

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang masalah

Pada saat ini industri perbankan dihadapkan dalam persaingan yang sangat sengit. Setiap bank berlomba-lomba untuk menarik masyarakat untuk menjadi nasabah di bank mereka. Hal ini sejalan dengan apa yang dinyatakan oleh Lovelock (2004:7) bahwa sektor jasa merupakan sektor yang paling besar mengalami perubahan akibat dari cepatnya perubahan yang dialami oleh faktor lain, seperti perubahan teknologi yang secara langsung menaikkan iklim kompetisi di dalam industri, karena itu para pengelola perbankan berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabahnya demi terciptanya loyalitas dari nasabahnya.

Menurut Kotler (2005), perusahaan dalam memenangkan persaingan harus menampilkan produk terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah. Maka dari itu, sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui perilaku konsumen yang selalu berkembang dengan cara memahami perilaku konsumen tersebut karena hal ini akan menentukan pengambilan keputusan.

Kepercayaan nasabah umumnya dipandang sebagai sebuah elemen penting dalam pengembangan keinginan bertahan seorang nasabah sampai mempertahankan hubungan jangka panjang antar nasabah dengan perusahaan (Doney dan Cannon, 1997).

Bank Rakyat Indonesia (BRI) sebagai salah satu pelaku usaha dalam industri perbankan tidak lepas dari fenomena perubahan yang timbul dari intensitas persaingan untuk mendapatkan hati nasabah mereka. Saat ini perilaku nasabah bank di Indonesia makin tidak mudah untuk ditebak, ada nasabah yang menginginkan suku bunga yang rendah (contoh pinjaman) atau suku bunga yang tinggi (contoh tabungan, giro dan deposito), biaya administrasi yang rendah dan ada pula nasabah yang menginginkan transaksi keuangan yang cepat, efisien, nyaman dan mudah dalam pengaksesannya, kapanpun, dan dimanapun. Industri perbankan saat ini telah menyadari bahwa nasabah saat ini tidak hanya mempertimbangkan faktor bunga atau kecanggihan dan kelengkapan fitur dari suatu produk perbankan, tetapi saat ini yang dicari oleh nasabah adalah *value* (nilai) yang akan didapatkan dari apa yang ditawarkan oleh pihak bank, sehingga pada akhirnya akan bersedia untuk menjadi nasabah yang loyal (Bielen *et al.*,2007).

Bisnis perbankan merupakan bisnis yang atas kepercayaan, sehingga dalam memilih berinvestasi masyarakat tentunya haruslah benar-benar menyeleksi dan memilih bank mana yang akan tepat menjadi tempat untuk menginvestasi uang yang dimiliki, baik berupa deposit dan tabungan ataupun lainnya. Adanya resiko yang tinggi didalamnya makan banyak faktor yang harus dipikirkan dalam proses pemilihan sebuah bank yang digunakan untuk menyimpan atau menginvestasikan uang yang dimiliki, salah satunya para nasabah melakukan investasi di daerah bank BRI (Bank

Rakyat Indonesia) pada cabang Klambu. Masalah kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat penting untuk menentukan keberhasilan bisnis tersebut. Hal ini didasari oleh penelitian yang dilakukan oleh Waguespack et al. (2007) dan Tidichumremporn *et al.* (2010) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dari sebuah jasa tidak dapat dikesampingkan, karena dapat meningkatkan kompetitif juga memperoleh kepuasan nasabah dan kepercayaan pada nasabah. Kualitas pelayanan merupakan salah satu bentuk penilaian, terhadap tingkat layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Menurunnya loyalitas nasabah terhadap bank tidak menutup kemungkinan hal itu terjadi dikarenakan pelayanan yang buruk terhadap nasabah. Menurunnya loyalitas nasabah akibat kurangnya kualitas pelayanan kepada nasabah yang diberikan kepada nasabah banyak mengakibatkan memindahkan dananya ke bank lain yang lebih baik dalam hal kualitas pelayanan agar tercapai kepuasan nasabah dan bisa memberikan kepercayaan kepada nasabah. Persaingan kualitas pada bank yang sangat sengit akan berdampak pada kepercayaan dan kepuasan nasabah, maka dibutuhkannya pelayanan yang baik agar bisa berkembang dengan pesat. Kemampuan layanan yang baik akan berdampak pada nasabah dan bisa mendapatkan posisi terbaik dihati nasabah, sehingga layanan sangatlah penting bagi perusahaan dan mampu memberikan kepercayaan dan kepuasan nasabah nasabah. Perusahaan harus tetap menjaga kualitas semaksimal mungkin agar mempunyai citra yang baik dikalangan nasabah. Seorang nasabah yang loyal akan menjadi aset yang

sangat bernilai bagi organisasi. Dipertahankannya nasabah yang loyal dapat mengurangi usaha mencari nasabah baru, memberikan umpan balik positif kepada organisasi, dan loyalitas mempunyai hubungan positif dengan profitabilitas (Dharmmesta, *et al*, 2005).

