

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Persaingan bisnis ekonomi di era saat ini menjadi salah satu fenomena yang sangat menarik untuk dibahas, terlebih adanya globalisasi dalam bidang ekonomi yang membuka peluang dari pengusaha asing agar dapat berkompetisi guna menjangkau para konsumen lokal. Dampak dari globalisasi tersebut menyebabkan industri jasa yang terdiri dari berbagai industri yang bermacam-macam seperti industri telekomunikasi, transportasi, perbankan dan perhotelan yang perkembangannya semakin cepat. Sebagai perusahaan lokal dan sebagai tuan rumah harus dituntut untuk mengenali perilaku konsumen supaya dapat menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan kebutuhan para konsumen.

Perkembangan ekonomi saat ini telah memberikan pengaruh pada pertumbuhan dan perkembangan industri perbankan yang ada di Indonesia. Perkembangannya ditandai dengan semakin banyaknya bank dan macam-macam produk serta layanan yang ditawarkan oleh perbankan tersebut. Dengan kondisi seperti itu akan membuat adanya persaingan yang semakin ketat diantara pelaku industri perbankan yang sudah ada dan akan semakin bersaing dalam mencari nasabah.

Pelaku bisnis harus memperhatikan pengaruh dari kepuasan nasabah yang memegang peranan paling penting dalam kesuksesan sebuah perusahaan untuk dapat bersaing yang akan menimbulkan nilai loyalitas yang tinggi dimata para nasabah yang ada pada perusahaan perbankan tersebut. Kepuasan itu akan menjadikan pedoman guna

mengarahkan organisasi kearah pemenuhan dari kebutuhan para nasabah agar dapat menjadikan sumber keunggulan daya saing yang berkelanjutan.

Hal itu juga terjadi para perkembangan perbankan yang ada di Indonesia. Para nasabah mempunyai banyak pilihan agar dapat memanfaatkan jasa perbankan tersebut. Apabila suatu layanan di sebuah perbankan yang dirasakan para nasabah kurang memuaskan, maka secara tidak langsung para nasabah berpaling serta pindah dilembaga perbankan yang lainnya. Salah satu usaha mempertahankan para nasabah adalah bank harus dapat memilih bentuk kebijakan ataupun teknologi yang paling efektif yang dapat digunakan untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan oleh perbankan tersebut. Hal tersebut dapat mempengaruhi ketetapan, terhadap para nasabah. Layanan yang dari perbankan yang diberikan kepada para nasabah tersebut mencerminkan baik atau tidaknya bank tersebut dibenak para nasabah. Kesimpulannya adalah salah satu faktor yang bisa mendongkrak pangsa pasar perbankan dan perusahaan lain yang bergerak dibidang jasa ialah kualitas layanan, kualitas layanan sendiri harus bisa memuaskan serta membuat para konsumen atau nasabah menjadi nyaman dengan layanan yang diberikan.

Selain itu kualitas produk juga sangat mempengaruhi bagi bisnis seperti perbankan, karena setiap bisnis perbankan memiliki karakteristik produk yang berbeda-beda antara satu perbankan dengan perbankan lainnya, dengan perbedaan tersebut perusahaan perbankan dapat memiliki produk yang tidak dimiliki oleh perusahaan perbankan lainnya. Kualitas produk menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi para nasabah perbankan. Jasa perbankan digunakan para nasabah untuk

menyelesaikan masalah dan nasabah memberi nilai nilai dalam proporsi tertentu terhadap perbankan tersebut.

Kualitas produk ialah hal yang penting yang ada pada sebuah perbankan. Produk yang dihasilkan oleh bank harus sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh para nasabahnya. Dengan kebutuhan para nasabah yang terpenuhi, maka akan membuat para nasabah akan tetap memilih bank tersebut dan mereka tidak akan pindah bank lainnya. Menurut Juran, kualitas produk ialah kecocokan penggunaan produk (*fitness for use*) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan para nasabah. Nasabah yang menggunakan jasa perbankan guna menyelesaikan masalah dan nasabah memberikan nilai dalam proporsi tertentu. Nasabah memberikan nilai tersebut berhubungan dengan apa yang mereka dapatkan yang berupa benefit beserta keuntungan yang akan diterimanya. Kualitas produk perbankan bisa didapatkan dengan cara menemukan seluruh harapan dari para nasabah, meningkatkan nilai produk maupun layanan dari perbankan dalam rangka memenuhi harapan dari para nasabah.

