

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **1.1 Latar Belakang Masalah**

Bank merupakan salah satu lembaga keuangan atau perusahaan yang bergerak di bidang keuangan. Pengertian bank menurut Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, menyatakan bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dan menyalurkan kepada masyarakat untuk meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Apabila dilihat dari sejarahnya, kegiatan perbankan pada awalnya dimulai dari jasa penukaran uang (Kasmir, 2013). Kegiatan operasional perbankan kemudian berkembang lagi menjadi tempat penitipan uang yang sekarang disebut dengan kegiatan simpanan. Jasa-jasa bank lainnya menyusul sesuai dengan perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat yang semakin beragam.

Menurut Kasmir (2016) menyatakan Bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa Bank lainnya. Berdasarkan UU No. 7 tahun 1992 tentang perbankan menyebutkan Bank adalah badan usaha yang menghimpun dan dari masyarakat

dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak. Sedangkan pengertian Bank berdasarkan UU No. 10 tahun 1998 yang menyempurnakan UU No. 7 tahun 1992, adalah : “Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”. Jadi bank adalah badan usaha yang kegiatan usahanya menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau dalam bentuk lainnya serta memberikan jasa bank lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Perkembangan persaingan antar bank semakin kompetitif sehingga mendorong bank- bank untuk meningkatkan investasi dalam teknologi perbankan. Hal ini karena banyak sekali bermunculan bank maupun perusahaan pembiayaan yang mencoba merebut hati masyarakat untuk bersedia menjadi nasabahnya. Untuk itu, perusahaan perbankan banyak yang berupaya untuk meningkatkan keterampilan teknologi dalam perencanaan bank, riset dan informasi pasar, program pemasaran perbankan yang terpadu, hubungan masyarakat dan lain sebagainya. Di pihak nasabah juga terjadi perubahan akan kebutuhan bank yang diikuti oleh keinginan akan adanya peningkatan kualitas sistem layanan dimana masyarakat tidak hanya memandang sebuah bank sebagai sarana untuk menyimpan uang yang lebih aman, namun lebih dari itu, mereka mengharapkan dapat menjalin hubungan

yang baik dalam menjalankan bisnisnya secara berkesinambungan (Herliana, 2018).

Salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah untuk memilih bank tertentu selain produk-produk yang dimunculkan oleh bank, juga sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanannya. Faktor kualitas pelayanan merupakan kunci agar suatu bank dapat memenangkan persaingan yang terdapat dalam industri perbankan. Bank sebagai perusahaan jasa, tidak dapat mengabaikan lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu *reability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangible*. Kelima dimensi kualitas pelayanan yang bagus dan berkualitas lebih tinggi dari pesaing dapat memberikan loyalitas yang tinggi kepada nasabah sehingga akan mempengaruhi pada pangsa pasar yang sudah diperoleh untuk dapat dipertahankan atau diperluas.

Sementara itu, reputasi juga memegang peranan penting dalam suatu bank, karena reputasi dapat didefinisikan sebagai persepsi tentang kualitas yang berhubungan dengan nama perusahaan (Aaker dalam Grace, 2016). Reputasi bank adalah sikap terhadap penyedia layanan atau merek, dan didirikan dan dikembangkan dalam pikiran nasabah melalui komunikasi dan pengalaman. Ketika nasabah puas dengan layanan yang diberikan, sikap mereka terhadap sebuah bank meningkat. Dan ketika sikap mereka terhadap bank meningkat, maka nasabah akan menggunakan kembali layanan bank tersebut atau bisa dikatakan nasabah yang setia atau loyalitas nasabah. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel reputasi adalah nama baik, dikenal luas dan kemudahan diingat (Hasanah, 2015).

Dalam menentukan tingkat kepuasan, seorang nasabah sering kali melihat dari nilai lebih dari suatu produk maupun kinerja pelayanan yang diterima dari suatu proses pembelian produk (jasa). Besarnya nilai lebih yang diberikan oleh sebuah produk (jasa) kepada nasabah tersebut merupakan jawaban dari pertanyaan tentang mengapa seorang nasabah menentukan pilihannya. Nasabah pada dasarnya mencari nilai terbesar yang diberikan suatu produk (jasa).

