

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Loyalitas adalah sebuah kunci sukses yang harus dicapai oleh perusahaan. Untuk mencapainya perusahaan harus berani untuk mengambil risiko yang tidak sedikit jumlahnya. Tidak hanya dalam hal materi saja melainkan waktu dan reputasi disini sangat diperhitungkan. Kepuasan dan kepercayaan merupakan faktor dasar yang harus dicapai terlebih dahulu dan komitmen menjadi dasar untuk mencapai loyalitas.

Dalam sebuah perusahaan jasa seperti perbankan, kepuasan, kepercayaan, dan komitmen menjadi faktor penting untuk membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan (Rahmat Madjid, Djumilah Hadiwidjojo, Surachman and Djumahir, 2013 : 54). Loyalitas digambarkan sebagai kesetiaan nasabah dalam menggunakan atau memakai produk yang ditawarkan oleh bank. Untuk menumbuhkan loyalitas pada diri nasabah merupakan hal yang sangat tidak mudah dilakukan oleh bank, adanya kepuasan dan kepercayaan merupakan hal yang dapat mendasari nasabah agar tetap loyal atas produk bank tersebut. Namun alangkah baiknya jika antara nasabah dengan bank sama-sama memiliki komitmen yang kuat dalam menjaga hubungan sehingga hubungan antara bank dengan nasabah dapat terjalin dengan baik. Berikut data mengenai loyalitas nasabah :

Tabel 1.1
CUSTOMER LOYALTY INDEX DENGAN PANGSA PRODUK TABUNGAN
TAHUN 2010-2012 (PROSENTASE)

NAMA BANK	LOYALTY INDEX TABUNGAN (%) 2010	LOYALTY INDEX TABUNGAN (%) 2011	LOYALTY INDEX TABUNGAN (%) 2012
BANK CENTRAL ASIA	78.1%	75.7%	74.9%
BANK MANDIRI	77.6%	75.2%	74.1%
BANK RAKYAT INDONESIA	77.2%	73.9%	74.0%
BANK NEGARA INDONESIA	77.0%	74.1%	73.7%
BANK DANAMON INDONESIA	72.7%	73.8%	73.5%
BANK INTERNASIONAL INDONESIA	75.5 %	73.0%	72.3%
BANK BTN	73.2%	72.9%	72.1%
CIMB NIAGA	72.2%	72.7%	71.5%
PERMATA BANK	74.0%	71.5%	70.3%
PANIN BANK	75.0%	73.4%	70.2%

Sumber :Majalah Infobank (2012 : januari – juni hal.25 No.394)

Bank BNI merupakan salah satu bank milik pemerintah yang seharusnya memberikan contoh pada bank-bank lain dalam hal loyalitas tetapi kenyataannya bank BNI sendiri mengalami penurunan loyalitas sebesar 0,4% setiap tahunnya hal tersebut dapat dilihat dalam Tabel 1.1 yang menggambarkan bahwa bank BNI menduduki peringkat keempat dari sepuluh bank yang lainnya.

Kepuasan pelanggan hanya mempengaruhi loyalitas jika kepuasan didukung oleh kepercayaan pelanggan (Bilal Afsar, Zia UR Rehman, Jaweria Andleeb Qureshi dan Asad Shahjehan, 2010 : 1042). Untuk menciptakan loyalitas

nasabah bank perlu menumbuhkan kepuasan dan kepercayaan dalam diri nasabah terlebih dahulu, setelah itu loyalitas akan mengikuti kemana kepuasan dan kepercayaan tersebut bergulir. Jika nasabah memiliki kepuasan dan kepercayaan yang rendah maka loyalitas nasabah akan ikut rendah dan sebaliknya jika kepuasan dan kepercayaan nasabah tinggi maka loyalitas pun juga ikut tinggi.

