

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Industri perbankan di Indonesia memegang peranan yang sangat penting dalam perekonomian. Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau cara lain untuk meningkatkan taraf hidup dari komunitas kehidupan. Fungsi bank adalah menyediakan mekanisme dan sarana pembayaran dalam kegiatan ekonomi, menghasilkan mata uang, menyediakan jasa keuangan, serta menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat.

Persaingan yang ketat, ekspektasi nasabah terhadap layanan perbankan yang berkualitas, dan kemajuan teknologi yang pesat membuat industri perbankan sangat sensitif terhadap pelayanan dan kepuasan nasabah. Pertumbuhan yang begitu pesat menuntut bank untuk dapat memenuhi kebutuhan nasabah di semua lapisan masyarakat. Memang bank bukan hanya lembaga keuangan yang berfungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat, tetapi juga hal-hal lain yang diberikan kepada nasabah, yaitu produk-produk yang memenuhi kebutuhan nasabah.

Pengalaman yang baik dengan produk. Perusahaan jasa secara terus menerus berkewajiban untuk menyesuaikan pemenuhan segala kebutuhan masyarakat, guna menumbuhkan rasa kepuasan terhadap pengguna jasa yang nantinya akan membangun loyalitas pelanggan. Pelanggan yang loyal tidak hanya melakukan pembelian ulang, tetapi juga menjaga sikap positif terhadap penyedia layanan, seperti loyalitas kepada lembaga keuangan atau bank. Secara umum, berkaitan dengan loyalitas, sikap ketaatan dan penerimaan apa yang mudah dan tidak mudah untuk transfer atau transfer ke bank lain.

Loyalitas nasabah dalam industri perbankan merupakan faktor yang sangat penting. Nasabah tidak akan ragu untuk mendistribusikan dan

memberikan informasi positif tentang produk perbankan yang mereka gunakan jika puas dan loyal. Pelanggan yang loyal berasal dari kebiasaan pelanggan yang terus membeli barang atau jasa.

Loyalitas pelanggan "*customer loyalty*" adalah mengacu pada pembelian berulang yang dilakukan oleh pelanggan karena komitmen mereka terhadap merek atau perusahaan tertentu. Pada awal perkembangannya, loyalitas pelanggan lebih banyak terkait dengan perilaku. Hal ini terlihat dari teori pembelajaran tradisional (*Classical and Instrumental Conditioning*) yang cenderung melihat loyalitas dari aspek perilaku. Jika seorang pelanggan membeli merek yang sama berturut-turut, ia dianggap loyal terhadap merek tertentu.

Melalui penelitian ini dapat dipertimbangkan apakah sudah memenuhi harapan nasabah, sehingga bank dapat mempertimbangkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, kualitas produk, citra merek dan kepuasan pelanggan. Dapat dilihat dari hasil-hasil penelitian terdahulu, masih terdapat inkonsistensi hasil penelitian terhadap pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, citra merek dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah antara lain kualitas pelayanan, kualitas produk, citra merek dan kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Aryanti dan Suyanto tentang analisis kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra merek pada kepuasan pelanggan klinik kecantikan dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan diperoleh hasil yaitu, Kualitas produk, kualitas layanan dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas produk, kualitas layanan dan citra merek membawa hasil positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kemudian kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian sebelumnya yang memperkuat penelitian ini adalah sebagai berikut:

Pertama, penelitian (Sabeli, 2020) yang menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Kedua, penelitian (Lise Tiasanty & Sitio, 2020) yang menemukan bahwa citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Ketiga, penelitian (Lise Tiasanty & Sitio, 2020) menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk diartikan sebagai kualitas yang mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat bagi pelanggan berupa barang dan jasa yang ditentukan melalui dimensi yang terdiri dari kinerja, daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, fitur, dan estetika. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kualitas produk merupakan salah satu faktor yang menentukan loyalitas konsumen terhadap produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki pengaruh yang berbeda, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, citra merek pada kepuasan dan pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah dengan penelitian yang berbeda yaitu objek atau lokasi yang akan diteliti yaitu di PT Bank Mandiri Area Jabodetabek. Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Citra Merek Pada Kepuasan Nasabah Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah PT Bank Mandiri Area Jabodetabek)”**.

