

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi suatu Negara ditandai dengan perkembangan industri perbankan pada Negara tersebut. Semakin berkembang industri perbankan, maka semakin baik juga pertumbuhan ekonomi pada suatu Negara. Pada era globalisasi saat ini, memiliki suatu fenomena yang tidak terhindarkan dalam dunia industri perbankan. Hal ini ditandai dengan adanya perubahan serba cepat dibidang komunikasi, informasi dan teknologi, baik dalam kegiatan manufaktur maupun jasa yang sangat membutuhkan kemampuan baru agar perusahaan dapat berhasil dengan cara kompetitif. Kenyataan seperti ini tidak dapat dipungkiri lagi, sehingga setiap bank akan dituntut untuk menggunakan berbagai cara dalam menarik minat masyarakat.

Bank sendiri merupakan lembaga keuangan yang menjadi tempat bagi perusahaan, badan-badan pemerintahan dan swasta, maupun perorangan untuk menyimpan dana (Sedjati, 2013:3). Melalui berbagai kegiatan perbankan dan berbagai jasa yang diberikan, bank melayani kebutuhan pembiayaan serta melancarkan mekanisme sistem pembayaran bagi semua sektor perekonomian. Hubungan antara pihak bank dengan nasabah menyangkut kebutuhan terhadap jasa-jasa bank dan kesanggupan serta kesediaan bank untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Salah satu syarat yang bisa dipenuhi adalah berusaha untuk menciptakan dan mempertahankan nasabahnya, karena nasabah merupakan salah satu faktor

terpenting bagi perkembangan suatu bank.

Tanpa adanya nasabah, suatu bank tidak akan dapat menjalankan kegiatan berbisninya dengan baik. Dalam menarik minat nasabah, bank biasanya menawarkan jasanya dengan meningkatkan kualitas dari segi pelayanan, pemberian hadiah yang biasanya berupa undian, menawarkan produk yang menarik seperti produk tabungan dan juga kredit pinjaman, suku bunga rendah, hingga pemanfaatan teknologi untuk memberikan kemudahan dalam bertransaksi yang bertujuan untuk memberikan kenyamanan bagi nasabah. Selain itu, dengan mengedepankan kualitas pelayanan yang diharapkan nasabah dan memberikan solusi tentang apa yang dibutuhkan nasabah, nantinya akan membuat nasabah tertarik untuk menggunakan jasa bank yang dipilih. Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan jasa layanan bank yang akan dipilih yaitu seperti melihat dari faktor produk, pelayanan, promosi, lokasi dan keamanan dari bank.

Kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan peraturan maupun etika perbankan, dapat memberikan dorongan kepada nasabah untuk menjalin hubungan yang kuat, sehingga nasabah bisa memberikan loyalitas lebih pada bank. Memberikan kualitas pelayanan yang baik merupakan suatu motivasi kerja bagi pihak bank dalam mempertahankan nasabahnya, yang artinya nasabah tersebut merasa puas dan menjadi loyal terhadap bank. Menurut Dewi (2018) kualitas layanan yaitu seluruh karakteristik dan ciri yang dimiliki sebuah jasa maupun produk agar dapat menciptakan rasa puas terhadap konsumen. Menurut Arianto (2018:83) kualitas pelayanan dapat diartikan dengan berfokus pada

memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Menurut Tjiptono (2017:174-175) strategi kualitas pelayanan tidak terlepas dari lima dimensi kualitas yaitu: wujud fisik (*tangible*), empati (*emphaty*), kehandalan (*reability*), daya tangkap (*responsiveness*), dan jaminan (*assurance*). Kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut dimaksudkan untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan sebagai saran untuk mengevaluasi serta memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah, sehingga nasabah memiliki kepercayaan penuh terhadap bank.