Berikut data kepuasan nasabah :

Tabel 1.2
CUSTOMER SATISFACTION INDEX DENGAN PANGSA PRODUK
TABUNGAN TAHUN 2010-2012 (PROSENTASE)

NAMA BANK	CUSTOMER SATISFACTION INDEX TABUNGAN (%) 2010	CUSTOMER SATISFACTION INDEX TABUNGAN (%) 2011	CUSTOMER SATISFACTION INDEX TABUNGAN (%) 2012
BANK CENTRAL ASIA	80.4%	78.9%	78.2%
BANK MANDIRI	80.0%	78.0%	77.5%
BANK NEGARA INDONESIA	78.7%	76.9%	77.4%
BANK RAKYAT INDONESIA	77.4%	75.4%	76.2%
BANK DANAMON	74.7%	76.5%	76.0%
PANIN BANK	75.5%	73.8%	75.4%
CIMB NIAGA	74.9%	73.6%	75.1%
BANK BTN	72.1%	73.4%	74.9%
BANK INTERNASIONAL INDONESIA	75.8%	75.5%	74.6%
PERMATA BANK	75.3%	73.0%	74.1%

Sumber :Majalah Infobank (2012 : januari – juni hal.27 No.394)

Dilihat pada Tabel 1.2 maka dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2010–2011 bank BNI mengalami penurunan sebesar 1,8% dan pada tahun 2012 bank BNI hanya mengalami kenaikan sebesar 0,5%. Sebagai bank milik pemerintah

alangkah baiknya jika bank BNI mengalami kenaikan atau paling sedikit stabil dalam memperoleh kepuasan nasabahnya.

Memberikan pelayanan yang tangguh adalah cara yang tepat dalam membentuk kepuasan dan kepercayaan nasabah, jika pelayanan yang diberikan kurang memuaskan maka kepercayaan dan kepuasan nasabah tersebut tidak dapat dibangun sehingga komitmen tidak akan muncul sebaliknya jika pelayanan yang diberikan oleh bank memberikan dampak yang memuaskan terhadap nasabah maka kepuasan dan kepercayaan nasabah mudah dibangun dengan adanya komitmen antar nasabah dengan bank yang bersangkutan. Berikut ini data pelayanan prima :

Tabel 1.3
10 Bank Terbaik dalam Pelayanan Prima

Peringkat	Nama bank	2010–2011 (%)	2011–2012 (%)
1	Bank Mandiri	91,23	88,47
2	Permata Bank	86,92	84,12
3	Bank Internasional Indonesia	88,54	82,39
4	Bank Negara Indonesia (BNI)	86,55	82,18
5	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	84,08	81,91
6	Bank OCBC NISP	86,96	80,85
7	Bank CIMB NIAGA	86,45	78,08
8	Bank Danamon	78,86	77,95
9	Bank BCA	83,56	75,92
10	Bank BTN	71,62	69,55

Sumber : infobank (januari – juni 2012)

Dari Tabel 1.2 bank BNI menempati peringkat ke empat dari sepuluh bank dalam pelayanan primanya. Pada tahun 2011– 2012 bank BNI mengalami penurunan sebesar 4,37% hal tersebut akan berdampak pada kepuasan dan kepercayaan nasabah bank BNI. Dengan adanya data tersebut maka dapat

disimpulkan bahwa bank BNI memiliki masalah kepuasan dan kepercayaan dengan para nasabahnya.

Pada penelitian kali ini obyek yang dipilih oleh peneliti yaitu Bank Negara Indonesia (BNI) di Surabaya. Meskipun bank BNI memiliki jumlah nasabah yang relatif tinggi, yaitu sebesar 195.000.000 untuk rekening perorangan dan untuk rekening institusi sebesar 3.500 rekening nasabah namun menurut Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) mencatat bahwa BNI mendapat komplain sebanyak 13 aduan. Menurut Ketua Pengurus Harian YLKI Sudaryatmo, perbankan menanggung keluhan terbanyak dalam tiga tahun terakhir ini, keluhan tersebut meliputi kartu kredit, KPR, ATM, tabungan dan beberapa mengenai produk berhadiah (www.neraca.co.id). Jika dilihat dari status BNI yang merupakan bank milik pemerintah, maka sudah sewajarnya jika bank BNI menjadi teladan yang baik bagi bank-bank lainnya khususnya bank-bank umum tetapi dalam kenyataannya BNI yang berstatus sebagai bank pemerintah ini malah mendapatkan banyak sekali keluhan baik dalam hal tabungan, kredit dan masih banyak yang lainnya.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hubungan kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas dengan komitmen sebagai mediasinya. Untuk membuktikan bahwa kepuasan berpengaruh terhadap komitmen, kepercayaan berpengaruh terhadap komitmen, komitmen berpengaruh terhadap loyalitas, kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas, kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas serta kepuasan dan kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas melalui mediasi komitmen. Untuk itu pula peneliti mengambil