Apabila nasabah puas maka nasabah akan loyal dalam membeli produk. Oleh karena itu bank harus bisa mengutamakan kualitas pelayanannya agar dapat terus bertahan dalam bisnisnya. Kualitas pelayanan sangat berpengaruh pada kepuasan nasabah dan dampaknya juga akan berpengaruh pada kepercayaan nasabah dan kemudian terdorong untuk menimbulkan loyalitas nasabah yang akan menguntungkan bagi bank itu sendiri.

Melalui nasabah yang loyal, bank bisa mendapatkan nasabah baru. Hal tersebut dikarenakan perilaku nasabah yang loyal yaitu merekomendasikan bank tersebut kepada orang lain. Maka dari itu, seseorang nasabah yang loyal menjadi aset yang sangat berharga bagi bank. Kepuasan nasabah akan menciptakan loyalitas nasabah, karena nasabah yang puas akan cenderung loyal pada bank tersebut.

Loyalitas bisa didapatkan melalui kemampuan bank dan karyawan dalam melayani atau memberikan pelayanan secara maksimal kepada para nasabahnya. Karyawan wajib melayani setiap nasabah secara profesional dengan sikap sopan, ramah, dan wajar. Bila karyawan secara sengaja atau tidak

memberikan pelayanan yang memuaskan kepada nasabah, dimana pada batasan tertentu tindakan karyawan tersebut dapat merugikan dan membahayakan kelangsungan hidup bank.

Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah didirikan pertama kali di kota Semarang berdasarkan Surat Persetujuan Menteri Pemerintah Umum & Otonomi Daerah No DU 57/1/35 tanggal 13 Maret 1963 dan ijin usaha dari Menteri Urusan Bank Sentral No 4/Kep//MUBS/63 tanggal 14 Maret 1963 sebagai landasan operasional Jawa Tengah. Seiring perkembangan perusahaan dan untuk lebih menampilkan citra positif perusahaan terutama setelah lepas dari program rekapitalisasi, maka manajemen mengubah logo dan *call name* perusahaan yang merepresentasikan wajah baru Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah. Berdasarkan Akta Perubahan Anggaran Dasar No.68 tanggal 7 Mei 2005 Notaris Prof. DR. Liliana Tedjosaputro dan Surat Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia No. C.17331 HT.01.04.TH.2005 tanggal 22 Juni 2005, maka nama sebutan (*call name*) PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah berubah dari sebelumnya Bank BPD Jateng menjadi Bank Jateng.

**Tabel I- 1**  
**Data Hasil Ulasan Isu Terkait Bank Jateng**

No	Alasan
1	Pelayanan yang diberikan kepada nasabah
2	Nama baik yang dimiliki bank
3	Kepuasan nasabah terhadap bank

Sumber: *bankjateng.co.id*

Berdasarkan tabel di atas, ada beberapa ulasan dari para responden yang telah dirangkum oleh peneliti, dari ulasan tersebut peneliti mengelompokkan beberapa variabel dari ulasan tersebut yang disajikan dalam tabel di bawah:

**Tabel I- 2**  
**Hasil Observasi Customer Loyalty pada Nasabah Bank Jateng**

No	Variabel	Responden	Persentase
1	<i>Service Quality</i>	15	37,5%
2	<i>Bank Reputation</i>	9	22,5%
3	<i>Customer Satisfactin</i>	16	40%
<b>Jumlah</b>		<b>40</b>	<b>100%</b>

Tabel di atas menunjukkan hasil observasi terhadap 40 responden tentang beragam alasan seperti *service quality*, *bank reputation* dan *customer satisfaction* dalam memberikan *customer loyaliti* pada Bank Jateng. Dalam penelitian ini variabel dengan responden terbanyak akan digunakan untuk menganalisis faktor pendorong *customer loyalty* yaitu *service quality*, *bank reputation* dan *customer satisfaction*.

