

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian dan Fungsi Bank

2.1.1 Pengertian Bank

Menurut UU No. 10 Tahun 1998 di definisikan Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Adapun menurut Kasmir (2014) bank didefinisikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bank adalah badan usaha yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit serta memberikan jasa bank lainnya.

2.1.2 Fungsi Bank

Bank merupakan Lembaga keuangan yang berhubungan dengan perekonomian dan kepercayaan. Menurut Ismail (2011) bank mempunyai tiga fungsi utama diantaranya.

a. Menghimpun Dana dari Masyarakat

Fungsi bank yang pertama adalah menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana dalam bentuk simpanan.

b. Menyalurkan Dana kepada Masyarakat

Fungsi bank yang kedua adalah menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana dalam bentuk kredit.

c. Pelayanan Jasa Perbankan

Bank juga mempunyai untuk memberikan pelayanan jasa lainnya guna memenuhi kebutuhan nasabah. Penghasilan yang diperoleh dari layanan jasa yang diberikan disebut *fee based income*.

2.2 Pengertian *Customer Service*

Bank dalam menjalankan usahanya memiliki tenaga kerja *front liner* yang berguna untuk memberikan pelayanan kepada nasabahnya. Tenaga kerja *front liner* memiliki peranan yang sangat penting dalam kegiatan bisnis bank. Hal ini dikarenakan, petugas *front liner* merupakan cerminan citra diri bank. Salah satu petugas *front liner* adalah *Customer Service*.

Pengertian *Customer Service* secara umum menurut Mirawati, J. F. (2019) mendefinisikan bahwa *Customer Service* secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, yaitu dengan melalui pelayanan yang bermutu yang nantinya dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan setiap nasabah. Adapun pengertian *Customer Service* menurut Mirawati, J.F (2019) didefinisikan sebagai setiap kegiatan yang ditujukan guna memberikan kepuasan melalui pelayanan yang

diberikan seseorang kepada kliennya dalam menyelesaikan masalah dengan memuaskan. Jadi, pelayanan nasabah atau *Customer Service* pada sebuah bank merupakan jasa yang diberikan oleh bank kepada nasabah yang pada nantinya memberikan kepuasan kepada nasabah. Kepuasan pada nasabah akan mendukung kegiatan operasional bank sehari-hari.

Berdasarkan pendapat di atas tentang pengertian *Customer Service* yang dikemukakan Mirawati, J.F (2019) dapat disimpulkan bahwa *Customer Service* adalah bagian *front liner* bank yang melakukan setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan guna memberikan kepuasan kepada nasabahnya. Kepuasan yang diberikan *Customer Service* kepada nasabahnya melalui pelayanan yang dapat memenuhi segala keinginan dan kebutuhannya. Pelayanan yang diberikan merupakan pelayanan terbaik, sehingga melebihi ekspektasi dari nasabah tersebut dan mengakibatkan timbulkan kepuasan pada nasabah tersebut.

2.3 Standar Sikap dan Penampilan *Customer Service*

Menurut buku Ikatan Bankir Indonesia (2014) secara umum penampilan *Customer Service* meliputi tata cara dalam berpakaian dan penampilan fisik. Pelayanan prima (*service excellent*) dapat diwujudkan dengan memberikan suatu standar atau ketentuan untuk penampilan bagi petugas bank maupun untuk Bank itu sendiri. Standar penampilan yang ditetapkan untuk petugas diperlukan guna membangun keyakinan bagi nasabah dan memberikan *image* positif bagi perusahaan.

Menurut buku Ikatan Bankir Indonesia (2014) disebutkan standar penampilan *Customer Service* yang biasanya diatur dalam standar pada masing-masing bank seperti :

1) Penampilan Diri

Penampilan seorang *Customer Service* harus mengenakan pakaian yang rapi, bersih, terlihat menarik. Penampilan yang baik akan menunjang *Customer Service* untuk memikat hati nasabah. Terdapat faktor-faktor yang terkait dengan pelaksanaan standar penampilan *Customer Service*, diantaranya :

- a. Senantiasa memelihara personal *hygiene*, lingkungan, dan perusahaan
- b. Meningkatkan dan memelihara presentasi atau penampilan pribadi
- c. Melakukan identifikasi terhadap sikap tubuh
- d. Menggunakan intonasi suara yang baik

