

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Negara - negara di dunia saat ini sedang perang menghadapi pandemi yang sudah menyebar luas ke seluruh penjuru dunia, virus yang sudah tidak asing ditelinga yaitu virus covid-19 (*Corona Virus Disease 2019*). Sejak dikabarkan menjadi sebuah pandemi oleh World Health Organisation (WHO) pada tanggal 11 Maret 2020, virus covid-19 menjadi sangat menakutkan dan berbahaya bagi semua negara dikarenakan penyebaran dan penularannya yang sangat cepat sehingga WFO menyarankan untuk menggunakan masker dan melakukan social distancing. Masuknya virus Covid-19 ke Indonesia berdampak pada sektor ekonomi, sehingga terjadi anjloknya bursa saham, pelaku usaha mengalami stagnansi serta nilai rupiah yang anjlok. Perekonomian di Indonesia dapat masuk dalam skenario terburuk jika tidak mampu diatasi karna akibat dari pandemi ini. (Bidari, 2020)

Sejak PSBB diberlakukan oleh pemerintah berbagai kegiatan perkantoran dan transportasi umum dibatasi serta belajar mengajar dihentikan untuk sementara waktu hal ini bertujuan agar dapat mencegah dan memutus rantai penyebaran covid-19. Namun tidak semua kegiatan perkantoran ditutup oleh pemerintah ada beberapa sektor essensial tetap melaksanakan operasional dan bisnisnya salah satunya adalah sektor perbankan. (Beritasatu.com, 2021) Dalam masa PSBB berlangsung Bank mandiri menutup sementara kantor cabang dan atm serta mengurangi jam

operasional (Antaraneews, 2020) dan memberlakukan jadwal WFH dan WFO di cabang sehingga petugas yang masuk layanan hanya sekitar 50%.

Kebutuhan masyarakat terhadap layanan bank tidak menurun di tengah Pandemi covid19 saat ini. Karena itu mengarahkan nasabah untuk memanfaatkan layanan aplikasi digital banking dan internet banking, perbankan juga perlu menyediakan sentral layanan yang mudah dijangkau masyarakat yang beraktivitas di luar rumah. Dalam upaya untuk melakukan peningkatan daya saing terhadap perbankan lain, pihak bank harus dapat melakukan inovasi dalam mempromosikan setiap produk yang ada serta dapat meningkatkan pelayanan menjadi pelayanan unggul atau prima (*service excellence*). Didalam dunia perbankan, pelanggan bisa disebut dengan nasabah. Oleh karena itu. Kepuasan nasabah adalah ungkapan atau ekspresi nasabah dalam memberikan poin yang berharga atau mengoptimalkan nilai yang dirasakan serta diharapkan nasabah terhadap suatu produk atau jasa Dalam teori yang dipaparkan tersebut ada hubungannya dengan kepercayaan. (Syafarudin, 2021).

Tabel 1.1 Persebaran Jumlah Cabang Jakarta

Persebaran Jumlah Cabang Buka/Tutup Di DKI Jakarta

Region	01-Apr		Total Cabang 22 Mar 2021	05-Apr		Total Cabang 05 Apr 2021
	Buka	Tutup		Buka	Tutup	
R03	88 58,3%	63 41,7%	151	89 61,0%	57 39,0%	146 5)
R04	120 71,0%	49 29,0%	169	119 70,4%	50 29,6%	169
R05	110 87,3%	16 12,7%	126	106 84,1%	20 15,9%	126
Total DKI Jkt	318 71,3%	128 28,7%	446	314 71,2%	127 28,8%	441

Total Nasional	2.171 87,5%	311 12,5%	2482	2.171 88,0%	297 12,0%	2468
----------------	----------------	--------------	------	----------------	--------------	------

*) Jumlah Cabang Termasuk Outlet Prioritas dengan status KCP/KK

Sumber : EDM Bank Mandiri

Berdasarkan tabel 1.1 wilayah / region 3, 4, dan 5 yang menduduki DKI Jakarta di tanggal 1 april 2021 terdapat 128 cabang yang tutup sementara atau sekitar 28,7 % dari total 446 cabang yang berada di DKI Jakarta, di tanggal 5 april 2021 terdapat 127 cabang yang tutup sementara dan 5 cabang tutup permanen, presentase total cabang yang tutup sementara 28,8% dari total cabang yang buka 314 di DKI Jakarta. Dan secara nasional pada tanggal 1 april 2021 terdapat 311 cabang yang tutup atau 12,5% dari total 2.171 cabang. DKI Jakarta Menyumbang 128 cabang yang tutup sementara atau sekitar 41.15% dari total cabang tutup sementara secara nasional.