Kepercayaan sangat penting sekali ditumbuhkan pada nasabah, agar dapat terus bermitra pada bank yang diminati. Jadi, selain mengandalkan kualitas pelayanan yang baik, bank juga membutuhkan kepercayaan dari nasabah. Hal ini dikarenakan salah satu fungsi dari perbankan adalah sebagai lembaga intermediasi. Sehingga untuk memperoleh kepercayaan nasabah, bank harus dapat bekerja secara profesional sesuai dengan yang diharapkan nasabah, dimulai dari segi keuangan, segi pelayanan dan segi pemasaran. Semua itu harus dikelola dengan baik, serta bank diharapkan untuk semakin kreatif dalam menghasilkan produk-produk terbaru yang diinginkan juga dibutuhkan masyarakat atau nasabah. Kepercayaan merupakan sebuah jenis refleksi emosional. Hal tersebut tergantung pada tingkat pemenuhan produk yang diharapkan, serta tingkat harapan dari hasil yang didapatkan.

Menurut Morgan dan Hunt dalam Neny Kusumadevi (2017) kepercayaan adalah variabel kunci dalam mengembangkan keinginan yang tahan lama untuk terus mempertahankan hubungan jangka panjang. Ketika nasabah merasa

diberikan pelayanan yang melebihi dari apa yang diharapkan, nasabah akan percaya dan akan menggunakan kembali jasa bank tersebut dengan menjadi nasabah yang setia juga dapat membangun loyalitas nasabah pada bank. Begitu juga sebaliknya, apabila nasabah merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh bank, maka nasabah tidak akan menggunakan jasa dari bank tersebut, nasabah tidak akan memiliki kepercayaan lagi pada bank meskipun ada berbagai produk-produk menarik yang ditawarkan oleh bank. Hal ini dapat menyebabkan menurunnya tingkat loyalitas dan juga jumlah nasabah pada bank, selain itu juga dapat menyebabkan citra baik dan eksistensi bank menurun dimata masyarakat terutama nasabahnya.

Adanya kepercayaan kepada bank, menandakan bahwa nasabah memiliki kepuasan akan layanan yang diberikan bank. Apabila nasabah memiliki kepercayaan positif kepada bank, maka akan terlihat loyalitas nasabah kepada bank. Nasabah yang loyal, merupakan aset yang tidak ternilai bagi bank, karena dengan adanya loyalitas nasabah, kinerja laba bank akan meningkat. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:227) menjelaskan bahwa loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan terhadap suatu merek tokoh, atau pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang secara konsisten. Karakteristik dari pelanggan loyal menurut Griffin dalam R. Neny Kusumadewi (2017) antara lain: melakukan pembelian ulang secara teratur, membeli diluar lini produk atau jasa, mengajak orang lain dan tidak terpengaruh oleh tarikan persaingan produk sejenis lainnya.

Beberapa penelitian terdahulu yang meneliti tentang pengaruh kualitas

layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah yaitu penelitian yang dilakukan oleh Welta (2017) tentang “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Baitul Maal Wattamwil (BMT) Surya Barokah” mengatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah. Lusiah, dkk (2019) tentang “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online” ini mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan jasa transportasi dan juga kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan jasa transportasi online.

Josni, dkk (2022) tentang “Pengaruh Kualitas Jasa, Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Pegadaian di Manado” ini mengatakan bahwa secara parsial kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, secara parsial kualitas jasa tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah dan juga secara parsial kepuasan nasabah tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah. Penelitian yang mendukung juga dilakukan oleh Paramartha, dkk (2022) tentang “ Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah” ini mengatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah LPD Desa Adat Ayunan Kabupaten Bandung secara parsial maupun signifikan.

Setiawan dan Ukudi (2017) tentang “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada PD. BPR

Bank Pasar Kendal)” ini menyatakan bahwa untuk meningkatkan nasabah pada PD BPR Bank Pasar Kendal dapat melalui peningkatan secara langsung komitmen dan kepercayaan nasabah, sedangkan kualitas layanan dapat meningkatkan loyalitas nasabah secara langsung. Kualitas layanan dapat meningkatkan loyalitas nasabah, karena kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan dan komitmen nasabah, yang pada gilirannya akan berpengaruh secara positif signifikan terhadap loyalitas nasabah. Wahyoedi dan Winoto (2017) tentang “ Pengaruh Religitas, Kualitas Layanan dan Trust Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah di Kota Bogor” ini menyatakan bahwa religitas berpengaruh positif terhadap loyalitas, namun secara statistik tidak terdapat cukup bukti yang mendukung pengaruh tersebut. Sementara itu kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas dan trust berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah dengan dukungan data dalam penelitian yang mengkonfirmasi pengaruh tersebut.

