

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bank merupakan lembaga keuangan yang memiliki peranan penting dalam suatu negara. Perbankan di Indonesia mengalami persaingan yang ketat khususnya dalam bidang industri. Bank-bank saat ini juga mengalami perkembangan yang pesat seperti Bank Mandiri, Bank BCA, dan Bank BNI (Sumber: <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2015/11/04/114000426/Ini.10.Bank.dengan.Aset.Terbesar.di.Indonesia> di unduh pada 4 Nvember 2015) Persaingan yang ketat tersebut telah mengubah strategi promosi bank masing-masing untuk mengoptimalkan layanan perbankannya. Salah satu bentuk strategi promosi dengan melakukan promosi penjualan, periklanan dan hubungan masyarakat yang dapatkan target pasar yang diinginkan oleh perusahaan.

Pada penelitian kali ini terdapat masalah dimana tabungan BRI Simpedes tidak mengalami peningkatan di setiap tahunnya dan juga masih berada pada posisi yang sama yaitu ke empat di bawah tabungan BRI Britama yang merupakan produk dari bank yang sama yaitu BRI. Bauran pemasaran yang terbagi atas Strategi produk, Strategi harga, Strategi lokasi dan Strategi promosi (Kasmir; 2009; 51) juga mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan produk tabungan Simpedes. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 1.1 berdasarkan *Top Brand Award* dalam kategori tabungan.

Tabel 1.1
TOP BRAND AWARD DALAM KATEGORI TABUNGAN 2014 dan 2015 DI
INDONESIA

Merek	Tahun 2014	Tahun 2015
Tahapan BCA	29,4%	29,1%
BRI Britama	19,9%	17,0%
Tabungan Mandiri	17,5%	14,6%
BRI Simpedes	11,1%	10,5%

Sumber : [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_\(2014-2015_fase_1\)](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_(2014-2015_fase_1))

Selain itu, layanan merupakan hal penting yang harus dipertimbangkan oleh konsumen dalam menggunakan layanan yang diberikan oleh perusahaan (Tjiptono 2001; 70). Kesadaran nasabah mencari informasi sangat membutuhkan waktu dan usaha sehingga konsumen akan memilih beberapa bank dan membuat keputusan akhir untuk membuka satu atau lebih akun baru dengan bank. hal ini menjadi alasan penulis untuk melakukan penelitian pada BRI di Surabaya dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran, Pelayanan, dan Kesadaran Terhadap Keputusan Nasabah Membuka Rekening Tabungan BRI Simpedes di PT. Bank Rakyat Indonesia di Surabaya”.

1.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah dari penelitian ini adalah

- Apakah produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah membuka rekening tabungan BRI Simpedes di Surabaya ?
- Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah membuka rekening tabungan BRI Simpedes di Surabaya ?
- Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah membuka rekening tabungan BRI Simpedes di Surabaya ?

- d. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah membuka rekening tabungan BRI Simpedes di Surabaya ?
- e. Apakah pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah membuka rekening tabungan BRI Simpedes di Surabaya ?
- f. Apakah kesadaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah membuka rekening tabungan BRI Simpedes di Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dapat disampaikan pada penulisan ini adalah

- a. Menganalisis signifikan dari pengaruh produk terhadap keputusan nasabah membuka rekening tabungan BRI Simpedes
- b. Menganalisis signifikan dari pengaruh harga terhadap keputusan nasabah membuka rekening tabungan BRI Simpedes
- c. Menganalisis signifikan dari pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah membuka rekening tabungan BRI Simpedes
- d. Menganalisis signifikan dari pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah membuka rekening tabungan BRI Simpedes
- e. Menganalisis signifikan dari pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah membuka rekening tabungan BRI Simpedes
- f. Menganalisis signifikan dari pengaruh kesadaran terhadap keputusan nasabah membuka rekening tabungan BRI Simpedes

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah:

A. Bagi PT Bank Rakyat Indonesia Surabaya

Sebagai masukan dan informasi kepada pihak manajemen untuk meningkatkan bauran pemasaran (produk, harga, lokasi, promosi), pelayanan dan kesadaran terhadap jumlah nasabah yang menabung pada BRI di Surabaya.

B. STIE Perbanas Surabaya

Sebagai bahan perbandingan dalam penelitian pada masa yang akan mendatang, khususnya penelitian tentang bauran pemasaran (produk, harga, lokasi, promosi), pelayanan dan kesadaran nasabah membuka rekening tabungan di BRI di Surabaya.

C. Bagi peneliti

Untuk menambah ilmu pengetahuan dan sarana aplikasi terhadap bauran pemasaran (produk, harga, lokasi, promosi), pelayanan dan kesadaran terhadap keputusan nasabah membuka rekening tabungan di BRI di Surabaya.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini terdiri atas tiga bab yang secara umum mengacu pada pedoman penulisan yang berlaku di STIE Perbanas Surabaya. Adapun sistematika penulisan penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran serta hipotesis Penelitian

BAB III. METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, instrumen penelitian populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel data dan metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian untuk teknik analisis data.

BAB IV. GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini menjelaskan tentang gambaran subyek penelitian, analisis yang diperoleh dan melakukan pembahasan dari hasil analisis.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari penelitian, keterbatasan penelitian serta saran kepada pihak terkait serta kepada peneliti yang akan datang.