Pelayanan Bank Jateng Cabang Kebumen masih kurang baik yaitu kendala pada masalah pelayanan antrian teller dan *customer service*, dimana dari keluhan nasabah yang disampaikan kepada manajemen Bank Jateng Cabang Kebumen bahwa jika dilihat dari segi kecepatan pelayanannya di teller dan *customer service* Bank Jateng Cabang Kebumen masih terhambat karena adanya penumpukan antrian nasabah dihari- hari tertentu yaitu pada saat pembayaran anak sekolah, pencairan bantuan dan dana desa, serta pelayanan pensiunan sehingga menyebabkan ketidaknyamanan yang dirasakan oleh nasabah umum lainnya karena pelayanan menjadi lambat dan suasana ruangan yang tidak nyaman. Hal tersebut merupakan masalah karena bisa menimbulkan ketidaknyamanan bagi nasabah yang sudah loyal melakukan transaksi perbankan di Bank Jateng Cabang Kebumen. Zeithaml (dalam Chang & Chen, 1998) dimana dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan

mempunyai dampak yang sangat kuat terhadap perilaku nasabah seperti loyalitas terhadap produk bank. Kemauan untuk membayar lebih serta keengganan untuk berpindah ke produk lain. Dengan demikian, berarti kualitas pelayanan membuat bank pada kinerja yang lebih baik.

Selain itu kurangnya komunikasi kepada nasabah yang mempunyai dana simpanan besar seringkali menimbulkan permasalahan menurunnya loyalitas mereka, karena merasa kurang diperhatikan atau diabaikan, hal ini ditandai dengan turunnya frekuensi transaksi yang biasa dilakukan oleh nasabah tersebut sehingga nasabah tersebut tertarik oleh tawaran lain dan kelebihan baik produk maupun kualitas pelayanan bank kompetitor. Tidak hanya dari pelayanannya, reputasi Bank Jateng juga dapat memengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah. Hal ini terjadi karena nasabah masih menganggap bahwa Bank Jateng merupakan bank daerah yang kemampuannya masih terbatas serta belum bisa seperti bank kompetitor lainnya.

Oleh karena itu, sangat diperlukan penerapan pelayanan yang baik dalam memasarkan produknya, memberikan inovasi pada produknya, dan juga meningkatkan kualitas pelayanan dengan menambahkan seorang teller agar nasabah tidak perlu menunggu lama untuk melakukan transaksi, dengan seperti ini nasabah mendapatkan kepuasan atas pelayanan sehingga nasabah akan menjadi loyal dan tentunya menjadi keuntungan tersendiri bagi Bank Jateng Cabang Kebumen itu sendiri

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti permasalahan yang menyangkut *service quality* dan *bank reputation* yang

diberikan oleh Bank Jateng Cabang Kebumen yang dikaitkan dengan kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah dengan judul “ Pengaruh *Service Quality* dan *Bank Reputation* Terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction* pada Nasabah Bank Jateng Cabang Kebumen “.

## 1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan mendasar pada kepuasan nasabah adalah seberapa baik pelayanan yang diberikan bank kepada nasabah melalui *service quality* dan *bank reputation* yang diberikan oleh Bank Jateng Cabang Kebumen yang dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah terhadap bank tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalah yang akan diungkap dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah *service quality* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* pada nasabah Bank Jateng Cabang Kebumen?
2. Apakah *bank reputation* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* pada nasabah Bank Jateng Cabang Kebumen?
3. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* pada Bank Jateng Cabang Kebumen?
4. Apakah *service quality* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* pada Bank Jateng Cabang Kebumen?
5. Apakah *bank reputation* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* pada Bank Jateng Cabang Kebumen?
6. Apakah *service quality* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada Bank Jateng Cabang Kebumen?

7. Apakah *bank reputation* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada Bank Jateng Cabang Kebumen?

### 1.3 Batasan Masalah

Dalam hal ini penulis ingin membatasi masalah penelitian pada pengaruh *service quality* dan *bank reputation* terhadap loyalitas nasabah dan kepuasan nasabah di Bank Jateng Cabang Kebumen dengan lebih memfokuskan pada bagaimana upaya bank membangun loyalitas dan kepuasan nasabah terhadap reputasi bank melalui layanan bank yang dihasilkan dari penyusunan strategi bank serta kepercayaan nasabah terhadap Bank Jateng Cabang Kebumen.