Berikut merupakan contoh penampilan diri seorang *Customer Service* yang biasanya diatur secara internal Bank, yaitu :

a) Penampilan Pria

- Mengenakan seragam sesuai ketentuan yang tertera pada Bank (antara lain : kemeja lengan panjang, menggunakan dasi, *name tag*, bukan celana *jeans*, tidak kumal, tidak kusut, dan tidak ada noda).
- Rambut dipotong pendek tidak melebihi kerah baju dan tersisir rapi serta jika menggunakan cat rambut dengan warna hitam.
- Jika berkumis dicukur rapi dan tidak boleh berjambang.

- Menggunakan sepatu formal berwarna hitam model pantopel.
- Tidak tercium bau badan dan mulut.
- Kuku terpelihara, pendek dan bersih.
- Asesoris berupa jam tangan dan maksimal 1 (satu) cincin.

b) Penampilan Wanita

- Menggunakan seragam sesuai ketentuan bank (antara lain : rok, *blouse*, *blazer* serta *name tag*).
- Rambut kering, tersisir rapi/digulung/dicepol/ dan jika di cat dengan warna hitam.
- Rias wajah menggunakan bedak dan lipstick dengan warna tidak menyolok. Jika menggunakan jilbab, tanpa motif (polos) sesuai dengan warna *blouse*.
- Menggunakan sepatu formal berwarna hitam model pantopel dengan hak minimal 3 cm dan maksimal 7 cm.
- Tidak tercium bau badan dan mulut.
- Kuku terpelihara, pendek dan bersih. Jika memakai cat kuku dengan warna *soft*.
- Tidak boleh memakai lebih dari 1 asesoris dalam 1 (satu) titik dan maksimal 7 (tujuh) titik (telinga 2 titik, leher/dada 1 titik, jari tangan 2 titik untuk jari tangan kanan dan kiri, pergelangan tangan 2 titik, untuk kanan dan kiri yang salah satunya jam tangan).

2) Percaya diri, bersikap akrab, dan penuh senyum dalam melayani nasabah

Pelayanan *Customer Service* yang bersikap bersahabat, akrab dan penuh percaya diri dapat memberikan rasa nyaman kepada nasabah. Rasa nyaman inilah yang menciptakan kepuasan pada nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh *Customer Service*. *Customer Service* yang dalam melayani selalu murah senyum, optimis, tidak ragu-ragu dalam bertindak, yakin, serta memiliki kepercayaan diri yang tinggi akan mampu memberikan pelayanan yang optimal.

3) Menyapa dengan lembut, dan berusaha menyebutkan nama jika kenal

Customer Service harus segera menyapa dan usahakan menyapa dengan menyebutkan namanya pada saat nasabah datang. Nasabah biasanya akan merasa tersanjung apabila disapa menggunakan namanya. Berikut contoh sikap *Customer Service* yang biasanya diatur dalam pedoman internal Bank dapat dilihat sebagai berikut :

a) Sikap *Customer Service* dalam mengawali layanannya.

1. Berdiri untuk menyambut nasabah
2. Menatap mata nasabah/melakukan kontak mata
3. Memberikan senyum dengan tulus
4. Mengucapkan salam : “selamat Pagi/Siang/Sore”
5. Menyapa nasabah dengan Bapak atau Ibu
6. Mempersilahkan nasabah duduk dengan kata-kata dan gerakan tangan secara sopan.

7. Menanyakan kebutuhan atau jenis layanan yang diinginkan nasabah, contohnya seperti : “.....apakah ada yang dapat saya bantu Bapak/Ibu...”

b) Sikap yang dilakukan *Customer Service* selama melayani nasabah.

1. Posisi duduk tidak boleh membungkuk harus condong ke depan
2. *Customer Service* harus fokus dan perhatian kepada nasabah selama melayani
3. Hindari melakukan interupsi ditengah pembicaraan nasabah.
4. Berempati kepada nasabah (sikap awal terhadap keluhan)
5. Menunjukkan sikap siap membantu (reaksi pertama terhadap keluhan)
6. Tersenyum dengan tulus
7. Melakukan kontak mata
8. Menyebutkan nama

c) Sikap yang dilakukan *Customer Service* dalam mengakhiri layanannya

1. Memberikan senyuman yang tulus.
2. Menawarkan bantuan : “Ada lagi yang bisa diabantu?”
3. Mengucapkan salam : “Selamat Pagi/Siang/Sore.”
4. Mengucapkan terima kasih dan sebutkan nama nasabah : “Terima kasih Pak/Bu.....(nama nasabah).

