

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Loyalitas konsumen merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan suatu perusahaan. Setiap perusahaan berlomba-lomba melakukan berbagai macam strategi untuk menciptakan loyalitas pada setiap konsumen baik untuk barang atau jasa yang ditawarkan. Loyalitas suatu konsumenpun dapat diukur dengan pembelian produk yang berbeda namun mereknya tetap sama. Adapun faktor – faktor yang mempengaruhi loyalitas suatu konsumen yaitu, kepercayaan, komitmen dan kepuasan.

Kepercayaan konsumen dalam menggunakan suatu produk atau jasa merupakan salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan. Kepercayaan suatu konsumen terhadap perusahaan merupakan titik awal dari terjadinya loyalitas.

Calonius dalam Ndubisi (2007: 99) menekankan bahwa suatu unsur integral dari *relationship marketing* adalah konsep janji, dimana harus ada kepercayaan dalam perjanjian tersebut. Menepati janji sangat penting untuk memberikan kepercayaan satu sama lain, karena kepercayaan akan memberikan keuntungan jangka panjang.

Kepuasan seorang konsumen pun bisa berpengaruh terhadap loyalitasnya, namun tidak jarang konsumen yang puas namun tidak royal. Kepuasan konsumen sangat erat hubungannya dengan loyalitas. Apabila seseorang loyal terhadap suatu

produk, sudah pasti ia merasa puas dengan produk tersebut. Namun apabila seorang konsumen puas dengan suatu produk belum tentu ia loyal dengan produk tersebut. Berdasarkan teori-teori diatas sama halnya dengan kasus yang terjadi pada Bank Danamon akhir – akhir ini.

Dalam hal ini, peneliti akan melakukan riset terhadap suatu produk yang di tawarkan Bank Danamon Tbk. Fokus utama penelitian ini, yaitu mencakup analisis strategi program yang dijalankan Bank Danamon ini dalam menjalankan pelayanan jasa nya sehari – hari, dengan membandingkan berbagai produk simpanan dari bank lain.

Tabel 1.1
CUSTOMER LOYALTY INDEX DENGAN PANGSA PRODUK TABUNGAN
TAHUN 2009-2011 (PROSENTASE)

NAMA BANK	LOYALTY INDEX TABUNGAN (%) 2009	LOYALTY INDEX TABUNGAN (%) 2010	LOYALTY INDEX TABUNGAN (%) 2011
BANK CENTRAL ASIA	78.0	78.1	75.7
BANK MANDIRI	76.9	77.6	75.2
BANK NEGARA INDONESIA	75.0	77.0	74.1
BANK RAKYAT INDONESIA	71.8	77.2	73.9
BANK DANAMON INDONESIA	67.2	72.7	73.8
BANK BUKOPIN	67.5	74.8	73.6
PANINBANK	69.7	75.0	73.4
BANK OCBC NISP	73.7	76.3	73.2
BANK UOB BUANA	74.2	76.0	73.1
BANK INTERNASIONAL INDONESIA	70.0	75.5	73.0

Sumber :Majalah Infobank (2011 : Januari – Juni hal.22-23 No.382)

Tabel 1.2
CUSTOMER SATISFACTION INDEX DENGAN PANGSA PRODUK
TABUNGAN TAHUN 2009-2011 (PROSENTASE)

NAMA BANK	CUSTOMER SATISFACTION INDEX TABUNGAN (%) 2009	CUSTOMER SATISFACTION INDEX TABUNGAN (%) 2010	CUSTOMER SATISFACTION INDEX TABUNGAN (%) 2011
BANK CENTRAL ASIA	83.9	80.4	78.7
BANK MANDIRI	80.9	80.0	78.0
BANK NEGARA INDONESIA	78.8	78.7	76.9
BANK DANAMON	73.8	74.7	76.5
BANK BUKOPIN	72.3	75.6	76.3
BANK BII	74.6	75.8	75.5
BANK RAKYAT INDONESIA	74.3	77.4	75.4
CITY BANK	75.4	78.2	75.2
BANK OCBC NISP	76.9	79.4	75.1
HSBC	75.5	77.8	74.4

Sumber : *Majalah Infobank (2011 : Januari – Juni hal.22-23 No.382)*

Merujuk pada Tabel 1.1 dan tabel 1.2 diketahui bahwa bank BCA mendominasi dalam kinerja penghimpunan dana. Selain karena faktor kepemilikan yang membuat nasabah percaya juga karena kemampuan bank dalam hubungan yang baik dengan nasabah