Supaya penelitian jelas dan terarah, maka peneliti membatasi masalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan pada nasabah pada Bank Jateng Cabang Kebumen.
2. Menurut Nasution (2016) kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah, serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan nasabah. Penilaian kualitas layanan dinilai berdasarkan lima indikator, yaitu :
  - a. *Tangible*, memperlihatkan fasilitas fisik, peralatan, karyawan dan bahan-bahan.
  - b. *Reliability*, kemampuan bank untuk memberikan pelayanan-pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan dapat diandalkan.
  - c. *Responsiveness*, kesediaan untuk membantu nasabah dan memberikan pelayanan yang cepat.

- d. *Assurance*, pengetahuan dan sopan santun para karyawan dan kemampuan mereka untuk membangkitkan rasa kepercayaan dan rasa percaya nasabah.
  - e. *Empathy*, rasa peduli, perhatian secara pribadi yang diberikan pada nasabah
3. Menurut Avita (2020) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa, reputasi bank adalah nama baik atau citra bank yang dapat membuat nasabah yakin akan bank tersebut. Selain itu juga berarti persepsi nasabah yang meliputi kemampuan bank dalam menyediakan dan memberikan pelayanan terbaik kepada nasabahnya. Indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur variabel reputasi berupa nama baik, reputasi pesaing, dikenal luas dan kemudahan diingat (Hasanah, 2015). Nama baik adalah persepsi para nasabah tentang sejauh mana nama baik yang berhasil dibangun oleh bank. Reputasi pesaing adalah persepsi para nasabah tentang sejauh mana nama bank yang dimaksud sudah dikenal oleh masyarakat luas. Sedangkan kemudahan diingat adalah persepsi para nasabah akan kemudahan nasabah untuk mengingat nama bank yang dimaksud.
4. Dalam penelitian Huang, Yen, Liu dan Chang (2014), kepuasan nasabah adalah respon nasabah ketika kebutuhan mereka terpenuhi yang berarti nasabah memiliki penilaian bahwa produk atau jasa tersebut memberikan tingkat kenyamanan yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan yang tidak sesuai harapan atau pemenuhan yang melebihi harapan nasabah kepuasan nasabah. Penilaian

terdiri dari beberapa indikator, yaitu *expectations* (harapan nasabah), *performance* atau kinerja, *comparison* yang dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja sebelumnya, dan *confirmation/disconfirmation* jika harapan sesuai dengan kinerja sebuah perusahaan atau bank.

5. Loyalitas nasabah merupakan salah satu elemen kunci yang menentukan implementasi konsep pemasaran perbankan. Loyalitas nasabah sering dikaitkan dengan perilaku penggunaan kembali jasa perbankan (Munawaroh, 2016). Penilaian pada loyalitas nasabah terdiri dari indikator *recommendation* yaitu merekomendasikan kepada orang-orang, *refuse* atau mendahulukan suatu bank, *repeat purchase* atau melakukan penggunaan secara berulang-ulang karena nasabah itu sudah percaya.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* pada nasabah Bank Jateng Cabang Kebumen.
2. Untuk mengetahui pengaruh *bank reputation* terhadap *customer satisfaction* pada nasabah Bank Jateng Cabang Kebumen.
3. Untuk mengetahui pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* pada Bank Jateng Cabang Kebumen.
4. Untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *customer loyalty* pada Bank Jateng Cabang Kebumen.

5. Untuk mengetahui pengaruh *bank reputation* terhadap *customer loyalty* pada Bank Jateng Cabang Kebumen.
6. Untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada Bank Jateng Cabang Kebumen.
7. Untuk mengetahui pengaruh *bank reputation* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada Bank Jateng Cabang Kebumen.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

#### **1. Praktis**

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dan evaluasi terhadap kualitas pelayanan Bank Jateng Cabang Kebumen untuk mengambil tindakan guna memperbaiki, meningkatkan, dan mengembangkan kualitas pelayanannya.

#### **2. Teoritis**

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan pengetahuan ataupun referensi sekaligus bahan pertimbangan dan masukan untuk penelitian sejenis dimasa yang akan datang.