

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank Syariah sebagai lembaga keuangan memiliki peran yang penting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Fungsi intermediasi bank, di samping menghimpun dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat, bank syariah juga memberikan pelayanan jasa perbankan.¹ Salah satu jasa layanan perbankan adalah pelayanan transaksi pembayaran uang kuliah mahasiswa.

Dalam rangka memberikan kemudahan transaksi dan pelayanan kepada mahasiswa, lembaga pendidikan bekerjasama dengan lembaga perbankan dalam penerimaan transaksi pembayaran. Mahasiswa dapat memanfaatkan layanan bank di berbagai tempat dan fasilitas yang tersedia sehingga mudah dalam melakukan pembayaran. Hal ini menuai manfaat kepada para pihak. Nilai efisiensi diterima lembaga pendidikan karena pembayaran uang kuliah dapat dilayani melalui jasa perbankan yang profesional di bidangnya. Nilai pendapatan bank juga bertambah seiring dengan terhimpunnya uang kuliah direkening bank tersebut.

Produk pelayanan pembayaran uang kuliah mahasiswa telah beroperasi baik pada perbankan konvensional maupun perbankan syariah. Persaingan produk layanan tersebut, mengharuskan perusahaan perbankan untuk memberikan pelayanan dengan kualitas terbaik sebagai bagian dari keunggulan kompetitif bagi pesaing perusahaan perbankan lainnya. Dengan demikian kerjasama antara pihak perguruan tinggi dengan bank dapat terjalin baik dalam rangka hubungan yang saling menguntungkan kedua belah pihak.

Bank Indonesia² mencatat terdapat 120 Bank yang beroperasi di Indonesia, diantaranya terdapat 4 perusahaan Bank Persero, 35 Bank Umum Swasta Nasional (BUSN) Devisa, 30 Bank Umum Swasta Nasional (BUSN) Non Devisa, 26 Bank Pembangunan Daerah (BPD) dan 25 Bank Campuran. Dengan banyaknya perusahaan perbankan yang sebagian besar membuka layanan pembayaran

¹ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Prenada Media Group, 2016), 33.

² Editor, "Daftar Nama Kantor Pusat Bank di Indonesia", yang dipublikasikan dalam <https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan-keuangan/alamat-bank/umum/Default.aspx>, dan diakses tanggal 26 April 2018.

(*payment*) uang kuliah mendorong masing-masing perusahaan perbankan memiliki keunggulan kompetitif dalam memenangkan persaingan. Meskipun pelayanan pembayaran uang kuliah bukanlah satu-satunya produk perbankan dalam program transaksi setoran atau pembayaran (*payment*), namun pelayanan ini potensial bagi *unit funding* perusahaan perbankan dalam pengumpulan dana dari masyarakat. Meskipun ada sebagian kecil perusahaan perbankan belum membuka layanan kerjasama penerimaan pembayaran uang kuliah, pelayanan transaksi setoran pembayaran (*payment*) pada umumnya sudah beroperasi pada objek setoran yang lain seperti pembayaran setoran listrik, pajak, pembayaran uang kuliah, rekening air, setoran ONH, dan lain sebagainya.³

Pembayaran Uang Kuliah menjadi alternatif yang menjanjikan bagi bank dalam menghimpun dana dari masyarakat. Pembukaan rekening giro milik lembaga pendidikan pada sebuah perusahaan perbankan, memungkinkan tersimpannya sejumlah dana pada perusahaan perbankan tersebut. Sehingga unit penghimpunan dana (*funding*) pada bank tersebut dapat memaksimalkan perannya dengan memaksimalkan pelayanan jasa pembayaran uang kuliah tersebut.

Hingga saat ini, beberapa bank syariah di Indonesia juga menawarkan pelayanan pembayaran uang kuliah mahasiswa pada banyak perguruan tinggi, terutama yang memiliki fakultas/prodi ekonomi syariah. Hal ini sangat menarik karena tawaran sistem perbankan dengan prinsip-prinsip syariah Islam menjadi solusi bagi kalangan umat islam yang meyakini bahwa bunga pada bank konvensional merupakan *riba* yang secara tegas dan jelas dilarang oleh ajaran Islam.

Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 02/DSN-MUI/IV/2000 tanggal 1 April 2000 tentang tabungan yang tidak dibenarkan secara syariah adalah tabungan yang berdasarkan perhitungan bunga⁴, serta Fatwa MUI Nomor I tahun 2004⁵ yang mengharamkan praktek pembungaan uang sebagai salah satu praktek

³ Editor, "Jasa-jasa Bank Lainnya" yang dipublikasikan dalam <https://datakata.wordpress.com/2014/11/28/jasa-jasa-bank-lainnya/> diakses 26 April 2018.

⁴ Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bank Syariah, Modul Sertifikasi Tingkat I General Banking Syariah* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2016), 96

⁵ Abu Mujahid, <https://almanaar.wordpress.com/2008/04/16/fatwa-mui-tentang-bunga-bank/>, 16 April 2008, diakses tanggal 01 April 2018.

riba, memperkuat kebutuhan transaksi masyarakat muslim melalui bank syariah. Perkembangan produk layanan perbankan syariah menjadi permintaan masyarakat yang membutuhkan sistem perbankan yang memenuhi prinsip-prinsip syariah.

Menurut Iip Irawan Hisanuddin⁶, Bank Islam (*Islamic Bank*) secara umum adalah bank yang pengoperasiannya berdasarkan prinsip syariah Islam. Istilah-istilah lain yang digunakan untuk menyebut entitas Bank Islam selain Bank Islam itu sendiri, yaitu Bank Tanpa Bunga (*Interest-Free Bank*), Bank Tanpa Riba (*Lariba Bank*), dan Bank Syariah (*Sharia Bank*). Indonesia secara teknis yuridis menyebut Bank Islam dengan mempergunakan istilah “ Bank Syariah”, atau yang secara lengkap disebut “Bank Berdasarkan Prinsip Syariah”.