Tabel 1.2 Region Jakarta

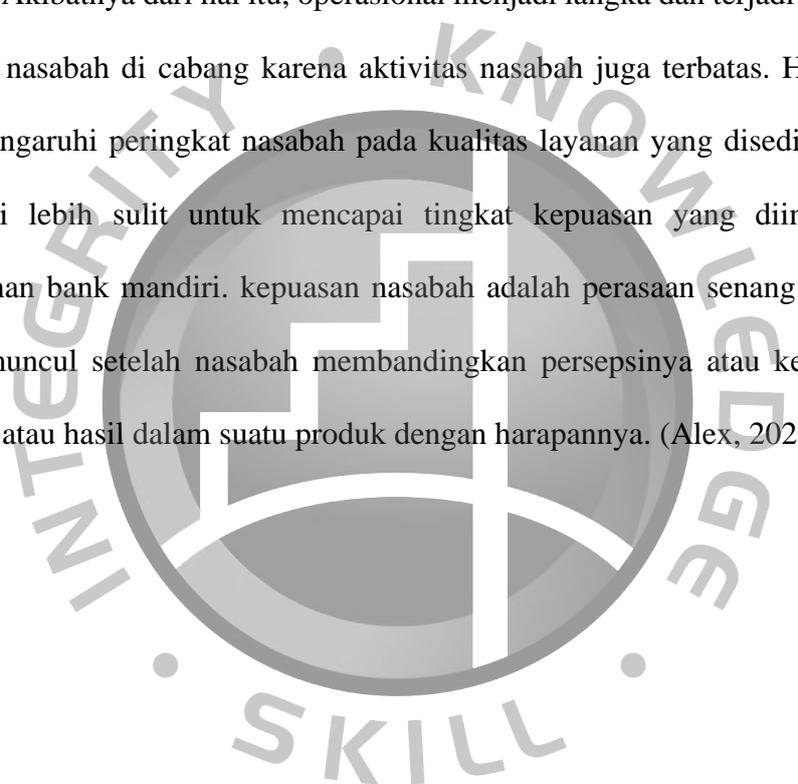
Region Jakarta	Jumlah Cabang		Cabang Tutup
	05 Apr 2021	10-Jul-21	
Area Jakarta Daan Mogot	26	25	1
Area Jakarta Green Ville	24	24	0
Area Jakarta Kota	19	19	0
Area Jakarta Kyai Tapa	20	19	1
Area Jakarta Pluit Selatan	19	19	0
Area Jakarta Pulogadung	19	18	1
Area Jakarta Tanjungpriok Enggano	27	26	1
R03	154	150	4
Area Jakarta Cikini	23	22	1
Area Jakarta Gambir	21	21	0
Area Jakarta Imam Bonjol	20	19	1
Area Jakarta Jatinegara Timur	18	16	2
Area Jakarta Kebon Sirih	30	29	1
Area Jakarta Pasar Rebo	16	16	0
Area Jakarta Pondok Kelapa	21	20	1
Area Jakarta Thamrin	20	20	0
R04	169	163	6
Area Jakarta Falatehan	18	18	0
Area Jakarta Fatmawati	21	20	1
Area Jakarta Plaza Mandiri	15	15	0
Area Jakarta Pondok Indah	15	14	1
Area Jakarta Sudirman	19	18	1
Area Jakarta Tebet Supomo	30	30	0
R05	118	115	3
Grand Total	441	428	13

Sumber : EDM Bank Mandiri

Berdasarkan tabel 1.2 pada tanggal 5 april Region 3, 4, 5 yang terdiri dari 441 cabang yang berada diwilayah jakarta yang salah satunya mensupervisi area jatinegara yang berjumlah 16 cabang. Region 4 terdiri dari 169 cabang yang buka pada tanggal 05 april 2021 kemudian pada tanggal 13 desember menjadi 163 cabang yang buka terdapat penurunan cabang yang buka di region 4, oleh sebab itu

region 4 dipilih karena memiliki cabang tutup terbanyak dari region 3 dan 5 dapat dilihat pada tabel diatas yang menunjukkan bahwa region 4 pada tanggal 5 april 2021 – 13 desember 2021 mengalami penurunan sejumlah 6 cabang yang tutup dan area jatinegara menjadi area yang tertinggi penutupan cabangnya sejumlah 2 cabang.

