

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi ini, yang ditandai dengan adanya perusahaan-perusahaan asing, menimbulkan terjadinya peningkatan standarisasi pelayanan yang sangat berpengaruh terhadap meningkatnya ekspektasi konsumen. Dalam era perdagangan bebas saat ini tiap-tiap perusahaan mengalami persaingan yang sangat ketat. Terjadinya peningkatan persaingan dibarengi dengan banyaknya jumlah pesaing memaksa tiap-tiap perusahaan selalu memperhatikan keinginan dan kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen dengan cara memberikan layanan ekstra yang lebih baik dari para pesaing.

Globalisasi menuntut adanya perubahan paradigma lama dalam segala bidang, salah satunya adalah bidang pemasaran. Semakin tingginya tingkat persaingan di bisnis lokal maupun global dan kondisi ketidakpastian memaksa perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) agar mampu memenangkan persaingan di bisnis global. Untuk mencapai hal itu pemasar harus menerapkan konsep pemasaran modern yang berorientasi pasar atau pelanggan karena mereka merupakan ujung tombak keberhasilan pemasaran (Kotler, 2005: 18).

Pertumbuhan ekonomi satu bangsa memerlukan suatu pola pengolahan sumber ekonomi yang tersedia secara terarah dan terpadu serta dimanfaatkan secara penuh bagi kesejahteraan seluruh masyarakat tersedianya sumber alam,

modal dan teknologi belum merupakan jaminan bahwa kemajuan akan diraih secara gemilang. Persaingan dan perkembangan lembaga keuangan bank maupun lembaga keuangan non bank di Indonesia semakin berkembang pesat sejak adanya deregulasi di bidang moneter dan keuangan. Di dalam situasi persaingan yang semakin ketat, masing-masing lembaga keuangan harus mempunyai ciri khas tersendiri yang menjadi keunggulan perusahaan yang sulit ditiru oleh perusahaan lain. Kualitas jasa dan pelayanan yang ditawarkan atau diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan dianggap menjadi salah satu *competitive advantage* yang penting bagi kelangsungan satu organisme. Oleh karena itu setiap lembaga keuangan baik bank maupun lembaga keuangan non bank berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabahnya, baik secara kualitas maupun kuantitas. Secara umum sebenarnya tingkat kepuasan konsumen atau nasabah tergantung pada mutu atau kualitas jasa yang diterima.

Menurut Tjiptono (2012: 15) jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Contohnya bengkel reparasi kendaraan bermotor, salon kecantikan, kursus ketrampulan, pusat kebugaran, restoran, hotel, rumah sakit, universitas dan lain-lain.

Pengertian kualitas dapat berbeda makna bagi setiap orang, karena kualitas memiliki berbagai kriteria dan sangat bergantung pada konteksnya. Banyak pakar di bidang kualitas yang mencoba untuk mendefinisikan kualitas berdasarkan sudut pandangnya masing-masing. Menurut Deming dalam Zamit dalam Sadi (2008), kualitas adalah apapun yang menjadi kebutuhan dan

keinginan konsumen. Goets dan Davis dalam Tjiptono (2006: 51) merumuskan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Kotler dalam Tjiptono (2006: 146) menandakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Rangkuti dalam (Atmawati, 2004) kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap ketidak- sesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi kualitas jasa, yaitu: bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*respon siveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*).

BMT Bukit Annur Kendal merupakan perusahaan dibidang jasa keuangan yang sedang berkembang, sehingga perusahaan memerlukan suatu langkah yang tepat untuk meningkatkan kepuasan nasabahnya. Oleh sebab itu, penulis memilih BMT Bukit Annur Kendal sebagai tempat penelitian dengan harapan mampu memberikan suatu manfaat bagi kemajuan BMT Bukit Annur dari hasil penelitian yang dilakukan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka diajukan penelitian dengan judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BMT BUKIT ANNUR KABUPATEN KENDAL”.

B. Perumusan Masalah

1. Apakah faktor kualitas dimensi berupa wujud fisik (*tangibles*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BMT Bukit Annur kabupaten Kendal?
2. Apakah faktor kualitas dimensi berupa kehandalan (*reliability*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BMT Bukit Annur kabupaten Kendal?
3. Apakah faktor kualitas dimensi berupa daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BMT Bukit Annur kabupaten Kendal?
4. Apakah faktor kualitas dimensi berupa jaminan (*assurance*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BMT Bukit Annur kabupaten Kendal?
5. Apakah faktor kualitas dimensi berupa kepedulian (*emphaty*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BMT Bukit Annur kabupaten Kendal?
6. Manakah diantara faktor dari dimensi kualitas yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan nasabah BMT Bukit Annur kabupaten Kendal?

7. Apakah faktor kualitas pelayanan (*tangibles, reability, responsiveness, assurance, emphaty*) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BMT Bukit Annur kabupaten Kendal?

C. Batasan Penelitian

Agar penelitian tidak terlalu luas dalam pengkajiannya perlu kiranya penulis memberikan batasan-batasan dalam penelitian. Adapun batasan-batasan dalam penelitian ini adalah:

1. Subyek dalam penelitian ini adalah BMT Bukit Annur yang menggunakan pelayanan jasa BMT Bukit Annur kabupaten Kendal.
2. Variabel kualitas pelayanan jasa yang digunakan yaitu *tangibles, reability, responsiveness, assurance, emphaty*.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh dimensi wujud fisik (*tangibles*) terhadap kepuasan nasabah BMT Bukit Annur kabupaten Kendal.
2. Untuk mengetahui pengaruh dimensi kehandalan (*reability*) terhadap kepuasan nasabah BMT Bukit Annur kabupaten Kendal.
3. Untuk mengetahui pengaruh dimensi daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan nasabah BMT Bukit Annur kabupaten Kendal.
4. Untuk mengetahui pengaruh dimensi jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan nasabah BMT Bukit Annur kabupaten Kendal.

5. Untuk mengetahui pengaruh dimensi kepedulian (*emphaty*) terhadap kepuasan nasabah BMT Bukit Annur kabupaten Kendal.
6. Untuk mengetahui manakah diantara faktor dari dimensi kualitas yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan nasabah BMT Bukit Annur kabupaten Kendal.
7. Untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama kualitas pelayanan (*tangibles, reability, responsiveness, assurance, emphaty*) terhadap kepuasan nasabah BMT Bukit Annur kabupaten Kendal.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Dapat memberikan informasi dan pandangan kedepan yang bermanfaat bagi perusahaan dalam melakukan strategi yang berkaitan dengan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

2. Bagi Peneliti

Manfaat bagi peneliti ialah untuk mendalami teori – teori yang sudah didapat selama perkuliahan yang kaitannya dengan pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen.

3. Bagi Peneliti Lanjutan

Sebagai bahan referensi dan informasi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berkaitan dengan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

F. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini digunakan sistematika penulisan skripsi sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang teori-teori yang digunakan dalam penelitian, meliputi: landasan teori, penelitian yang relevan, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang populasi, sampel dan teknik sampling, data dan sumber data, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel, metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN, ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang hasil penelitian, analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan hasil penelitian dan saran-saran untuk perbaikan penelitian.