

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1. Latar Belakang Masalah**

Persaingan perbankan saat ini sangat ketat dan menuntut setiap bank tetap mempertahankan dan mendapatkan nasabah baru. Kualitas layanan adalah yang paling terpenting dan tidak dapat dihindari oleh bank, karena bisnis perbankan tergolong dalam bisnis jasa (*service*). Sesungguhnya bank-bank yang selalu memberikan layanan lebih baik yang akan menjadi pilihan nasabah dalam bertransaksi.

Faktor yang paling menonjol adalah dari konsep kualitas pelayanan inilah menjadi keberhasilan suatu organisasi, yaitu organisasi yang sifatnya profit atau tidak profit. Jika konsumen/nasabah merasakan kualitas pelayanan yang diberikan itu sesuai kemauan, maka nasabah atau konsumen jadi terasa senang. Konsumen atau nasabah yang senang akan membeli lagi atau ke bank lagi bahkan akan loyal. Dan seterusnya terjadilah koneksi lama atau secara panjang dan konsumen sama perusahaan. Konsekuensi hubungan ini dua pihak diuntut konsisten pada keterhubungan itu.

Kepercayaan adalah salah satu jenis re-fleksi emosional terhadap perdagangan. Dan hal itu berpengaruh kepada produk-produk yang di harapkan, beserta tingkat harapan dengan hasil actual jika konsumen/nasabah berharap layanan terhadap tingkatan itu, di rasakannya layanan di terima banyak dengan yang di harapkan dan tetap makai barang atau layanan itu.

Selain memberikan kepercayaan dan pelayanan yang prima kepada pelanggannya, citra suatu perusahaan merupakan faktor yang sering mempengaruhi keputusan pembeli. Citra tidak dapat diciptakan seperti membuat barang dari perusahaan, tapi citra adalah kesan-kesan yang di dapat sesuai dari pengetahuan atau pemahaman orang tentang sesuatu. Pelanggan cenderung untuk membentuk citra didasarkan pada inferensi mereka yang diperoleh dari stimuli pemasaran dan lingkungan.

Untuk dapat unggul dalam persaingan, maka perusahaan harus berwawasan pelanggan. Pelanggan merupakan asset terbesar yang harus dijaga oleh perusahaan. Hal ini tentu tidak mudah untuk dilakukan, karena perubahan selalu terjadi pada diri pelanggan. Konsep pemasaran yang berorientasi pada pelanggan hendaknya diterapkan oleh perusahaan, di mana pelanggan adalah faktor yang perlu mendapatkan perhatian utama. Dengan memiliki basis pelanggan yang memiliki loyalitas tinggi sama artinya dengan memperoleh kepastian pendapatan dimasa depan. Karena pelanggan yang loyal diharapkan tetap melakukan transaksi di waktu mendatang (Hurriyati, 2017).

Loyalitas nasabah adalah hal sangat diperlukan oleh perusahaan. Kotler, et, al (2012) menyebutkan ada enam alasan mengapa suatu perusahaan perlu memperoleh loyalitas pelanggan. a): konsumen ada lebih prospektif, yaitu konsumen loyal akan member untung besar bagi pabrik. b) : biaya-biaya memperoleh konsumen awal makin tinggi dengan biaya untuk mengelola dan mempertahankan konsumen yang tersedia. c): konsumen yang telah mantap terhadap perusahaan/pabrik berkecenderungan percaya juga kepada urusan lain.

d) anggaran kerja perusahaan/pabrik akan jadi ber-efisien andaikan punya banyak-banyak konsumen loyal.e) : perusahaan dapat memangkas biaya-biaya psikologis, sosial dikarenakan konsumen lamban telah mempunyai banyak berpengalaman bagus terhadap perusahaan ataupun produk perusahaan.f): konsumen loyal aka slalu melindungi perusahaan dan memberi saran pada orang-orang yang lain agar jadi konsumen.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu rahasia keberhasilan suatu bisnis.Sekalipun demikian, masih banyak orang yang degan sengaja atau tidak sengaja melupakan hal ini.Banyak kegagalan bisnis terjadi karena pelanggan dikecewakan sehingga mereka mencari alternative ke produk sejenis lainnya. Pendekatan berdasarkan kepentingan pelanggan (customer oriented).

