

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Berikut ini akan dipaparkan hasil dari penelitian terdahulu yang oleh peneliti dianggap memiliki beberapa persamaan dengan penelitian saat ini.

##### 2.1.1 **Harvad Hansen (2003)**

*“Antecedents to consumer disclosing intimacy with service employess”*.

Penelitian Hansen ini bertujuan untuk meneliti pengaruh keramahan atau kebaikan karyawan, citra karyawan serta kredibilitas karyawan dan kepuasan konsumen terhadap kedekatan antara konsumen dengan pegawai dalam suatu bank retail. Metode pengumpulan yang digunakan Hansen ada dua macam yaitu *interview* dan kuesioner, pengukuran variabelnya menggunakan skala likert sampai tujuh dengan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM). Berdasarkan hasil dari pengujian dengan SEM tersebut diperoleh bahwa variabel kebaikan pegawai dan *image* pegawai memiliki pengaruh positif terhadap kedekatan. Sedangkan dua variabel lainnya yakni kredibilitas dan kepuasan pelanggan tidak membuktikan hipotesis yang diajukan

##### 2.1.2 **Molina, et al. (2007)**

Penelitian Molina *et al.* (2007) mengangkat topik *“relational benefits and customer satisfaction in retail banking”*. Variabel yang diteliti pada penelitian ini adalah masalah kedekatan hubungan pegawai dengan nasabah yang meliputi manfaat layanan khusus (*special treatment benefits*), manfaat sosial, dan

manfaat berupa kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada bank retail di Spanyol. Molina menggunakan *Structural Equation Modelling* untuk teknis analisis datanya. Variabel yang digunakan adalah kedekatan hubungan pegawai dengan nasabah sebagai variabel eksogen dan kepuasan nasabah sebagai variabel endogen. Teknik sampling yang digunakan Molina yaitu *Convenience Sampling*.

### **2.1.3 Siti Nur Yanti (2010)**

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi kedekatan antara lain pengaruh kebaikan karyawan, kepuasan pelanggan, kredibilitas karyawan serta citra karyawan. teknik pengambilan sampel menggunakan *judgment sampling*, metode pengumpulan datanya menggunakan kuesioner, pengukuran datanya menggunakan skala likert. Teknik analisisnya menggunakan analisis statistik linear. Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kedekatan intim antara nasabah dengan pegawai bank CIMB Niaga di Surabaya dari variabel bebas yang meliputi kepuasan pelanggan, *image* pegawai, kebaikan pegawai dan kredibilitas pegawai.

Tabel 2.1  
PERSAMAAN DAN PERBEDAAN PENELITIAN TERDAHULU DENGAN  
SAAT INI

Keterangan	Hansen (2003)	Molina et. al	Siti Nur Yanti (2010)	Peneliti Sekarang (2011)
Objek Penelitian	Nasabah dan karyawan Bank Ritel.	Nasabah bank di Spanyol	Nasabah Bank CIMB Niaga di Surabaya.	Nasabah Bank Mandiri, BTN, BNI, dan BRI di Surabaya
Teknik Analisis Data	<i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>	<i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>	Statistik Linier Berganda dengan uji t dan uji f.	<i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>
Jumlah Responden	461 Orang	219 Orang	100 Orang	100 Orang
Variabel Eksogen	Keramahan, Kredibilitas, Citra, Kepuasan,	Kedekatan Hubungan pegawai dengan nasabah	Keramahan, Kredibilitas, Citra, Kepuasan	Keramahan, Kredibilitas, Citra, Kedekatan
Variabel Endogen	Kedekatan	Kepuasan Nasabah	Kedekatan	Kepuasan
Teknik Pengambilan Data	Interview Kuesioner	Kuisisioner	Kuesioner	Kuesioner
Teknik Sampling	<i>Purposive Sampling</i>	<i>Convenience Sampling</i>	<i>Judgment Sampling</i>	<i>Purposive Sampling</i>

## 2.2 Landasan Teori

Dalam sub bab ini akan dijelaskan landasan teori yang mendukung penelitian ini, landasan teori tersebut meliputi definisi dari bank konvensional dan produk tabungan serta variabel yang diteliti yaitu keramahan pegawai, *image* pegawai, kredibilitas pegawai dan kedekatan pegawai dan definisi dari kepuasan nasabah serta teori yang berhubungan dengan penelitian ini.

### 2.2.1 Bank Konvensional

Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 (dalam Kasmir, 2008) tentang perbankan, yang dimaksud dengan 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.