Berdasar beberapa penelitian yang mendukung diatas ini dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan mempunyai hubungan yang kuat terkait dengan loyalitas. Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada: (1) periode penelitian, (2) subjek yang diteliti, (3) lokasi penelitian, (4) komposisi variabel penelitian, karena pada beberapa hal tersebut akan memberikan hasil penelitian yang berbeda. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada Bank BTPN, dikarenakan menurut pengamatan peneliti Bank BTPN memiliki nasabah yang cukup luas dan banyak, terlebih lagi Bank BTPN ini berfokus pada nasabah pensiunan. Bank BTPN ini menjadi

salah satu bank universal yang melayani segmen nasabah lebih luas, mulai dari segmen *mass market* atau ritel hingga korporasi.

Bank BTPN dituntut agar dapat memberikan perhatian yang berharga dan dapat memberikan kesan baik kepada nasabah. Salah satu faktor yang berharga dan dapat memberikan kesan mendalam bagi nasabah yaitu memberikan kepuasan melalui kualitas pelayanan yang baik dan menumbuhkan kepercayaan pada nasabah. Kualitas pelayanan dan kepercayaan itulah yang merupakan kunci utama untuk meningkatkan loyalitas nasabah. Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK BTPN KCP PROBOLINGGO** ”

1.2. Batasan Masalah

Untuk memudahkan dalam menjalankan proses penelitian ini, maka diperlukan adanya pembatasan masalah yang bertujuan untuk menghindari adanya pembahsan, sehingga dapat mengurangi terjadinya kesalahpahaman dari pembaca akan adanya perbedaan persepsi. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini meliputi:

- a. Bidang penelitian adalah manajemen pemasaran.
- b. Membahas mengenai kualitas pelayanan dan kepercayaan pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah.
- c. Adapun responden dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BTPN Kcp Probolinggo.

1.3. Rumusan Masalah

Sebagai perusahaan jasa untuk memenuhi tugasnya sebagai bank, BTPN dituntut untuk melakukan pelayanan yang baik, dengan memperhatikan kualitas pelayanan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik, nantinya akan menimbulkan kepercayaan yang positif dari nasabah kepada bank. Dari dua variabel tersebut akan menciptakan loyalitas nasabah kepada bank BTPN. Berdasarkan uraian diatas, maka perumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

- a. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BTPN Kcp Probolinggo?
- b. Apakah kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BTPN Kcp Probolinggo?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan pokok permasalahan diatas, penelitian ini bertujuan sebagai:

- a. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BTPN Kcp Probolinggo.
- b. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BTPN Kcp Probolinggo.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Secara Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian ilmu manajemen pemasaran terkait

dengan pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah dimana dalam penelitian ini objek yang diteliti pada nasabah Bank BTPN Kcp Probolinggo. Juga diharapkan dapat menjadi acuan penelitian-penelitian sejenis dan penelitian selanjutnya.

b. Secara Praktis

1) Bagi Pihak Bank

Untuk memberikan masukan, evaluasi dan pemikiran bagi Bank BTPN Kcp Probolinggo tentang perlunya kualitas pelayanan untuk menciptakan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah Bank BTPN Kcp Probolinggo.

2) Bagi Nasabah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan kepada nasabah terkait loyalitas penggunaan jasa bank dengan memperhatikan kualitas pelayanan yang mereka berikan.

3) Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan sumber informasi bagi peneliti selanjutnya untuk melanjutkan dan memperbaiki penelitian ini. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan sumbangan kepada penelitian selanjutnya.