Seperti halnya telah diuraikan terdahulu bahwa teori-teori ekonomi didasarkan pada asumsi-asumsi tertentu yang diantaranya asumsi rasionalitas. Asumsi ini dalam teori konsumen diwujudkan dalam ungkapan bahwasanya pelanggan akan bersenantiasa agar memakaipendapatannya yang jumlah itu kurang untuk memperoleh gabungan barang dan jasa konsumsi menurut mereka memberikan kesenangan maksimal. Asumsi lain dianggap konsumen mempunyai pengetahuan yang luas terhadap macam-macam barang dan jasa yang ingin mereka konsumsi ; jumlah pendapatan yang mereka peroleh dan cita rasa yang akan mereka miliki.

Melalui pelanggan yang loyal perusahaan bisa mendapatkan pelanggan baru. Hal tersebut dikarenakan salah satu perilaku pelanggan yang loyal yaitu merekomendasikan perusahaan yang bersangkutan kepada orang lain. Maka dari

itu, seseorang konsumen setia akan jadi asset berharga untuk perusahaan. Kepuasan konsumen adalah faktor kunci untuk menciptakan loyalitas konsumen, karena pelanggan yang puas akan cenderung loyal.

Bagi tiap perusahaan, layanan adalah kunci di dalam berusaha agar membangun loyalitas kepada para pelanggannya. Jika pelanggan terasa kurang puas akan terjadi konsumen berpindah badan usaha lainnya, sehingga mengakibatkan badan usaha tersebut rugi.

**Tabel 1.1 fenomena bisnis**  
***Top Brand Index Kategori Bank Tahun 2015 - 2019***

<b>Merek</b>	<b>TBI 2015 (%)</b>	<b>TBI 2016 (%)</b>	<b>TBI 2017 (%)</b>	<b>TBI 2018 (%)</b>	<b>TBI 2019 (%)</b>
BRI Simpedes	10,5%	16,6%	15,5%	12,3%	11,6%
Tahapan BCA	29,1%	24,4%	25,0%	34,9%	31,4%
BNI Taplus	10,4%	10,2%	9,2%	6,6%	9,4%
Tabungan Mandiri	14,6%	7,4%	7,6%	92%	9,0%

Sumber: BRI Dawe (2019)

Persentase index top brand bank BRI dari tahun 2015-2016 mengalami kenaikan dari 10,5 % ke 16,6 %, namun dari tahun 2016 sampai tahun 2019 terus mengalami penurunan. Salah satu alat ukur *Top Brand Index* adalah *last used* yang didasarkan atas merek yang terakhir kali digunakan oleh responden. Oleh karena itu, top brand index ini sudah dapat menjadi indikasi penurunan atau kenaikan loyalitas nasabah bank

Tabel 1.2

**PORTOFOLIO SIMPANAN BRI**

Jenis Simpanan	Triwulan	Triwulan	Triwulan	Triwulan	Triwulan
	1	2	3	4	1
	2017 (Rp Triliun)	2017 (Rp Triliun)	2017 (Rp Triliun)	2017 (Rp Triliun)	2018 (Rp Triliun)
Deposito	304,1	311,1	316,2	316,1	332,9
Tabungan	284,5	294,2	303,3	342,8	325,8
Giro	112,5	128,7	115,6	144,4	126,6
Total	701,2	734,1	735,1	803,3	785,3

Sumber :BRI Dawe (2019)

Jumlah simpanan pada bank BRI yang terdiri dari deposito, tabungan, giro. Dari triwulan I 2017-triwulan I 2018 mengalami kenaikan dari rp 701,2 triliun naik ke 785,3 triliun. Dari triwulan I 2017 jumlah simpanan terus mengalami kenaikan hingga triwulan 4 2017. Namun sempat mengalami penurunn yaitu dari triwulan 4 2017 ke triwulan 1 2018 dari Rp 803,3 triliun turun ke Rp 785,3 triliun. Selama 5 triwulan jumlah simpanan pada bank BRI cenderung naik dan hanya mengalami satu penurunan. Hal ini mengindikasikan bahwa nasabah masih loyal terhadap bank BRI.