Sebelum para konsumen akan membeli suatu produk pasti konsumen memiliki harapan mengenai kualitas produk yang akan ia dapatkan. Seorang nasabah yang telah puas adalah nasabah yang merasakan mendapatkan nilai dari penyedia jasa layanan tersebut. Nilai ini berasal dari produk, layanan, dan kepercayaan yang diberikan konsumen terhadap penyedia jasa layanan tersebut. Jika seorang nasabah mengatakan bahwa nilai ialah suatu produk yang berkualitas, maka kepuasan dari seorang nasabah akan terjadi kalau seorang nasabah mendapatkan suatu produk yang berkualitas. Jika nilai bagi nasabah ialah suatu kenyamanan maka kepuasan akan datang bila layanan yang diperoleh benar-benar bisa membuat para konsumen tersebut menjadi nyaman,

dan jika nilai bagi nasabah ialah keamanan dari penyedia jasa tersebut maka para nasabah akan menjadi percaya dengan penyedia jasa tersebut dan menjadi puas dengan penyedia jasa tersebut. Nilai tersebut jika ada dalam perbankan dan diberikan kepada para nasabah seperti kemudahan bertransaksi, kenyamanan saat berada di bank, serta keamanan saat berada di sekitar bank, maka kepuasan nasabah akan didapat saat bank tersebut memberikan itu semua.

Kualitas layanan serta kualitas produk ialah hal yang penting pada sebuah bank. Produk yang dihasilkan oleh bank harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabahnya. Dengan terpenuhinya kebutuhan, maka nasabah akan tetap memilih bank tersebut dan tidak pindah ke bank lainnya. Selain itu nasabah akan tertarik untuk memilih bank tersebut jika nasabah merasa bahwa produk perbankan dapat memenuhi kebutuhannya. Nasabah akan menyenangi produk yang menawarkan mutu dan kinerja yang baik serta keistimewaan yang mencolok. Produk perbankan yang ditawarkan oleh bank pada umumnya bermacam-macam, seperti produk tabungan, pinjaman, deposito, giro, kartu kredit dan lain-lain (Edyansyah, 2014).

Model dari kualitas layanan yang disediakan oleh perbankan yang populer hingga saat ini dan banyak dijadikan bahan acuan dalam sebuah riset pemasaran ialah model *servqual (service quality)*. Kualitas layanan sebagai penilaian atau sikap global yang berkenaan dengan superioritas suatu layanan yang diberikan suatu perusahaan sedangkan kepuasan dari nasabah ialah respon dari penilaian tersebut. Kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan para nasabah hingga berakhir pada persepsi nasabah itu sendiri (Parasuraman, 2014:58).

Untuk merespon berbagai kebutuhan dari para nasabah, Bank Mandiri menyediakan beberapa produk yang dapat digunakan oleh para nasabah, diantara produk tersebut adalah sebagai berikut ini:

#### 1. Produk simpanan Mandiri

Produk kategori simpanan ini tidak hanya tabungan, akan tetapi tersedia beberapa produk lain yang bisa dipilih sesuai dengan kebutuhan perbankan.

Produk ini memiliki beberapa bagian, yakni :

- a) Tabungan rupiah.
- b) Tabungan valas.
- c) Tabungan rencana.
- d) Tabunganku.
- e) Deposito rupiah.

#### 2. Produk pinjaman Bank Mandiri

Pada produk pinjman ini ada beberapa pilihan, yakni sebagai berikut ini:

- a) Kredit serbaguna mandiri.
- b) Kredit kendaraan bermotor.
- c) Kredit kepemilikan rumah.
- d) Kredit multiguna.

#### 3. Kredit kartu kredit Bank Mandiri

Selanjutnya ada produk dari Bank Mandiri yakni produk kartu kredit Bank Mandiri yang dibedakan berdasarkan kriteria tertentu sesuai hobi atau kegemaran dari nasabahnya. Berikut ini adalah beberapa kategori dari kredit kartu kredit Bank Mandiri:

- a) Kategori *travel*.
- b) Kategori *automotive*.
- c) Kategori *gold*.
- d) Kategori *lifestyle*.
- e) Kategori *swalayan*.

