

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dari industri perbankan di Surabaya dapat menunjukkan meningkatnya jumlah nasabah yang menggunakan jasa perbankan. Para nasabah juga harus semakin lebih kritis dalam memilih bank, khususnya yang berkaitan dengan layanan perbankan. Situasi persaingan perbankan yang semakin ketat mendorong bank-bank di Surabaya terus berinovasi pada produk dan jasa yang ditawarkan. Bank dituntut untuk kreativitas dan inovasi pada produk dan jasa bank agar dapat memenangkan kompetisi dalam menarik nasabah. Berbagai fasilitas dan strategi pemasaran terus dikembangkan khususnya pada layanan perbankan, *self service technology*, kualitas layanan, hubungan pemasaran, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah.

Sebagian besar bank mencoba untuk mempertahankan loyalitas nasabah melalui promosi, terutama dengan menawarkan program menarik seperti undian berhadiah setiap tahun, nasabah akan mendapat souvenir setiap pembukaan rekening baru sebagai apresiasi bagi nasabah bank. Ketatnya persaingan di sektor perbankan memiliki dampak yang cenderung tinggi terhadap kemudahan nasabah beralih ke bank lain. Bank yang kurang responsif untuk menghadapi persaingan dan perubahan keinginan nasabah akan mudah ditinggalkan oleh nasabah, untuk itu bank harus berusaha memenuhi keinginan

nasabah. Loyalitas nasabah adalah membeli kembali produk atau jasa secara konsisten di masa depan meskipun ada situasi yang berpotensi menimbulkan perubahan perilaku seperti pengaruh orang lain atau upaya pemasaran yang dilakukan oleh pesaing.

Keberhasilan bank dalam mempertahankan nasabah untuk tetap setia kepada bank tersebut tergantung pada strategi pemasaran seperti inovasi produk, penyediaan teknologi yang canggih dan bersahabat dengan penggunaanya dan menyediakan pelayanan yang cepat melalui perbankan elektronik (*e-banking*), promosi, dan peningkatan kualitas pelayanan perbankan. Dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin maju nasabah dengan mudah melakukan transaksi melalui mesin ATM, Mesin setor tunai, SMS *Banking* maupun *Mobile Banking* yang disediakan oleh bank. Ini bertujuan untuk meningkatkan kepuasan nasabah agar nasabah tidak beralih pada bank lain.

Dengan meningkatnya kepuasan nasabah yang diberikan oleh bank maka nasabah akan loyal dengan bank yang bersangkutan bahkan akan menambah produk jasa yang disediakan oleh pihak bank. Kualitas layanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sehingga dalam hal pelayanan, bank harus mampu memberikan apa yang dibutuhkan nasabah untuk menunjang produk dari bank tersebut. Ini juga sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, apabila bank tidak mampu memberikan kualitas layanan yang di inginkan oleh nasabah maka nasabah akan cenderung mengurungkan niat untuk kembali lagi ke bank tersebut atau menggunakan produk bank lain sehingga akan berpengaruh pada kepuasan nasabah.

Berdasarkan dengan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa apabila Bank BNI di Surabaya ingin mendapatkan peningkatan nasabah secara keseluruhan harus memperhatikan beberapa hal penting yaitu *self sevice technology*, kualitas layanan, dan hubungan pemasaran sehingga akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah ini dapat dilihat pada tabel 1.1.

Tabel 1.1
INDONESIA BANK LOYALTY INDEX (IBLI) 2013-2014
CUSTOMER SATISFACTION

Rangking	Tahun 2013	Tahun 2014
1	BCA	BCA
2	BNI	BII
3	MANDIRI	MANDIRI
4	BRI	BNI
5	DANAMON	BRI
6	BII	CIMB NIAGA
7	CIMB NIAGA	DANAMON
8	PANIN BANK	BTN
9	BTN	PERMATA BANK
10	PERMATA BANK	PANIN BANK

Sumber : *Majalah infobank edisi Januari 2014*

Pada tabel 1.1 berisi tentang sepuluh bank peraih penghargaan *Customer Satisfaction* pada tahun 2013 sampai dengan tahun 2014 yang menunjukkan kepuasan nasabah pada beberapa bank. Berdasarkan perolehan penghargaan pada tahun 2013 Bank BNI memperoleh penghargaan peringkat ke dua, sedangkan pada tahun 2014 Bank BNI memperoleh penurunan peringkat ke empat ini menyimpulkan bahwa kinerja yang dilakukan Bank BNI mengalami penurunan dari peringkat ke dua menjadi peringkat ke empat. Dimana Bank BNI masih kurang memberikan pelayanan yang memuaskan kepada nasabahnya terbukti dengan menurunnya kinerja Bank BNI

dari tahun 2013 ke tahun 2014. Sehingga dalam hal ini Bank BNI harus bisa meningkatkan lagi kinerja layanan yang diberikan kepada nasabahnya.