1.2 Ruang Lingkup Masalah

Agar penelitian ini dapat memberikan gambaran pemahaman yang sesuai dengan tujuan yang diharapkan, oleh karena itu penulis membatasi ruang lingkup penelitian ini. Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah membahas mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, citra merek pada kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Mandiri Area Jabodetabek, dimana akan dibagikan kuesioner dengan beberapa pertanyaan mengenai topik penelitian yang diisi oleh responden dengan menggunakan metode kuantitatif.

1.3 Identifikasi Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang diatas penulis mengidentifikasi beberapa masalah yang akan dijadikan bahan penelitian selanjutnya. Maka peneliti mendapat beberapa permasalahan di antaranya bagaimanakah kualitas pelayanan, kualitas produk, citra merek pada kepuasan dan pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Mandiri Area Jabodetabek tersebut, dan seberapa persen nasabah yang merasa puas dan tidak puas dalam pelayanan PT Bank Mandiri Area Jabodetabek, serta manakah yang paling berpengaruh dari kualitas pelayanan, kualitas produk, citra merek dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang sudah diungkap sebelumnya, perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT Bank Mandiri Area Jabodetabek?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT Bank Mandiri Area Jabodetabek?
3. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT Bank Mandiri Area Jabodetabek?

4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT Bank Mandiri Area Jabodetabek?
5. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT Bank Mandiri Area Jabodetabek?
6. Apakah citra merek berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT Bank Mandiri Area Jabodetabek?
7. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT Bank Mandiri Area Jabodetabek?

1.5 Tujuan Penelitian

Setiap penelitian pada umumnya mempunyai tujuan yang hendak dicapai. Maka tujuan dari penelitian ini berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas, yaitu:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Mandiri Area Jabodetabek.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah PT Bank Mandiri Area Jabodetabek.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap kepuasan nasabah PT Bank Mandiri Area Jabodetabek.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah PT Bank Mandiri Area Jabodetabek.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah PT Bank Mandiri Area Jabodetabek.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap loyalitas nasabah PT Bank Mandiri Area Jabodetabek.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah PT Bank Mandiri Area Jabodetabek.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kontribusi kepada beberapa pihak yang berkepentingan. Beberapa manfaat dari penelitian ini, yaitu:

1. Bagi Penulis

Sebagai syarat penyelesaian skripsi. Memperluas wawasan, pengetahuan, dan pengalaman ke dalam bidang sesungguhnya, serta sebagai aplikasi dari ilmu yang diperoleh peneliti selama perkuliahan.

2. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan kajian atau referensi bagi penelitian selanjutnya.

3. Bagi Pembaca

Untuk menambah informasi dan sebagai bahan kajian untuk penelitian selanjutnya.

1.7 Sistematika Penulisan

Didalam sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari 3 bab, yang mana setiap bab terdiri dari pokok-pokok bahasan yang terpisah, adalah:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini, penulis menjelaskan secara singkat gambaran umum yang menjadi dasar dilakukannya penelitian. Yang berisi tentang latar belakang masalah, ruang lingkup masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini penulis menyajikan pembahasan pada landasan teori yang menguraikan teori-teori dan pengertian serta definisi yang berkaitan dengan masalah yang akan dibahas dan sebagai dasar untuk melakukan pembahasan penulis. Bab ini akan menjelaskan tentang pengertian kualitas layanan, kualitas produk, citra merek, kepuasan, loyalitas, penelitian sebelumnya, serta kerangka dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi pembahasan tentang penyusunan proposal yaitu Objek penelitian, desain penelitian, metode pengambilan sampel dan populasi, operasi variabel dan variabel, teknik pengolahan dan analisis data, serta gambaran umum teknik pengujian hipotesis.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi pembahasan tentang deskripsi mengenai objek penelitian, hasil analisis data dari pengujian-pengujian statistik dan diakhiri dengan interpretasi hasil berupa penerimaan maupun penolakan dari hipotesis yang diuji.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi mengenai kesimpulan hasil dan saran

