kualitas layanan pada pemenuhan kebutuhan serta keinginan konsumen melalui penyampaian layanan yang tepat dan sesuai harapan (Cahyani & Sitohang, 2016). Adapun kualitas layanan yang dimaksud penulis disini adalah pelayanan yang diberikan kepada nasabah untuk memudahkan nasabah dalam memahami, memilih, dan mengajukan pembiayaan, mulai dari pemberian informasi hingga penyelesaian proses administrasi.
4. Kepuasan nasabah suatu kondisi emosional yang dirasakan seseorang berupa kepuasan atau kekecewaan, yang timbul dari perbandingan antara persepsi terhadap kinerja suatu produk dengan harapan yang dimilikinya (Cahyani & Sitohang, 2016). Adapun kepuasan yang dimaksud penulis disini adalah tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah terhadap layanan, produk, dan harga yang ditawarkan oleh bank.
5. Pembiayaan merupakan salah satu peran utama perbankan yang bertujuan untuk menyediakan fasilitas pendanaan bagi pihak-pihak yang mengalami kekurangan dana (Andriyani et al., 2024). Adapun pembiayaan yang dimaksud penulis disini adalah pembiayaan yang diberikan oleh bank kepada nasabah dalam rangka memenuhi kebutuhan tertentu.

6. KPR atau Kredit Pemilikan Rumah merupakan salah satu bentuk layanan pembiayaan yang disediakan oleh bank bagi nasabah yang membutuhkan dana untuk keperluan pembangunan maupun renovasi rumah (Fatmasari, 2013). Adapun KPR yang dimaksud penulis disini adalah layanan pembiayaan kredit yang disediakan oleh bank kepada nasabah yang membutuhkan dana khusus untuk membangun atau memiliki rumah.