

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Bank merupakan suatu badan usaha yang tugas utamanya sebagai lembaga perantara keuangan (*financial intermediaries*), yang menyalurkan dana dari pihak yang berkelebihan dana (*idle fund surplus unit*) kepada pihak yang membutuhkan dana atau kekurangan dana (*deficit unit*) pada waktu yang ditentukan (Dendawijaya, 2009:14). Menurut Kasmir (2008:11) bank merupakan lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya. Industri perbankan merupakan salah satu industri jasa yang sedang berkembang dengan cepat di Indonesia. Dengan semakin berkembangnya sektor perbankan di Indonesia, maka persaingan dalam dunia perbankan pun akan semakin ketat.

Semakin ketatnya persaingan, pihak perbankan harus memiliki strategi untuk mempertahankan eksistensinya. Bank pemerintah maupun bank swasta terlihat lebih agresif dan proaktif dalam memberikan pelayanan dan menawarkan berbagai produk perbankan kepada konsumen. Hal tersebut dilakukan agar dapat menarik calon nasabah baru dan mempertahankan nasabah lamanya dengan memperlihatkan keunggulan bersaing yang dimiliki dibandingkan dengan pesaingnya, yang diharapkan akan berdampak pada peningkatan reputasi bank.

Kualitas pelayanan menjadi bagian yang penting dalam industri perbankan untuk memberikan rasa kepuasan kepada nasabah agar dapat memberikan pelayanan yang terbaik untuk para nasabah atau pun calon nasabah mereka. Menurut Kotler (2000:107), kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Parasuraman *et al*, dalam Lupiyoadi (2001:148) menyatakan bahwa kualitas layanan terdiri dari lima dimensi, yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), dan *emphaty* (empati). Penelitian yang dilakukan oleh Aryani dan Rosinta (2010), Triastity dan Triyaningsih (2013), Darwin dan Kunto (2014) menemukan bahwa secara parsial dan simultan kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian lain yang dilakukan oleh Hidayat (2009), Yulinda (2013), Pratiwi dan Seminari (2015) dan menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dari hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa kualitas pelayanan dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, oleh karena itu pihak perbankan harus mampu mengelola dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati apabila ingin mendapatkan kepuasan dari para nasabah.

Selain kualitas pelayanan, kualitas produk juga menjadi bagian yang penting dalam industri perbankan untuk memberikan rasa kepuasan kepada nasabah. Menurut Kotler dan Armstrong (2010:229) kualitas produk merupakan karakteristik sebuah produk atau jasa yang memberikan kemampuan untuk mencukupi kebutuhan pelanggan. Umar (2003:37) menjelaskan bahwa kualitas produk terdiri dari delapan dimensi, yaitu: keistimewaan, kelebihan, kehandalan, kesesuaian, daya tahan, daya guna, keindahan dan respon. Penelitian yang dilakukan oleh Mulyono (2008) menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Hidayat (2009) dan Sembiring dkk (2014) menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah bank. Hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa kualitas produk memiliki peran yang penting terhadap tingkat kepuasan nasabah.

Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007:110). Sedangkan menurut Kotler (2005:153) mengatakan bahwa kualitas produk merupakan upaya perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan. Hal ini menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk bertumpu pada upaya untuk memuaskan keinginan atau permintaan pelanggan berdasarkan dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan dan kualitas produk merupakan elemen penting yang harus diperhatikan untuk dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Tidak bisa hanya salah satu saja yang diperhatikan, tapi kedua elemen tersebut

harus sejalan dengan baik. Demikian pula halnya dengan perbankan, yang harus memperhatikan kualitas pelayanan dan kualitas produk kepada nasabahnya, sehingga selain dituntut untuk memiliki kualitas pelayanan yang baik, perbankan juga dituntut untuk memiliki produk yang dibutuhkan oleh nasabah.

Produk yang ditawarkan oleh bank pada umumnya bermacam-macam, seperti produk tabungan, kredit, deposito, giro. Dengan banyaknya alternatif produk yang ditawarkan industri perbankan, pihak manajemen bank harus mampu memahami apa yang menjadi dasar pertimbangan konsumen dalam memilih produk perbankan. Nasabah atau calon nasabah akan selalu mencari nilai (*value*) yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk atau jasa yang ditawarkan pihak perbankan. Dengan menawarkan atau memberikan kualitas produk yang sesuai dengan harapan pelanggan, maka pelanggan akan memilih untuk membeli dan menggunakan produk tersebut. Setelah pelanggan memilih untuk menggunakan produk tersebut dan ternyata kualitas produk tersebut baik maka pelanggan akan merasa puas.

Salah satu bank di Indonesia yang selalu mengutamakan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang sesuai dengan harapan nasabahnya adalah bank BRI. Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah bank yang memiliki visi yaitu menjadi bank komersial terkemuka yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah ([www.bri.co.id](http://www.bri.co.id)). Berdasarkan visinya tersebut, bank BRI berusaha terus dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang ditawarkan kepada nasabahnya. Demikian pula halnya dengan bank BRI cabang Madiun yang menyadari bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki peranan

penting dalam menciptakan kepuasan nasabah. Nasabah yang semakin kritis terhadap pelayanan yang diperoleh, membuat pihak bank BRI harus dapat memberikan pelayanan yang terbaik. Selain memberikan pelayanan yang terbaik bank BRI berusaha untuk dapat memberikan produk yang ditawarkan berkualitas sehingga dapat memenuhi harapan nasabah. Kepuasan yang dirasakan oleh nasabah akan berdampak positif, karena nasabah yang puas akan cenderung tetap setia dan tidak beralih pada bank lain. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah merupakan faktor penting bagi kelangsungan hidup industri perbankan agar mampu bertahan dalam persaingan yang semakin tinggi.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka peneliti mengambil judul **PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA CABANG MADIUN.**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah, maka permasalahan yang dirumuskan adalah sebagai berikut ini.

1. Apakah dimensi variabel kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik, keandalan, data tanggap, jaminan dan empati secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Madiun?
2. Apakah variabel kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Madiun?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Menguji signifikansi pengaruh positif dimensi variabel kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik, keandalan, data tanggap, jaminan dan empati secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Madiun.
2. Menguji signifikansi pengaruh positif variabel kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Madiun.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian adalah sebagai berikut ini.

1. Bagi PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Madiun

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai masukan bagi pimpinan untuk mengetahui dampak penting kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat memberikan informasi dan referensi mengenai kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah.

3. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu proses pembelajaran serta pengaplikasian ilmu pengetahuan, terutama yang berhubungan dengan Manajemen Pemasaran yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah.

## **E. Sistematika Penulisan Laporan Skripsi**

Sistematika penulisan pada penelitian ini adalah sebagai berikut ini.

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan laporan.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Bab ini berisi telaah dari teori yang mendukung penelitian ini, pengembangan hipotesis, kerangka teoritis dan hipotesis.

### **BAB III : METODA PENELITIAN**

Bab ini berisi desain atau ruang lingkup penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, variabel penelitian, instrumen penelitian, lokasi dan waktu penelitian, prosedur pengumpulan data dan teknik analisis data.

### **BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi data penelitian, hasil penelitian dan pembahasannya.

### **BAB V : SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan dari pembahasan dan saran dari hasil penelitian terhadap pengembangan teori maupun dalam penggunaan praktik.