Akibatnya dari hal itu, operasional menjadi langka dan terjadi penumpukan antrian nasabah di cabang karena aktivitas nasabah juga terbatas. Hal ini sangat mempengaruhi peringkat nasabah pada kualitas layanan yang disediakan saat ini menjadi lebih sulit untuk mencapai tingkat kepuasan yang diinginkan oleh pelayanan bank mandiri. kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah nasabah membandingkan persepsinya atau kesannya pada kinerja atau hasil dalam suatu produk dengan harapannya. (Alex, 2020)



Tabel 1.3 Survey Penelitian

No	Submit Time	1. bagaimana pendapat anda dengan ditutup nya cabang bank mandiri disekitar lingkungan anda?	2. dengan diberlakukannya PSBB di masa Pandemi ini. apakah pelayanan di cabang tetap optimal ?	3. apakah petugas bank sudah menjalankan protokol kesehatan sesuai aturan pemerintah?
1	25-03-2021	Tidak Puas	Tidak Puas	Puas
2	25-03-2021	Tidak Puas	Tidak Puas	Puas
3	25-03-2021	Puas	Puas	Puas
4	25-03-2021	Tidak Puas	Tidak Puas	Puas
5	25-03-2021	Tidak Puas	Tidak Puas	Puas
6	25-03-2021	Tidak Puas	Tidak Puas	Puas
7	25-03-2021	Tidak Puas	Tidak Puas	Puas
8	25-03-2021	Tidak Puas	Tidak Puas	Puas
9	25-03-2021	Tidak Puas	Puas	Puas
10	25-03-2021	Puas	Puas	Puas
11	25-03-2021	Tidak Puas	Puas	Puas
12	25-03-2021	Tidak Puas	Tidak Puas	Puas
13	26-03-2021	Tidak Puas	Puas	Puas
14	26-03-2021	Puas	Puas	Puas
15	26-03-2021	Puas	Puas	Puas
16	26-03-2021	Tidak Puas	Puas	Puas
17	26-03-2021	Puas	Puas	Puas
18	27-03-2021	Tidak Puas	Puas	Puas
19	27-03-2021	Tidak Puas	Tidak Puas	Puas
20	27-03-2021	Tidak Puas	Tidak Puas	Puas
21	27-03-2021	Tidak Puas	Tidak Puas	Puas
22	27-03-2021	Tidak Puas	Puas	Puas
23	27-03-2021	Puas	Puas	Puas
24	27-03-2021	Puas	Puas	Puas
25	27-03-2021	Tidak Puas	Tidak Puas	Puas
26	27-03-2021	Puas	Puas	Puas
27	27-03-2021	Tidak Puas	Puas	Puas
Hasil	Puas = 29,6 % (8 nasabah)		Puas = 55,6% (15 nasabah)	Puas = 100% (27 nasabah)
	Tidak Puas = 70,4 % (19 nasabah)		Tidak Puas = 44,4 % (12 nasabah)	Tidak Puas = 0% (0 nasabah)

Pada table 1.3 survey penelitian yang di lakukan pada tanggal 25-27 maret 2021, diajukan questioner sample menggunakan aplikasi formsapp kepada 27 nasabah bank mandiri yang berlokasi di pasar mester yang bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah dalam pelayanan bank mandiri di masa Pandemi diketahui hasil dari survey tersebut sebagai berikut.

Nasabah yang dijumpai oleh peneliti telah memberikan penilaian terkait dengan layanan dan fasilitas sarana prasarana yang terdapat di cabang bank mandiri. Dari 27 nasabah dalam survey awal ini terlihat lebih mendominasi menyatakan bahwa nasabah merasa tidak puas, dibandingkan dengan rasa puas terhadap layanan di bank mandiri. Keluhan tersebut meliputi 19 nasabah atau 72% tidak puas akibat ditutupnya cabang. Dan masih cukup banyak nasabah yang merasa tidak puas karna pelayanan yang kurang optimal.