Loyalitas dengan nasabah adalah faktor utama yang diperlukan untuk mencapai suatu keberhasilan dalam pencapaian hasil yang maksimal. Dari tabel 1.1 dan tabel 1.2 dapat dilihat, berdasarkan daftar 10 bank besar di Indonesia pada customer loyalty, Bank Danamon menempati urutan ke lima, namun pada index customer satisfaction, Bank Danamon menempati urutan ke empat. Dengan demikian cara bank menjalin hubungan yang baik dengan nasabahnya dikatakan belum tentu bisa menciptakan sikap komitmen untuk memberikan kepuasan pada

bank yang dipilihnya. Kepercayaan ini harus menjadi fokus strategi bank karena akan berdampak terciptanya kepuasan serta komitmen dan loyalitas nasabah dalam jangka waktu yang panjang. Oleh karena itu kondisi Bank Danamon perlu ditingkatkan diantara pesaingnya yang kurang bagus.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka penting bagi perusahaan jasa perbankan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah. Mengingat pengaruh kepercayaan, kepuasan dan komitmen nasabah yang berdampak pada loyalitas nasabah, maka penulis tertarik untuk mengkaji judul **“PENGARUH KEPERCAYAAN, KEPUASAN, DAN KOMITMEN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PRODUK TABUNGAN BANK DANAMON DI SURABAYA”**.

1.2. Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan perumusan masalah penelitian yakni sebagai berikut :

1. Apakah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah produk tabungan Bank Danamon di Surabaya ?
2. Apakah kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah produk tabungan Bank Danamon di Surabaya ?
3. Apakah komitmen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah produk tabungan Bank Danamon di Surabaya ?
4. Apakah kepercayaan, kepuasan dan komitmen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah produk tabungan Bank Danamon di Surabaya ?

1.3. Tujuan Masalah

Tujuan penelitian ini adalah menguji kepercayaan nasabah, kepuasan dan komitmen pada produk tabungan Bank Danamon di Surabaya.

Secara terperinci tujuan dari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah produk tabungan Bank Danamon di Surabaya.
2. Untuk menguji pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah produk tabungan Bank Danamon di Surabaya.
3. Untuk menguji pengaruh komitmen nasabah terhadap loyalitas nasabah produk tabungan Bank Danamon di Surabaya.
4. Untuk mengkaji pengaruh kepercayaan, kepuasan dan komitmen secara simultan terhadap produk tabungan Bank Danamon di Surabaya.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat diadakannya penelitian ini adalah setelah diketahui dari tujuan penelitian, maka dapat bermanfaat bagi :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini mempunyai manfaat untuk mengetahui penerapan strategi keunggulan bersaing pada suatu bank dan memahami faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi loyalitas suatu nasabah bank.

2. Bagi Instansi Perbankan

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan bentuk evaluasi mengenai persaingan perang dingin 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.

3. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Peneliti berharap dapat dijadikan pembelajaran bagi segenap civitas akademika untuk lebih dikembangkan lebih lanjut untuk proses pembelajaran yang lebih maju.

1.5. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan, maka penulisan skripsi ini disusun dengan sistematika adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Di dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini dibahas mengenai tinjauan pustaka yang didalamnya terdapat sub-bab, antara lain penelitian terdahulu yang akan dijadikan sebagai bahan acuan dalam penulisan penelitian ini dan teori-teori yang dijadikan landasan dalam penyelesaian penelitian, kerangka pemikiran penelitian serta hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini dibahas tentang penjelasan rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, instrumen penelitian, populasi, sampel, data dan metode pengumpulan data, uji validitas, dan realibilitas instrument penelitian, serta teknik analisis data yang digunakan dalam pemecahan masalah

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini diuraikan tentang gambaran umum subyek penelitian, analisis data yang disajikan dalam bentuk tabel-tabel, pengujian hipotesis dan pembahasan untuk membandingkan apakah hasil penelitian terdahulu sama dengan penelitian yang dilakukan sekarang oleh peneliti.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini diuraikan kesimpulan tentang hasil analisis yang dikaitkan dengan perumusan masalah yang telah ditetapkan sebelumnya.