

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Kepuasan nasabah harus disertai dengan loyalitas nasabah. Kepuasan nasabah menyangkut apa yang diungkapkan oleh nasabah tentang persepsi dan harapannya terhadap layanan perbankan yang diperoleh dari bank. Sedangkan loyalitas berkaitan dengan apa yang dilakukan nasabah setelah berinteraksi dalam suatu proses layanan perbankan. Konsep ini menyiratkan bahwa kepuasan nasabah saja tidaklah cukup, karena puas atau tidak puas hanyalah salah satu bentuk emosi. Disamping itu, loyalitas nasabah juga tidak kalah relevannya untuk dianalisis sebab sikap loyal nasabah akan timbul setelah nasabah merasakan puas atau tidak puas terhadap layanan perbankan yang diterimanya. Kepuasan pelanggan dalam bidang jasa merupakan elemen penting yang menentukan dalam menumbuhkembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan. Demikian pula dengan bisnis perbankan, merupakan bisnis yang berdasarkan pada azas kepercayaan, kualitas pelayanan (*service quality*), dan kualitas produk menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan bisnis ini. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan (Tjiptono, 2014:82). Pada dasarnya kepuasan nasabah mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Menurut Erwina Safitri, Mintarti Rahayu, Nur Khusniyah (2016:58) hakikatnya

kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya dapat memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan dapat terjadi apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan yang diinginkan konsumen.

Memiliki pelanggan / nasabah yang loyal adalah tujuan akhir dari semua perusahaan. Tetapi kebanyakan dari perusahaan tidak mengetahui bahwa loyalitas pelanggan / nasabah dapat dibentuk melalui beberapa tahapan, mulai dari mencari calon pelanggan potensial sampai dengan pelanggan dengan tingkatan tertinggi yang akan membawa keuntungan bagi perusahaan. Setiap perusahaan memiliki kualitas produk dan kualitas pelayanan masing-masing, ini menjadikan pelanggan / nasabah dapat menyeleksi terhadap produk mana yang akan mereka pilih dan tempat mana yang akan mereka kunjungi sebagai tempat untuk menghabiskan uang mereka, sedangkan dibidang perbankan, sebagai tempat untuk menyimpan uang mereka. Produk merupakan elemen kunci dalam pengawasan pasar. Dengan kualitas pelayanan yang sempurna, dapat membuat nasabah menjadi puas, dan mereka tidak berfikir ulang untuk tidak loyal. Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka. Jadi pada dasarnya, perusahaanlah yang harus aktif dalam proses mempertahankan pelanggan (Erwina Safitri, Mintarti Rahayu, Nur Khusniyah, 2016:77).

Dalam beberapa bulan terakhir, jumlah rekening dan nominal deposito pada PT BPR BKK Lasem (Perseroda) semakin menurun, hal ini perlu mendapat

perhatian khusus mengenai apa yang menjadi penyebab menurunnya jumlah rekening dari bulan ke bulan, nasabah tidak serta merta apabila kurang puas komplain secara langsung akan tetapi dengan sendirinya meninggalkan PT BPR BKK Lasem (Perseroda) untuk berpindah ke bank lain. Sehingga manajemen PT BPR BKK Lasem (Perseroda) membuat strategi salah satunya membuat portal pengaduan bagi nasabah. Berikut ini data hasil wawancara dengan 3 (tiga) orang nasabah, 3 (tiga) bulan terakhir mengenai permasalahan loyalitas dan kepuasan nasabah di PT BPR BKK Lasem (Perseroda) hasil sampel wawancara dengan nasabah, yaitu sebagai berikut :

Tabel 1
Sampel Hasil Wawancara Dengan Nasabah PT BPR BKK Lasem
(Perseroda)

No	Nama Nasabah (dirahasiakan)	Hasil Wawancara	Keterangan (tindakan Pihak Bank)
1.	A (nasabah penabung)	Waktu saya nabung sejumlah uang, namun saya teledor dalam penulisan rekening tujuan, sehingga saya meminta bantuan kepada PT BPR BKK Lasem (Perseroda). Dari hal ini saya menghubungi pihak PT BPR BKK Lasem (Perseroda) Lasem namun saya rasa responnya lambat.	Setelah mendapat respon, pihak customer service PT BPR BKK (Perseroda) Lasem belum menindaklanjuti keluhan saya, dan belum diselesaikan dengan segera.
2.	B (nasabah kredit)	Saya merasa jika jumlah karyawan PT BPR BKK (Perseroda) Lasem perlu ditambah, karena ketika saya hendak melakukan transaksi dihadapan teller, saya harus menunggu lama, jumlah teller pada PT BPR BKK (Perseroda) Lasem di Cabang hanya satu. Dengan kejadian	Saya telah mengutarakan keluhan pada pihak Bank, dan keluhan saya belum disambut dengan baik, harapan saya, PT BPR BKK (Perseroda) Lasem di Cabang menambah jumlah karyawannya.