## 1.2 Research gap

Pada peneliti yang dilakukan Ahmad Guspul (2014) membuktikan kepercayaan memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Cabang wonosobo. Sedangkan pada peneliti yang dilakukan Claudia Mawey, Altje L. Tumbel, Imelda w.j. ogi (2018) membuktikan bahwasanya kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Sulutgo.

Pada peneliti yang dilakukan Putri Apriyanti, Djasuro Surya, Lutfi (2017) menyatakan bahwasanya kualitas layanan mempunyai dampak yang Positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada bank BJB cabang Serang. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Thalia Claudia Mawey, Altje L. tumbel, Imelda w.j.ogi (2018) membuktikan bahwasanya kualitas pelayanan tidak mempengaruhi terhadap kepuasan nasabah pada Bank Sulutgo.

Pada penelitian yang dilakukan Mutmainnah (2017) membuktikan bahwasanya citra perusahaan punya pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada bank bahteramas bombana. Sedangkan peneliti yang dilakukan Putri Apriyanti, Djasuro Surya, Lutfi (2017) menyatakan bahwasanya citra perusahaan tidak mempengaruhi kepuasan nasabah pada Bank Bjb Cabang Serang.

Pada peneliti yang dilakukan Putri Apriyanti, Djasuro Surya, Lutfi (2017) menyatakan bahwasannya nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada bank BJB cabang Serang. Sedangkan menurut Mutmainnah (2017) membuktikan bahwasanya kepuasan tidak mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Bahteramas Bombana.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Haryeni<sup>1</sup>, Yofina Mulyati<sup>1</sup>, Eka Febrianz Laoli<sup>1</sup>(2017) menyatakan bahwa kepercayaan mempunyai dampak positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan Bank Rakyat Indonesia(persero) Tbk Kantor cabang Khatib Sulaiman.Sedangkan peneliti yang dilakukan cacha magasi(2016) membuktikan bahwasanya kepercayaan tidak mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Industry African An Empirical Review. Dan pada peneliti yang dilakukan Lynawani(2015) membuktikan bahwasanya kepercayaan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah memediasi dan signifikan pada Bank Bpr Bkk Purwokerto Cabang Hr Bunyamin.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Hafiz Muhammad Wasif Rasheed et al(2015) membuktikan bahwasannya kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah bank in Bahawalpur (Pakistan). Sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh Ubaidillah, Fatchur Rohman, Rofiaty (2017) menyatakan bahwakualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Sinarmas Kantor Cabang Padang. Dan pada penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Zakiy, Evrita Putri Azzahroh (2017) menyatakan bahwa kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah memediasi dan signifikan pada Bank Syariah.

Pada peneliti yang dilakukan oleh hafiz Muhammad Wasif Rasheed et al(2015) membuktikan bahwasannya citra perusahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank in Bahawalpur (pakistan). Sedangkan peneliti yang dilakukan Putri Apriyanti, Djasuro Surya, Lutfi (2017) menyatakan bahwasannya citra perusahaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas

nasabah bank bjb cabang serang. Kemudian menurut PutriApriyanti, Djasuro Surya, Lutfi (2017) menyatakan bahwa citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah memediasi parsial dan signifikan pada Bank bjb cabang serang.

Dalam upaya mempertahankan kesetiaan/loyal para nasabah bank BRI, salah satunya ialah kualitas pelayanan yang baik, komunikasinya yang baik dan sopan dengan para nasabah. Dengan adanya komunikasi yang baik, maka pihak bank dapat terus menggali segala sesuatu yang diinginkan maupun yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan nasabah sehingga menjadikan merasa puas dan loyal. Nasabah yang tidak puas akan meluntuhkan kepercayaan mereka pada bank tersebut dan dapat dengan mudah memilih bank lain.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “ **PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS LAYANAN, CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK BRI UNIT COLO DAWE KUDUS.**

