

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis perbankan di Indonesia semakin ketat. Setiap perusahaan dituntut untuk terus mengembangkan usahanya dalam menghadapi persaingan ini. Perusahaan harus memiliki strategi-strategi khusus dalam memenangkan persaingan pasar dalam bidang jasa perbankan. Perkembangan Bank yang ada di Indonesia kini mulai menunjukkan eksistensi yang tinggi, mulai dari Bank Pembangunan Daerah, Bank Pemerintahan yaitu BUMN (Badan Usaha Milik Negara) maupun bank yang berasal dari perusahaan swasta, karena perbankan merupakan salah satu kemajuan dari perusahaan industri di bidang jasa yang mengalami kemajuan secara baik. Kegiatan usaha perbankan yang mengalami pertumbuhan tiap tahunnya, menggambarkan bahwa industry perbankan adalah salah satu bidang jasa yang berkembang baik di Indonesia.

Salah satu industri yang berkembang saat ini adalah industri perbankan. Banyak perusahaan bank yang menawarkan berbagai jenis layanan perbankan kepada nasabahnya. Jenis layanan yang ditawarkan mempunyai kualitas dan manfaat transaksi finansial sendiri. Kualitas dan manfaat transaksi finansial dari layanan jasa bank yang ditawarkan menjadi salah satu daya tarik dari bank tersebut. Salah satu layanan yang dapat menjadi alternatif pilihan konsumen adalah tabungan dan fasilitas transaksi finansial lainnya. Hal tersebut menjadi suatu dasar fasilitas yang utama dibutuhkan oleh nasabah.

Salah satunya yaitu Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk merupakan bank pemerintahan yang berkembang dengan baik di Indonesia dan memiliki jaringan yang terluas. Secara umum perusahaan perbankan dalam kegiatan bisnisnya mengutamakan unsur pelayanan. Pelayanan merupakan salah satu faktor mendukung terciptanya tingkat kepuasan nasabah sehingga memperkuat loyalitas nasabah kepada bank tersebut.

Pelayanan yang diterima nasabah dapat dijadikan standar dalam menilai kinerja pelayanan suatu bank. Dalam hal ini BRI kantor cabang Pasar Minggu

berusaha memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang diharapkan nasabah serta fasilitas yang baik guna untuk mempertahankan nasabah yang sudah ada serta untuk mendapatkan nasabah yang baru

Berikut data diambil dari Indonesian Bank Loyalty Index pada majalah Infobank No.418/Januari 2014/Vol. XXXV.

Tabel 1. Indonesian Bank Loyalty Index (IBLI) 2010 - 2014 : Aset Rp100 Triliun ke Atas (*Saving Account*) *Overall Loyalty Index*

| Bank | Persentase (%) periode | | | | |
|--------------|------------------------|-------|-------|-------|-------|
| | 2014 | 2013 | 2012 | 2011 | 2010 |
| BCA | 76,29 | 75,37 | 74,90 | 75,70 | 78,10 |
| Mandiri | 75,47 | 75,07 | 74,10 | 75,20 | 77,60 |
| Bank BRI | 75,02 | 74,89 | 74,00 | 73,90 | 77,20 |
| BNI | 74,79 | 74,98 | 73,70 | 74,10 | 77,00 |
| BII | 74,72 | 74,57 | 72,30 | 73,00 | 75,50 |
| Danamon | 73,36 | 73,18 | 73,50 | 73,80 | 72,70 |
| Bank BTN | 72,88 | 72,61 | 72,10 | 72,90 | 73,20 |
| CIMB NIAGA | 72,83 | 70,82 | 71,50 | 72,70 | 72,20 |
| Permata Bank | 71,78 | 70,12 | 70,30 | 71,50 | 74,00 |
| Panin Bank | 71,24 | 69,73 | 70,20 | 73,40 | 75,00 |

Sumber : Markplus, diolah kembali oleh biro riset Infobank (birI)

Berdasarkan hasil indeks diatas pada ajang *Indonesian Bank Loyalty Index 2014* Bank BRI menempati posisi ke-3 dengan memperoleh hasil angka *overall loyalty index* sebesar 75,02%. Dengan perolehan angka yang baik ini Bank BRI juga harus bisa bersaing kuat dengan Bank Mandiri dan BCA. Namun, pada periode tahun 2010 Bank BRI memperoleh angka loyalitas yang sangat baik Hasil diatas menjadi sebuah dorongan untuk pihak majemen Bank BRI untuk meningkatkan tingkat loyal nasabah dengan berbagai upaya untuk memahami kebutuhan nasabah.