Aktivitas pertama perbankan adalah menghimpun dana dari masyarakat atau biasa disebut dengan kegiatan *funding*. Pengumpulan dana maksudnya adalah kegiatan dalam mengumpulkan atau mencari dana dengan cara membeli dari masyarakat luas (Kasmir, 2008 : 26).

Bank umumnya dibagi menjadi dua prinsip salah satunya adalah bank dengan prinsip konvensional. Bank konvensional adalah bank yang dalam menentukan harganya menetapkan suatu tingkat bunga tertentu, baik untuk dana yang dikumpulkan maupun disalurkan.

### **2.2.2 Tabungan**

Tabungan merupakan simpanan dana yang penarikannya hanya dapat dilakukan dengan syarat tertentu atau yang telah disepakati (Kasmir ; 2008). Pengertian tabungan menurut undang-undang perbankan nomor 10 tahun 1998 adalah :

Simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang telah disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Syarat-syarat dalam penarikan tertentu adalah suatu perjanjian yang dibuat antara bank dengan nasabah penabung. Ada beberapa alat penarikan tabungan, pada umumnya alat penarikan ini hampir semua bank menggunakan alat ini. Alat-alat yang dimaksud adalah sebagai berikut :

1. Buku Tabungan

Yaitu buku yang dipegang oleh nasabah, yang di dalamnya berisi mengenai catatan saldo tabungan, penarikan, penyetoran dan pembebanan-pembebanan yang mungkin terjadi.

2. Slip Penarikan

Merupakan formulir penarikan dimana nasabah menuliskan nama, nomer rekening, jumlah uang yang disetor serta tanda tangan nasabah. Slip penarikan ini biasanya digunakan bersamaan dengan buku tabungan.

3. Kwitansi

Merupakan bukti penarikan yang dikeluarkan oleh bank. Fungsinya sama dengan slip penarikan dan kwitansi ini biasanya juga digunakan bersamaan dengan buku tabungan.

4. Kartu yang terbuat dari plastik

Yaitu sejenis kartu yang terbuat dari plastik dan digunakan sebagai penarikan uang dari saldo tabungannya melalui mesin penarikan dan mesin ini dinamakan dengan ATM (*Automated Teller Machine*).

Dalam praktik perbankan di Indonesia saat ini, tabungan dibagi menjadi beberapa jenis tabungan. Perbedaan jenis tabungan hanya terletak pada fasilitas yang diberikan kepada nasabah tabungan. Dengan demikian nasabah tabungan mempunyai banyak pilihan. Jenis-jenis tabungan yang dimaksud adalah sebagai berikut :

### 1. Tabungan Pembangunan Nasional (Tabanas)

Tabanas adalah bentuk tabungan yang tidak terikat oleh jangka waktu dengan syarat penyetoran dan pengambilan, yang untuk pertama kalinya diatur tahun 1971.

Tabanas terdiri dari :

- 1) Tabanas Umum, yaitu tabanas yang berlaku bagi perorangan yang dilaksanakan secara sendiri-sendiri oleh penabung yang bersangkutan.
- 2) Tabungan Pemuda, Pelajar dan Pramuka (Tappelpram) yaitu tabanas khusus yang dilaksanakan secara kolektif melalui organisasi pemuda, sekolah dan satuan pramuka.

### 2. Tabungan Asuransi Berjangka (Taska)

Yaitu tabungan yang dikaitkan dengan asuransi jiwa.

3. Tabungan lainnya, yaitu tabungan selain Tabanas dan Taska, seperti misalnya tabungan dari pegawai bank sendiri yang bukan tabanas ataupun taska, atau tabungan masyarakat pada bank-bank lain yang bukan penyelenggara Tabanas dan Taska.

#### **2.2.3 Keramahan Karyawan**

Mengenai keramahan, keramahan adalah bagian yang terpenting karena dapat berdampak pada kepuasan maupun kedekatan antara karyawan dengan nasabah. Karyawan yang ramah merupakan satu aspek kunci dari satu hubungan pelayanan jasa yang sukses karena suatu hubungan jasa dapat dikatakan sukses apabila karyawan berbuat baik dan ramah kepada pelanggan dan bank harus memberikan

kuasa kepada karyawan ke garis depan apabila menjumpai pelanggan yang menuntut kegagalan atas jasa. Manajer bank harus berani dalam memberikan kepercayaan kepada karyawan untuk memberikan pelayanan terbaik pada nasabah, sehingga nasabah merasa dekat dengan karyawan (Hansen, 2003).

