

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Kemajuan ekonomi global membawa dampak persaingan pada industri jasa, sehingga mau tidak mau perusahaan jasa harus memperhatikan kualitas jasa layanan yang mereka jual. Dahulu kualitas pelayanan dikembangkan atas dasar kriteria yang ditetapkan oleh perusahaan, sedangkan saat ini telah bergeser kepada pengertian sesuai dengan kriteria konsumen. Dalam perusahaan perbankan yang memberikan jasa dibidang keuangan, maka kepuasan nasabah lebih ditonjolkan dalam tingkat loyalitas nasabah sebagai motivasi utama. Ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu: pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang dirasakan. Parasuraman, dkk (1998) dalam Erna Setiawati dan Sri Murwati (2006), apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik atau memuaskan.

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan kemudian berlanjut pada persepsi pelanggan. Dimensi kualitas pelayanan termasuk sektor perbankan diwujudkan pada *tangible, reliability, responsiveness, assurance,* dan *empathy*. Parasuraman, *et all* (1998) dalam Rambat Lupiyoadi (2001). Kepuasan seseorang dapat bergantung pada perbedaan antara apa yang diharapkan dengan persepsinya (*discrepancy theory*), dapat juga merupakan perbedaan antara kualitas dan tidaknya terhadap suatu situasi (*equatiy theory*)

atau antara dua hal yang berbeda antara kepuasan dan ketidakpuasan seseorang, dimana terdapat pemuasan dan faktor-faktor *hygiene (two factors theory)*. Pelanggan atau nasabah adalah orang atau pihak yang dilayani kebutuhannya, sehingga siapa saja bisa menjadi pelanggan tergantung pada situasinya Fandy Tjiptono (1996). Nasabah merupakan subyek yang dinamis dan sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor internal dalam dirinya maupun faktor eksternal dalam luar dirinya.

Respon dan tindakan nasabah timbul oleh persepsi dan harapan terhadap rangsangan baik dalam dirinya maupun luar dirinya untuk memenuhi tuntutan dan kebutuhan. Kepuasan nasabah adalah ungkapan seseorang dalam memberikan nilai, atau mengoptimalkan nilai yang dirasakan dan diharapkan seseorang terhadap suatu produk atau jasa. Menurut Zeithaml *et all* (1990) dalam Sri Hadiani (2003) ada tiga masalah yang dapat disimpulkan dari penilaian nasabah terhadap jasa, yaitu:

1. Kualitas jasa layanan lebih sulit dinilai oleh nasabah/pelanggan dari pada kualitas barang.
2. Pelanggan dalam menilai kualitas layanan jasa tidak hanya berdasar pada layanan.
3. Satu-satunya kriteria dalam mengevaluasi kualitas jasa hanya ditentukan oleh pelanggan itu sendiri.

Secara umum dapat dikatakan bahwa keinginan nasabah yang berhubungan dengan bank adalah mengharapkan sesuatu yang lebih baik dari manfaat, kemudahan, serta keamanan dari dana yang disimpan di bank.

Sebagai gambaran dapat dirumuskan pertimbangan-pertimbangan nasabah yang berhubungan dengan bank antara lain:

1. Teknologi, menyangkut kemudahan dalam bertransaksi.
2. Lokasi, menyangkut kemudahan jangkauan.
3. Pelayanan, menyangkut perlakuan yang diterima nasabah dari bank.
4. Tingkat keamanan bank, menyangkut keamanan dana yang disimpan.
5. Prosedur dan persyaratan, menyangkut kemudahan menjadi nasabah.

Teknologi yang semakin berkembang berpengaruh terhadap sistem dan kualitas layanan jasa tidak terkecuali pelayanan yang digunakan pada sektor perbankan, manajer pemasaran terus menerus berinovasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan agar nasabah tetap loyal terhadap perusahaan yang didukung oleh teknologi tinggi.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh M. Enny Widyaningrum (2009). Penelitian tersebut mengenai "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. TELKOM TBK. Ketintang Surabaya". Penelitian tersebut mengukur kualitas pelayanan dengan menggunakan variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Hasil penelitiannya adalah mendapat penilaian yang baik dan terdapat hubungan pengaruh positif yang signifikan antara kualitas pelayanan

yang diukur melalui *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* dengan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, maka penulis tertarik untuk mengangkat topik penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kcp. Bank BTPN Karanganyar”**.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang masalah tersebut diatas, peneliti mencoba mengidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan yang diukur melalui *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* secara serentak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Kcp. Bank BTPN Karanganyar?
2. Apakah kualitas pelayanan yang diukur melalui *tangible* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah KCP. Bank BTPN Karanganyar?
3. Apakah kualitas pelayanan yang diukur melalui *reliability* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah KCP. Bank BTPN Karanganyar?
4. Apakah kualitas pelayanan yang diukur melalui *responsiveness* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah KCP. Bank BTPN Karanganyar?

5. Apakah kualitas pelayanan yang diukur melalui *assurance* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah KCP. Bank BTPN Karanganyar?
6. Apakah kualitas pelayanan yang diukur melalui *empathy* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah KCP. Bank BTPN Karanganyar?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh dari kualitas pelayanan yang diukur melalui *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* terhadap kepuasan nasabah KCP. Bank BTPN Karanganyar?
2. Untuk menguji pengaruh dari kepuasan pelanggan yang diukur melalui *tangible* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah KCP. Bank BTPN Karanganyar?
3. Untuk menguji pengaruh dari kepuasan pelanggan yang diukur melalui *reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah KCP. Bank BTPN Karanganyar?
4. Untuk menguji pengaruh dari kepuasan pelanggan yang diukur melalui *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah KCP. Bank BTPN Karanganyar?

5. Untuk menguji pengaruh dari kepuasan pelanggan yang diukur melalui *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah KCP. Bank BTPN Karanganyar?
6. Untuk menguji pengaruh dari kepuasan pelanggan yang diukur melalui *empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah KCP. Bank BTPN Karanganyar?

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan/nasabah atas pelayanan yang diberikan perusahaan dan dapat memperbaiki kualitas pelayanan dengan berbagai strategi.

2. Bagi Peneliti

Dapat menambah wawasan pengetahuan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah KCP. Bank BTPN Karanganyar.