Citra merek Islam pada bank syariah merupakan salah satu faktor yang menjadi motivasi masyarakat islam menggunakan pelayanan perbankan syariah. Citra merek bank syariah juga membawa asosiasi dan persepsi bagi pengguna transaksi bahwa produk pelayanan tersebut halal berdasarkan kaidah hukum Islam. Transaksi menggunakan bank syariah sebagai kepatuhan terhadap hukum Allah SWT dimana jika dilakukan menjadi ibadah dan menuai pahala.

Citra merek bank syariah yang menjadi alternatif produk perbankan yang halal dan bebas bunga tentunya dapat menimbulkan kesan puas terhadap para pengguna layanan. Namun hal tersebut perlu didukung pula dengan kualitas pelayanan yang prima. Faktor layanan yang cepat dan efisien, biaya dan manfaat, sarana dan prasarana pelayanan yang memenuhi harapan, dan faktor lainnya yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna layanan. Meskipun sejarah mencatat bahwa sebelum lahirnya bank Syariah di Indonesia, bank konvensional telah lebih dahulu menyelenggarakan praktik layanan setoran pembayaran (*payment*). Hal ini bukan berarti bank syariah dikalahkan dari persaingan. Peluang bank Syariah untuk unggul dalam hal kualitas pelayanan dan mendapatkan citra merek yang baik dimungkinkan dapat terjadi, Tergantung dari kesungguhan perusahaan untuk memiliki keunggulan kompetitif yang dapat memenangkan persaingan. Apalagi jika melihat potensi penduduk Indonesia yang sebagian besar beragama Islam.

⁶ Iip Irawan Hisanuddin, *Pengaruh Citra Merek Islam terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus pada Bank Syariah do Kota Bandung)*, SCIENTICA Volume II No 2, Desember 2015.

PT. Bank BRISyariah Cabang Bandung Citarum merupakan salah satu lembaga perbankan syariah yang menyediakan jasa pelayanan pembayaran uang kuliah mahasiswa. Salah satu lembaga pendidikan yang bekerjasama dengan PT. Bank BRISyariah Cabang Bandung Citarum dalam pelayanan pembayaran uang kuliah mahasiswa adalah Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Gunung Djati Bandung. Sebagai bank yang pengoperasiannya berdasarkan prinsip syariah, maka konsep akad dan pelayanan disesuaikan dengan norma dan hukum syariah Islam.

Ruang lingkup kerjasama meliputi penerimaan pembayaran uang kuliah mahasiswa, *Cash Management System (CMS)*, *Online Report Payment*, penyediaan produk tabungan, giro dan deposito serta penempatan mesin ATM dan kegiatan layanan kas lainnya.⁷ Selain itu, untuk membangun citra kelembagaan (*image building*) PT. BRI Syariah akan mengadakan berbagai kegiatan promosi, pameran, dan sejenisnya.

Sistem pembayaran uang kuliah mahasiswa yang diterima melalui PT. Bank BRISyariah dilakukan dengan sistem *host to host*. *Host to Host* atau sering dikenal H2H adalah sistem antar server yang terhubung satu sama lain secara langsung.⁸ Sistem ini berfungsi untuk pembayaran dimana mahasiswa dapat langsung membayar uang kuliah secara *online* melalui ATM atau *channel* pembayaran lainnya. Dalam sistem ini, pembayaran uang kuliah tidak perlu mencantumkan nomor rekening giro universitas. Mahasiswa dapat membayar uang kuliah dengan menggunakan Nomor Induk Mahasiswa (NIM). Hal tersebut diharapkan dapat mempermudah pembayaran dan meningkatkan kepuasan mahasiswa.

Menurut Wakil Rektor II UIN Sunan Gunung Djati Bandung Prof. Dr. H. Oyo Sunaryo Mukhlas, M.Si., (Wawancara tanggal 25 Januari 2018) Kerjasama tersebut merupakan bukti nyata bahwa civitas akademika UIN Sunan Gunung Djati Bandung semakin hari semakin menaruh kepercayaan tinggi kepada lembaga keuangan berbasis syariah. Di samping karena seluruh civitas akademika UIN Sunan Gunung Djati Bandung beragama Islam, yang merindukan pengelo-

⁷ Arie Dwi Budiawati, “BRISyariah Sediakan Fasilitas Perbankan UIN SGD Bandung” dalam <https://www.dream.co.id/dinar/uin-sunan-gunung-djati-dapat-fasilitas-perbankan-bri-syariah-1610241.html>, 25 Oktober 2016 (diakses tanggal 5 Januari 2018).

⁸ Editor, “Pengertian dan Fungsi Host to Host” dalam <http://sevima.com/pengertian-dan-fungsi-host-to-host/> diposting 28 Juli 2016 (diakses tanggal 05 Januari 2018).

laan keuangan menggunakan sistem syariah yang tanpa riba. Citra merek bank syariah membawa kesan bahwa produk dan pelayanan bank syariah halal atau boleh dikonsumsi dan membawa ketenangan bagi pengguna pelayanan pembayaran uang kuliah mahasiswa.

PT. Bank BRISyariah merupakan bank syariah pertama yang telah bekerjasama dalam menampung transaksi pembayaran Uang Kuliah Mahasiswa secara *online host to host*, di samping dengan bank konvensional yang juga menjadi bank mitra UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Sehingga kehadiran PT. Bank BRISyariah dalam pelayanan pembayaran uang kuliah membawa harapan baru bagi civitas UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang menjadi pengguna jasa layanan. Apakah pelayanan tersebut memenuhi harapan pengguna layanan, atau sebaliknya. Hal tersebut menjadi suatu dasar penilaian bagi kepuasan pengguna layanan, karena pengguna layanan akan membandingkan antara harapan dengan kinerja pelayanan jasa yang diterimanya.

Hingga tahun 2017, UIN Sunan Gunung Djati Bandung telah bekerjasama dengan lima bank dalam penerimaan pendapatan BLU, diantaranya PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI), PT. Bank Jabar Banten Syariah (BJBS), PT. Bank Tabungan Negara (BTN), PT. Bank Syariah Mandiri (BSM), dan PT. Bank BRISyariah. Dengan persaingan antar bank tersebut, menuntut kualitas optimal yang dapat memuaskan nasabah dan pengguna layanan.