Dalam konteks industri perbankan, sebagai misal sebuah Kantor Cabang, maka keramahan *Customer Service*, *Teller* dan Pimpinan Cabang memegang peran sangat penting dalam kenyamanan dan kepuasan nasabah bertransaksi di Kantor Cabang bahkan Satpam/ *Security* dan petugas parkirpun punya andil. Keramahan karyawan ditunjukkan dari ketulusan karyawan dalam menunjukkan perhatian pada saat melayani nasabah (Hansen, 2003).

Manajer bank juga seharusnya memberdayakan karyawan-karyawan yang berada di depan/ *front liner* untuk memenuhi kebutuhan para nasabah dan memperbaiki layanan jika terjadi kegagalan layanan atau juga disebut pemulihan pelayanan (*service recovery*) ketika bank tidak memberikan layanan.

#### **2.2.4 Kredibilitas Karyawan**

Kredibilitas dalam pelayanan karyawan bank dapat diartikan sebagai kemampuan seorang karyawan dalam memberikan layanan dengan efektif dan reliabel (Hansen : 2003). Kredibilitas merupakan hal yang penting bagi penilaian seorang nasabah. Kredibilitas, selain mempunyai keterkaitan dengan faktor kejujuran juga terkait dengan hal-hal yang bersifat psikologis yang mengacu pada kepercayaan dan juga ketertarikan nasabah pada jasa yang ditawarkan (Suryani, 2008 : 124). Kredibilitas juga diartikan sebagai kualitas, kapabilitas, atau kekuatan untuk menimbulkan kepercayaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Hansen menemukan bahwa karyawan yang kredibel akan dipercaya dan membuat nasabah terbuka dalam menyampaikan informasi personal serta bertanya tentang berbagai hal mengenai produk perbankan dan jasa. Kredibilitas akan tercermin dari pengetahuan atau pemahaman karyawan terhadap produk, keterbukaan karyawan, dan kemampuan karyawan dalam menghadapi masalah nasabah.

Kredibilitas dianggap penting bagi perusahaan karena kredibilitas berkaitan dengan kepercayaan seorang nasabah pada karyawan maupun perusahaan. Kepercayaan yang dibangun akan memberikan dampak yang baik untuk kelangsungan perkembangan maupun pertumbuhan bagi perusahaan.

### **2.2.5 Citra Karyawan**

Citra merupakan suatu gambaran atau suatu kepribadian yang ditunjukkan kepada publik oleh seseorang (Oliver, 2006 : 50). Citra juga diartikan sebagai kesan yang diciptakan secara sengaja dari suatu objek, orang maupun organisasi (Soemirat dan Ardianto dalam Eddy, 2008 :104). Menurut Rosady (2006 : 75), citra tidak dapat diukur secara matematis, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk.

Citra yang buruk dapat menimbulkan persepsi produk yang tidak berkualitas, sehingga nasabah mudah marah meskipun kesalahan yang kecil, begitupun sebaliknya, citra yang baik menimbulkan persepsi produk yang berkualitas. Sehingga pelanggan memaafkan suatu kesalahan meskipun tidak untuk kesalahan yang ditimbulkan selanjutnya (Rangkuti, 2002 : 34).



Mengingat produk perbankan berupa jasa maka faktor kualitas layanan yang dipersepsikan oleh nasabah merupakan hal yang penting. Kualitas layanan ini dapat membentuk citra bank. Citra karyawan terbentuk dari penilaian nasabah atas reputasi karyawan, dan citra karyawan yang dibandingkan dengan citra karyawan bank-bank lain. Citra yang terbentuk dari penilaian nasabah ini akan menghasilkan sikap yang afektif baik yang bersifat positif maupun negatif. Jika bank mempunyai citra karyawannya jujur, terpercaya, professional hal ini akan memperlancar hubungan dengan nasabah. *Image* positif yang dimiliki setiap karyawan dapat mendukung konsumen untuk menyampaikan informasi personal. Mereka percaya pada karyawan bank tersebut dalam menjaga rahasia ( Hansen : 2003).