4) Bersikap tenang, sopan, hormat, dan serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan.

Customer Service dalam melayani nasabah dalam harus diusahakan dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap, menghormati nasabah/konsumen serta tekun mendengarkan sekaligus berusaha memahami keinginan konsumennya. *Customer Service* ketika berbicara dengan nasabah hendaknya pandangan mata selalu tertuju pada nasabah dan senantiasa memberikan penghargaan atau apresiasi kepada nasabah.

5) Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar.

Customer Service dituntut untuk menggunakan bahasa yang baik, benar dan mudah dipahami dengan suara yang jelas dan intonasi yang tepat dalam berkomunikasi dengan nasabah. Hal ini diperlukan agar nasabah mudah mengerti maksud dari pembicaraan yang dilakukan.

6) Bergairah dalam melayani nasabah.

Customer Service yang dapat memberikan pelayanan yang prima dengan menunjukkan kemampuannya dalam melayani serta merasa semangat dan antusias dalam melayani nasabah akan membuat nasabah merasa senang.

7) Hindari Menyela atau Memotong Pembicaraan

Customer Service tidak diperbolehkan untuk memotong atau menyela pembicaraan ketika nasabah sedang berbicara. Hal ini dikarenakan untuk menghindari kalimat yang bersifat teguran atau sindiran yang dapat menyingung perasaan nasabah.

8) Mampu Meyakini Nasabah serta Memberikan Kepuasan

Customer Service dalam memberikan saran harus mampu meyakinkan nasabah melalui penyampaian argumen-argumen yang logis dan masuk akal. Pelayanan yang diberikan *Customer Service* harus mampu memberikan rasa puas terhadap pelayanan yang telah diberikan.

9) Meminta Bantuan dan Informasi Kepada Pihak Lain Apabila Ada Masalah yang Tidak Dapat Ditangani Sendiri

Customer Service tidak diperkenankan menangani hal-hal yang bukan wewenang/pekerjaanya. *Customer Service* harus meminta bantuan petugas unit kerja lain yang berwenang apabila terdapat pertanyaan atau permasalahan yang tidak sanggup untuk dijawab atau diselesaikan.

10) Meminta Nasabah untuk Menunggu Waktu Pelayanan Apabila Belum Dapat Dilayani

Petugas *Customer Service* harus memberitahukan kepada nasabah untuk menunggu waktu pelayanan apabila pada saat tertentu petugas *Customer Service* sibuk dan tidak dapat melayani nasabah.

2.4 Fungsi, Tugas, Tanggung Jawab dan Wewenang *Customer Service*

Menurut Ikatan Bankir Indonesia (2014) *Customer Service* sebagai *front office* dari suatu bank memiliki fungsi, tugas, tanggung jawab dan wewenang.

Diantaranya :

2.4.1 Fungsi *Customer Service*

Berikut adalah fungsi *Customer Service* menurut Ikatan Bankir Indonesia (2014) adalah sebagai berikut :

a. *Front Line Officer*

Customer Service menjadi cerminan penilaian pelayanan suatu bank dikarenakan *Customer Service* ditempatkan dibagian depan bank.

b. *Liaison Officer*

Customer service adalah pekerja/pegawai yang menjadi perantara antara bank dengan nasabah.

c. *Information Centre*

Customer Service menjadi pusat dan narasumber informasi-informasi mengenai produk dan jasa bank, karena *Customer Service* merupakan salah satu pekerja yang mudah dihubungi oleh nasabah.

d. *Sales* (penjual)

Customer Service berfungsi sebagai penjual produk, dengan cara menawarkan berbagai produk yang ada pada bank, seperti berbagai jenis tabungan, deposito, kredit serta mengetahui keluhan dan keberatan nasabah.

e. *Servicing* (Pelayanan)

