

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perbankan di Indonesia tidak lagi akan bersaing dengan Bank lokal saja akan tetapi menghadapi persaingan dari Bank luar negeri. Untuk bisa memenangkan persaingan ini maka sudah menjadi kewajiban Bank untuk meningkatkan kinerjanya. Kinerja suatu bank tersebut dapat terlihat dari tingkat kepuasan nasabah terhadap berbagai faktor yang mempengaruhi pelayanan *intangible* atau kinerja operasionalnya. Di samping itu kualitas jasa juga merupakan hal yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan, namun untuk memahami bagaimana kualitas jasa yang diterima oleh konsumen tidaklah mudah. Kurt dan Clow (1998) menyatakan bahwa kualitas jasa lebih sukar untuk dievaluasi dibandingkan dengan kualitas barang. Kualitas jasa tidak diciptakan melalui proses produksi dalam pabrik untuk kemudian diserahkan kepada konsumen sebagaimana kualitas barang. Sebagian besar kualitas jasa diberikan selama penyerahan jasa terjadi dalam proses interaksi diantara konsumen dan terdapat kontak personil dengan penyelenggara jasa tersebut.

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1998), dalam bukunya Tjiptono menyatakan bahwa perusahaan jasa, kemampuan memberikan kepuasan kepada pelanggan ditentukan oleh beberapa faktor dalam memenuhi harapan pelanggan. Atribut tersebut meliputi keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*) dan bukti fisik

(*tangibless*) berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan serta penampilan karyawan. (Tjiptono, 2005).

Salah satu Bank yang hendak penulis kemukakan adalah Bank Mandiri Syari'ah Yogyakarta merupakan salah bank yang menggunakan konsep Islam dan berkantor cabang di Yogyakarta. Bank Mandiri Syari'ah Yogyakarta selalu mengutamakan kepuasan nasabah yang sesuai dari visinya. Kepuasan nasabah merupakan kunci utama dari konsep pemasaran dan strategi pemasaran dari suatu bank. Ini berarti bahwa proses yang ditempuh oleh setiap bank boleh jadi bermacam-macam sesuai dengan kesanggupan dan karakteristik masing-masing Bank tersebut tetapi tujuan akhirnya tetap akan bermuara pada tercapainya kepuasan konsumen atau *Consumer satisfaction*.

Pada dasarnya kepuasan nasabah mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan, sehingga hal ini membuat Bank Mandiri Syari'ah Yogyakarta harus mengutamakan pelayanan *intangibile* nasabahnya. Untuk itu diperlukan adanya suatu konsep manajemen yang menutamakan pelayanan *intangibile* sehingga nasabah harus ditempatkan sebagai raja yang harus dilayani dengan sebaik mungkin agar dapat memberikan kepuasan maksimal pada nasabah. Untuk dapat menjalankan konsep tersebut maka diperlukan suatu strategi yang tepat dalam mengelola sumber daya yang dimiliki oleh Bank Mandiri Syari'ah Yogyakarta. Sumber

mempunyai pengaruh dalam usaha memberikan tingkat kepuasan yang maksimal kepada nasabah.

Kepuasan pelanggan secara langsung mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Kemampuan perusahaan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan tersebut dapat dengan memberikan fasilitas-fasilitas yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui pelayanan *intangibile* yang diberikan oleh perusahaan, sehingga hal itu akan dapat meningkatkan volume penjualan. Disamping perusahaan mampu memberikan kepuasan dan pelayanan *intangibile* yang baik, perusahaan juga mampu menetapkan harga yang tinggi. Peningkatan volume penjualan dan harga jual produk merupakan dua variabel penentu keberhasilan suatu perusahaan untuk dapat tetap hidup dan berkembang.

Sebaliknya, pelanggan yang tidak puas dengan pelayanan *intangibile* dan fasilitas yang diberikan perusahaan kepada pelanggan maka pelanggan cenderung untuk meninggalkan perusahaan dan beralih keperusahaan pesaing yang lain. Hal ini akan menimbulkan kerugian bagi pihak perusahaan. *Seller* dalam bukunya Kotler (1997) mengemukakan bahwa biaya untuk menarik pelanggan baru dapat mencapai lima kali dari biaya untuk memelihara pelanggan yang ada saat ini. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor kunci untuk mempertahankan pelanggan (Kotler, 1997). Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk meneliti kualitas

judul : Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Bank Syari'ah Mandiri Yogyakarta”.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut di atas maka dapat dirumuskan pokok permasalahannya yaitu:

1. Apakah pelayanan *intangible*, fasilitas dan ketersediaan informasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri Syari'ah Yogyakarta?
2. Apakah pelayanan *intangible* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri Syari'ah Yogyakarta?
3. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri Syari'ah Yogyakarta?
4. Apakah ketersediaan informasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri Syari'ah Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pelayanan *intangible*, fasilitas dan ketersediaan informasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri Syari'ah Yogyakarta.
2. Untuk menganalisis pelayanan *intangible* berpengaruh terhadap kepuasan

3. Untuk menganalisis fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri Syari'ah Yogyakarta.
4. Untuk menganalisis ketersediaan informasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri Syari'ah Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis

Penulis dapat mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan *intangible* jasa Kredit terhadap kepuasan nasabah pada Bank Mandiri Syari'ah Yogyakarta.

2. Bagi Pihak Bank

Hasil penelitian ini sebagai evaluasi terhadap upaya-upaya yang ditempuh Bank Mandiri Syari'ah Yogyakarta dalam memberikan kepuasan kepada nasabahnya dan bahan pertimbangan dalam penyusunan strategi bersaing dalam waktu yang akan datang.

3. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan informasi yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi

...