### **1.3 RuangLingkup**

Penelitian ini termasuk dalam penelitian manajemen yang berfokus pada pemasaran variabel yang diteliti adalah kepercayaan, kualitas pelayanan, citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah pada Bank BRI Unit Colo Dawe Kudus. Karena adanya keterbatasan waktu, biaya dan supaya penelitian dapat dilakukan secara lebih mendalam, maka tidak semua masalah



akan diteliti. Maka untuk ruang lingkup dalam penelitian ini dibatasi pada masalah berikut:

- a. Masalah yang diteliti pada penelitian ini adalah kepercayaan, kualitas layanan, citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah pada Bank BRI Unit Colo Dawe Kudus.
- b. Populasi yang akan diteliti yakni nasabah bank BRI unit Colo Dawe Kudus.
- c. Jangka waktu penelitian 4 bulan yaitu bulan juli-oktober.

#### **1.4 Perumusan Masalah**

Pada masa kini peranan bank sangat diperlukan, semakin berkembangnya zaman membuat kebutuhan manusia juga semakin bertambah. Bank dapat dipahami sebagai lembaga keuangan yang memberikan kontribusi dalam perkembangan dan pertumbuhan suatu bangsa tak terkecuali Indonesia. Selain itu banyak muncul bank-bank baru yang semakin meningkatkan persaingan di dunia perbankan, sehingga membuat masyarakat kesulitan dalam menaruh kepercayaan untuk mengelola dananya dan menggunakan jasa-jasa perbankan terutama setelah krisis ekonomi.

- a. Kepercayaan nasabah yang belum sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh nasabah.
- b. Kualitas layanan yang diterapkan pihak bank ke nasabah lama karena antri.

- c. Citra perusahaan dibenak nasabah masih ada kekurangannya salah satunya fasilitas yang ditawarkan bank BRI unit Colo Dawe Kudus.
- d. Kepuasan nasabah di bank BRI unit Colo Dawe Kudus kurang puas terkait produk yang ditawarkan bank BRI unit Colo Dawe Kudus.

Hal ini dapat dilihat kepada beberapa penelitian sebelumnya, terdapat perbedaan hasil penelitian dari faktor-faktor tersebut. Berdasarkan hal tersebut maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

- a. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Unit Colo Dawe Kudus?
- b. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Unit Colo Dawe Kudus ?
- c. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Unit Colo Dawe Kudus ?
- d. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah bank BRI Unit Colo Dawe Kudus?
- e. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah bank BRI Unit Colo Dawe Kudus?
- f. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Unit Colo Dawe Kudus?
- g. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah bank BRI Unit Colo Dawe kudus ?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasar perumusan masalah di atas, maka tujuan yang perlu di capai dari penelitian ini yaitu untuk mendapatkan informasi-informasi yang benar untuk menganalisis datanya.

Peneliti disini bermaksud:

- a. Menguji pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan bank BRI Unit Colo Dawe Kudus
- b. Menguji pengaruh kualitas Layanan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Unit Colo Dawe Kudus
- c. Menguji Pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah bank BRI Unit Colo Dawe Kudus
- d. Menguji pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Unit Colo Dawe Kudus
- e. Menguji pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Unit Colo Dawe Kudus.
- f. Menguji pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Unit Colo Dawe Kudus.
- g. Menguji pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Unit Colo Dawe Kudus.

### **1.6. Manfaat Penelitian**

a. aspek teoritis

- 1). Bagi peneliti, menambah ilmu dan pengetahuan serta informasi baik itu teoritis dan empiris tentang kepercayaan, kualitas pelayanan, citra perusahaan,

kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah yang digunakan didalam penelitian ini.

2). Bagi penelitian lain dapat dijadikan referensi untuk penelitian dimasa mendatang pada bidang yang sama.

b. aspek praktis

Bagi perusahaan dapat memberikan saran dan masukan yang bermanfaat dalam pengambilan keputusan dan aktivitas-aktivitas pemasaran yaitu kepercayaan, kualitas layanan, citra perusahaan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank BRI.