Kualitas jasa dan kepuasan pelanggan adalah konsep yang berhubungan.⁹ Pelayanan jasa pembayaran yang berkualitas akan menghasilkan penilaian yang memenuhi harapan dan kebutuhan pengguna layanan. Kualitas pelayanan yang ditawarkan digunakan juga sebagai alat untuk mencapai keunggulan kompetitif.¹⁰ Artinya, bank yang memiliki kualitas pelayanan yang unggul akan memenangkan persaingan dalam memuaskan pengguna layanan.

Selain kualitas pelayanan, perusahaan perbankan perlu memperhatikan citra (*image*) yang bagus. Merek (*brand*) menjadi elemen krusial yang berkontribusi terhadap kesuksesan sebuah organisasi pemasaran.¹¹ Citra merek bank

⁹ Christopher H. Lovelock dan Lauren K. Wright, *Manajemen Pemasaran Jasa*, terjemahan oleh Agus Widyantoro dan tim (Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2005), 96.

¹⁰ Andriasan Sudarso, *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan* (Yogyakarta, 2016), 16.

¹¹ Fandy Tjiptono, *Brand Management & Strategy* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2005), 2.

syariah yang baik tentu memberikan nilai tambah bagi perusahaan perbankan karena pengguna jasa bank akan mengingat nama bank dengan posisi khusus dalam manfaat emosional dan fungsional yang dirasakannya.

Kehadiran PT. Bank BRISyariah sebagai perusahaan perbankan yang lahir dari akuisisi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007, dikenal masyarakat sebagai sebuah unit syariah dari kebesaran nama perusahaan PT. BRI. Kehadiran PT. BRI sebagai bank konvensional menjadi pengakuan masyarakat Indonesia dengan reputasi yang baik dan diterima daya tariknya oleh para pengguna layanan. Hampir di seluruh pelosok nusantara, terdapat kantor cabang atau kantor pelayanan PT. BRI sehingga produk layanan bank BRI sudah banyak dimanfaatkan oleh banyak masyarakat Indonesia. Nasabah Bank BRI yang tersebar di Indonesia memiliki penilaian dan persepsi atas nilai manfaat jasa perbankan melalui pelayanan PT. BRI. Sehingga citra merek PT. BRI sebagai perusahaan perbankan sudah populer pada masyarakat Indonesia.

Setelah ditandatangani akta pemisahan Unit Usaha Syariah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., untuk melebur ke dalam PT. Bank BRISyariah yang berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009¹², secara resmi PT. Bank BRISyariah menjadi perusahaan perbankan yang lepas dari kebesaran nama PT. bank BRI. PT. Bank BRISyariah harus membangun citra merek tersendiri ditengah persaingan industri perbankan nasional. Simbol, nilai dan manfaat merek PT. Bank BRISyariah perlu dibangun untuk yang membedakan produk perusahaan dengan kompetitornya. Citra merek bank yang menerapkan prinsip-prinsip Syariah dalam pelayanannya, perlu disosialisasikan agar mendapatkan citra di hati para pengguna layanan dan seluruh masyarakat Indonesia. Sebab, bila dibandingkan dengan popularitas PT. BRI, bank BRISyariah masih perlu mengembangkan dimensi-dimensi citra merek sebagai salah satu upaya memenangkan persaingan pelayanan perbankan. Seluruh keunggulan kompetitif PT. Bank BRISyariah perlu disosialisasikan agar nasabah dan pengguna layanan mendapatkan nilai maksimal atas *feature* pelayanan yang memuaskan.

¹² Admin Web, "Sejarah About BRISyariah", dalam <http://219.83.42.153/?q=sejarah>, (diakses tanggal 5 Januari 2018).

Pengguna jasa layanan pembayaran uang kuliah akan mengingat nama bank dengan posisi khusus dalam manfaat emosional dan fungsional yang dirasakannya. Kombinasi merek PT. Bank BRISyariah sebagai nama, istilah, simbol dan desain khusus dirancang untuk memberi ciri khas agar pengguna layanan merasa puas dan yakin akan kualitas pelayanan hingga berbekas dalam ingatan mereka.

Pelayanan yang baik dan citra merek bank syariah yang bagus tentu akan mengikat kepuasan nasabah dan pengguna layanan perbankan. Mahasiswa sebagai pengguna jasa perbankan dalam pembayaran uang kuliah merupakan bagian yang penting dalam pelayanan. Kepuasan mahasiswa menjadi faktor keberhasilan bank dalam persaingan usaha memajukan perusahaannya.

Berdasarkan pengamatan awal yang dilakukan penulis di Kantor Pelayanan Kas (KPK) PT. Bank BRISyariah yang berlokasi di UIN Sunan Gunung Djati Bandung, ternyata terdapat masalah yang berkenaan dengan kepuasan pengguna layanan dalam penerimaan transaksi pembayaran uang kuliah mahasiswa. Terlihat dari jumlah pengaduan yang datang ke Bagian keuangan UIN Sunan Gunung Djati Bandung terkait dengan kendala pembayaran mahasiswa melalui PT. Bank BRISyariah. Pada pembayaran mahasiswa semester ganjil TA 2017/2018, terdapat 359 orang mahasiswa yang melakukan pengaduan. Sebanyak 259 orang mahasiswa angkatan 2017 dan 100 orang mahasiswa angkatan 2016.