Table 1.2

***INDONESIA BANK LOYALTY INDEX (IBLI) 2013-2014
OVERALL LOYALTY***

Rangking	Tahun 2013	Tahun 2014
1	BCA	BCA
2	MANDIRI	MANDIRI
3	BNI	BRI
4	BRI	BNI
5	BII	BII
6	DANAMON	DANAMON
7	BTN	BTN
8	CIMB NIAGA	CIMB NIAGA

Sumber : *Majalah infobank edisi Januari 2014*

Berdasarkan yang diuraikan pada tabel 1.2, dapat dilihat sepuluh bank yang mendapatkan penghargaan sebagai bank *Overall Loyalty* tahun 2013-2014, dimana Bank BNI mengalami penurunan dari peringkat tiga tahun 2013 menjadi peringkat empat tahun 2014. Dalam hal ini Bank BNI masih kurang dalam memberikan pelayanan yang terbaik buat nasabahnya, sehingga mengakibatkan nasabah tidak loyal terhadap bank tersebut.

Berhubungan dengan masih adanya masalah kepuasan dan loyalitas nasabah di Bank BNI sehingga perlu dilakukan penelitian untuk mencari faktor-faktor apa saja yang menjadi penyebab menurunnya kepuasan dan loyalitas nasabah Bank BNI di Surabaya. Menurut jurnal Ludfi Djajanto, *et al.*, (2014) *self service technology*, kualitas layanan dan hubungan pemasaran berpengaruh signifikan pada

kepuasan nasabah. Selain itu, hubungan pemasaran secara signifikan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Namun pada penelitian tersebut tidak membuktikan bahwa teknologi dan kualitas layanan tidak berpengaruh pada loyalitas nasabah. Faktor yang dapat mempengaruhi adanya *self service technology* ditinjau dari sejauh mana Bank BNI memberikan teknologi yang lebih canggih seperti Mesin ATM, Mesin setor tunai dan *Mobile Banking* dimana untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi. Kualitas Layanan juga mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah dilihat dari bagaimana karyawan tersebut melayani nasabah itu dengan profesional. Pada hubungan pemasaran ini ada beberapa faktor yang dapat dilihat dimana Bank BNI memiliki hubungan baik dengan nasabah agar dapat memiliki nasabah untuk jangka panjangnya. Sehingga kepuasan dan loyalitas nasabah akan dapat terjadi apabila pelayanan yang diberikan dari Bank BNI sesuai dengan harapan nasabah.

Dengan adanya berbagai faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah dan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan kepuasan dan loyalitas nasabah dengan Judul ***“Pengaruh self service technology, kualitas layanan, hubungan pemasaran terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah pada Bank BNI di Surabaya”***.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah :

1. Apakah *self-service technology* berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah Bank BNI di Surabaya?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah Bank BNI di Surabaya?
3. Apakah hubungan pemasaran berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah Bank BNI di Surabaya?
4. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah Bank BNI di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang akan dibahas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Menganalisis signifikansi pengaruh *self-service technology* terhadap kepuasan nasabah Bank BNI di Surabaya
2. Menganalisis signifikansi pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Bank BNI di Surabaya
3. Menganalisis signifikansi pengaruh hubungan pemasaran terhadap kepuasan nasabah Bank BNI di Surabaya

4. Menganalisis signifikansi pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank BNI di Surabaya

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Bank BNI di Surabaya

Sebagai data masukan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk menyempurnakan pelayanan nasabah yang diberikan, baik dalam memperbaiki kekurangan atau kelamahan yang ada maupun mempertahankan atau meningkatkan pelayanan nasabah.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan dalam bidang perbankan terutama yang berkaitan dengan kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah, dengan mencoba menganalisis teori-teori yang selama ini diperoleh dalam perkuliahan.

3. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan koleksi perpustakaan dan dapat digunakan sebagai bahan acuan serta dapat dikembangkan lagi bagi penelitian lain yang akan mengambil topik yang sama untuk bahan penelitian.

1.5 Sistematika Penulisan

Di dalam penyajian penelitian pembahasan dibagi menjadi tiga bab, dimana setiap bab dibagi dalam sub-sub bab yang mendukung isi daripada bab-bab secara keseluruhan untuk memudahkan pemahaman penelitian. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini mencakup latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini menjelaskan tentang penelitian terdahulu, juga tentang teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti, kerangka pemikiran dan hipotesis dari penelitian ini.

BAB III: METODE PENELITIAN

Di dalam bab ini dibahas mengenai penjelasan rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi variabel dan pengukuran variabel, instrumen penelitian, populasi, sampel, data dan metode pengumpulan data, uji validitas, dan reliabilitas instrumen penelitian, serta teknik analisis data yang dipergunakan dalam pemecahan masalah penelitian.

BAB IV: GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Dalam bab ini berisi uraian tentang gambaran umum subyek penelitian, analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisikan uraian tentang kesimpulan hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran.

