

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Bank merupakan salah satu urat nadi perekonomian sebuah negara, tanpa Bank, bisa kita bayangkan bagaimana kita sulitnya menyimpan dan mengirimkan uang, memperoleh tambahan modal usaha atau melakukan transaksi perdagangan Internasional secara efektif dan aman. Saat ini banyak orang memperbincangkan tentang perbankan, yang merupakan salah satu perangkat ekonomi.

Terciptanya kepuasan nasabah dapat menjadikan hubungan antara penyedia jasa dengan nasabahnya menjadi harmonis, yang selanjutnya akan terciptanya Kesetiaan merek terhadapnasabah dan akhirnya menguntungkan bagi perusahaan. Keberlangsungan dan keberhasilan perusahaan jasa banyak tergantung pada kualitas pelayanan yang sesuai dengan lingkungan perusahaan. Namun di tinjau dari perspektif perilaku setelah pembelian konsumen, kepuasan nasabah lantas menjadi sesuatu kompleks perilaku setelah pembelian akan menimbulkan sikap puas atau tidak puas pada nasabahnya. Maka kepuasan konsumen merupakan fungsi dari harapan pembeli atas produk atau jasa dengan kinerja yang dirasakan, kepuasan itu sendiri dapat dilihat pada meningkatnya jumlah nasabah pada perusahaan tersebut.

Kepuasan pelanggan merupakan masalah satu konsep yang memiliki hubungan yang erat dengan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang memperoleh tingkat kepuasan setelah melakukan evaluasi terhadap pembelian produk akan berdampak pada tingkat loyalitasnya terhadap produk/jasa tersebut. Dari sini dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan yang diperoleh pelanggan dari hasil pembelian produk/jasa, maka semakin tinggi tingkat loyalitasnya. (Hais Dama, 2010)

Fenomena yang terjadi saat ini yaitu adanya kecenderungan perilaku konsumen bank di Indonesia semakin tak mudah di tebak. Mereka sangat

puas dengan layanan banknya, tetapi mereka tetap mau pindah jika bank lain mau memberikan *service performance* sesuai harapannya. Data dibawah ini juga memperlihatkan Bank yang memiliki mutu pelayanan terbaik yaitu :

Tabel 1.1 Peringkat Mutu Pelayanan Bank Tahun 2012

Bank	Score
1. Bank BCA	88.17%
2. Bank Muamalat Indonesia	87.98%
3. Bank Mega Syariah	73.3%
4. Bank BNI	73.2%
5. Bank BRI	73.1%
6. Bank Bukopin	72.7%
7. Bank BTN	72.6%
8. Bank Danamon	72.4%
9. Bank CIMB Niaga	72.1%
10. Bank BII	70%

Sumber : <http://www.infobanknews.com/2012/04/10-bank-yang-memiliki-nasabah-paling-loyal/>

Terlihat jelas bahwa pelayanan merupakan faktor penting yang harus dimiliki oleh suatu bank. Akan tetapi, pelayanan seringkali dianggap sepele oleh beberapa pihak. Padahal tanpa disadari bahwa ada pihak-pihak yang merasa dirugikan oleh karena perilaku pelayanan dari pihak lain. Dan untuk itulah saya ingin mengetahui lebih lanjut tentang pengaruh kualitas pelayanan di Bank BNI UPN Jakarta

Ayu Oka Windarti (2012) melakukan penelitian untuk meneliti pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (PERSERO) tbk kantor cabang utama (KCU) Palembang, hasil penelitian tersebut menemukan bahwa berdasarkan uji simultan (uji F) yang telah penulis analisis dimensi *tangible* dan *reliability* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) tbk KCU Palembang. Dimensi *responsiveness*,

assurance dan *empaty* tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Negara Indonesia (PERSERO) Tbk KCU Palembang. Pengaruh dimensi *reliability* yang paling dominan dibandingkan dengan dimensi *tangible*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*.

Hais Dama (2010) meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Mandiri cabang Gorontalo diperoleh kesimpulan terdapat pengaruh yang signifikan (nyata) secara bersama-sama dan secara parsial kualitas pelayanan yang terdiri atas dimensi *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri Cabang Gorontalo.

(Catherine Tan Yein Ping 2012) meneliti tentang Layanan kualitas dimensi efek pada kepuasan pelanggan terhadap e-banking dengan hasil penelitian Penelitian ini berhasil menentukan hubungan antara *reliability*, *responsiveness*, *assurance* *empathy*, dan bukti fisik dengan kepuasan pelanggan yang bervariasi sesuai dengan sifat layanan dan secara positif berhubungan dengan kepuasan pelanggan.

(Anber dan Shireen 2011) meneliti tentang layanan kualitas perspektif dan pelanggan kepuasan di Bank komersial yang bekerja di yordania Kualitas jasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

(Dodik Agung Indra Tri Gunarsih 2005) meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah kredit perorangan dan kelompok yang menghasilkan Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PD BPR Bank pasar kabupaten karang anyar.

Dengan melihat fenomena yang ada penulis ingin mengembangkan penelelitian sebelumnya dengan mengambil judul penelitian “ **Analisis kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI di wilayah Jakarta Selatan**”.

I.2. Perumusan masalah

Dari masalah penulisan diatas merumuskan masalah :

Analisis kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah Bank BNI diwilayah Jakarta Selatan.

I.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini menyertakan pernyataan yaitu:

Untuk membuktikan adanya pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah Bank BNI di wilayah Jakarta Selatan.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara akademis maupun secara praktis

1. Manfaat Akademis

Secara akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan terutama yang berkaitan dengan pemasaran dan memberikan informasi.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan masukan sekaligus evaluasi bagi pihak-pihak yang memerlukan.