Pengaduan tersebut sebagian besar disebabkan kendala koneksi sistem *host to host*, dimana mahasiswa yang akan menyetorkan uang kuliah pada PT. Bank BRISyariah tidak dapat dilayani karena kendala tersebut. Sehingga UIN Sunan Gunung Djati Bandung memberikan kebijakan untuk mengalihkan pembayaran yang tersebut ke bank mitra UIN Sunan Gunung Djati yang lainnya.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Bagian Keuangan UIN Sunan Gunung Djati Bandung, terdapat sebaran penerimaan transaksi pembayaran uang kuliah mahasiswa pada bank mitra UIN Sunan Gunung Djati yang lainnya dikarenakan kendala teknis yang terjadi pada pelayanan *host to host* BRISyariah. Sebaran transaksi tersebut terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1

**Rekapitulasi Pelayanan Transaksi Pembayaran Uang Kuliah Mahasiswa pada
Bank Mitra UIN Sunana Gunung Djati Bandung
Bulan Juni Hingga Oktober 2017**

Bulan	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	Jumlah
Bank						
BJBS	-	28	64	16	-	108
BSM	-	127	-	6	3	136
BRIS	1.308	514	792	3.361	48	6.023
BTN	-	-	-	15	-	15
BRI	-	-	-	-	-	-
Jumlah	1.308	669	856	3.398	51	6282

Sumber: Bagian Keuangan UIN SGD Bandung, 2017

Pada bulan Juni 2017, seluruh pelayanan pembayaran mahasiswa tahun angkatan 2017 dapat dilayani sepenuhnya oleh BRISyariah. Namun hal ini tidak terjadi di bulan Juli hingga Oktober 2017, seharusnya BRISyariah dapat melayani pembayaran transaksi mahasiswa sejumlah 6.282 transaksi, namun yang dapat terlayani sebanyak 6.023 transaksi. Sebanyak 259 transaksi dialihkan melalui transaksi manual di bank mitra UIN Sunan Gunung Djati Bandung lainnya.

Berdasarkan wawancara penulis dengan petugas Bagian Keuangan UIN Sunan Gunung Djati Bandung (10 Agustus 2017), Kendala koneksi *host to host* dalam proses pembayaran ini menyebabkan mahasiswa mengalami kesulitan melakukan pembayaran baik melalui teller bank maupun fasilitas ATM. Padahal jadwal pembayaran mahasiswa ditetapkan dengan batas waktu, sehingga apabila telat melakukan pembayaran mahasiswa tersebut tidak dapat mengikuti kegiatan akademik dan perkuliahan. Oleh karena itu, mahasiswa yang kesulitan melakukan pembayaran di Cabang dan Unit Bank BRISyariah lebih memilih bertransaksi di Kantor Pelayanan Kas Bank BRISyariah di UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Beberapa mahasiswa memilih bertransaksi di Kantor Pelayanan Kas UIN Sunan Gunung Djati Bandung dikarenakan lokasi kantor pelayanan yang berada dilingkungan kampus sehingga apabila terjadi kendala dapat konfirmasi langsung

ke petugas pelayanan pembayaran uang kuliah pada Bagian Keuangan Rektorat.¹³ Namun disisi lain, sarana pelayanan pada Kantor Pelayanan Kas (KPK) PT. Bank BRISyariah di UIN Sunan Gunung Djati Bandung belum maksimal.

Dalam observasi penulis ke lokasi Kantor Pelayanan Kas PT. Bank BRISyariah di UIN Sunan Gunung Djati Bandung tanggal 31 Januari 2018, beberapa aspek *Tangibel* dalam pelayanan pembayaran uang kuliah mahasiswa kurang memadai. Ruangan yang sempit, kursi dan tempat duduk yang minim, ruangan tanpa AC, serta petugas teller yang hanya berjumlah 2 orang.

Operasional pelayanan dimulai pada pukul 09.00 WIB, sedangkan mahasiswa yang akan bertransaksi sudah lebih dahulu antri dan menunggu dibuka pelayanan. Waktu ditutupnya pelayanan pukul 14.30 wib., lebih awal dari operasional bank pada umumnya. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis terhadap pihak manajemen PT. Bank BRISyariah Cabang Citarum (31 Januari 2018), hal tersebut dikarenakan petugas bank memulai dan mengakhiri operasional kerja di Kantor Cabang sehingga ada jeda waktu untuk mobilisasi perjalanan antara PT. Bank BRISyariah Kantor Cabang Citarum dan Kampus UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Berdasarkan hasil wawancara tanggal 31 Januari 2018 dengan salah satu mahasiswa angkatan tahun 2016, diantara mahasiswa ada yang mengeluhkan kantor cabang dan kantor pelayanan PT. Bank BRISyariah belum mencapai lokasi tempat tinggal di pelosok daerah. Mengingat jadwal pembayaran uang kuliah dilaksanakan saat mahasiswa liburan semester, yang biasanya posisi mahasiswa sedang berada di tempat tinggalnya masing-masing. Selain itu kebijakan jadwal pembayaran dalam waktu yang serentak dan terbatas waktu, sehingga kebutuhan mahasiswa akan kantor pelayanan terdekat sangat dibutuhkan.

Pengaduan mahasiswa lainnya pada aspek *reliability* dalam keakuratan penyajian data pembayaran uang kuliah mahasiswa. Terjadi beberapa kasus transaksi yang dibayarkan oleh mahasiswa namun tidak diterima pada giro milik UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Diantaranya transaksi yang dilakukan mahasiswa pada *channel* pembayaran non teller yakni pada fasilitas Anjungan

¹³ Wawancara penulis pada salah satu mahasiswa angkatan tahun 2017 yang melakukan transaksi di Kantor Pelayanan Kas UIN Sunan Gunung Djati Bandung

Tunai Mandiri (ATM). Berdasarkan survey yang diperoleh peneliti pada pembayaran uang kuliah mahasiswa semester genap tahun akademik 2017/2018, didapatkan data mahasiswa angkatan tahun 2017 yang sudah melakukan pembayaran melalui ATM namun pembayaran tersebut tidak tercatat pada rekening giro UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Hal ini menyebabkan kerugian pada mahasiswa karena terhambat untuk mendapatkan akses Kontrak Rencana Studi (KRS) *online*. Data mahasiswa yang klaim tersebut diantaranya:

Tabel 1.2

Data Pembayaran Mahasiswa Semester Genap TA 2017/2018 pada PT. Bank BRISyariah Melalui Transaksi ATM yang Tidak Tercatat di Rekening Giro UIN Sunan Gunung Djati Bandung

NO	NIM	Lokasi Transaksi	Tanggal Transaksi
1	1177060078	ATM BRI Riung Bandung	30-Jan-18
2	1173040059	ATM BRI	31-Jan-18
3	1179220019	ATM BRI	30-Jan-18
4	1173070011	BRI Syariah	29-Jan-18
5	1175010092	ATM BRI Syariah	30-Jan-18
6	1178020188	ATM BNI	01-Feb-18
7	1173070103	ATM BCA	01-Feb-18
8	1174040004	M-BCA	13-Feb-18
9	1172100035	M-Mandiri	01-Feb-18
10	1171040129	BRI	30-Jan-18