#### 4. Produk dan layanan lainnya

Selanjutnya ada produk dan layanan lainnya yang ditawarkan kepada para nasabah Bank Mandiri, yakni sebagai berikut:

- a) Mbanking.
- b) Investasi dan asuransi.
- c) Pengiriman uang.

Dari beberapa produk yang ditawarkan oleh Bank Mandiri tersebut, Bank Mandiri berharap para nasabahnya akan menjadi puas serta loyal terhadap Bank Mandiri dan tidak berpindah ke bank lainnya. Kepuasan nasabah menjadi hal yang harus dipenuhi oleh perbankan. Akan tetapi kualitas layanan dari Bank Mandiri pada tahun 2019 lalu sempat dikritik serta di complain oleh para nasabah. Para nasabah mengeluhkan saldo yang tiba-tiba berkurang, para nasabah tersebut mengeluhkan berkurangnya saldo tersebut pada akun twitter Bank Mandiri, berikut adalah gambar keluhan yang dilakukan para nasabah terhadap Bank Mandiri di twitternya.



**Gambar 1.1 Keluhan Nasabah Bank Mandiri**

Dengan adanya laporan tersebut para nasabah menjadi takut dan juga sedikit demi sedikit mengurangi rasa percayanya dari para nasabah terhadap Bank Mandiri. *Customer Trust* adalah harapan konsumen kepada penyedia jasa bahwa mereka dapat secara kredibel dan andal memberikan apa yang telah mereka janjikan (Sidersmukthi, dkk dalam Milawati Yustisia. 2018). Keberlanjutan Kepuasan Nasabah diperlukan untuk membangun kepercayaan itu sendiri sebagai hasil dari kepuasan yang konsisten terhadap transaksi individu dari waktu ke waktu (Hess dan Story dalam Milawati Yustisia. 2018). Dengan kepercayaan para nasabah, perusahaan sektor perbankan dapat menjalankan perusahaannya agar mendapatkan nasabah baru dari rekomendasi nasabah lama yang merasa puas dengan perusahaan perbankan tersebut. Kepercayaan diantara bank dan nasabahnya harus di jaga agar hubungan yang baik tersebut tidak akan mudah berhenti begitu saja. Bank juga harus terus menjaga kinerja dari perusahaan dan dapat memelihara

kepercayaan masyarakat mengingat tugas dari perbankan adalah bekerja dengan dana masyarakat yang disimpan dalam bank atas dasar kepercayaan dalam rangka meningkatkan taraf hidup dari rakyat, oleh karena itu sangat diperlukan modal kepercayaan dari masyarakat itu sendiri, kepercayaan dari masyarakat hanya akan diberikan kepada bank yang berintegritas tinggi dan diakui oleh negara. Oleh sebab itu pihak manajemen dari bank harus berupaya agar dapat menjaga dan meningkatkan kinerja yang baik dari perbankan tersebut. Setelah tertanam kepercayaan dari para nasabah, maka nasabah akan mulai menilai tentang kualitas layanan dari seluruh aspek perbankan. Oleh sebab itu, sebuah bank hendaknya harus berusaha memberikan pelayanan sebaik mungkin, dikarenakan kualitas layanan yang baik memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk terus menjalin ikatan yang kuat dengan bank.

Pada variabel kualitas produk terdapat *research gap* yakni pada penelitian yang dilakukan oleh Rachmad Hidayat, Yuliani (2017) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Endarwita, menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selanjutnya ada variabel kepuasan nasabah yang terdapat *research gap* yakni pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Reza, Endarwita, Rachmad Hidayat (2015), menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Singgih Priatmaji (2015) menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas. Selanjutnya ada variabel kualitas produk

## **1.2. Ruang Lingkup**

Ruang lingkup pada penelitian ini membatasi penelitian yang dilakukan dengan tujuan penelitian, sehingga dapat mencapai tujuan penelitian tersebut. Dengan kriteria batasan yang diterapkan diantaranya adalah :

- 1.2.1. Variabel eksogen pada penelitian ini ialah kepercayaan, kualitas produk, kualitas layanan dan kepercayaan.
- 1.2.2. Variabel endogen pada penelitian ini ialah loyalitas nasabah.
- 1.2.3. Variabel intervening pada penelitian ini adalah kepuasan nasabah.
- 1.2.4. Penelitian ini dilakukan pada objek Bank Mandiri cabang Kalinyamatan Jepara.
- 1.2.5. Responden pada penelitian ini adalah nasabah Bank Mandiri Kalinyamatan Jepara.

