

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era global ini, pertumbuhan industri dan ekonomi berpengaruh kepada kehidupan masyarakat. Kenaikan status sosial, ekonomi dan industri dapat berdampak kepada cara hidup dan sikap suatu orang. Peralihan ini pada akhirnya berpengaruh ke kepuasan terhadap produk dan jasa. Untuk bisa bersaing di dalam dunia industri yang bertambah berkembang ini, entitas perusahaan harus mampu menyediakan produk serta layanan yang memberi kebutuhan dan kepuasan pelanggan, namun perusahaan yang berkualitas yang bisa bersaing untuk mendominasi pasar. Bersamaan dengan tingginya perolehan, teknologi dan pendidikan, maka kapasitas harapan dan tuntutan pengguna jasa akan kepuasan kepada pelayanan yang diberikan oleh pelayanan umum juga meningkat. Selain itu, pelayanan umum dipaksa untuk bisa memberikan keperluan para pengguna jasa dan wajib selalu meningkatkan pelayanannya.

Menaikkan nilai pelayanan serta nilai produk untuk memenuhi keinginan pelanggan menjadi salah satu dari tujuan semua perusahaan khususnya perusahaan industri. Banyaknya produk bervariasi jenis, kualitas, dan bentuknya, semuanya untuk memikat hati pelanggan dan membuat pelanggan condong untuk membayar produk tersebut. Karena itu, semua perusahaan harus sanggup menghasilkan produk dengan spesifikasi yang terbaik untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk bisa membingkai ulang program yang mereka terapkan untuk menaikkan daya saingnya didalam melayani pelanggan. Bekerja untuk menghasilkan dan mempertahankan konsumen harus menjadi prioritas yang utama untuk perusahaan. Program yang tepat untuk menarik konsumen harus dipersiapkan dengan matang agar pelanggan mau membeli produk perusahaan. Tidak hanya itu, perusahaan juga wajib berusaha agar konsumen tetap loyal pada produknya.

Expositions kepuasan konsumen sangat berkaitan dengan nilai produk dan nilai pelayanan yang ada di dalam perusahaan. Dengan bertambah banyaknya konsumen maka dibutuhkan produk serta pelayanan yang mempunyai kualitas yang mampu memaksa konsumen untuk menciptakan relasi yang erat dengan suatu perusahaan. Dalam waktu panjang, perusahaan bisa menaikkan rasa puas daripada pelanggan dimana perusahaan bisa mengoptimalkan dan mengurangi pengalaman konsumen yang kurang berkenan. Semua perusahaan diwajibkan untuk bisa memberi kepuasan terhadap pelanggannya dengan produk dan pelayanan ideal, mengingat perusahaan harus sanggup mempertahankan kedudukannya di tengah-tengah kompetisi bisnis yang ketat.

Kualitas layanan berpusat pada usaha untuk memuaskan kebutuhan, keinginan pelanggan serta penyampaian yang tepat untuk menyeimbangkan harapan konsumen. Kualitas memiliki kaitan yang sangat dekat dengan rasa puas pelanggan. Kualitas memaksa pelanggan untuk membangun jaringan yang kuat dengan perusahaan. Dalam waktu lama, jenis koneksi ini mengharuskan perusahaan untuk lebih mengerti kebutuhan dan keinginan mereka (Zakaria, 2017).

Kualitas dari layanan yang prima dari perusahaan, akan membuahkan rasa puas untuk *customer*. Pelanggan merasakan sangat terpuaskan dengan hasil produk dan pelayanan yang diterimanya, kemudian konsumen membandingkannya layanan yang diberikan. Konsumen merasa terpuaskan, mereka akan membayar lagi dan mengusulkan kepada konsumen lainnya untuk memakai atau menggunakan layanan dari produk yang sama. Pelayanan (kepuasan konsumen) ialah satu dari faktor yang utama diperlukan pada kelangsungan jual beli dan memenangkan kompetisi semakin diakui, perusahaan perlu memulai berpikir lebih matang tentang betapa pentingnya pelanggan pelayanan melalui kualitas pelayanan. Sarana dan prasarana terkait layanan yang telah diberikan menjadi ukuran pengendalian dan kesuksesan. Kualitas wajib

dimulai dengan mengetahui kebutuhan konsumen atau pelanggan serta berakhir dengan persepsi oleh konsumen. Oleh karena itu, kualitas yang baik berlandaskan terhadap perspektif dan persepsi konsumen, bukan pada perspektif dan persepsi penyedia jasa.