Customer Service atas nama bank menerima dan menyambut baik kedatangan nasabah. *Customer Service* akan memberikan pelayanan kepada nasabah guna memenuhi kebutuhan nasabah sampai seluruh transaksinya dapat dirampungkan.

f. *Financial Advisor/Konsultan*

Customer Service harus mempunyai pengetahuan dan wawasan yang bijak mengenai produk dan jasa bank sehingga dapat memberikan saran kepada nasabah sehubungan dengan kebutuhan nasabah.

g. *Maintenance Customer (Pembinaan Nasabah)*

Permasalahan pembinaan nasabah baru (solisitasi). *Customer Service* adalah *account assistant* atau pembina bagi setiap account atau rekening nasabah non kredit. Hal ini merupakan perpanjangan dan pengembangan fungsi kedua yaitu *Liaison Officer*.

h. *Handling Complaint*

Customer Service harus dapat menangani masalah yang timbul. Misalnya, apabila dalam operasionalnya, nasabah merasa tidak puas, karena terdapat perselisihan atau perbedaan kesepakatan, komplain dan lain-lain *Customer Service* harus menemukan penanganan dari masalah tersebut atau “*troubleshooter*”.

2.4.2 Tugas *Customer Service*

Tugas *Customer Service* pada hakekatnya adalah penerapan dari fungsi-fungsi yang telah dijalankan. Tugas dari *Customer Service* menurut Ikatan Bankir Indonesia (2014) antara lain :

- a. Memberikan pelayanan kepada nasabah yang berkaitan dengan pembukaan rekening tabungan, giro, pembukaan deposito, permohonan nasabah yang lainnya serta harus memberikan

informasi yang jelas mengenai berbagai produk dan jasa yang ingin diketahui atau diminati oleh nasabah maupun calon.

- b. Menerima, melayani dan mengatasi permasalahan yang disampaikan oleh nasabah sehubungan dengan ketidakpuasan nasabah atas pelayanan yang diberikan oleh bank kepada pihak nasabah.
- c. Membuat administrasi mengenai daftar hitam Bank Indonesia dan daftar rehabilitasi nasabah serta file nasabah.
- d. Membuat administrasi mengenai resi permintaan dan pengembalian buku cek dan bilyet giro serta surat kuasa.
- e. Memberikan informasi mengenai saldo dan mutasi nasabah.
- f. Membuat administrasi mengenai buku cek, bilyet giro, dan buku tabungan.
- g. Memperkenalkan dan menawarkan produk dan jasa yang ada dan yang baru sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah.

2.4.3 Tanggung Jawab *Customer Service*

Customer Service dalam menjalankan tugasnya harus bertanggung jawab secara penuh untuk melayani nasabah sehingga nasabah merasakan kepuasannya. Menurut Ikatan Bankir Indonesia (2014) berikut adalah tanggung jawab petugas *Customer Service* sebuah bank :

- Pengenalan nasabah.
- Pelayanan nasabah.
- Kerahasiaan Bank dan nasabah.

- Kebersihan dan kerapian ruang kerja.
- Keamanan alat-alat identitas *Customer Service*, yaitu *User-ID*, *password*, anak kunci *cash box* dan laci.
- Pelaksanaan tugas yang diberikan oleh atasan, berkaitan dengan kelancaran jalannya operasional cabang.
- Kepatuhan terhadap peraturan perusahaan.

2.4.4 Wewenang *Customer Service*

Wewenang *Customer Service* merupakan wujud konkrit tugas secara lebih khusus terhadap pekerjaan yang diembannya. Adapun wewenang *Customer Service* Menurut Ikatan Bankir Indonesia (2014) antara lain :

- a. Menyaksikan nasabah mengisi dan menandatangani formulir, aplikasi, perjanjian-perjanjian. (Contoh : *standing instruction*, surat kuasa, *auto debet*, dan lain-lain).
- b. Melakukan penolakan permintaan pembukaan rekening bilamana tidak memenuhi persyaratan atau prosedur yang telah ditetapkan oleh Bank.
- c. Melakukan *verifikasi* tanda tangan *customer*.
- d. Melakukan penolakan permintaan buku bilyet giro dan cek apabila tidak memenuhi persyaratan.
- e. Melakukan penutupan rekening baik atas permintaan nasabah maupun karena sebab lainnya berdasarkan prosedur *intern bank*.

