

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia usaha perbankan di Indonesia dewasa ini demikian pesat dengan banyaknya bank swasta yang berdiri. Banyaknya persaingan yang ketat baik bank swasta maupun bank pemerintah, mengharuskan para pelaku perbankan mulai meningkatkan pelayanan. Dalam perkembangan industri jasa sekarang ini, kecenderungan yang sering terjadi pada pola perilaku konsumen adalah *Brand Switching* dimana konsumen tidak lagi memiliki loyalitas yang tinggi terhadap suatu jasa tertentu, banyak konsumen yang mulai berani mencoba dan tidak segan-segan untuk beralih ke bank lain dengan mudahnya.

Kualitas pelayanan perbankan sangat luas maknanya. Pelayanan bagi perbankan mencakup seluruh komponen perbankan. Pelayanan tidak hanya ada pada *customer service* atau pelayanan *electronic banking* saja. Pelayanan yang ditawarkan harus selalu dijaga agar tetap mampu bersaing dengan keadaan pasar saat ini.

Untuk memperoleh daya saing dalam skala global, perusahaan dituntut agar mampu menjanjikan setiap pekerjaan dengan baik dalam rangka menghasilkan barang atau jasa yang berkualitas tinggi dengan harga yang wajar dan bersaing. Hal ini bisa dikatakan bahwa kunci pokok untuk meningkatkan daya saing adalah kualitas. Tujuan utama perusahaan dalam menghasilkan produk berkualitas adalah

berkurangnya keluhan (*complaint*) dari para pelanggan sehingga menunjukkan kinerja (*performance*) perusahaan yang meningkat (Samuel dan Foedjiawati, 2005).

Goets dan Davis (1994) dalam Tjiptono (2000) mendefinisikan kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi/melebihi harapan konsumen. Hal tersebut menegaskan bahwa kualitas tidak hanya menekankan pada aspek hasil akhir yaitu produk barang dan jasa tetapi juga menyangkut kualitas proses dan lingkungan.

Secara umum kualitas pelayanan bisa diterjemahkan sebagai perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan antara persepsi para pelanggan atas layanan nyata yang mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya diharapkan (Winarto, 2008).

Penilaian kualitas yang banyak mendapat perhatian adalah yang dikenal dengan sebutan SERVQUAL. Parasuraman dkk (1988) dalam Rambat Lupiyoadi (2001) mengidentifikasi sekumpulan atribut-atribut pelayanan secara lengkap dimana para pelanggan dapat menggunakannya sebagai kriteria dalam menilai kinerja pelayanan. Untuk penilaian kualitas pelayanan tercakup 5 dimensi kualitas pelayanan, yaitu : Kehandalan (*Reliability*), Tanggapan (*Responsiveness*), Jaminan/kepastian (*Assurance*), Empati (*Empathy*), Berwujud (*Tangible*).

Para pelaku bisnis yang bergerak dalam bidang manufaktur maupun jasa

menjadi pemain utama bukan hanya sekedar penonton masuknya barang-barang luar negeri. Pelaku bisnis tidak hanya bertujuan memenuhi kebutuhan pelanggan, tetapi berusaha melakukan perbaikan atas produk dan pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada tiap lini produk. Kemajuan teknologi dan informasi dimanfaatkan untuk meningkatkan pelayanan dan kepuasan pelanggan tersebut.

Pelaku bisnis yang bergerak pada bidang jasa seperti perbankan tentu ingin memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan dengan harapan mereka akan menjadi loyal dan tetap menggunakan jasa dari perusahaan, misalnya saja dengan Bank BRI, salah satu bank umum yang menjadi pilihan masyarakat untuk dijadikan sarana dalam memenuhi kebutuhan mereka.

Bank BRI adalah salah satu contoh dari banyaknya bank yang dibutuhkan masyarakat di Yogyakarta dan bagi bank BRI perlu untuk mengetahui pelayanan yang diharapkan konsumen. Banyaknya bank swasta yang berdiri mengakibatkan timbulnya persaingan yang ketat dengan bank BRI. Bank swasta banyak memberikan fasilitas untuk nasabah misalnya banyak terdapat mesin ATM dipusat perbelanjaan atau pusat keramaian. Bank BRI dahulu tidak memiliki mesin ATM sebanyak bank swasta tetapi saat ini hampir disetiap pusat perbelanjaan atau pusat keramaian terdapat mesin ATM bank BRI. Hal ini merupakan upaya bank BRI dalam meningkatkan kualitas layanan. Bank BRI harus terus berinovasi menciptakan produk atau fasilitas lain yang dapat mengungguli bank swasta sehingga dapat meningkatkan kualitas layanannya, dengan demikian akan tercipta kepuasan nasabah. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa

manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis, terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen, maka peneliti tertarik untuk mengangkat topik penelitian dengan judul : **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK BRI YOGYAKARTA”**.

B. Batasan Masalah Penelitian

Untuk menyederhanakan masalah, maka dalam penelitian ini masalah dibatasi pada obyek penelitian Bank BRI Unit Ngestiharjo.

C. Rumusan Masalah Penelitian

1. Apakah ada pengaruh variabel *tangible* terhadap kepuasan nasabah pada BRI Unit Ngestiharjo?.
2. Apakah ada pengaruh variabel *reliability* terhadap kepuasan nasabah pada BRI Unit Ngestiharjo?.
3. Apakah ada pengaruh variabel *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah pada BRI Unit Ngestiharjo?.

5. Apakah ada pengaruh variabel *empathy* terhadap kepuasan nasabah pada BRI Unit Ngestiharjo?.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk menguji pengaruh variabel *tangible* terhadap kepuasan nasabah pada BRI Unit Ngestiharjo.
2. Untuk menguji pengaruh variabel *reliability* terhadap kepuasan nasabah pada BRI Unit Ngestiharjo.
3. Untuk menguji pengaruh variabel *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah pada BRI Unit Ngestiharjo.
4. Untuk menguji pengaruh variabel *assurance* terhadap kepuasan nasabah pada BRI Unit Ngestiharjo.
5. Untuk menguji pengaruh variabel *empathy* terhadap kepuasan nasabah pada BRI Unit Ngestiharjo.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan, mengetahui tingkat kepuasan pelanggan atas pelayanan yang diberikan perusahaan dan dapat memperbaiki kualitas pelayanan dengan berbagai strategi.
2. Bagi Peneliti, dapat menambah wawasan pengetahuan mengenai analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Unit