Selain itu, terdapat juga nasabah yang memberikan penilaian puas mengenai kelebihan dari bank mandiri terkait petugas bank sudah menjalankan protocol Kesehatan sesuai anjuran aturan pemerintah, dan manajemen bank mandiri berusaha untuk dapat memenuhi kepuasan nasabah, sehingga bank mandiri akan dapat bersaing dengan perbankan lainnya. Salah satu upaya bank mandiri untuk dapat memenangkan persaingan bisnis ini adalah dengan pelayanan yang prima dan inovasi dalam *digital banking*. (Eva, 2016)

Kepuasan pelanggan adalah perasaan gembira dan kecewa seseorang pada kinerja hasil suatu produk/jasa yang dirasakan, dibandingkan dengan harapannya. Terbentuknya kualitas pelayanan tentunya akan dapat membantu dalam

menciptakan kepuasan terhadap pengguna layanan dengan demikian meningkatnya kepuasan pelanggan akan berpotensi pada pertumbuhan penjualan *long term* dan *short term*, serta dapat meningkatkan pangsa pasar dan terjadinya *repurchase* dalam pembelian produk/jasa. hubungan yang baik antara kepuasan pelanggan dengan nilai jasa juga dapat mengindikasikan bahwa seberapa puas pelanggan dalam menggunakan suatu jasa dapat diartikan dari seberapa baik pengalaman pelanggan dalam menggunakan suatu jasa dibandingkan dengan nilai yang diharapkannya. (Syaifulloh, 2011) dalam mempertahankan nasabah dan melindungi kepentingan nasabah jangka panjang, bank perlu mempertahankan hubungan yang berkelanjutan dengan nasabah mereka. Salah satu cara untuk melakukannya adalah memahami kebutuhan nasabah dengan pelayanan yang optimal. (Lee, 2015)

Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan dimensi kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang dapat dirasakan berbeda oleh nasabah/ Maka dari itu perusahaan yang bergerak di bidang jasa khususnya dalam bidang keuangan dan pelayanan, lebih mementingkan semua variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari *Assurance*, *Responsiveness*, *Tangible*, *Emphaty*, *Reliability* sehingga pelayanan yang diberikan memberikan kepuasan bagi nasabah. (Putri & Nurcaya, 2013) Kepuasan pelanggan dan kualitas layanan bersifat terkait. Semakin tinggi kualitas layanan, semakin tinggi kepuasan nasabah. (Munusamy et al., 2010)

Kemudian penelitian terkait *Service Quality* di masa Pandemi masih jarang dilakukan sehingga peneliti ingin mengeksplorasi sebuah fenomena yang terjadi saat

Pandemi untuk mendapatkan informasi yang akurat akibat dampak covid-19 dalam sisi pelayanan terhadap kepuasan nasabah di perbankan.

a) Tangible

Pada masa pandemi saat ini bank mandiri telah menerapkan skenario protokol Kesehatan yang tercantum dalam surat Menteri BUMN Nomor S-336/MBU/05/2020 tentang Antisipasi Skenario The New Normal Badan Usaha Milik Negara. (Bank Mandiri, 2020a) Survey yang dilakukan pada tanggal 25 -27 maret 2021 kepada 27 responden yang berlokasi di pasar mester jatinegara menunjukkan semua responden yang menjadi sampel pada pertanyaan “*apakah petugas bank sudah menjalankan protokol Kesehatan sesuai aturan pemerintah*” 27 responden memberikan *voting* puas. protokol yang telah diterapkan antara lain masker oleh karyawan, thermogun untuk mengetahui suhu tubuh nasabah, tamu serta karyawan, penggunaan sarung tangan dan masker oleh pegawai front office, penyediaan antar jemput pegawai, posko kesehatan, memasang jarak antrian antar nasabah serta memasang penyekat meja acrylic di teller dan customer service, karyawan juga mendapatkan supply vitamin untuk meningkatkan daya tahan tubuh agar dapat produktif dalam bekerja dan menjaga lingkungan kantor tetap bersih dan nyaman salah satunya dengan cara penyemprotan desinfektan hal ini bertujuan untuk mencegah penularan covid 19 lebih luas di bank mandiri.

b) Reliability

Reliability merupakan kemampuan untuk melakukan pelayanan yang dijanjikan, diandalkan dan akurat terhadap nasabah yang akan melakukan transaksi.