## **1.3. Perumusan Masalah**

Ketatnya persaingan bisnis yang ada pada beberapa tahun ini membuat para pebisnis berfikir lebih dalam menjaga keuangan mereka, ditambah juga para pebisnis yang ingin mendapatkan pendapatan tambahan pasif dari beberapa sumber, salah satunya deposito yang ditawarkan oleh perbankan. Para pebisnis tersebut pasti akan lebih selektif dalam menentukan bank mana yang akan dijadikannya tempat untuk menyimpan uang dan mendapatkan tambahan pasif tersebut. Sementara perusahaan perbankan berlomba-lomba memberikan layanan yang terbaik buat para nasabahnya, selain layanan perbankan juga bersaing untuk mendapatkan kepercayaan dari para nasabahnya dengan menawarkan produk serta layanan yang terbaik bagi para

nasabahnya. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, ruang lingkup atau batasan masalah serta identifikasi masalah, dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut ini:

1. Terdapat research gap dari penelitian terdahulu yang bisa dijadikan referensi oleh penulis mengenai variabel kualitas produk, kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah baik secara langsung maupun tidak langsung melalui kepuasan nasabah.
2. Kualitas produk yang telah ada perlu dipertahankan dalam membuat senang para nasabah, dan produk yang ditawarkan oleh harus selalu dijaga kualitasnya. Produk yang dimiliki oleh Bank Mandiri masih sama seperti yang lainnya dan harus lebih berinovasi dalam produk yang ditawarkannya.
3. Kualitas layanan yang telah diberikan oleh para *customer service* Bank Mandiri harus lebih cepat dalam merespon komplain yang diberikan para nasabah, baik itu komplain secara offline maupun komplain secara online. Dalam layanan yang diberikan *customer service* Bank Mandiri masih belum bisa cepat dan tanggap saat melayani respon yang diberikan oleh para nasabah.
4. Kepercayaan yang dimiliki dari beberapa nasabah terhadap Bank Mandiri sedikit luntur dengan adanya kasus uang nasabah yang berkurang. Dengan adanya kasus tersebut beberapa nasabah ada yang hilang kepercayaannya dengan Bank Mandiri.

Dari rumusan masalah diatas, dapat dibentuk beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut ini :

- 1.3.1. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada nasabah Bank Mandiri cabang Kalinyamatan Jepara?
- 1.3.2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada nasabah Bank Mandiri cabang Kalinyamatan Jepara?
- 1.3.3. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada nasabah Bank Mandiri cabang Kalinyamatan Jepara?
- 1.3.4. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Mandiri cabang Kalinyamatan Jepara?
- 1.3.5. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah pada Bank Mandiri cabang Kalinyamatan Jepara?
- 1.3.6. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Mandiri cabang Kalinyamatan Jepara?
- 1.3.7. Bagaimana pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank Mandiri cabang Kalinyamatan Jepara?

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka tujuan penelitian pada penelitian ini adalah sebagai berikut ini:

- 1.4.1. Menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Mandiri cabang Kalinyamatan Jepara.
- 1.4.2. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada nasabah Bank Mandiri cabang Kalinyamatan Jepara.

- 1.4.3. Menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Mandiri cabang Kalinyamatan Jepara.
- 1.4.4. Menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Mandiri cabang Kalinyamatan Jepara.
- 1.4.5. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah pada Bank Mandiri cabang Kalinyamatan Jepara.
- 1.4.6. Menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Mandiri cabang Kalinyamatan Jepara.
- 1.4.7. Menganalisis pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank Mandiri cabang Kalinyamatan Jepara.

## **1.5. Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti berharap akan diperoleh manfaat sebagai berikut ini :

### **1. Manfaat teoritis**

Penelitian ini dilakukan sebagai sarana untuk menambah pengetahuan, wawasan, serta ilmu dan informasi secara teori mengenai kualitas produk, kualitas layanan serta kepercayaan secara langsung terhadap loyalitas nasabah maupun tidak langsung dengan kepuasan nasabah sebagai variabel interveningnya.

### **2. Manfaat bagi perusahaan**

Penelitian ini bisa menjadi pertimbangan perusahaan dalam penelitian di Bank Mandiri cabang Kalinyamatan Jepara dalam pengambilan keputu