Tabel 2. Indonesian Bank Loyalty Index (IBLI) 2010 - 2014 : Aset Rp100 Triliun ke Atas (*Saving Account*) *Customer Satisfaction Index*

| Bank | Persentase (%) periode | | | | |
|------------|------------------------|-------|-------|-------|-------|
| | 2014 | 2013 | 2012 | 2011 | 2010 |
| BCA | 77,24 | 77,52 | 78,20 | 78,90 | 80,40 |
| BII | 76,30 | 74,15 | 74,60 | 75,50 | 75,80 |
| Mandiri | 76,18 | 77,05 | 77,50 | 78,00 | 80,00 |
| BNI | 75,65 | 77,11 | 77,40 | 76,90 | 78,70 |
| Bank BRI | 74,95 | 75,36 | 76,20 | 75,40 | 77,40 |
| CIMB NIAGA | 73,86 | 73,86 | 75,10 | 73,60 | 74,90 |
| Danamon | 73,75 | 74,71 | 76,00 | 76,50 | 74,70 |
| Bank BTN | 72,93 | 72,65 | 74,90 | 73,40 | 72,10 |

| Bank | Persentase (%) periode | | | | |
|------------|------------------------|-------|-------|-------|-------|
| | 2014 | 2013 | 2012 | 2011 | 2010 |
| Panin Bank | 69,92 | 73,17 | 75,40 | 73,80 | 75,50 |

Sumber : Majalah Infobank IBLI 2014

Dengan hasil indeks diatas bahwa Bank BRI menempati posisi ke-5 pada indeks kepuasan nasabah tahun 2014 dengan angka sebesar 74,95% dibanding cenderung lebih baik pada perolehan indeks kepuasan nasabah ditahun 2013 mencapai angka 75,36% . Hal ini bisa menjadi sebuah acuan untuk meningkatkan tingkat kepuasan nasabah dengan upaya-upaya baik dari pelayanan maupun program-program yang dimilikinya bertujuan untuk menimbulkan nilai kepuasan yang tinggi pada diri nasabah jika kebutuhannya terpenuhi dalam pelayanan bank tersebut

Perkembangan bisnis perbankan yang pesat di kota jakarta selatan, menyebabkan persaingan menjadi semakin tinggi, hal ini menimbulkan masalah tersendiri terhadap manajemen perusahaan Bank BRI sebagai bank milik pemerintahan. Peningkatan kualitas pelayanan yang baik pada nasabah, adalah hal hal yang bisa mendorong loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah antara lain adanya kepercayaan nasabah. Perusahaan perbankan sebaiknya mampu meyakinkan nasabahnya bahwa bank nya dapat mengelola dana nasabah dengan aman atau dengan kata lain bank tersebut dapat dipercaya dalam mengelola dana nasabah. Kepercayaan nasabah sempat diuji dengan maraknya berbagai kasus yang terjadi dewasa ini diperusahaan perbankan, antara lain adanya pembobolan dana nasabah. Kejadian tersebut wajar jika nasabah merasa khawatir menyimpan dananya dalam jumlah banyak di suatu bank. Faktor ini antara lain yang menjadi salah satu tantangan industri.

Menurut Saputra (2013), berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan, citra perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Menurut Mian (2014) berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh langsung signifikan terhadap kepuasan pelanggan

(Z), citra merek berpengaruh langsung signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Z), kualitas pelayanan berpengaruh langsung signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y), dan kepuasan pelanggan berpengaruh langsung signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Z).

Menurut Soegoto (2013) berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi nilai secara langsung terbukti berpengaruh langsung signifikan terhadap Kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepercayaan terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Christian dkk (2014) berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Customer Relationship Management* berpengaruh langsung tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepercayaan pelanggan berpengaruh langsung tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh langsung signifikan terhadap loyalitas pelanggan

Menurut Afrianti (2012) berdasarkan hasil penelitian menunjukkan terbukti pengaruh positif dan signifikan citra merek dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan, ada pengaruh positif dan signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Menurut Sumadi & Soliha (2015), berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa brand image berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan, kepercayaan berpengaruh langsung signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh langsung signifikan terhadap loyalitas pelanggan, namun kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Familiar. K & Muftakhah. I (2015), Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk mempengaruhi loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan, dan kepuasan mempengaruhi loyalitas pelanggan, serta memediasi pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Hal ini mendorong penulis untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas**

Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan” pada nasabah Bank Rakyat Indonesia kantor cabang Pasar Minggu, Jakarta Selatan sebagai objek penelitian.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan oleh penulis sebelumnya, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh langsung variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Apakah terdapat pengaruh langsung variabel kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan.
- c. Apakah terdapat pengaruh langsung variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
- d. Apakah terdapat pengaruh langsung variabel kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan.
- e. Apakah terdapat pengaruh langsung variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.
- f. Apakah terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.
- g. Apakah terdapat pengaruh variabel kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan suatu penelitian dilakukan tentu memiliki beberapa tujuan adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

- a. Untuk membuktikan dan menganalisis bahwa kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Untuk membuktikan dan menganalisis bahwa kepercayaan berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan.
- c. Untuk membuktikan dan menganalisis bahwa kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan.
- d. Untuk membuktikan dan menganalisis bahwa kepercayaan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan.

- e. Untuk membuktikan dan menganalisis bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan.
- f. Untuk membuktikan dan menganalisis bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.
- g. Untuk membuktikan dan menganalisis bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

I.4 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis.

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan masukan teoritis (keilmuan) bagi ilmu ekonomi terutama di bidang manajemen pemasaran, yang menyangkut pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

- b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk mengembangkan dan meningkatkan kualitas pelayanan dan kepercayaan pada Bank BRI Kantor cabang Pasar Minggu Jakarta Selatan sehingga mampu menciptakan loyalitas pelanggan.