2.5 Kepuasan Nasabah dan Mengatasi Keluhan

2.5.1 Peningkatan Kepuasan Nasabah

Menurut Ikatan Bankir Indonesia (2014) cara *Customer Service* dalam memberikan kepuasan kepada nasabah diantaranya sebagai berikut :

- Petugas *Customer Service* yang menarik dari segi penampilan dan gaya bicara yang tidak membosankan.
- Sebagai *Customer Service* cepat tanggap terhadap keinginan nasabah dan cepat mengerjakan atau melayani nasabah serta pelayanan yang diberikan harus benar dan tepat waktu.
- Menyediakan ruang tunggu yang nyaman seperti ruang yang lebar, sejuk, penerangan yang cukup, dekorasi yang indah, suasana tenang, kebersihan selalu terjaga, dan nasabah selalu merasa aman.
- Brosur yang tersedia lengkap dan mampu menjelaskan segala sesuatu sehingga sesuai dengan keinginan.

2.5.2 Menangani Masalah/Keluhan

Menurut Ikatan Bankir Indonesia (2014) pengaduan nasabah adalah ungkapan ketidakpuasan nasabah yang disebabkan oleh adanya potensi kerugian finansial pada nasabah yang diduga karena kesalahan atau kelalaian bank. Seorang petugas *Customer Service* dituntut untuk memiliki keterampilan khususnya dalam mengelola keluhan nasabah (*Complain Handling*).

Menurut Ikatan Bankir Indonesia (2014) berikut ini adalah beberapa hal penting yang perlu diperhatikan dalam menangani keluhan :

a. Empati kepada penyampai keluhan (*empathy*)

Empati merupakan hal yang sangat penting dalam penanganan keluhan karena dapat merasakan apa yang dirasakan oleh nasabah. Empati dapat ditunjukkan dengan menyediakan lebih banyak waktu untuk mendengarkan keluhannya.

b. Kecepatan memberikan tanggapan (*quick response*)

Kecepatan dan ketepatan sangat dibutuhkan dalam menangani keluhan. Kecepatan dan ketepatan memberikan tanggapan dapat meredam/menghilangkan informasi negatif dari penyampaian keluhan serta mengurangi rasa ketidakpuasan nasabah.

c. Permintaan maaf (*apology*)

Secara umum pelanggan mengharapkan permintaan maaf maka selaku pihak bank seharusnya selalu menyampaikan permintaan maaf ketika nasabah/masyarakat menyampaikan keluhan atas dasar ketidakpuasan terhadap suatu pelayanan.

d. Kredibilitas (*credibility*)

Kredibilitas merujuk pada keinginan sebagai pelaku/pemberi layanan untuk menyikapi bahwa pelanggan telah mendapat masalah dan upaya apa yang dapat dilakukan untuk mencegah agar kejadian yang sama terjadi pada masa yang akan datang.

e. Perhatian (*attentiveness*)

Perhatian merujuk pada interaksi antara pihak pemberi layanan dengan penyampai keluhan. Perhatian merupakan sebuah dimensi yang kompleks karena tergantung pada kepercayaan pada orang, bukan pada prosedur. Komunikasi antar pengeluh dengan pihak pemberi layanan merupakan sebuah konstruksi kunci pada kebanyakan situasi pengelolaan keluhan. Interaksi antara organisasi/pihak pemberi layanan dengan penyampai keluhan dapat memiliki efek positif terhadap kepuasan penanganan keluhan.

2.6 Pelayanan Prima, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan

2.6.1 Pelayanan Prima

Pelayanan prima merupakan salah satu aspek yang menciptakan adanya kepuasan pelanggan. Swastika dalam Kurnia (2014) definisi pelayanan prima mengandung tiga hal pokok, yaitu adanya pendekatan sikap yang terkait dengan kepedulian kepada pelanggan, upaya melayani dengan tindakan yang terbaik, dan adanya tujuan guna memuaskan pelanggan dengan berorientasi pada standar layanan tertentu. Adapun menurut Barata (2011) Pelayanan prima, adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik guna memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu royal kepada perusahaan. Berdasarkan kedua definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima adalah pendekatan sikap berupa kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik agar tercapai suatu kepuasan

pelanggan yang pada nantinya menyebabkan pelanggan selalu loyal kepada perusahaan.