		ini sangat mengurangi kepuasan saya, karena kinerja dari PT BPR BKK (Perseroda) Lasem di Cabang terkesan lambat.	
3.	C (nasabah penabung)	Saya pernah melakukan tarik tunai, tidak bawa KTP akan tetapi ternyata uang tidak dapat keluar, saya langsung melakukan complain pada customer service pihak PT BPR BKK (Perseroda) Lasem. Harapan saya, CS memproses complain saya dengan segera, sehingga uang segera dapat saya terima.	Kepuasan belum terpenuhi terhadap pelayanan PT BPR BKK (Perseroda) Lasem, karena diwaktu genting ketika membutuhkan uang cash, saya menjadi was-was.

Sumber : Hasil Wawancara,diolah Tahun 2022.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, peneliti mengamati nasabah yang keberatan ketika harus mengantre dihadapan teller, hal ini dikarenakan jumlah teller hanya satu, sehingga menjadikan nasabah harus mengantre lama. Sedang hasil wawancara dengan nasabah meski dalam memberikan pelayanan dan dalam *complain handling* pihak PT BPR BKK Lasem (Perseroda) telah baik, namun hal tersebut belum memberikan kepuasan pada nasabah. Dapat dikatakan pelayanan dalam *complain handling* pada PT BPR BKK Lasem (Perseroda) sudah bagus, akan tetapi nasabah tidak merasa puas. Bagi nasabah perlu adanya peningkatan kinerja pada karyawan PT BPR BKK Lasem (Perseroda). Hal ini tidak sesuai dengan teori yang menyebutkan jika pelayanan yang diberikan dan *complain handling* bagus, maka kepuasan akan muncul, begitu juga sebaliknya.

Dari uraian permasalahan tersebut, berikut ini adalah data empiris mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu

penghimpunan dana masyarakat melalui produk-produk yang diberikan. Berikut ini data penurunan jumlah rekening deposito beserta penurunan jumlah nominalnya, dari bulan Juli 2022 sampai dengan bulan September 2022, hal inilah yang mendasari penulis untuk melakukan penelitian mengenai permasalahan yang ada, data sebagai berikut :

Tabel 2
Jumlah Nominal Simpanan
PT BPR BKK Lasem (PERSERODA)

	Juli 2022	Agustus 2022	September 2022
Tabungan	313.525.862.210	321.786.114.427	330.395.041.957
Deposito	273.891.491.000	268.306.891.000	266.965.891.000
Jumlah	587.417.353.210	590.093.005.427	597.360.932.957

Sumber : BPR BKK Lasem, diolah Tahun 2022.

Tabel 3
Jumlah Rekening Simpanan
PT BPR BKK LASEM (PERSERODA)

	Juli 2022	Agustus 2022	September 2022
Tabungan	55.745	55.243	54.468
Deposito	2.751	2.734	2.728
Jumlah	58.496	57.977	57.196

Sumber : BPR BKK Lasem, diolah Tahun 2022.

Dari data Tabel 2 dan 3 dapat dijelaskan bahwa jumlah rekening dan jumlah nominal deposito pada PT BPR BKK Lasem (Perseroda) semakin menurun, hal ini perlu mendapat perhatian khusus mengenai apa yang menjadi penyebab menurunnya jumlah rekening dari bulan ke bulan, sementara tidak ada perubahan suku bunga yang telah ditetapkan oleh PT BPR BKK Lasem (Perseroda). PT BPR BKK Lasem (Perseroda) yang merupakan sebuah

perusahaan perbankan milik pemerintah daerah yang saat ini sedang berkembang semakin kuat. Dengan dukungan jaringan infrastruktur operasional dan layanan yang semakin luas, PT. BPR BKK Lasem (Perseroda) memantapkan tekadnya menjadi perusahaan perbankan yang sehat, berdaya saing tinggi, dan mampu memberi manfaat nyata bagi peningkatan kesejahteraan dan kemandirian masyarakat di Kabupaten Rembang.

