

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era di zaman waktu ini sangatlah ketat untuk bersaing melalui bisnis baik di pasar domestik (nasional) maupun pasar internasional (global), persaingan bisnis menjadi sangat ketat di era globalisasi ini. Baik layanan merupakan produk inti atau produk lengkap, komponen layanan tidak dapat dipisahkan dari produk yang dihasilkan. Hasilnya, fokus saat ini pada kepuasan pelanggan semakin berkembang dan semakin baik. Perusahaan harus dapat memuaskan pelanggannya agar dapat bersaing dengan sukses. Pelanggan memiliki dampak yang signifikan pada setiap aspek operasional bisnis perusahaan di zaman globalisasi ini. Saat ini pelanggan adalah alasan terpenting perusahaan membangun pabrik, mempekerjakan karyawan, hingga terlibat dalam kegiatan menurut Peppes dan Rogerds dalam Kotler (2009:134). Perusahaan harus memastikan bahwa pelanggannya senang agar mendapatkan hasil maksimal dari proses bisnisnya. Perusahaan harus dapat memberikan layanan berkapasitas tinggi kepada kliennya untuk memenuhi persyaratan ini.

Sebuah perusahaan akan berhasil di ketatnya kompetitor bisnis saat ini jika mampu memberikan barang atau jasa yang berkapasitas tinggi, menciptakan nilai, dan memuaskan pelanggan. Kepuasan pelanggan memiliki dampak yang signifikan baik terhadap nilai kapasitas layanan maupun kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Pelanggan akan beralih ke layanan lain jika layanannya tidak memuaskan, yang akan menghasilkan lebih sedikit atau bahkan lebih sedikit pelanggan. Perusahaan menghadapi kendala yang signifikan dalam

membangun citra perusahaan yang positif dan memberikan layanan yang berkapasitas. Untuk memuaskan pelanggan dan memenuhi kebutuhan mereka. Oleh karena itu, bisnis harus memahami bagaimana pelanggan membeli, menggunakan, dan mengevaluasi layanan.

Kebaikan layanan merupakan isu utama bagi perusahaan jasa karena mengandung sebab akibat bagi kepuasan pelanggan. Dengan demikian, setiap masyarakat akan memandang dengan baik apabila barang dan jasa yang diperoleh baik pula. Kepuasan pelanggan terjadi ketika kapasitas bantuan baik, dimana kapasitas bantuan yang baik meliputi 5 faktor kapasitas bantuan, yaitu: tampilan fisik (*tangible*), *reliability*, *responsive*, jaminan (*assurance*), empati (*empathy*). Membangun kesenangan nasabah bisa memberikan sejumlah kegunaan, termasuk lingkaran hidup yang harmonis bagi bisnis dan pelanggannya, yang mengarah pada pembelian berulang dan menciptakan kesetiaan dan pelanggan yang memberikan pendapat dari orang ke orang yang bermanfaat bagi bisnis.

PT. Bank Negara Indonesia (BNI) sebagai perusahaan perbankan selalu meningkatkan kapasitas bantuan untuk memuaskan nasabahnya. Menyediakan prosedur sederhana untuk menyimpan dan berbagi dana nasabah. jadi didalam masalah ini ia berlomba-lomba menyebarkan manfaat yang awalnya ditujukan guna mencukupi kehidupan, namun berkembang dalam hal kepuasan nasabah. Dengan demikian, yang utama bukanlah kesenangan nasabah, tetapi juga kepuasan pelanggan jangka panjang. Terdapat beberapa aspek kapasitas bantuan yang dalam menghadapi persaingan untuk memberikan yang terbaik, dimensi daya tanggap meliputi minat pelanggan guna memberikan bantuan yang cepat, serta dimensi termasuk kesopanan pelanggan. Bank Negara Indonesia (BNI) mencakup dimensi berwujud seperti tampilan bangunan, interior bangunan,

dan tampilan layanan pelanggan. dan kapasitas untuk memiliki keyakinan dan kepercayaan kepada pelanggan, serta tingkat kesopanan pelanggan. dan kapasitas untuk memiliki keyakinan. dan kepercayaan kepada pelanggan, serta aspek empati yang meliputi memberikan perhatian dan perhatian kepada pelanggan. Ukuran kapasitas layanan, kelima dimensi tersebut disebut sebagai ServQual (kapasitas layanan) (Parasuraman, zethamal dan belly, 2009)

Dilihat dari penjelasan sebelumnya, pelaku usaha harus selalu meningkatkan kapasitas bantuan untuk meningkatkan kepuasan nasabah dan menjaga kepercayaannya. Persyaratan bank untuk memutuskan kebutuhan pembeli dengan tujuan akhir untuk memenuhi asumsi/kebutuhan dan peningkatan pemenuhan dengan yang diberikan oleh pemerintah. Perlu dikaji pengaruh kapasitas layanan terhadap kepuasan dan kesetiaan pelanggan PT untuk menetapkan kebijakan layanan yang tepat, khususnya yang berkaitan dengan layanan pelanggan. Bank Negara Indonesia (BNI).

Lalu jika dikaitkan dengan keterangan sebelumnya maka peneliti menentukan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kesetiaan Konsumen Bank BNI Cabang Graha Pangeran Surabaya dengan Kepuasan konsumen sebagai variabel mediator”**.

1.2 Rumusan Masalah

Apabila dikaitkan dengan penjelasan sebelumnya jadi peneliti merumuskan berbagai masalah sebagai berikut :

1. Apa Kualitas layanan berakibat signifikansi secara langsung terhadap kepuasan konsumen PT. Bank Negara Indonesia Cabang Graha Pangeran Surabaya?

2. Apa kepuasan konsumen berakibat signifikansi secara langsung terhadap Kesetiaan konsumen PT. Bank Negara Indonesia Cabang Graha Pangeran Surabaya?
3. Apakah Kualitas pelayanan berakibat signifikansi terhadap kesetiaan konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel perantara pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Graha Pangeran Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Maka penelitian ini bertujuan sebagai :

1. Akan mengeksplorasi pengaruh langsung antara Mutu layanan terhadap kepuasan konsumen PT. Bank Negara Indonesia Cabang Graha Pangeran Surabaya.
2. Akan mengeksplorasi pengaruh langsung antara Mutu Layanan terhadap kesetiaan konsumen PT. Bank Negara Indonesia Cabang Graha Pangeran Surabaya.
3. Akan mengeksplorasi pengaruh antara Kualitas pelayanan terhadap kesetiaan konsumen PT. Bank Negara Indonesia Cabang Graha Pangeran Surabaya melalui variabel kepuasan konsumen sebagai variabel mediator.

1.4 Manfaat Penelitian

A. Untuk akademi

Sebagai sumber bahan perspektif untuk penelitian di bidang kualitas administrasi di kemudian hari dan sebagai materi diajarg penelitian dan juga sebagai refrensi untuk mahasiswa kedepannya.

B. Untuk Bank BNI

lalah dapat digunakan oleh pelaku bisnis sebagai sumber informasi untuk tujuan peningkatan kapasitas bantuan, sehingga meningkatkan kesenangan pelanggan dan menambah mutu bantuan yang pada saat ini maupun kedepannya. Dengan berfokus pada aspek mutu bantuan yang memiliki dampak terbesar pada kepatuhan pelanggan, temuan penelitian ini juga membantu bisnis dalam meningkatkan kesetiaan nasabah.