2.6.2 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Pengertian Kepuasan menurut Yuliana, Y., Usman, B., Nur, E. M., & Rizki, R. F. (2019) didefinisikan sebagai kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin “satis” (artinya cukup baik, memadai) dan “facio” (artinya melakukan atau membuat). Berdasarkan hal tersebut secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai ‘upaya pemenuhan sesuatu’ atau ‘membuat sesuatu memadai’. Adapun Oliver (2010) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai *pleasureable fulfillment* yang berarti terpenuhinya harapan pelanggan dengan memuaskan.

Berdasarkan kedua pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah upaya pemenuhan sesuatu atau terpenuhinya harapan pelanggan dengan memuaskan.

2.6.3 Loyalitas Pelanggan

Oliver (2010) menyatakan loyalitas adalah komitmen pelanggan untuk bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten pada masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Adapun menurut Kotler dan Keller (2012) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan situasi yang pelanggan secara konsisten membelanjakan seluruh anggaran yang ada

untuk membeli produk suatu layanan jasa dari penjual yang sama. Berdasarkan kedua pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan secara konsisten untuk berlangganan atau membelanjakan seluruh anggaran secara berulang produk/jasa secara konsisten pada penjual yang sama. Loyalitas konsumen terjadi dalam beberapa fase. Berikut ini merupakan fase loyalitas yang dikemukakan menurut Oliver (2010), yaitu :

1. Loyalitas kognitif (*cognitive loyalty*)

Loyalitas kognitif merupakan suatu loyalitas yang didasarkan pada keyakinan suatu merek.

2. Loyalitas afektif (*affective loyalty*)

Loyalitas afektif merupakan suatu kesukaan terhadap suatu merek yang didasarkan pada kesempatan kepuasan menggunakan secara kumulatif.

3. Loyalitas konatif (*conative loyalty*)

Loyalitas konatif merupakan suatu kondisi dimana loyalitas yang berisi mengenai kemunculan pertama memperlihatkan komitmen mendalam untuk membeli.

4. Loyalitas tindakan (*action loyalty*)

Loyalitas Tindakan didefinisikan sebagai suatu kondisi dimana niat diubah menjadi suatu tindakan.

Pelanggan yang loyal memiliki beberapa karakteristik. Berikut adalah empat karakteristik pelanggan yang loyal menurut Griffin (2010) , yaitu sebagai berikut :

1. Melakukan pembelian secara teratur (*Makes regular repeat purchases*)
2. Membeli di luar lini produk/jasa (*Purchases across product and services lines*)
3. Merekomendasikan produk lain (*Refers other*)
4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*Demonstrates an immunity to the full of the competition*)

2.7 Faktor-Faktor Ketidakpuasan Pelanggan

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah serta dapat membuat nasabah meninggalkan bank, baik untuk sementara waktu atau selamanya. Berikut adalah beberapa faktor yang mempengaruhi pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menurut Ikatan Bankir Indonesia (2014) sebagai berikut :

1. Pelayanan yang tidak memuaskan

Pada saat diberikan pelayanan nasabah merasa tidak dilayani dengan baik (diabaikan), merasa disepelekan atau tidak diperhatikan dan terkadang nasabah merasa tersinggung.

2. Produk yang tidak baik

Kurangnya kelengkapan dan macam produk perbankan yang ditawarkan sehingga pilihan yang sesuai dengan keinginan nasabah tidak tersedia. Adapun itu produk-produk perbankan yang bersangkutan tidak memiliki kelebihan atau keunggulan tertentu jika dibandingkan dengan produk perbankan yang ditawarkan oleh bank pesaing.

3. Ingkar janji, tidak tepat waktu

Petugas *Customer Service* tidak menepati janji seperti waktu pelayanan. Adapun dengan penyelesaian pekerjaan yang tidak sesuai dengan keinginan nasabah.

4. Biaya yang relatif mahal

Biaya yang dibebankan kepada nasabah relatif mahal jika dibandingkan dari bank pesaing. Hal ini dapat menyebabkan nasabah meninggalkan bank yang bersangkutan.