Sementara Kotler (2000) berpendapat bahwa nasabah yang loyal merupakan peluang untuk mendapatkan nasabah baru. Mempertahankan semua nasabah yang ada umumnya akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan pergantian nasabah karena biaya untuk menarik nasabah baru bisa lima kali lipat dari biaya mempertahankan seorang nasabah yang sudah ada.

Faktor pertama yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah adalah kepuasan nasabah (Nayebzadeh *et al*, 2013). Kepuasan nasabah adalah rasa puas/senang terhadap kinerja jasa setelah mengkonsumsi atau memakainya. Kepuasan nasabah diukur dengan indikator: Perasaan puas atas kecepatan layanan, perasaan puas atas ketepatan atau keterandalan layanan, perasaan puas atas manfaat, perasaan puas atas jaminan keamanan tabungan dan perasaan puas atas personil dalam memperhatikan nasabah sehingga akan menimbulkan pengaruh langsung untuk melakukan pembelian ulang dan menceritakan kebaikan atau merekomendasi produk/jasa kepada orang lain untuk membeli (Caruana *et al*, 2000).

Faktor kedua yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah adalah kepercayaan nasabah (Nayebzadeh *et al*, 2013). Alasan yang mendasari

adalah loyalitas nasabah akan terwujud jika nasabah tersebut benar-benar mempercayai Bank BRI cabang Klambu yang diukur dengan indikator :*Dependability* (Mengantungkan harapan), *honest* (Kejujuran) *competence* (Kompetensi), *andlikable* (menyenangkan). Bank BRI cabang Klambu akan dipercaya nasabah jika memberikan layanan yang handal dan prima, jujur dalam memberikan informasi dan layanan, memiliki kemampuan financial dan mental dalam memenuhi janji dan menyenangkan nasabah.

Faktor ketiga yang mempengaruhi loyalitas nasabah adalah menyatakan bahwa kepuasan nasabah tingkat keadaan perasaan seseorang yang merupakan hasil perbandingan antara penilaian kinerja/hasil akhir produk dalam hubungannya dengan harapan nasabah (Kotler 1997).

Loyalitas nasabah terbentuk melalui suatu proses yang dimulai dengan menyadari keberadaan suatu produk, menggunakan produk dan mengevaluasi produk tersebut. Nasabah akan memiliki sikap positif terhadap produk apabila produk tersebut memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dan memberikan kepuasan nasabah, dengan begitu akan menimbulkan komitmen dalam diri nasabah untuk setia terhadap produk tersebut, sehingga untuk pembelian selanjutnya pelanggan tidak memerlukan banyak pertimbangan lagi (Rangkuti, 2003).

Maka penelitian ini berusaha mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah dengan variabel kepercayaan nasabah dan kepuasan nasabah nasabah pada bank BRI Cabang Klambu

melalui penelitian yang diberi judul **“ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT. BANK BRI (STUDI PADA BANK BRI CABANG KLAMBU)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dikemukakan diatas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kepercayaan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah ?
2. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah.
2. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah.

D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan bagi pihak – pihak berikut :

1. Bagi penulis

Untuk menerapkan teori- teori dan pengetahuan yang didapat di bangku kuliah ke dalam masalah yang sebenarnya terjadi pada perusahaan khususnya mengenai pengaruh kepercayaan dan kepuasan nasabah nasabah terhadap loyalitas nasabah.

2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini di harapkan bisa menjadi bahan masukan bagi perusahaan terutama sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang terkait dengan tujuan jangka pendek ataupun jangka panjang perusahaan.

3. Bagi pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi maupun sebagai acuan khususnya bagi para nasabah untuk memilih Bank BRI cabang Klambu, setelah ditinjau dari aspek kepercayaan dan kepuasan nasabah.

E. Sistematika Penulisan

Untuk lebih mempermudah dan juga memberikan gambaran yang lebih jelas maka dalam penelitian ini terbagi dalam lima bab yang akan disusun dengan sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dibahas mengenai Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan landasan teori yang terdiri dari pembahasan mengenai loyalitas nasabah, pembahasan kepercayaan nasabah, pembahasan kepuasan nasabah, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran serta hipotesis dan pengaruh antar variabel.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang metode penelitian seperti jenis dan desain penelitian, variabel penelitian, definisi operasional variabel, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil analisis data beserta pembahasan hasil penelitian data yang diperoleh.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan pokok analisa yang mencoba untuk menarik kesimpulan dan isi penelitian secara singkat serta memberikan saran-saran yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, serta keterbatasan yang terdapat dalam penelitian .