Survey yang dilakukan pada tanggal 25-27 maret 2021 kepada 27 responden yang berlokasi di pasar mester jatinegara yang dikemukakan pada pertanyaan ke dua sebagai berikut “*dengan diberlakukannya PSBB di masa pandemic ini, apakah pelayanan di cabang tetep optimal?*” 15 responden / 55% dari 27 nasabah menjawab puas sedangkan sisanya menjawab tidak puas, 12 responden / 44% yang merasa tidak puas menandakan masih cukup tingginya pelayanan yang kurang optimal, akurat & handal dalam pelayanan di masa pandemi ini.

c) Assurance

Overall Conventional Bank Ranking

RANK	OVERALL PLUS DIGITAL	2020	2019	RANK	OVERALL WALK-IN CHANNEL	2020	2019
1	Commonwealth Bank	89.23	86.42	1	Commonwealth Bank	90.24	86.10
2	Bank Permata	89.02	81.63	2	Bank Permata	89.18	77.78
3	Bank Central Asia	86.50	82.24	3	Bank Danamon	81.93	80.12
4	Bank Danamon	85.55	82.99	4	Bank BNI	80.64	82.64
5	Bank BNI	84.57	85.42	5	Bank Tabungan Negara	76.69	78.25
6	Bank OCBC NISP	82.09	74.02	6	Bank Central Asia	76.59	77.50
7	Bank Mandiri	80.56	75.94	7	Bank OCBC NISP	75.15	74.76
8	Bank CIMB Niaga	78.25	76.51	8	Bank Rakyat Indonesia	74.23	73.98
9	Bank Rakyat Indonesia	77.90	79.70	9	Bank Mandiri	72.30	74.13
10	Maybank	75.91	77.17	10	Maybank	71.27	72.53

RANK	OVERALL DIGITAL	2020	2019	RANK	OVERALL E-BANKING	2020	2019
1	Bank Central Asia	91.92	84.96	1	Bank BNI	93.62	89.77
2	Bank Permata	88.92	84.21	2	Bank Central Asia	93.37	84.94
3	Bank Danamon	88.25	85.17	3	Bank Rakyat Indonesia	92.65	91.14
4	Commonwealth Bank	87.64	86.85	4	Bank Permata	91.08	84.89
5	Bank BNI	86.55	87.05	5	Bank CIMB Niaga	90.78	79.96
6	Bank OCBC NISP	86.21	73.59	6	Commonwealth Bank	88.22	86.12
7	Bank Mandiri	85.62	77.21	7	Bank Danamon	87.20	84.90
8	Jenius BTPN	85.22	74.80	8	Bank OCBC NISP	87.10	73.14
9	Bank CIMB Niaga	83.72	79.40	9	Bank Mandiri	86.22	74.83
10	Bank Rakyat Indonesia	79.77	83.12	10	Jenius BTPN	86.17	71.25

Sumber : (Marketing Research Indonesia, 2020)

Gambar 1.2 MRI Research

Pada survey yang dilakukan oleh MRI Research layanan untuk pelayanan digital banking pada bank mandiri berada di peringkat 7, tahun 2019 score 77.21

naik pada tahun 2020 menjadi 85.62. ini artinya pelayanan digital banking di bank mandiri mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya. (Marketing Research Indonesia, 2020)

d) *Responsiveness*

Bank mandiri memiliki media pengaduan dalam menyelesaikan aduan/*complain* nasabah, hal ini bertujuan agar nasabah mendapatkan pelayanan yang baik dan mendapat respond jika terdapat kendala dalam bertransaksi. Nasabah dapat melaporkan aduan melalui cabang terdekat, media social bank mandiri dan surat tertulis resmi yang ditujukan kepada manajemen bank mandiri. (Mandiri, 2021) nasabah lebih mudah dalam melaporkan aduan dalam media social atau tertulis.

e) *Emphaty*

Emphaty merupakan kepedulian dan perhatian yang dilakukan oleh bank mandiri terhadap nasabah. Pelayanan yang dipersonalisasi kepada nasabah yang membutuhkan *private service transaction*. Bank mandiri mengupayakan pelayanan yang maximal, detail, memenuhi kebutuhan nasabah. Salah satu layanan yang dikeluarkan adalah *private banking*. Namun tidak semua nasabah mendapatkan pelayanan tersebut hanya nasabah yang memiliki dana 20 M.

f) *Image Corporate*

Image Corporate merupakan persepsi organisasi yang telah tercermin dalam ingatan nasabah, yang membedakan organisasi ini dengan pesaingnya.(Rahim, 2015)