Sumber: Bagian Keuangan UIN SGD Bandung, 2018

Hal ini juga pernah terjadi pada pembayaran sebelumnya yakni registrasi awal mahasiswa angkatan 2017 untuk perkuliahan semester ganjil tahun akademik 2017/2019, dimana tercatat 46 buah transaksi mahasiswa yang telah disetorkan namun tidak tercatat pada rekening koran giro UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Mahasiswa membawa bukti setor kepada petugas Bagian Keuangan Rektorat sebagai bukti bahwa mereka telah melakukan kewajiban pembayaran. Data kasus tersebut diantaranya:

Tabel 1.3

Daftar Transaksi Registrasi Mahasiswa TA 2017/2018

**pada PT. Bank BRISyariah yang Tidak Masuk ke Rekening Giro
UIN Sunan Gunung Djati Bandung**

DAFTAR TRANSAKSI REGISTRASI MAHASISWA TA 2017/2018 YANG TIDAK MASUK KE REKENING KORAN					
No	Nomor Peserta	Nama	Tanggal Bayar	Jenis Layanan	Jalur Lulus
1	21731901529	Aziz Muhammad Yurran	11-Jul-17	Teller	UMPTKIN
2	21731900571	Enung Siti Nurjanah	12-Jul-17	Teller	UMPTKIN
3	21731902128	Aldi Ramadhan	11-Jul-17	Atm	UMPTKIN
4	21731900272	Farhan Auliya Haribuan	11-Jul-17	Atm	UMPTKIN
5	217340014124	Muhammad Rizqi Irmal	20-Jun-17	Teller	SBMPTN
6	171107084	Ai Elma ca	7-Aug-17	Atm	UM
7	171107512	Dila Afriyani	6-Aug-17	atm	UM
8	171107526	Siti Halimah	6-Aug-17	Atm	UM
9	171103131	Hari Syahrul Umam	5-Aug-17	Atm	UM
10	171107021	Naila Sri	7-Aug-17	Atm	UM
11	171300033	Jaenal mutaqin	5-Aug-17	Atm	UM
12	171103426	Hurnazila	5-Aug-17	Atm	UM
13	171101049	Mahad munawar	6-Aug-17	Atm	UM
14	171101635	Nafira Ami	5-Aug-17	Atm	UM
15	171105699	Tiara Maharani	5-Aug-17	Atm	UM
16	171101919	Ratna Amel	6-Aug-17	Atm	UM
17	171106842	Jirliya Rahmah	5-Aug-17	Atm	UM
18	171168335	Tiara Angelina	7-Aug-17	mobile banking	UM
19	171103142	Muhammad Saffan r	5-Aug-17	Atm	UM
20	171302638	Rihana Zakiyah	5-Aug-17	Atm	UM
21	171105912	Syifa Dwi Ardhiyanti	5-Aug-17	atm	UM
22	21731900320	Lia Nurani	12-Jul-17	Teller	UMPTKIN
23	171102728	Elin marlina	5-Aug-17	Atm	UM
24	171106840	Asep Furlan Saepulah	5-Aug-17	Atm	UM
25	171107003	Mari Fajar J	6-Aug-17	rmr banking	UM
26	171103654	Rachifa M	5-Aug-17	atm	UM
27	171101453	Mela Liani Nur	5-Aug-17	atm	UM
28	171107520	Tri Lestari	6-Aug-17	atm	UM
29	171106332	Fitri Nur Irtamisti	7-Aug-17	Atm	UM
30	171100011	Siti Nurlela	6-Aug-17	Atm	UM
31	171102648	Adhika Alvian	5-Aug-17	Atm	UM
32	21731901625	Agung Rahman Idrani	11-Aug-17	Teller	UMPTKIN
33	171101485	DICKY SAPUTRA	7-Aug-17	ATM	UM
34	21731900209	SITINIIMA NURPADILAH	11-Jul-17	Teller	#H/A
35	171104252	HILMI ANANDA ROBIANES	6-Aug-17	ATM	UM
36	171100743	AGUNG FITRIAWAN AZIZ SAP	5-Aug-17	mobile banking	UM
37	217340016779	TASYA RIZKIA HANIFAH	20-Jun-17	ATM	#H/A
38	171100984	RIRIN BELLAHANIS	6-Aug-17	mobile banking	UM
39	171104138	INAROTUL FAUZIYAH	5-Aug-17	ATM	UM
40	171300152	SUTAN BALQI	5-Aug-17	Atm	UM
41	171104560	FIRLYANA DADIAMAR	5-Aug-17	Atm	UM
42	171102272	WINDIALAZMI	7-Aug-17	ATM	UM
43	171103716	EMA SOPYANTI	6-Aug-17	atm	UM
44	171100390	NURAENI	7-Aug-17	ATM	UM
45	21710200830	AINA SAFIRA	11-Jul-17	ATM	UMPTKIN
46	171100050	AIFAUZIAH NUR AISYAH	5-Aug-17	Atm	UM

Sumber: Bagian Keuangan UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2018.