Penelitian ini ingin memperbaiki penelitian Erwina Safitri, Mintarti Rahayu, Nur Khusniyah (2016), dengan menggunakan alat analisis berbeda dengan penambahan indikator variabel yang berbeda pula. Hal inilah yang melatarbelakangi penulis untuk meneliti kembali yang berjudul : **Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening pada PT BPR BKK Lasem (Perseroda).**

1.2. Perumusan Masalah

1.2.1 Masalah Penelitian

Setiap perusahaan mempunyai ciri khasnya, baik dalam sistem operasionalnya, metode pemasarannya maupun produk yang ditawarkan. Tidak dapat dipungkiri bahwa dengan produk, pelayanan, dan citra yang berkualitas, perusahaan akan mampu memberikan kepuasan terhadap nasabah, sehingga nasabah tersebut menjadi loyal terhadap perusahaan kita. Namun hal tersebut masih perlu dibuktikan dengan langkah-langkah analisa dalam penelitian, karena jumlah rekening tabungan pada PT BPR BKK

Lasem (Perseroda) semakin menurun dari semester ke semester, meskipun dari sisi nominal tetap meningkat, hal ini perlu mendapat perhatian khusus mengenai apa yang menjadi penyebab menurunnya jumlah rekening tersebut.

1.2.2. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian yaitu :

1. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah PT BPR BKK Lasem (Perseroda).
2. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT BPR BKK Lasem (Perseroda).
3. Bagaimanakah pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah PT BPR BKK Lasem (Perseroda).
4. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah PT BPR BKK Lasem (Perseroda).
5. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah PT BPR BKK Lasem (Perseroda).
6. Bagaimanakah pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah PT BPR BKK Lasem (Perseroda).
7. Bagaimanakah pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah PT BPR BKK Lasem (Perseroda).

8. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah dimediasi dengan kepuasan nasabah PT BPR BKK Lasem (Perseroda).
9. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dimediasi dengan kepuasan nasabah PT BPR BKK Lasem (Perseroda).
10. Bagaimanakah pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah dimediasi dengan kepuasan nasabah PT BPR BKK Lasem (Perseroda).

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah PT BPR BKK Lasem (Perseroda).
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT BPR BKK Lasem (Perseroda).
3. Untuk menganalisis pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah PT BPR BKK Lasem (Perseroda).
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah PT BPR BKK Lasem (Perseroda).
5. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah PT BPR BKK Lasem (Perseroda).
6. Untuk menganalisis pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah PT BPR BKK Lasem (Perseroda).

7. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah PT BPR BKK Lasem (Perseroda).
8. Untuk menganalisis kualitas produk terhadap loyalitas nasabah dimediasi dengan kepuasan nasabah PT BPR BKK Lasem (Perseroda).
9. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dimediasi dengan kepuasan nasabah PT BPR BKK Lasem (Perseroda).
10. Untuk menganalisis pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah dimediasi dengan kepuasan nasabah PT BPR BKK Lasem (Perseroda).

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

- a. Untuk memberikan sumbangan ilmiah / teoritis guna menambah wawasan serta memperdalam kajian pengetahuan bagi penelitian dibidang manajemen pemasaran khususnya pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah.
- b. Untuk menambah wawasan dan studi lanjutan bagi para peneliti lainnya yang tertarik pada bidang yang sama.

1.4.2. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

- 1) Mendapatkan pengetahuan tambahan berkaitan dengan masalah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra

perusahaan dalam usahanya untuk meraih kepuasan dan loyalitas nasabah terhadap perusahaan.

- 2) Sebagai bahan studi bagi mahasiswa yang berminat pada bidang studi manajemen pemasaran.

b. Bagi Perusahaan

Penulis berharap dari hasil penelitian ini, dapat kiranya penelitian ini bisa memberikan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan untuk lebih memperhatikan kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra perusahaan yang dimiliki dan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah agar loyalitas nasabah terhadap perusahaan tetap terjaga. Dan diharapkan akan menjadi lebih baik dimasa yang akan datang dengan melakukan penelitian ini.