Ikhtisar Keuangan dan Rasio Keuangan

Tabel Ikhtisar Keuangan

(dalam jutaan Rupiah)

Uraian	2020	2019	2018	2017	2016
LAPORAN POSISI KEUANGAN KONSOLIDASIAN					
ASET					
Kas	24.682.671	28.094.267	27.348.914	24.268.563	22.906.775
Giro pada Bank Indonesia	49.638.625	46.490.930	59.852.761	50.188.118	52.484.974
Giro pada Bank lain - Neto	23.977.327	12.558.297	14.830.772	12.329.947	10.360.165
Penempatan pada Bank Indonesia dan Bank lain - Neto	79.766.597	37.568.760	22.515.696	74.600.803	73.616.927
Efek-efek - Neto	79.900.770	71.263.368	63.835.900	59.638.323	56.572.903
Obligasi Pemerintah - Neto	159.690.627	129.000.300	114.284.518	103.411.188	98.933.278
Tagihan lainnya - Transaksi Perdagangan - Neto	28.308.088	29.104.111	24.809.459	24.090.128	14.167.271
Tagihan atas efek-efek yang dibeli dengan janji dijual kembali	55.094.456	1.955.363	2.097.629	2.629.315	5.054.488
Tagihan derivatif	2.578.947	1.617.476	1.798.557	817.292	470.243
Kredit yang diberikan dan piutang/pembiayaan syariah - Neto	807.874.363	855.846.844	767.761.095	678.292.520	616.706.193
Piutang pembiayaan konsumen - Neto	18.649.899	18.211.088	16.826.865	14.782.332	11.531.838
Investasi bersih dalam sewa pembiayaan - Neto	3.522.467	3.047.689	3.319.103	2.356.890	829.945
Tagihan akseptasi - Neto	10.033.684	10.058.035	13.592.409	12.290.260	14.548.203
Penyertaan saham/Investasi pada Entitas Asosiasi - Neto	2.250.017	606.010	421.504	333.312	245.136
Biaya dibayar dimuka	1.328.051	3.012.550	2.858.186	2.784.234	2.751.081
Pajak dibayar dimuka	2.178.758	1.176.600	1.236.027	2.688.049	2.612.707
Aset tetap - Neto	46.728.153	44.612.199	38.442.696	36.618.753	35.663.290
Aset tidak berwujud - Neto	4.520.619	3.321.284	2.764.726	2.401.467	1.955.496
Aset lain-lain - Neto	21.027.594	16.750.054	18.657.655	14.615.034	11.304.995
Aset Pajak Tanggahan - Neto	7.582.771	3.951.710	4.997.622	5.564.319	5.990.101
TOTAL ASET	1.429.334.484	1.318.246.335	1.202.252.094	1.124.700.847	1.038.706.009

Sumber : Laporan Bank Mandiri

Gambar 1.3 Rasio Keuangan

Diketahui gambar 1.3 2016 sampai dengan 2020 bank mandiri mengalami peningkatan total asset dari tahun ke tahun hal ini menjadikan bank mandiri memiliki citra yang baik dalam menjaga performance financial bank mandiri dari tahun ke tahun. (Bank Mandiri, 2020)

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan (Suryawan, 2018), (Putri & Nurcaya, 2013), (Febriana, 2016), (Vinet & Zhedanov, 2011), (Nurvita, 2019), menunjukkan bahwa kualitas pelayanan jasa berpengaruh signifikan terhadap

kepuasan pelanggan. Sama halnya dengan penelitian oleh (Ristanti, 2011) menunjukkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Lembaga pendidikan formal. Secara parsial variable *Empathy* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan Lembaga Pendidikan formal. sedangkan *Responsiveness, Assurance, Tangible, Reliability* tidak berpengaruh signifikan terhadap Lembaga pendidikan formal. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Bindi, 2013) hasilnya menunjukkan bahwa *Reliability, Responsiveness, Tangible* berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan, sedangkan *Assurance* dan empati tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan. Dan dalam penelitian (Kant, 2017) menunjukkan bahwa hasil dari penelitiannya adalah *Tangibility, Empathy, Responsiveness, Assurance* dan *Image* memiliki hubungan positif yang signifikan dengan kepuasan pelanggan pada bank sektor publik terpilih di India dan hanya *Reliability* yang tidak signifikan terkait dengan kepuasan pelanggan di bank sektor publik India.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik meneliti dengan judul **“PENGARUH DIMENSI SERVICE QUALITY TEHADAP CUSTOMER SATISFACTION BANK MANDIRI SELAMA MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Pada PT. Bank Mandiri Tbk Area Jatinegara Timur)”**.

1.2. Ruang Lingkup

Penelitian ini dilakukan dengan mereplikasi penelitian terdahulu, replikasi merupakan penelitian yang dilakukan dengan mengulang penelitian yang sudah ada dengan penelitian baru, penelitian sebelumnya yaitu penelitian (Kant, 2017) dengan pengembangan objek, metode, dan lokasi berbeda. Metode dalam penelitian ini adalah bersifat deskriptif, pengambilan data dilakukan melalui kuesioner. Kemudian penelitian akan difokuskan di wilayah DKI Jakarta walaupun DKI Jakarta sudah keluar dari zona merah akan tetapi kasus covid-19 masih cukup tinggi (Kompas, 2021). Dimana hal ini mempengaruhi kebijakan bank mandiri dalam melaksanakan operasionalnya.

Penelitian dilakukan kepada nasabah yang sudah berusia 17 tahun keatas, karena diusia 17 tahun keatas merupakan usia dewasa dalam ketentuan hukum dan seseorang dapat bertanggung jawab terhadap tindakan yang dilakukan serta sudah memiliki rekening mandiri dan sudah menjadi nasabah aktif bank mandiri merasakan pelayanan di bank mandiri sebelum dan pada saat masa Pandemi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Dimensi *Service Quality* yaitu : *Assurance* (Jaminan), *Responsiveness* (Daya Tangkap), *Tangible* (Bentuk Fisik), *Emphaty* (Empati), *Reliability* (Kehandalan), *Image* (Citra Perusahaan) terhadap *Customer Satisfaction* Selama Masa Pandemi Covid-19 di Area Jatinegara Timur.

1.3. Identifikasi Masalah

Sejak terjadinya Pandemi Dan pemberlakuan PSBB di Jakarta bank mandiri mulai memberlakukan penutupan kantor cabang sementara, membatasi jam operasional dan pegawainya. Sehingga nasabah yang rutin datang ke cabang seperti biasa harus pindah dan mencari cabang terdekatnya hal ini menimbulkan lonjakan antrian nasabah dalam bertransaksi di cabang.

Nasabah yang dijumpai oleh peneliti telah memberikan penilaian terkait dengan layanan dan fasilitas sarana prasarana yang terdapat di cabang bank mandiri. Dari 27 nasabah dalam survey awal ini terlihat lebih mendominasi menyatakan bahwa nasabah merasa tidak puas, dibandingkan dengan rasa puas terhadap layanan di bank mandiri. Keluhan tersebut meliputi 19 nasabah atau 72% tidak puas akibat ditutupnya cabang. Dan masih cukup banyak nasabah yang merasa tidak puas karena pelayanan yang kurang optimal.

Penelitian dilakukan karena adanya gap antara kepuasan nasabah dengan *Service Quality* di masa Pandemi seperti yang sudah peneliti lakukan melalui survey terhadap 27 orang nasabah bank mandiri di Jakarta. penelitian (Kant & Jaiswal, 2017) yang diusulkan oleh Gronroos, C. (1984) model gap berbasis *Service Quality* dan menetapkan *Image Corporate* menjadi salah satu dimensi kunci kualitas pelayanan di industri jasa, termasuk sektor perbankan. ada sedikit penelitian yang berfokus pada citra perusahaan sebagai dimensi kualitas layanan dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan dalam konteks perbankan. Penelitian serupa jarang ditemukan yang menginvestigasi *Image corporate*. Oleh karena itu, peneliti

berupaya mengisi kesenjangan penelitian dalam literatur kualitas layanan dengan mengeksplorasi dimensi kualitas layanan yang dirasakan nasabah dan hubungannya dengan kepuasan nasabah dalam konteks perbankan. Sehingga variable yang ditambahkan dalam dimensi kualitas pelayanan yaitu *Image corporate*.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas banyak nasabah yang mengeluhkan akibat cabang yang tutup, berkurangnya jam operasional dan petugas dalam pelayanan akibat dari PSBB untuk mencegah penyebaran covid-19. Sehingga perlu diperhatikan *Service Quality* yaitu *Assurance, Responsiveness, Tangible, Emphaty, Reliability* dan *Image corporate*.

