

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Salah satu upaya pemerintah untuk menyetatkan perekonomian nasional adalah dengan cara penyaluran dana dalam bentuk kredit. Kredit tersebut dapat diberikan pada masyarakat atau wirausaha yang memerlukan. Untuk mencukupi biaya hidup beberapa orang memutuskan untuk menggadaikan barang berharganya seperti emas, kendaraan, barang elektronik dan untuk membayarnya dengan cara kredit.

PT. Pegadaian (persero) merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa penyaluran kredit kepada masyarakat menengah kebawah atas dasar hukum gadai. Dan sebagaimana slogannya, “Mengatasi masalah tanpa masalah”, Pegadaian mampu menarik minat masyarakat menengah kebawah untuk memilih dan menjadikan pegadaian sebagai mitra untuk memberikan alternatif sumber pembiayaan guna memenuhi kebutuhan masyarakat berinvestasi dalam jangka panjang, seperti biaya untuk sekolah/kuliah dan modal dalam berwirausaha. PT. Pegadaian (persero) yakin bahwa dengan adanya dukungan teknologi informasi dan ribuan unit pelayanan cabang (UPC) impian perusahaan akan semakin mudah terwujud.

Saat ini persaingan dalam segala bidang semakin terasa. Untuk dapat bertahan ditengah maraknya persaingan antara lembaga keuangan baik bank atau non-bank, pegadaian tentunya harus memberikan perhatian yang besar terhadap pemasaran sehingga nantinya akan mempengaruhi kepuasan nasabah.

Kepuasan nasabah merupakan kunci bagi suatu perusahaan agar usahanya tetap bertahan. Kepuasan nasabah merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan dari nasabah dapat terpenuhi sehingga mengakibatkan hubungan yang berlanjut. Untuk itu, ada beberapa faktor yang berpengaruh penting terhadap kepuasan nasabah salah satunya yaitu citra merek.

Dalam menciptakan kepuasan nasabah, selain citra merek perusahaan juga harus meningkatkan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu atribut yang penting dalam perusahaan jasa keuangan.

Citra merek merupakan aset penting perusahaan, dengan demikian memiliki citra merek menjadi suatu keharusan bagi perusahaan. Citra merek merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu. Citra merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek.

Berdasarkan hasil penelitian Menurut hasil penelitian Kurniawati, dkk (2013) citra merek memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan

konsumen. Citra merek merupakan *image* atau sesuatu yang melekat di benak konsumen. Semakin baik persepsi di benak konsumen terhadap citra merek perusahaan maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Sebaliknya juga, jika persepsi konsumen terhadap citra merek buruk maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah. Dari pernyataan tersebut, maka diperlukan strategi yang tepat dalam mempopulerkan suatu merek. Strategi tersebut dapat dimulai dengan membangun citra merek yang positif di benak konsumen. Dengan citra merek yang positif maka merek suatu produk pun akan dikenal dan populer sebagai merek dengan mutu yang terjamin. Citra merek yang positif tersebut akan menjadi pertimbangan konsumen dalam menentukan produk yang akan dibelinya.

Selain citra merek, berdasarkan penelitian dari peneliti sebelumnya oleh Fanany dan Oetomo (2015), tentang Pengaruh *Brand Image* dan *Service Quality* terhadap Kepuasan Nasabah. Hasil penelitian menunjukkan *service quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Menurut (Kotler dan Keller, 2012:139), *Service Quality* atau kualitas pelayanan adalah suatu strategi bisnis yang mengutamakan pelanggan sebagai sasaran pemenuhan kebutuhan dan kepuasan internal yaitu kecepatan pelayanan dan keramahan pelayanan, sedangkan eksternal yaitu kelengkapan fasilitas secara eksplisit dan implisit. Melihat perkembangan keinginan dan kebutuhan konsumen akan suatu produk/jasa maka akan mengarahkan tujuan pemasaran produk suatu perusahaan untuk terus mengikuti dan memenuhi keinginan konsumen. Untuk

memenuhi hal tersebut maka perlunya *service quality* dari perusahaan dengan membangun image konsumen atas pelayanan yang diberikan. Pemenuhan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen, maka kualitas pelayanan tersebut akan dipersepsikan konsumen menjadi memuaskan.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Teluk Betung Bandar Lampung”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Teluk Betung Bandar Lampung?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Teluk Betung Bandar Lampung?
3. Apakah citra merek dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Teluk Betung Bandar Lampung?

1.3 Batasan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah serta mempertimbangkan berbagai keterbatasan yang ada, penelitian ini akan dibatasi pada pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen terhadap kepuasan nasabah sebagai variabel dependen serta Nasabah PT. Pegadaian Cabang Teluk Betung Bandar Lampung sebagai responden.

1. Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh citra merek, Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaia (Persero) Cabang Teluk Betung Bandar Lampung.
2. Penelitian ini membahas mengenai citra merek dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Teluk Betung Bandar Lampung.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan pelaksanaan dilaksanakan untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Teluk Betung.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Teluk Betung.
3. Untuk mengetahui citra merek dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian (persero) Cabang Teluk Betung.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dapat diambil dari penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu:

A. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini semoga dapat bermanfaat, menambah pengetahuan, wawasan, dan pengalaman yang berkaitan dengan Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Teluk Betung Bandar Lampung.

B. Manfaat Praktis

1. Bagi PT Pegadaian (Persero) Cabang Teluk Betung Bandar Lampung.

Sebagai masukan atau bahan untuk memecahkan masalah-masalah yang terjadi berkaitan dengan Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Teluk Betung Bandar Lampung.

2. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini dapat digunakan menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Teluk Betung Bandar Lampung.

1.6 Kerangka Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini memuat penjelasan yang bersifat umum yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penelitian.

BAB II : Landasan Teori

Bab ini menguraikan teori-teori sebagai referensi yang berasal dari jurnal, artikel, serta penelitian terdahulu yang berhubungan dengan topik penelitian dan di kembangkan menjadi sebuah hipotesis.

BAB III : METODO PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang variabel penelitian, populasi dan sampel penelitian. serta metode yang dipakai untuk meneliti.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang deskripsi data, analisis data, dan pembahasan hasil analisis dari penelitian yang telah dilakukan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab penutup dan bagian akhir yang berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian serta saran dari hasil penelitian yang telah di lakukan.