#### **2.2.6 Kedekatan Karyawan**

Kedekatan didefinisikan sebagai sebuah hubungan yang dekat/ akrab dan bersifat pribadi. Dalam penelitian Hansen (2003) meneliti bahwa adanya kemungkinan yang menyebabkan nasabah berpotensi untuk lebih mengungkapkan informasi adalah jenis “kedekatan”. Seperti halnya seseorang yang akan berbagi informasi dengan mitra bisnisnya tetapi tidak dengan menjual. Melalui suatu survei dengan menelpon nasabah dari sebuah bank-bank retail di Negara bagian Eropa, penulis menguji pengaruh dari pelayanan karyawan, kredibilitas, citra, dan kepuasannya pelanggan dengan hubungan yang dia punya dengan karyawan tersebut, maka kemungkinan nasabah akan terjalin kedekatan dan saling bertukar informasi.

Hansen (2003) mengungkapkan bahwa kedekatan karyawan dengan nasabah tercermin dari keterbukaan nasabah. Jika nasabah merasa dekat dengan

bank maka mereka akan banyak bertanya tentang produk-produk yang ditawarkan dan jasa-jasa yang diinginkan. Kondisi ini akan memudahkan bagi bank dalam menawarkan berbagai macam produk dan jasanya. Dengan demikian, hal ini akan menjadi peluang untuk menawarkan produk.

Kedekatan karyawan dengan nasabah dapat dijadikan keunggulan bersaing dengan bank - bank lain. Bank -bank yang berhasil membangun loyalitas dengan nasabah biasanya terjadi karena kemampuan bank dalam menjalin kedekatan dengan nasabah. Dampak ketika pelanggan menjadi lebih dekat pada suatu perusahaan maupun karyawannya, terdapat efek positif pada interaksi pelanggan dengan perusahaan tersebut (Barnes, 2003 : 163-164).

### **2.2.7 Kepuasan Nasabah**

Kepuasan konsumen merupakan salah satu alat ukur untuk dari kualitas jasa yang disampaikan. Tujuan perusahaan adalah memperoleh keuntungan akan tetapi jika konsumen merasa tidak puas dengan produk yang diberikan maka perusahaan gagal dalam memperoleh keuntungan. Pencapaian keuntungan akan dicapai bersamaan dengan kepuasan nasabah (Jasfar, 2005 : 199). Kotler dan Armstrong (2009) menyatakan bahwa :

“Kepuasan nasabah adalah sejauh mana kinerja yang diberikan oleh sebuah produk sepadan dengan harapan pembeli. Jika kinerja produk kurang dari yang diharapkan itu, pembelinya tidak puas”.

Kepuasan konsumen adalah suatu respon menyenangkan dari konsumen sedangkan ketidakpuasan merupakan hasil dari respon tidak menyenangkan (Buttle, 2004 : 29). Nasabah yang puas cenderung akan membalas

dengan cara yang terbaik dan melakukan interaksi yang lebih sering dengan karyawan.

Tujuan dari strategi kepuasan nasabah adalah untuk membuat agar nasabahnya tidak mudah berpindah ke bank yang lain. Menurut Rangkuti (2002, 55-57), strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan nasabah antara lain,

1. Strategi *relationship marketing*

Dalam strategi ini transaksi antara karyawan dan nasabah berlanjut setelah transaksi selesai. Dengan kata lain, bank menjalin kemitraan dengan nasabah secara terus menerus yang pada akhirnya akan menimbulkan kesetiaan nasabah sehingga terjadi transaksi yang diulang kembali

2. Strategi *superior customer*

Strategi yang menawarkan pelayanan yang lebih baik dibanding dengan yang ditawarkan oleh pesaing. Yang sering terjadi adalah bank menawarkan *customer service* yang lebih baik tetapi memberi harga yang lebih tinggi pada produk - produknya. Tetapi biasanya memperoleh manfaat yang lebih besar dari pelayanan yang lebih baik tersebut, yaitu tingkat pertumbuhan yang lebih cepat dan laba yang lebih besar.

3. Strategi penanganan keluhan yang efektif

Strategi ini menangani keluhan nasabah dengan cepat dan tepat, dimana bank harus menunjukkan perhatian, keprihatinan, dan penyesalannya atas kekecewaan nasabah agar nasabah tersebut dapat kembali menjadi nasabah yang puas dan kembali menggunakan produk dan jasa bank. Proses

penanganan keluhan nasabah efektif dimulai dari identifikasi dan penentuan sumber masalah yang menyebabkan nasabah tidak puas dan mengeluh.

## 2. Strategi peningkatan kinerja perusahaan

Perusahaan dalam hal ini adalah bank, menerapkan strategi yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan secara berkesinambungan, memberikan pendidikan dan pelatihan komunikasi, *salesmanship*, dan *public relations* kepada pihak manajemen dan karyawan, memasukan unsur kemampuan memuaskan nasabah ke dalam sistem penilaian prestasi karyawan.