Pada kasus lain, terdapat *double* pembayaran yang dilakukan oleh mahasiswa disebabkan ketidakjelasan status transaksi karena kendala sistem *host to host* antara PT. Bank BRISyariah dengan UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Berdasarkan wawancara penulis kepada salah satu mahasiswa yang mengalami double pembayaran didapatkan informasi bahwa mereka melakukan pembayaran melalui PT. Bank BRISyariah namun transaksinya sedang mengalami gangguan. Sementara menunggu suksesnya transaksi pada PT. Bank BRISyariah, mereka mencoba melakukan pembayaran dengan sistem setoran manual melalui bank mitra UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang lain. Ternyata transaksi *host to host* tersebut berhasil dilakukan, sehingga pembayaran yang diterima sebanyak dua kali setoran. Hal ini mereka lakukan karena khawatir dianggap mengundurkan diri sebagai calon mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung TA 2017/2019. Pembayaran manual tersebut tersebar pada pada PT. BJBS dan PT. Bank Syariah Mandiri, seperti data dibawah ini:

Tabel 1.4

Daftar Transaksi Double Kegiatan Registrasi Mahasiswa TA 2017/2018

DATA TRANSAKSI DOUBLE REGISTRASI SEMESTER I MAHASISWA ANGKATAN TAHUN 2017						
NO	NIM/No Peserta	Nama	Double setor pada Bank			
			BRIS	BRIS	BJBS	BSM
1	171106513	Dimas Permana Putra	√	√		
2	171107635	Muhammad Ridho Maulana	√	√		
3	4170188843	Isma Ismawati	√		√	
4	11731900092	Azka Rabbihadi Joe	√		√	
5	21731800929	Muhammad Ikhsan Sadjili	√		√	
6	21731900708	Rahma Dwi Abadianti	√		√	
7	21731900840	Neli Mustafidah	√		√	
8	21731900867	Tasya Qistiyah	√		√	
9	21731900984	Nurulaeni Adha	√		√	
10	21731901327	Rihhadatul Aisy Amry	√	√		
11	21731901755	Moch Irfan Trivana	√		√	
12	21732100445	Mutiara Fitri Ramdini	√		√	
13	31731800684	Dhea Indira Nyrjanah	√		√	
14	31731900004	Ulfa Junia Nafisah	√		√	
15	31731900794	Riska Febriyanti Nur Fitriyani	√		√	
16	40731900122	Ayu Nazmi Arif	√		√	
17	117340009299	Alifah Cahyani	√			√
18	217300008964	Anikmah Al Mutoharoh	√	√		
19	217330001448	Muhamad Akbar Yulio Tridianto	√		√	
20	217330201074	Rifaldi Hasbi Ashidiqi	√		√	

Sumber: Bagian Keuangan UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2018

Kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.¹⁴ Kepuasan pengguna layanan pembayaran tentu saja dipengaruhi oleh berbagai faktor. Menurut dugaan peneliti, terdapat dua faktor yang dapat menentukan tingkat kepuasan pengguna layanan pembayaran uang kuliah, yakni faktor kualitas pelayanan dan citra merek bank syariah. Berdasarkan hasil survey terhadap 38 orang mahasiswa angkatan tahun 2017 yang melakukan pembayaran uang kuliah semester genap TA 2017/2018 melalui PT. Bank BRISyariah KPK UIN Sunan Gunung Djati Bandung didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 1.5

Hasil Survey Awal Tingkat Kepuasan Pengguna Layanan Pembayaran Uang Kuliah Semester Genap TA 2017/2018 pada PT. Bank BRISyariah Kantor Pelayanan Kas UIN Sunan Gunung Djati Bandung

NO	PERTANYAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	R	TS	STS
1	Kualitas Pelayanan PT. Bank BRISyariah memenuhi harapan saya dalam pelayanan pembayaran uang kuliah	0 0%	11 28,9%	9 23,7%	18 47,4%	0 0%
2	Citra Merek Bank Syariah pada pembayaran uang kuliah mahasiswa memberi ketentraman jiwa dan memenuhi harapan saya	7 18,4%	9 23,7%	6 15,8%	16 42,1%	0 0%
3	Saya puas mendapatkan pelayanan yang berkualitas dari bank syariah dalam pembayaran uang kuliah mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung	0 0%	17 44,7%	3 7,9%	18 47,4%	0 0%

Sumber: Angket Mahasiswa angkatan tahun 2017, tanggal 31 Januari 2018.

Mengacu kepada data tabel tersebut di atas dapat ditarik asumsi sementara bahwa kualitas pelayanan PT. Bank BRISyariah dalam pelayanan pembayaran uang kuliah mahasiswa yang memenuhi harapan mahasiswa sebesar 28,9%, dan citra merek bank syariah memenuhi harapan mahasiswa lebih dari 42,1 %.

¹⁴ Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar* (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), 233.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut tentang variabel-variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna layanan perbankan dengan melakukan penelitian tentang *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Layanan Pembayaran Uang Kuliah Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung di PT. Bank BRISyariah Cabang Bandung Citarum.*

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, peneliti akan membatasi masalah penelitian ini yang difokuskan obyek penelitiannya pada studi kasus terhadap mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan Tahun 2017 yang menjadi pengguna layanan PT. Bank BRISyariah Kantor Cabang Citarum Bandung. Peneliti merumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pengguna layanan pembayaran uang kuliah mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung secara parsial?
2. Seberapa besar pengaruh citra merek terhadap tingkat kepuasan pengguna layanan pembayaran uang kuliah mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung secara parsial?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek secara simultan terhadap tingkat kepuasan pengguna layanan pembayaran uang kuliah mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pengguna layanan pembayaran uang kuliah mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung;
2. Untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap tingkat kepuasan pengguna layanan pembayaran uang kuliah mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung;

3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek secara bersamaan terhadap tingkat kepuasan pengguna layanan pembayaran uang kuliah mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memiliki beberapa kegunaan, baik secara akademik maupun praktis:

1. Secara Akademik
 - a. Bermanfaat untuk mengembangkan kerangka konseptual dan operasional tentang peningkatan kualitas pelayanan, citra merek, dan implementasinya dalam kegiatan operasional pelayanan bank syariah kepada para penggunanya;
 - b. Meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat pengguna tentang berbagai bentuk pelayanan yang diberikan oleh bank syariah, termasuk kerangka kebijakan yang ditujukan untuk meningkatkan kinerja pelayanan bank syariah kepada nasabah.
2. Secara Praktik
 - a. Sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi kinerja manajemen PT. Bank BRISyariah dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan dan citra merek demi tingkat kepuasan pengguna layanan pembayaran uang kuliah mahasiswa;
 - b. Sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi tingkat kepuasan mahasiswa dan para pemegang kebijakan di UIN Sunan Gunung Djati Bandung untuk meningkatkan kerjasama dengan bank syariah di masa depan.

E. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang masalah kualitas pelayanan, citra merek dan tingkat kepuasan telah banyak dilakukan peneliti lain, berdasarkan tinjauan pustaka, terdapat beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini, diantaranya:

Balqis Diab (2009), judul penelitian *Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Meningkatkan Retensi*

Pelanggan (Studi Kasus pada Gies Batik Pekalongan). metode analisis data menggunakan teknik OLS (*ordinary least square*), yang dioperasikan melalui program SPSS. Hasil uji kecocokan yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel nilai pelanggan dan citra merek mampu meningkatkan kepuasan pelanggan dan dampaknya pada retensi pelanggan. Masing-masing variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan retensi pelanggan.¹⁵

Penelitian yang terkait dengan kualitas pelayanan dan *brand image* dilakukan oleh Irma Yunita (2013), dengan judul penelitian *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Loyalitas Pemasang Iklan di PT. Radar Banten dan Pesaingnya*. Substansi yang dibahas dalam penelitian tersebut yaitu seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan brand image terhadap loyalitas pemasang iklan. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan dari ketiga variabel, hanya dua variabel yakni kualitas produk dan brand image yang berpengaruh, hal ini disebabkan kualitas koran Radar Banten selalu inovatif. Variabel yang lain yaitu kualitas pelayanan tidak berpengaruh.¹⁶

Kaitannya dengan kepuasan mahasiswa, Dian Oktarina (2016) melakukan penelitian dengan judul *Kualitas Layanan dan Citra Merek serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan Mahasiswa (Survey pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Metro)*. Substansi yang dibahas dalam penelitian ini berupa analisa besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan mahasiswa. Analisis data menggunakan analisis linier berganda. Hasil penelitian menyarankan diperlukan kerjasama Pimpinan dan staff dalam meningkatkan kualitas pelayanan berupa Empati, Responsif (daya tanggap), *Assurance* (Jaminan) dan Citra. Untuk memperbaiki Kepuasan Mahasiswa (Y) maka diperlukan perbaikan kualitas

¹⁵ Balqis Diab, "Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Meningkatkan Retensi Pelanggan (Studi Kasus pada Gies Batik Pekalongan)", Tesis, (Program Pascasarjana Universitas Diponegoro Semarang: 2009).

¹⁶ Irma Yunita, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Loyalitas Pemasang Iklan di PT. Radar Banten dan Pesaingnya", Tesis (Program Pascasarjana Universitas Esa Unggul Jakarta : 2013).

Layanan dan Citra terutama variabel *Empathy* (X_2), *Responsiviness* (X_3), *Assurance* (X_5) dan Citra (X_6).¹⁷

Pada kualitas pelayanan dan citra merek sebagai variabel bebas, Daniel Slamet (2016) melakukan penelitian dengan judul *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan dan Dampaknya terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Transportasi Bus XYZ*. Substansi yang dibahas dalam penelitian ini yaitu analisis pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas. Metode penelitian menggunakan Structural Equation Modeling dengan SISREL 8.70. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara citra merek dengan kepuasan serta dampaknya kepada loyalitas penumpang. Serta terdapat hubungan yang signifikan pula antara kualitas layanan dan citra merek secara bersama terhadap kepuasan penumpang dan dampaknya terhadap loyalitas penumpang P.O “XYZ”. Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian, kepuasan dan loyalitas penumpang “XYZ” lebih dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dibandingkan dengan citra merek. Jika kualitas pelayanan dan citra merek digabungkan maka lebih mempengaruhi kepuasan.¹⁸

Elistia (2008) telah melakukan penelitian mengenai tingkat kepuasan dengan judul *Pengaruh Citra Toko, Private Brand dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Supermarket*. Substansi yang dibahas dalam penelitian ini yaitu Analisa pengaruh citra toko, private brand dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Metode penelitian yang digunakan melalui metode regresi sederhana dan berganda. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh citra toko, private brand dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian antara

¹⁷Dian Oktarina, “Kualitas Layanan dan Citra Merek serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan Mahasiswa (Survey pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Metro)”, Tesis (Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Metro:2016).

¹⁸ Daniel Slamet, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan dan Dampaknya terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Transportasi Bus “XYZ”, Tesis, (Program Pascasarjana Universitas Terbuka Jakarta: 2016)

keempat Supermarket menunjukkan bahwa signifikansi secara parsial variabel tidak sama, akan tetapi secara simultan sama.¹⁹

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Iip Irawan Hisanuddin, dengan judul “Pengaruh Citra Merek Islam terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus pada Bank Syariah di Kota Bandung)” dalam jurnal SCIENTICA Volume II No.2, Desember 2015 penelitiannya mengenai analisa pengaruh citra merek islam terhadap loyalitas nasabah. Metode penelitian menggunakan *path analysis* (analisis jalur). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Islamic Corporate Image* berpengaruh positif pada loyalitas nasabah namun dengan tingkat kepercayaan yang rendah. Secara parsial dan simultan *Islamic corporate image*, *Islamic product image* dan *Islamic user image* berpengaruh secara positif dan simultan terhadap loyalitas nasabah.²⁰

Dari beberapa penelitian sebelumnya itu, dapat dinyatakan bahwa penelitian ini memiliki kesamaan dengan menggunakan variabel kualitas pelayanan, citra merek dan kepuasan. Tetapi memiliki perbedaan dari objek penelitian mengenai pembayaran uang kuliah mahasiswa pada PT. Bank BRISyariah.

F. Kerangka Pemikiran

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظًا لَّفُتِنَتْ أَقْصَابُكَ
لَا تَقْضُوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي
الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka

¹⁹ Elistia, “Pengaruh Citra Toko, Private Brand dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Supermarket”, Tesis, (Program Pascasarjana Universitas Indonusa Esa Unggul, Jakarta:2008)

²⁰ Iip Irawan Hisanuddin, “Pengaruh Citra Merek Islam terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus pada Bank Syariah di Kota Bandung), Jurnal, Scientica Vol.II No. 2: 2015

bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”(Qs. Ali Imran:159)

Untuk menjelaskan masalah penelitian ini digunakan beberapa teori yang terkait langsung dengan masing-masing variabel, yaitu kualitas pelayanan, citra merek dan tingkat kepuasan pengguna layanan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor dalam membentuk kepuasan nasabah atau pengguna layanan. Menurut Gronroos²¹ kualitas pelayanan merupakan hasil proses suatu evaluasi dimana pengguna layanan membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan. Penilaian kualitas pelayanan bertujuan untuk mengukur seberapa baik aktivitas kinerja perusahaan dari aspek kepuasan pelanggan, serta sebagai parameter untuk menciptakan budaya pelayanan yang berorientasi kepada kepuasan pelanggan.