judul dalam penelitian ini dengan judul : “Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas melalui Mediasi Komitmen Nasabah Produk Tabungan BNI di Surabaya”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kepuasan berpengaruh signifikan positif terhadap komitmen nasabah produk tabungan Bank Negara Indonesia (BNI) di Surabaya ?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap komitmen nasabah produk tabungan Bank Negara Indonesia (BNI) di Surabaya ?
3. Apakah komitmen berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah produk tabungan Bank Negara Indonesia (BNI) di Surabaya ?
4. Apakah kepuasan berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas melalui nasabah produk tabungan Bank Negara Indonesia (BNI) di Surabaya ?
5. Apakah kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas melalui nasabah produk tabungan Bank Negara Indonesia (BNI) di Surabaya ?
6. Apakah kepuasan dan kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas melalui mediasi komitmen nasabah produk tabungan Bank Negara Indonesia (BNI) di Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap komitmen nasabah produk tabungan Bank Negara Indonesia (BNI) di Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap komitmen nasabah produk tabungan Bank Negara Indonesia (BNI) di Surabaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh komitmen terhadap loyalitas nasabah produk tabungan Bank Negara Indonesia (BNI) di Surabaya.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah produk tabungan Bank Negara Indonesia (BNI) di Surabaya.
5. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah produk tabungan Bank Negara Indonesia (BNI) di Surabaya.
6. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas melalui mediasi komitmen nasabah produk tabungan Bank Negara Indonesia (BNI) di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini untuk beberapa hal, yaitu :

1. Bagi Penulis

Dengan melakukan penelitian ini diharapkan dapat mempelajari lebih jauh dan menambah wawasan tentang pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap komitmen dan dampaknya pada loyalitas nasabah

produk tabungan pada bank terutama Bank Negara Indonesia (BNI) di Surabaya.

2. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk melakukan penelitian yang sama.

3. Bagi instansi perbankan

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan bentuk evaluasi dalam analisis pemasaran bank agar mendapatkan nasabah dengan loyalitas tinggi, serta dapat menciptakan suatu strategi pemasaran bank agar produknya menjadi pemuas kebutuhan nasabah serta membentuk struktur kinerja bank yang baik.

4. Bagi STIE Perbanas

Diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi mahasiswa yang akan mengadakan penelitian dengan masalah yang sama di waktu yang akan datang. Dan hasilnya dapat dijadikan sebagai penambahan perbendaharaan koleksi perpustakaan di STIE Perbanas.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini secara garis besar dibagi kedalam tiga bab, dimana setiap bab menjadi sub-sub bab berisi uraian yang mendukung isi secara sistematis dari setiap bab secara keseluruhan. Adapun sistematika skripsi ini adalah :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini dibahas mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian serta sistematika penulisan penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini dibahas mengenai tujuan pustaka yang didalamnya terdapat sub-sub bab, antara lain penelitian terdahulu yang akan dijadikan acuan dalam penulisan penelitian ini, dan teori-teori yang dijadikan landasan dalam menyelesaikan permasalahan penelitian serta hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan menguraikan mengenai metode penelitian yang di dalamnya terdapat sub-sub bab, antara lain desain penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, dan pengukuran variabel, instrumen penelitian, populasi, sampel, data dan metode pengumpulan data, uji validitas dan reabilitas instrumen penelitian, serta teknik analisis data yang digunakan dalam pemecahan masalah.

BAB IV : GAMBARAN DAN SUBYEK PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang gambaran subyek penelitian, analisis data yang terdiri dari analisis deskriptif, analisis statistik, uji hipotesis, serta pembahasan tentang rumusan masalah dan hipotesis penelitian.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini dijelaskan mengenai kesimpulan penelitian dari hasil analisis data yang dilakukan. Selain itu juga dituliskan mengenai keterbatasan penelitian dan beberapa saran untuk penelitian yang akan datang.