Dari berbagai pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah merupakan respon yang menyenangkan sedangkan ketidakpuasan nasabah adalah respon yang tidak menyenangkan dari nasabah.

### **2.2.8 Pengaruh Keramahan, Kredibilitas dan Citra Karyawan Terhadap Kedekatan Karyawan dengan Nasabah**

Keramahan pegawai merupakan salah satu faktor yang penting dalam membangun kedekatan dengan nasabah. Menurut Mittal dan Lassar (dalam Hansen : 2003). keramahan juga merupakan salah satu bentuk personalisasi yang akan membuat nasabah merasa akrab, senang, dan bersahabat. Selain itu juga, kredibilitas, dan juga citra karyawan yang baik di mata nasabah ikut andil dalam membangun kedekatan dengan nasabah.

Kredibilitas karyawan dalam menyampaikan informasi yang dibutuhkan nasabah serta mampu mengatasi masalah yang dihadapi oleh nasabah dapat membuat nasabah terbuka dalam menyampaikan informasi personal serta bertanya mengenai produk dan jasa bank tersebut.

Citra karyawan yang baik akan memperlancar hubungan kedekatan dengan nasabah. *Image* positif yang dimiliki oleh karyawan dapat mendukung nasabah dalam menyampaikan informasi personal karena nasabah dibicarakan (Hansen;2003).

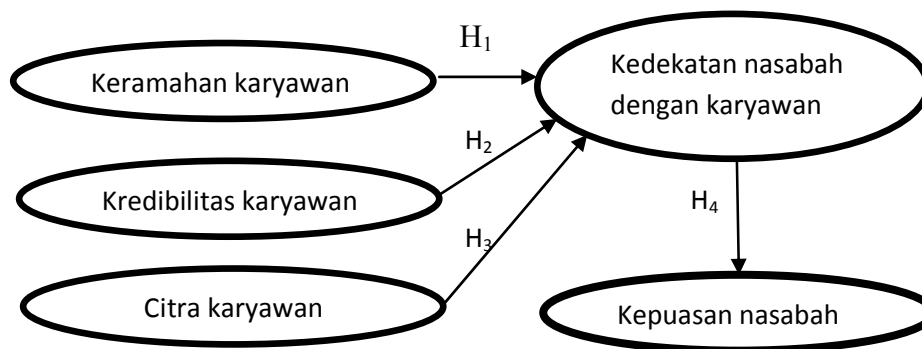
### **2.2.9 Pengaruh Kedekatan Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah**

Kepuasan konsumen merupakan salah satu alat ukur untuk dari kualitas jasa yang disampaikan. Hansen (2003) mengungkapkan bahwa kedekatan karyawan dengan nasabah tercermin dari keterbukaan nasabah. Nasabah yang terbuka kepada karyawan karena nasabah percaya akan karyawan tersebut dalam menjaga privasinya. Ketidkebocoran rahasia nasabah pada nasabah lainnya maupun karyawan lainnya dapat menyebabkan nasabah yang puas akan karyawan dalam menjaga informasi yang bersifat pribadi.

Menurut Mittal dan Lassar (dalam Hansen, 2003 : 575) bahwa adanya kedekatan karyawan yang berdampak pada peningkatan kepuasan nasabah. Sehingga sangat penting bagi karyawan dapat menjalin kedekatan dengan nasabah untuk dapat meningkatkan kepuasan nasabahnya.

### **2.3 Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran merupakan suatu model yang menyatakan bagaimana suatu teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting (Sidik & Saludin ; 2009). Berikut kerangka pemikiran dalam penelitian ini :



Gambar 2.1  
Kerangka Pemikiran

## 2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis Penelitian merupakan perumusan jawaban sementara terhadap masalah yang akan diteliti. Berdasarkan kajian teori yang telah dipaparkan diatas, maka hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- H<sub>1</sub> : Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara keramahan karyawan terhadap kedekatan karyawan dengan nasabah produk tabungan bank konvensional.
- H<sub>2</sub> : Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kredibilitas karyawan terhadap kedekatan karyawan dengan nasabah produk tabungan bank konvensional.
- H<sub>3</sub> : Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara citra karyawan terhadap kedekatan karyawan dengan nasabah produk tabungan bank konvensional.

H<sub>4</sub> : Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kedekatan karyawan terhadap kepuasan nasabah produk tabungan bank konvensional.