

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Terjadinya masa globalisasi, membuat pesatnya pertumbuhan perbankan di Indonesia. Perihal ini diisyarati semakin menyebarnya bank milik swasta maupun milik negara yang terdapat di setiap daerah. Perbankan merupakan lembaga yang penting bagi sebuah negara. Bank yaitu alokasi penyimpanan dana dari perusahaan, perorangan, badan-badan swasta maupun pemerintah.

Kemunculan beberapa bank baru yang menyediakan bermacam produk layanan yang dapat menarik nasabah lain untuk berpaling dari bank yang sudah eksis sebelumnya, membuat masyarakat lebih selektif dalam menentukan pilihan bank mana untuk investasi dana yang mereka simpan maupun dipergunakan agar bisa mencukupi seluruh kebutuhan finansial.

Semakin banyaknya kompetitor pasti setiap bank memiliki strategi untuk mendapatkan nasabah semaksimal mungkin. Antara lain yaitu memberikan bunga yang meringankan nasabah, penambahan jangka waktu, singkatnya prosedur adalah contoh strategi perbankan untuk mendapatkan minat nasabah. Karena itu pihak perbankan menyadari sangat pentingnya loyalitas nasabah.

Griffin [2016:31] menyatakan loyalitas nasabah merupakan seseorang yang melakukan kegiatan pembelian, khususnya kegiatan pembelian secara tertib serta terjadi beberapa kali. Loyalitas adalah salah satu faktor yang dominan sekarang ini yang berpengaruh terhadap kesuksesan bisnis, sebab dalam waktu belakangan ini loyalitas konsumen

dijadikan tujuan yang paling penting dari terwujudnya keberhasilan perusahaan. Dalam perusahaan keuangan seperti bank, meningkatnya keuntungan bank didapatkan dari nasabahnya yang bersifat loyal, karena laba pokok bank didapatkan dari selisih antara bunga simpanan yang didapatkan dari bunga yang terjadi atas pinjaman nasabah atau kredit dari para nasabah [Kasmir, 2017:136]. Banyak faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah salah satunya antara lain citra bank, kualitas pelayanan serta kepuasan nasabah.

Faktor pertama yaitu citra bank. Menurut Kotler & Keller (2017:299), citra bank / perusahaan yaitu pandangan pada perusahaan atau produknya yang mereka berikan kepada masyarakat. Untuk suatu industri citra yang baik absolut dibutuhkan. Citra perbankan dapat dilihat dari nama sebuah perusahaan, bentuk bangunannya perusahaan, macam-macam produk dan pelayanan dan juga kesan kepada karyawan dalam menjalin hubungan dengan para nasabahnya.

Faktor kedua yaitu kualitas pelayanan. Menurut Ratminto (2016:14), kualitas pelayanan merupakan sesuatu aktivitas ataupun rangkaian aktivitas yang bersifat tak nampak melalui kejadian karena terjadi hubungan diantara nasabah dengan pihak perusahaan maupun adanya sesuatu yang diberikan suatu perusahaan untuk memberikan solusi atas permasalahan nasabah. Kualitas pelayanan merupakan faktor luar biasa penting agar ditingkatkan serta tetap dipertahankan, karena kualitas pelayanan sebagai dasar untuk membuat nasabah menjadi loyal.

Faktor yang ketiga adalah kepuasan nasabah. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:150), kepuasan nasabah merupakan perasaan menyenangkan atau tidak senang yang dihasilkan seseorang dari hasil perbandingan hasil kerja atau produk yang dirasakannya. Nasabah bisa

merasakan kepuasan setelah ada perbandingan pengalaman saat nasabah membeli barang/jasa dan merasakan layanan yang diberikan pemberi jasa sesuai keinginan customer.

Bank Panin yaitu salah satu perusahaan perbankan di Indonesia yang dapat dikatakan sukses dalam mengoperasikan bisnisnya. Bank Pan Indonesia, Tbk atau disebut Bank Panin telah berdiri sejak tahun 1971, dan ditahun 1982 telah menjadi perseroan terbatas (PT), merupakan bank pertama yang diperdagangkan secara terbuka di bursa.

Sebagai bank untuk ritel, PT. Bank Panin menyediakan produk dan layanan yang bisa dipergunakan oleh perseorangan ataupun kelompok, agar dapat mencukupi kebutuhan perseorangan. Nasabah bisa menentukan produk mana yang diambil baik simpanan maupun kredit yang ada di jasa layanan yang diinginkan, sebab perusahaan ikut serta dalam beberapa promosi antara lain mempunyai mitra dengan perusahaan properti, otomotif, serta pengembang besar, termasuk Usaha Kredit Mikro (UKM).

