

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan persaingan bisnis di Indonesia sangat pesat, salah satunya persaingan di bidang jasa yaitu dalam lembaga keuangan seperti perbankan. Bank-bank di Indonesia bersaing sangat kompetitif, sehingga menciptakan persepsi bahwa keberlanjutan dan efektivitas bank hanya dapat dijamin oleh loyalitas konsumen.

Konsumen merupakan suatu bagian penting dalam dunia bisnis, tanpa ada konsumen dalam bisnis tentu tidak akan ada proses bisnis yang terjadi. Oleh karena itu konsumen sangat berpengaruh dalam roda usaha dan bisnis. Dalam proses bisnis, konsumen tentu ingin dilayani dengan baik oleh pedagang dan pelanggan akan merasa puas jika keinginannya atau harapannya terpenuhi saat membeli dan merasakan produk atau jasa yang dirasakan. Dengan dampak seperti itu diharapkan konsumen akan loyal untuk menggunakan produk atau jasa yang dirasakan oleh mereka baik (Henriawan & April, n.d, 2015).

Setiap organisasi bisnis mempunyai keinginan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Tujuan-tujuan ini dapat menggabungkan maksimilasi keuntungan, meningkatkan penjualan, perluasan, pertumbuhan, aksesibilitas produk atau jasa, kesadaran produk atau jasa, dan kepuasan konsumen. Maksimilasi keuntungan juga berfungsi sebagai tulang punggung tujuan bisnis. Dalam pandangan yang sama, tingkat maksimilasi laba bergantung pada tingkat kepuasan konsumen yang memiliki hubungan langsung dengan loyalitas konsumen.

Untuk menjaga para konsumen agar tidak memilih produk pesaing tentu bukan perkara mudah. Perusahaan harus melakukan beberapa hal yang dapat mengikat hati konsumen untuk tetap setia pada produk perusahaan. Salah satunya dengan pelayanan terbaik untuk konsumen. Pelayanan terbaik tentu harus memahami kebutuhan dan keluhan para pelanggan. Sehingga

pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan tepat sasaran. Selain itu, kepuasan konsumen ikut menjadi bagian penting untuk menjaga loyalitas konsumen perusahaan.

Hal penting untuk menciptakan hubungan yang keberlanjutan adalah loyalitas konsumen. Namun, loyalitas konsumen tergantung dari seberapa besar tingkat kepuasan yang konsumen dapatkan dari sebuah organisasi tersebut. Konsumen yang merasa puas atau tidak puas mungkin akan memberitahu orang-orang tentang pengalaman mereka, sehingga kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor terpenting untuk keberlanjutan hubungan jangka panjang dengan konsumen dan menciptakan loyalitas konsumen.

Loyalitas konsumen memegang peran sangat penting dalam organisasi bisnis atau usaha yang dilakukan. Loyalitas konsumen meliputi komponen sikap dan komponen perilaku konsumen. Komponen sikap konsumen merupakan gagasan seperti niat kembali untuk membeli produk atau jasa dari perusahaan yang sama, kesediaan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain, dan menolak rekomendasi perusahaan lain. Di sisi lain, aspek perilaku loyalitas konsumen merupakan pembelian secara berulang yang dilakukan konsumen dan kemungkinan juga dilakukan dalam jangka waktu panjang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen, tetapi juga ditambahkan indikator lain seperti kualitas pelayanan, dan kepercayaan apakah berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di bank Jateng Syariah cabang pembantu UMS.

B. Perumusan Masalah

1. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan secara empiris apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
2. Untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan secara empiris apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
3. Untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan secara empiris apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak terkait, antara lain:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Untuk menambah pengetahuan mahasiswa lain tentang pengaruh faktor kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mendukung penelitian selanjutnya dalam penelitian yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan.
2. Manfaat Praktis

Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan sebagai bahan evaluasi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan untuk mendapatkan loyalitas pelanggan.

E. Sistematika Penulisan

Secara umum penulisan tersusun dalam lima bab, dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka berisi uraian mengenai tinjauan teori yang melandasi penelitian, kerangka pemikiran, penelitian terdahulu, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, definisi operasional variabel, pengukuran variabel, populasi dan sample, teknik pengambilan sample data dan sumber data, serta metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan berisi tentang deskripsi responden, deskripsi data, analisis data, dan hasil pembahasan.

BAB V PENUTUP

Penutup dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.