

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Era persaingan saat ini semakin ketat bahwa loyalitas nasabah sangat diperlukan. Loyalitas sebagai komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali jasa yang disukai dimasa depan meski nasabah yang loyal perlu dipertahankan karena mencari nasabah yang baru biayanya lebih besar dari pada mempertahankan nasabah.

Loyalitas nasabah/pelanggan adalah ukuran pendekatan pelanggan pada sebuah merek, pelanggan menyukai merek, merek menjadi top of mind (merek yang pertama muncul) jika mengingat sebuah kategori produk, komitmen merek yang mendalam memaksa referensi pilihan untuk melakukan pembelian, membantu pelanggan mengidentifikasi perbedaan mutu, sehingga ketika berbelanja akan lebih efisien **Ali Hasan (2018:121)**

Selanjutnya menurut **Ali Hasan et al (2018:126)** faktor utama mempengaruhi kesetiaan pelanggan (*determining factor or main driver of customer loyalty*). Studi kasus longitudinal menunjukkan bahwa driver utama loyalitas pelanggan dalam jangka panjang adalah *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan), *service quality* (kualitas produk), *brand image* (citra merek), *perceived value* (nilai yang dirasakan), *trust* (kepercayaan), *customers relationship* (hubungan pelanggan), *switching cost* (biaya peralihan), *waiting time* (waktu menunggu), *reability or dependability* (kendala)

Kualitas pelayanan prima adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pada pemilikan sesuatu **Amstrong (2017:143)**

Kepercayaan adalah kepercayaan pihak tertentu terhadap yang lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayai. **Rofiq (2017:83)**

Kepuasan adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk/jasa yang diterima dan diharapkan **Kotler dan Keller (2016)**

Perkembangan jasa pelayanan lembaga keuangan bank dan non bank pada umumnya dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat luas. Hal itu dapat dilihat dari ketatnya persaingan pelayanan, produk dan promosi yang ditawarkan berbagai lembaga keuangan.

Kepuasan dan kepercayaan pelanggan merupakan sebuah perbandingan dari apa yang diharapkan pelanggan dengan apa yang telah diterima pelanggan. Apabila yang didapatkan oleh pelanggan melebihi harapannya maka pelanggan tersebut dapat meraih kepuasan dan akan memunculkan sikap kepercayaan

Peluang pasar yang ada di Kota Padang pada saat ini semakin meningkat dengan adanya transaksi penjualan. Dengan meningkatnya ekonomi yang ada di Sumatera Barat terutama di Kota Padang maka masyarakat ingin menyimpan dana yang dimilikinya kepada Bank yang ada di Kota Padang, maka Bank yang ada di Kota Padang mulai memperbaiki pelayanannya untuk menarik nasabah.

Menurut **Umar (2015:65)** menyatakan Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan nasabah setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya.

Menurut **Kotler dan Keller (2016:231)** menyatakan Kepercayaan adalah Kemauan perusahaan untuk mengandalkan mitra bisnis.

Menurut **Gronroos (2014:135)** menyatakan kualitas pelayanan adalah suatu aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberian pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen.

Menurut **Kotler (2016)** menyatakan Kualitas pelayanan adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun.

Menurut penelitian **Garda Parwitasari (2016)** dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Prima, Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah Tabungan PT BRI Cabang Purworejo)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan Prima, Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Menurut penelitian **Khotimah (2018)** dengan judul “Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan, dan Sistem Bagi hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung dan Loyalitas di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Gresik)” terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepercayaan terhadap loyalitas nasabah,

Menurut **Mursityo (2018)** dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah dengan menggunakan E-S-Qual (Studi pada Pengguna Layanan Bank Syariah Mandiri)”, menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kepuasan terhadap variabel loyalitas.

Menurut penelitian **Citra Puspitawardani (2014)** dengan judul “Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Danamon di Sidoarjo”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kepercayaan dan komitmen nasabah mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Bank Rakyat Indonesia KCP Bypass Padang bermula didirikan di Jl. Bypass, Km 7 Padang Sumatera Barat pada 8 Maret 2013. Didirikan untuk mempermudah nasabah didalam bertransaksi dengan Bank dan tidak perlu repot jauh – jauh pergi ke Bank pusatnya karena sudah ada cabang pembantunya. Bank ini melayani berbagai layanan jasa mulai dari menghimpun dana nasabah, memberikan kredit, tabungan haji dan inovasi terbarunya setoran tunai yang tidak perlu pergi ke teller. Untuk meningkatkan nasabah bank target harus mampu bersaing dengan bank lainnya

Tabel 1.1

JUMLAH LOYALITAS DAN TINGKAT LOYALITAS**TAHUN 2014-2018 SEBAGAI BERIKUT:**

TAHUN	JUMLAH NASABAH(BRITAMA)	LOYALITAS	PERSEN LOYALITAS
2014	1451	1066	73,47%
2015	2129	1418	66,60%
2016	1667	959	57,52%
2017	2279	1116	48,96%
2018	2628	1236	47,03%