Fenomena yang dialami Bank Panin saat ini, khususnya Bank Panin KCP Tropodo Sidoarjo, nasabah masih belum merasakan layanan yang diharapkan, yang dapat menyebabkan nasabah beralih ke penyedia layanan lain. Permasalahan yang banyak dikeluhkan oleh para nasabah secara global bisa digolongkan menjadi beberapa kategori, antara lain : (1) bagian pemasaran memberikan keterangan yang tidak jelas; (2) tidak lengkapnya keterangan yang diberikan bagian pemasaran; (3) ketidaksesuaian perjanjian dalam pencairan yang sering mengalami keterlambatan; (4) layanan kredit yang selalu berbelit; (5) bagian pemasaran yang bersikap tidak paham pentingnya pelanggan; (6) pelayanan yang ketus dari salah satu bagian pemasaran saat melayani kredit; (7) antrian

panjang saat menunggu pencairan di teller; serta (8) teller kurang cepat saat pelayanan (Kotak saran PT. Bank Panin KC. Tropodo Sidoarjo per 14 November 2020).

Berdasarkan uraian diatas, sehingga diperoleh gambaran yaitu keberhasilan Bank Panin dalam mempertahankan loyalitas nasabahnya sangat berpengaruh terhadap citra perusahaan, kualitas pelayanan serta kepuasan nasabah. Bahwa sepanjang perjalanannya, PT Bank Panin telah menetapkan strategi agar jadi bank terpilih yang bisa memuaskan nasabahnya atas pemberian penawaran untuk kebutuhan jasa keuangan. Maka dari itu salah satu faktor kunci dalam mensukseskan strategi tersebut adalah loyalitas nasabah. Berdasarkan penjelasan fenomena diatas, maka diambil judul **“PENGARUH CITRA BANK, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT. BANK PANIN KCP TROPODO SIDOARJO”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari penjelasan fenomena yang terdapat pada latar belakang diatas, dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh secara parsial antara variabel citra bank dengan loyalitas nasabah PT. Bank Panin KCP Tropodo Sidoarjo ?
2. Apakah terdapat pengaruh secara parsial antara variabel kualitas pelayanan dengan loyalitas nasabah PT. Bank Panin KCP Tropodo Sidoarjo ?
3. Apakah terdapat pengaruh secara parsial antara variabel kepuasan nasabah dengan loyalitas nasabah PT. Bank Panin KCP Tropodo Sidoarjo ?

4. Apakah terdapat pengaruh secara bersama-sama dari variabel citra bank, kualitas pelayanan serta kepuasan nasabah dengan loyalitas nasabah PT. Bank Panin KCP Tropodo Sidoarjo ?
5. Variabel manakah yang berpengaruh paling dominan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Panin KCP Tropodo Sidoarjo ?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari penjelasan rumusan masalah diatas, penulis membuat tujuan yang dapat diambil diantaranya:

1. Untuk menganalisa apakah secara parsial variabel citra bank berpengaruh dengan loyalitas nasabah PT. Bank Panin KCP Tropodo Sidoarjo.
2. Untuk menganalisa apakah secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh dengan loyalitas nasabah PT. Bank Panin KCP Tropodo Sidoarjo.
3. Untuk menganalisa apakah secara parsial variabel kepuasan nasabah berpengaruh dengan loyalitas nasabah PT. Bank Panin KCP Tropodo Sidoarjo.
4. Untuk menganalisa apakah secara bersama-sama variabel citra bank, kualitas pelayanan serta kepuasan nasabah berpengaruh dengan loyalitas nasabah PT. Bank Panin KCP Tropodo Sidoarjo.
5. Untuk menganalisa variabel manakah yang berpengaruh paling dominan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Panin KCP Tropodo Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat dijelaskan dari penelitian ini antara lain:

1. Aspek Akademis

Penulis mengharapkan agar karya ilmiah ini bisa berkontribusi dalam mengembangkan pengetahuan ilmu ekonomi, terutama dalam bidang manajemen pemasaran serta sebagai bahan rujukan penelitian selanjutnya mengenai variabel citra bank, kualitas pelayanan serta kepuasan nasabah untuk mengetahui pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah.

2. Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Sebagai bahan masukan untuk sebuah karya ilmiah dan memperluas kajian pustaka agar bisa mendukung dalam mengembangkan ilmu pemasaran khususnya agar mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan loyalitas nasabah serta penulis dapat melakukan penerapan atas teori yang dipelajari selama menempuh kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya.

3. Aspek Praktis

Sebagai bahan masukan dan memberikan pandangan baru PT. Bank Panin Tbk KCP Tropodo Sidoarjo mengenai citra bank, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah dalam menciptakan pelanggan loyal. Selain dari manfaat tersebut diharapkan penelitian ini menjadi bahan pertimbangan untuk PT. Bank Panin Tbk KCP Tropodo Sidoarjo dalam penerapan dan pelaksanaan kualitas pelayanan dalam perusahaan sehingga kedepannya bisa menjadi lebih efektif dan efisien dalam menjalankan operasional perusahaan. Disamping hal tersebut melalui penelitian yang penulis lakukan diharapkan berkontribusi untuk perusahaan lain selain objek penelitian sebagai referensi dan memberikan gambaran mengenai citra bank, kualitas

pelayanan dan kepuasan nasabah dalam menciptakan loyalitas nasabah dan penerapannya dalam suatu entitas.