Selanjutnya, kaitannya dengan kepuasan nasabah ada kualitas produk yang dirasa oleh konsumen dapat memastikan suatu pemahaman kepada kinerja perusahaan, yang nantinya akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Peran dari, kualitas dan keuntungan dari produk membentuk pusat perhatian konsumen. Keinginan konsumen yang selalu mengalami peningkatan dan berdasarkan tingkatan krisis yang selalu meningkat, mengarah terhadap pelayanan dengan cara personal dan ikut serta di dalam peningkatan suatu produk. Ini yang dapat dijadikan pokok pikiran untuk selalu dapat mencukupi kebutuhan, harapan dan peluang nasabah di dalam seluruh pergantian. Hal tersebut dapat membuat nasabah tidak berpaling ke produk perbankan lainnya.

Bank Rakyat Indonesia (BRI) merupakan satu dari sekian aktor bisnis di dalam kegiatan perbankan yang tak lepas dari kejadian pergeseran yang muncul dari kekuatan persaingan agar nasabah tidak berpaling dari perusahaan. Dengan ini tindakan customer bank di Indonesia semakin sulit ditebak. Salah satunya terdapat nasabah yang ingin mendapatkan suku bunga kecil (misal kredit pinjaman) atau suku bunga besar (misal giro, deposito dan tabungan). Selain itu biaya untuk administrasi yang kecil dan ada juga customer yang ingin mendapatkan transaksi uang dengan cepat, praktis, aman dan gampang diakses, kapan, atau dimana sekaligus. Selain itu ada strategi serta pembuatan yang ditawarkan. Citra dari bank salah satunya yaitu bisa terwujud melalui tampaknya kualitas pelayanan yang sangat baik serta memberikan kualitas produk dari Bank BRI yang mengakibatkan dampak terhadap kepuasan nasabah. Sinergi terhadap pelayanan dan citra bank yang baik sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kemudian kepuasan pelanggan pada waktunya akan bisa melahirkan relasi berkelanjutan diantara *customer* dengan bank dalam bentuk adanya transaksi yang berulang-ulang atau kesetiaan (Sumadi & Soliha, 2015).

Berlandaskan pokok-pokok penjelasan penelitian diatas, maka dilaksanakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah PT. BANK BRI (PERSERO) CABANG WARU UNIT KLETEK SIDOARJO”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, ada beberapa masalah yang diteliti, yaitu :

1. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi kepada kepuasan pelanggan PT. BANK BRI (PERSERO) Cabang Waru Unit Kletek Sidoarjo?
2. Apakah kualitas produk mempengaruhi kepada kepuasan pelanggan PT. BANK BRI (PERSERO) Cabang Waru Unit Kletek Sidoarjo?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk mempengaruhi secara simultan kepada kepuasan pelanggan PT. BANK BRI (PERSERO) Cabang Waru Unit Kletek Sidoarjo?

1.3 Tujuan Penelitian

Berlandaskan rumusan masalah tersebut sebagaimana penelitian ini mempunyai tujuan diantara lainnya :

1. Untuk memahami serta menganalisis kualitas dari layanan berpengaruh kepada kepuasan pelanggan PT. BANK BRI (PERSERO) Cabang Waru Unit Kletek Sidoarjo

2. Untuk memahami dan menganalisa kualitas produk berpengaruh pada kepuasan pelanggan PT. BANK BRI (PERSERO) Cabang Waru Unit Kletek Sidoarjo
3. Untuk mengetahui dan menganalisa tentang kualitas layanan serta kualitas produk berpengaruh secara simultan kepada kepuasan pelanggan PT. BANK BRI (PERSERO) Cabang Waru Unit Kletek Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini meliputi :

1. Bagi PT. BANK BRI (PERSERO) Cabang Waru Unit Kletek Sidoarjo

Sebagai masukan dan bahan pertimbangan dalam pengadaan kepada pihak Bank BRI dalam upaya menambah kualitas dari pelayanan serta kualitas produk yang bagus dan memberikan kepuasan terhadap *customer*.

2. Bagi STIE Mahardika

Mewakili lembaga untuk memberikan solusi bagi dunia usaha perbankan dalam memecahkan berbagai permasalahan.

3. Bagi Peneliti

Menambah wawasan serta kemampuan menganalisis berbagai masalah dan memberikan solusi dalam dunia usaha.