Sumber : Bank Rakyat Indonesia Cabang Bypass Padang

Interprestasinya Perkembangan jumlah nasabah dan tingkat loyalitas nasabah tahun 2014 sampai dengan 2018 seperti terlihat pada tabel berikut bahwa jumlah nasabah Pada tahun 2014 jumlah nasabah 1451 orang dan yang loyal sebanyak 1066 orang dengan persentase sebesar 73,47%. Pada tahun 2015 mengalami peningkatan jumlah nasabah sebanyak 2129 orang dan yang loyal sebanyak 1418 orang dengan persentase sebesar 66,60%. Pada tahun 2016 mengalami penurunan jumlah nasabah sebanyak 1667 orang dan yang loyal sebanyak 959 orang dengan persentase sebesar 57,52%. Pada tahun 2017 mengalami peningkatan jumlah nasabah sebanyak 2279 orang dan yang loyal sebanyak 1116 orang dengan persentase sebesar 48,96%. Pada tahun 2018 mengalami peningkatan jumlah nasabah sebanyak 2628 orang dan yang loyal sebanyak 1236 orang dengan persentase sebesar 47,03%.

Dari tabel tersebut terindikasi bahwa loyalitas nasabah ini masih turun disebabkan oleh kualitas pelayanan, kepercayaan, kepuasan nasabah.

Berdasarkan tabel diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas**

Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Rakyat Indonesia KCP Bypass Padang (Studi Kasus Nasabah BRI)”

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena tersebut dalam kajian-kajian manajemen pemasaran banyak faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kepercayaan nasabah terhadap bank rakyat indonesia masih kurang
2. Kualitas pelayanan masih kurang
3. Hubungan terhadap pelanggan atau nasabah masih kurang
4. Relasional nasabah Persepsi value masih kurang dirasakan
5. Citra merek perusahaan masih kurang dikenal masyarakat
6. Kepuasan nasabah masih kurang karena kinerja dibawah harapan
7. Waktu tunggu yang lama sehingga nasabah kecewa
8. Dependabilitas kurangnya persepsional yang dirasakan
9. Biaya peralihan terlalu tinggi

1.3. Batasan Masalah

Agar penulisan ini lebih terarah sesuai dengan tujuan yang diharapkan, maka penulisan membatasi masalah ini dengan Kualitas Pelayanan (X1) Kepercayaan (X2) Kepuasan Nasabah (Z) Loyalitas Nasabah (Y).

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dirumuskan permasalahannya sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah BRI unit Bypass Padang?
2. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah BRI unit Bypass Padang?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah BRI unit Bypass Padang?
4. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah BRI unit Bypass Padang?
5. Bagaimana pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah BRI unit Bypass Padang?
6. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai intervening BRI unit Bypass Padang?
7. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai intervening BRI unit Bypass Padang?

1.5. Tujuan Penelitian

- 1 Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia KCP Bypass Padang
- 2 Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia KCP Bypass Padang
- 3 Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank Rakyat Indonesia KCP Bypass Padang
- 4 Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah Bank Rakyat Indonesia KCP Bypass Padang
- 5 Untuk menganalisis pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank Rakyat Indonesia KCP Bypass Padang
- 6 Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai intervening Bank Rakyat Indonesia KCP Bypass Padang
- 7 Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai intervening Bank Rakyat Indonesia KCP Bypass Padang

1.6. Manfaat Penelitian

1. Bagi Manajemen Bank BRI

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan dalam melakukan pengelolaan pelayanan dan pengembangan variabel-variabel yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah dalam melakukan transaksi, sehingga dapat mendapatkan nasabah baru dan mempertahankan nasabah.

2. Bagi penulis

Penelitian ini merupakan salah satu instrumen pelatihan intelektual dan pengasah daya pikir ilmiah untuk menerapkan seluruh teori dan pengetahuan yang telah didapat di bangku kuliah untuk memecahkan suatu permasalahan empiris melalui sistematika dan metode berpikir yang dapat dipertanggungjawabkan.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan masukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkenaan dengan masalah pengelolaan pelayanan yang mempengaruhi loyalitas nasabah.

4. Bagi ilmu pengetahuan

Dapat dijadikan untuk membandingkan antara teori satu dengan yang lain selama perkuliahan dan dapat mengembangkan daya fikir yang lebih sistematis.

5. Bagi Akademi

Sebagai bahan pertimbangan dan referensi bagi berbagai pihak dan sebagai bahan masukan bagi peneliti sejenis untuk menyempurnakan penelitian berikutnya dan pengembangan yang lebih lanjut