1. Apakah kualitas pelayanan (*Responsiveness*) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah terhadap PT. Bank Mandiri Tbk ?
2. Apakah kualitas pelayanan (*Reliability*) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah terhadap PT. Bank Mandiri Tbk ?
3. Apakah kualitas pelayanan (*Assurance*) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah terhadap PT. Bank Mandiri Tbk ?
4. Apakah kualitas pelayanan (*Emphaty*) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah terhadap PT. Bank Mandiri Tbk ?
5. Apakah kualitas pelayanan (*Tangible*) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah terhadap PT. Bank Mandiri Tbk ?

6. Apakah Kualitas Pelayanan Citra Perusahaan (*Image Corporate*) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah terhadap PT. Bank Mandiri Tbk ?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, Adapun tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif kualitas pelayanan (*Responsiveness*) terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Mandiri Tbk
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif kualitas pelayanan (*Reliability*) terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Mandiri Tbk
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif kualitas pelayanan (*Assurance*) terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Mandiri Tbk
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif kualitas pelayanan (*Emphaty*) terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Mandiri Tbk
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif kualitas pelayanan (*Tangible*) terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Mandiri Tbk
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas positif pelayanan Citra Perusahaan (*Image corporate*) terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Mandiri Tbk

1.6. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa manfaat untuk berbagai pihak, yaitu :

1.6.1. Bagi Penulis

Diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan baru melalui pengalaman yang diperoleh selama melakukan penelitian, serta dapat mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya di bidang Manajemen Pemasaran.

1.6.2. Bagi Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat berkontribusi di dalam penelitian pemasaran untuk memberikan wawasan, pemikiran, dan pengetahuan baru yang nantinya dapat dijadikan sebagai referensi didalam penyusunan penelitian serupa.

1.6.3. Bagi Perusahaan Bank Mandiri

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai landasan sumber informasi dan evaluasi bagi bank mandiri untuk mengetahui sejauh mana kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Sehingga bank mandiri terus dapat melayani dengan baik dan optimal dengan mengevaluasi dan berinovasi dalam pelayanan.

1.6.4. Nasabah Bank Mandiri

Hasil penelitian ini dapat dijadikan nasabah sebagai dasar acuan untuk menilai sejauh mana bank mandiri dapat mempertahankan kualitas pelayanan sebagai upaya meningkatkan kepuasan nasabah dalam melakukan transaksi .

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi merupakan bagian - bagian yang berisi dari paparan singkat atau garis besar materi yang terdiri dari 5 bagian, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang pemaparan mengenai latar belakang, berisi tentang fenomena, riset gap dan teori tentang *Service Quality* dan *Customer Satisfaction* , data survey, ruang lingkup, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan dari penelitian, manfaat dari penelitian dan sistematika dari penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas tentang teori-teori dan tinjauan Pustaka yang berkaitan dengan penelitian ini, teori umum yang dimaksud yaitu : Pemasaran, *Customer Satisfaction* , *Service Quality*, *Tangibles*, *Reliability*, *Assurance*, *Responsiveness*, *Emphaty*, *Image corporate*. beserta indikator pengukuran dimensi *Service Quality*, Tabel penelitian terdahulu, hubungan antar variabel penelitian, , Pembentukan hipotesis service quality, hipotesis penelitian., Kerangka pemikiran,

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini akan membahas mengenai objek yang akan diteliti, populasi dan sampel pada penelitian, dan akan menjelaskan jenis data yang digunakan dalam penelitian serta metode dalam pengumpulan data, operasionalisasi variabel, model penelitian, teknik pengolahan data, dan teknik pengujian hipotesis.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN MASALAH

Bab ini menggambarkan hasil penelitian yang dilakukan, di dalam bab ini penulis akan memberikan gambaran-gambaran yang jelas mengenai obyek penelitian meliputi profil perusahaan, perkembangan perusahaan, kekuatan dan kelemahan perusahaan dan lain-lain. Inti dari bab ini adalah penjabaran analisis dan pembahasan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir ini adalah bagian penutup dari skripsi yang berisi tentang kesimpulan-kesimpulan dan rangkuman yang didapat dari hasil penelitian pada bab-bab sebelumnya. Saran yang diberikanpun tidak terlepas dari kesimpulan-kesimpulan yang ada.