Pengertian citra berbentuk abstrak atau *intangibile*, tetapi wujudnya dapat dirasakan dari penilaian, baik semacam tanda respect dan rasa hormat dari publik sekelilingnya atau masyarakat luas terhadap organisasi atau perusahaan tersebut dilihat sebagai sebuah badan usaha yang dipercaya, profesional, dan dapat diandalkan dalam pembentukan pelayanan yang baik. Kotler dalam Balqis Diab²², mengatakan bahwa merek merupakan janji penjual untuk secara konsisten memberikan *feature*, manfaat dan jasa tertentu kepada pembeli, bukan hanya sekedar simbol yang membedakan produk perusahaan tertentu dengan kompetitornya. Citra merek merupakan seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek merek. Jika citra merek baik dan telah dipercaya oleh pelanggan maka fungsi merek menghasilkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

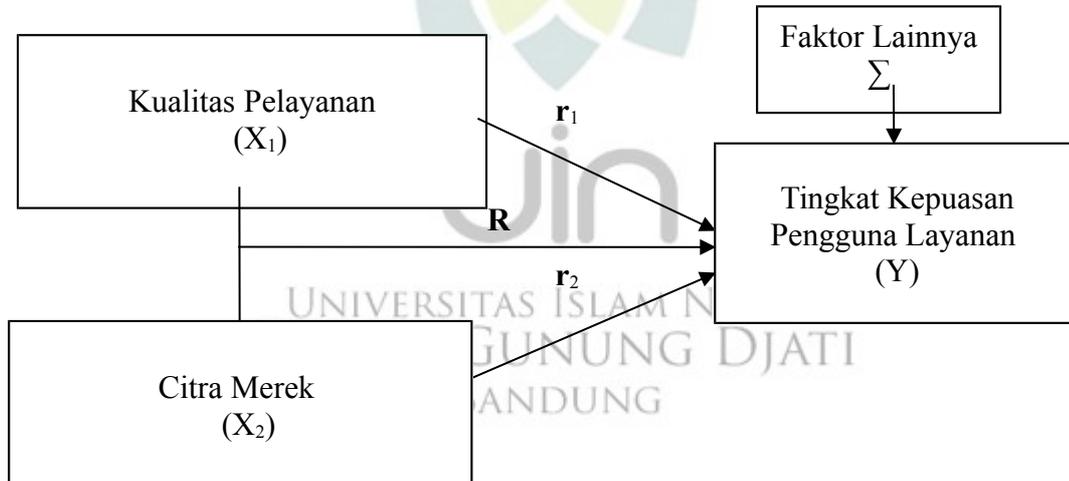
Kepuasan pelanggan menurut Kotler adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Kepuasan dalam perspektif pengguna layanan perbankan merupakan perasaan senang atau kecewa yang dirasakan seseorang yang berasal dari perbandingan

²¹ Christopher Lovelock, et.al., *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia terjemahan Services Marketing*, terjemahan oleh Dian Wulandari dan Devri Barnadi Putera (Jakarta: Erlangga, 2010), 154.

²² Balqis Diab, *Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Meningkatkan Retensi Pelanggan (Studi Kasus pada Gies Batik Pekalongan)*, Tesis (Program Pascasarjana Universitas Diponegoro Semarang: 2009), 28.

antara kesannya terhadap produk/ jasa layanan dan harapan-harapannya. Kepuasan dapat diukur setelah pelayanan yang diterima melebihi atau kurang dari harapan. Pelanggan akan merasa puas apabila menerima nilai tambah yang lebih dari pelayanan perbankan. Apabila kualitas pelayanan baik, didukung dengan citra merek yang bagus, akan mendorong kepuasan pada pengguna layanan.

Adapun hubungan diantara ketiga variabel ini bahwa tingkat kepuasan pengguna layanan sangat bergantung dari kualitas pelayanan. Semakin baik kualitas pelayanan maka pengaruh terhadap tingkat kepuasan pengguna layanan semakin tinggi. Begitupula sebaliknya, bila semakin buruk kualitas pelayanan maka tingkat kepuasan pengguna layanan semakin menurun. Dan ketika semakin baik citra merek dalam pandangan pengguna layanan, maka semakin tinggi kepuasan pengguna layanan. Sebaliknya, apabila citra merek buruk berpengaruh pada penurunan tingkat kepuasan pengguna layanan. Dengan demikian, secara ilustratif hubungan tersebut dapat digambarkan kedalam kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1.1

Kerangka Pemikiran

Gambar tersebut menjelaskan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pengguna layanan pembayaran uang kuliah mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung, juga terdapat pengaruh yang signifikan citra merek terhadap tingkat kepuasan

pengguna layanan pembayaran uang kuliah mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung, dan secara simultan kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna layanan pembayaran uang kuliah mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

G. Hipotesis

Mengacu kepada kerangka pemikiran di atas, peneliti dapat merumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

Hipotesis secara simultan

Ho1 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan dari kualitas pelayanan dan citra merek terhadap tingkat kepuasan pengguna layanan pembayaran uang kuliah mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung

Ha1 : Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan dari kualitas pelayanan dan citra merek terhadap tingkat kepuasan pengguna layanan pembayaran uang kuliah mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung

Hipotesis secara parsial

Ho2 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pengguna layanan pembayaran uang kuliah mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung

Ha2 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pengguna layanan pembayaran uang kuliah mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung

Ho3 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara citra merek terhadap tingkat kepuasan pengguna layanan pembayaran uang kuliah mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung

Ha3 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pengguna layanan pembayaran uang kuliah mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG