

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era modern seperti sekarang ini bank memiliki peran yang sangat besar bagi masyarakat, dimana bank tidak hanya berperan sebagai badan usaha tempat menyimpan dana dari masyarakat yang kemudian disalurkan kembali pada masyarakat tetapi peran bank sudah berkembang lebih dari itu sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang semakin berkembang dan menginginkan efektifitas dan efesiensi dalam setiap aktifitas yang mereka lakukan.

Pada saat ini bank hadir sebagai pelaksana untuk memudahkan gerak masyarakat dalam melaksanakan berbagai bentuk pembayaran yang dilakukan. Baik itu berupa kliring, tranfer uang, dan pembayaran segala macam bentuk tagihan serta untuk pembayaran berbagai transaksi yang dilakukan oleh masyarakat. Peran bank tersebut di permudah dengan adanya fasilitas ATM, SMS Banking, E-Banking, kartu debit dan kredit yang bisa dimanfaatkan oleh masyarakat tanpa perlu memiliki tabungan dari bank yang bersangkutan. Singkatnya, kehadiran bank di tengah masyarakat sekarang ini adalah untuk memperlancar segala macam transaksi pembayaran yang dilakukan oleh nasabahnya dan semua itu adalah bentuk pelayanan yang diberikan oleh bank untuk mempertahankan loyalitas nasabah dari kepuasan yang dirasakan atas pelayanan yang diberikan oleh bank tersebut.

Kepuasan nasabah merupakan salah satu indikator keberhasilan suatu bank, hal ini dikarenakan dengan memuaskan nasabah, bank dapat meningkatkan

keuntungannya dan dapat pangsa pasar yang lebih luas (Schnaars, 1991). Akan tetapi memenuhi kepuasan nasabah saja tidaklah cukup karena masih ada peluang terjadinya perpindahan (*switching behaviour*) ke bank lain. Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil (kinerja) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jika kinerja di bawah harapan, maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan pelanggan, maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, maka pelanggan amat puas dan senang yang nantinya akan mempengaruhi loyalitas nasabah, (Sof'an dan Supriyadi, 2016)

Dengan kata lain, kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang di pikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan, menurut Kotler dalam (Sof'an dan Supriyadi, 2016). Konsumen yang merasa diberikan pelayanan yang berkualitas merupakan tujuan utama sebuah perusahaan agar pelanggan mendapatkan kepuasan sehingga meningkatkan loyalitas pelanggan dan akhirnya akan meningkatkan kinerja perusahaan. Karena kepuasan merupakan aspek penting untuk meningkatkan citra perusahaan di masyarakat maka perusahaan juga harus menciptakan citra yang baik kepada nasabah. Banyak manfaat yang dapat diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan yang tinggi, oleh karena itu penting bagi perusahaan jasa dalam mengatur strateginya untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan persepsi nilai agar terciptanya kepuasan nasabah.

Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah Salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di indonesia, lembaga tersebut berdiri pada tanggal 16 Desember 1895,

sampai saat ini bank BRI terus mengembangkan jaringan kerja sehingga kini tercatat sebagai bank terbaik di Indonesia. Pada tabel 1.1 berikut adalah sepuluh bank pemilik aset terbesar di Indonesia pada tahun 2020:

Tabel 1.1
10 Bank Pemilik Aset Terbesar di Indonesia Tahun 2020

No	Nama Bank	Aset (T)
1	BRI	1.287,09
2	Mandiri	1.130,70
3	BCA	953,7
4	BNI	803,2
5	BTN	308,1
6	CIMB Niaga	271,8
7	OCBC NISP	191,5
8	Panin	190,2
9	BTPN	189,92
10	Danamon	178,3

Sumber : Info Bank 2020

Pada tabel 1.1 dapat dilihat bahwa bank BRI adalah bank yang memiliki aset terbesar dibanding dengan 9 bank lainnya, dengan jumlah aset sebesar 1.287,09 triliun. Bank Rakyat Indonesia (BRI) terus mengembangkan jaringan kerja sehingga kini tercatat sebagai bank terbesar dalam hal jumlah unit kerja.

Maka dari itu peneliti tertarik melakukan penelitian dengan objek Bank BRI ini karena peneliti ingin mengetahui sejauh mana loyalitas dan tingkat kepuasan nasabah untuk bertransaksi melalui Bank BRI sedangkan banyak bank lain yang ada di Indonesia yang mempunyai fungsi, tujuan, dan fasilitas yang sama.

Salah satu unit kerja yang ada di Provinsi Sumatera Barat yaitu unit kerja Bank Rakyat Indonesia (BRI) Cabang Khatib Sulaiman Kota Padang. Pada tabel 1.2 berikut dapat dilihat jumlah nasabah tabungan bank BRI Cabang Khatib Sulaiman Kota Padang sampai tanggal 31 Desember 2019.

Tabel 1.2
Data Jumlah Nasabah Tabungan Pada Bank Rakyat Indonesia
Cabang Khatib Sulaiman Kota Padang Periode Juli – Desember 2019

Bulan	Jumlah Nasabah Produk Tabungan (Orang)	Jumlah Nasabah yang Bertransaksi Ulang (Orang)	Persentase Nasabah yang Aktif (%)
Juli	22.385	11.462	51,2
Agustus	22.584	10.980	48,6
September	22.673	10.866	47,9
Oktober	22.616	10.843	47,6
November	22.733	10.670	46,9
Desember	22.743	10.563	46,4

Sumber: Bank Rakyat Indonesia Cabang Khatib Sulaiman Padang (2019)

Dari tabel 1.2 dapat dilihat bahwa terjadi peningkatan jumlah nasabah yang menabung di bank BRI Cabang Khatib Sulaiman Padang dari bulan Juli hingga Desember 2019, akan tetapi jumlah nasabah yang aktif bertransaksi setiap bulannya mengalami penurunan. Dari tabel juga dapat dilihat persentase nasabah yang aktif hanya sekitar 46,4% sampai dengan 51,2%, dengan rata-rata persentase nasabah yang aktif sebulannya hanya 47% dari jumlah nasabah yang menabung di Bank BRI Cabang Khatib Sulaiman Padang. Hal ini dapat dikatakan bahwa 53% dari nasabah bank BRI cabang Khatib Sulaiman Padang adalah nasabah pasif karena tidak ada melakukan transaksi.

Terjadinya penurunan jumlah nasabah yang aktif serta banyaknya jumlah nasabah yang pasif, dalam hal ini dapat menunjukkan fenomena bahwa nasabah merasa tidak puas sehingga mengakibatkan loyalitas nasabah mulai berkurang. Untuk membuat nasabah merasa puas dan loyal, maka kualitas pelayanan harus ditingkatkan.

Kualitas pelayanan sangat penting bagi industri perbankan, peningkatan kualitas pelayanan, perbaikan sistem informasi yang sesuai dengan kemajuan teknologi, sisi pelayanan fisik maupun non fisik, juga penting untuk meningkatkan kepuasan nasabah melalui kualitas pelayanan yang prima. Kualitas pelayanan yang baik akan dapat meningkatkan nilai atau *value* nasabah. *Value* yang terbaik bisa membuat nasabah merasa puas dan pada akhirnya menjadi loyal (Supriyanto, 2003). Hal ini terbukti dalam penelitian Gunawan dan Kempa (2013) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap terhadap kepuasan konsumen dan juga berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen di Toko Bintang Terang Bangil.

Persepsi nilai adalah penilaian menyeluruh atas kegunaan suatu produk atau jasa yang diberikan berdasarkan apa yang diterima dan apa yang di korbankan (Zeithaml, et al., 1998). Menurut Gale (dalam Palilati, 2007) mengatakan bahwa, persepsi nilai atas kualitas yang ditawarkan relatif lebih tinggi dari pesaing dan akan mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen, semakin tinggi persepsi nilai yang dirasakan oleh nasabah, maka semakin besar kemungkinan terjadinya hubungan (transaksi). Penelitian Kartika dan Yoestini (2018) membuktikan bahwa persepsi nilai berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dan juga berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen Du Cafe di Semarang.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, maka inilah yang menjadi dasar untuk mengangkat penelitian yang berjudul “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Nilai terhadap Loyalitas dengan Kepuasan sebagai**

Variabel Intervening pada Nasabah Bank BRI Cabang Khatib Sulaiman Padang”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang di jelaskan sebelumnya maka dapat dikemukakan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah bank BRI Cabang Khatib Sulaiman Padang?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bank BRI Cabang Khatib Sulaiman Padang?
3. Apakah persepsi nilai berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Cabang Khatib Sulaiman Padang?
4. Apakah persepsi nilai berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bank BRI Cabang Khatib Sulaiman Padang?
5. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah bank BRI Cabang Khatib Sulaiman Padang?
6. Apakah kepuasan nasabah sebagai variabel intervening mempengaruhi antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah bank BRI Cabang Khatib Sulaiman Padang?
7. Apakah kepuasan nasabah sebagai variabel intervening mempengaruhi antara persepsi nilai terhadap loyalitas nasabah bank BRI Cabang Khatib Sulaiman Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada bank BRI Cabang Khatib Sulaiman Padang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada bank BRI Cabang Khatib Sulaiman Padang.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi nilai terhadap kepuasan nasabah pada bank BRI Cabang Khatib Sulaiman Padang.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada bank BRI Cabang Khatib Sulaiman Padang.
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan nasabah sebagai variabel intervening antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada bank BRI Cabang Khatib Sulaiman Padang.
6. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan nasabah sebagai variabel intervening antara persepsi nilai terhadap loyalitas nasabah pada bank BRI Cabang Khatib Sulaiman Padang.

1.4 Mafaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

1. Mafaat bagi peneliti.

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi pengetahuan tersendiri bagi penulis dan dapat menjadi pedoman dan bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya, bila ingin mengupas persoalan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi nilai terhadap loyalitas dengan kepuasan

sebagai variabel intervening pada bank BRI Cabang Khatib Sulaiman Padang.

2. Manfaat bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat sebagai bahan pertimbangan pimpinan dalam mengambil keputusan karena hasil penelitian ini dapat menggambarkan terkait pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi nilai terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel intervening pada bank BRI Cabang Khatib Sulaiman Padang.