

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Makin banyaknya penyedia layanan perbankan menunjukkan makin bertambah pesatnya industri. Dalam hal lain, banyaknya penyedia jasa layanan perbankan juga menunjukkan persaingan antar bank semakin ketat dalam merebut nasabah serta mempertahankan pangsa pasar yang ada (Debi,). Dengan kondisi yang demikian maka menjadi suatu keharusan bagi perbankan untuk mempertahankan loyalitas nasabah agar tidak berpindah ke bank lainnya (Susanto, 2008). Pihak perbankan sangat mengharapkan adanya nasabah yang memiliki loyalitas yang tinggi terhadap bank. Artinya apabila nasabah memiliki loyalitas yang tinggi tentunya akan melakukan banyak transaksi dengan pihak perbankan sehingga pada gilirannya jumlah nasabah juga mengalami peningkatan. Namun permasalahan yang terjadi adalah nasabah dengan mudah berpindah terhadap bank lain sehingga hal ini mengindikasikan bahwa kurangnya tingkat loyalitas nasabah terhadap bank (Dwiana, 2014)

Demikian pula yang terjadi pada nasabah tabungan Bank Rakyat Indonesia Unit Demangan Yogyakarta. Tabungan merupakan salah satu produk bank yang memberikan sumber pendanaan sehingga dengan adanya nasabah tabungan yang loyal maka akan menciptakan sumber pendanaan yang makin stabil dan besar. Oleh karenanya Bank Rakyat Indonesia Unit Demangan Yogyakarta harus mampu meningkatkan loyalitas nasabah

sehingga mendukung kemajuan pengelolaan Bank Rakyat Indonesia Unit Demangan Yogyakarta itu sendiri

Loyalitas nasabah yang dimiliki menjadi kunci bagi kemajuan bank itu sendiri. Pengertian dari loyalitas adalah keputusan pelanggan untuk secara sukarela terus berlangganan dengan perusahaan tertentu dalam jangka waktu yang lama. Loyalitas akan berlanjut hanya sepanjang pelanggan merasakan dapat menerima nilai yang lebih baik (termasuk mutu lebih tinggi dalam kaitannya dengan harga) dibandingkan dengan yang dapat diperoleh dengan beralih ke penyedia jasa lain (Lovelock dan Wright, 2008). Dengan demikian loyalitas nasabah sangat terkait dengan kepuasan pelayanan dan kepercayaan yang dimiliki nasabah bank itu sendiri.

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Lupiyoadi, 2006). Wijayanti (2008) menyatakan bahwa kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan yang optimal maka mendorong terciptanya loyalitas di benak pelanggan yang merasa puas tadi. Loyalitas pelanggan dipandang sebagai kekuatan hubungan antara sikap relatif seseorang dan bisnis berulang. Hasil penelitian Pramana (2016) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan variabel yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri Unit Veteran Denpasar Bali.

Pengertian dari kepercayaan adalah keyakinan bahwa tindakan orang lain atau suatu kelompok konsisten dengan kepercayaan mereka (Junusi,

2009). Menurut Moorman, Deshpande, dan Zaltman (1993 dalam Wicaksono, 2015) bahwa kepercayaan (*Trust*) adalah kesediaan (*willingness*) individu untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena individu mempunyai keyakinan (*confidence*) kepada pihak lain tersebut. Menurut Widiyanto (2014) bahwa dengan adanya kepercayaan yang sudah timbul antara pelanggan dan perusahaan maka usaha untuk membina hubungan kerjasama akan lebih mudah. Termasuk diantaranya menjaga loyalitas nasabah sehingga tidak pindah ke bank lain. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh antara kepercayaan terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian Wahyuni (2015) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan.

B. Batasan Penelitian

Adapun batasan yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Objek dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan Bank Rakyat Indonesia Unit Demangan Yogyakarta
2. Variabel kualitas pelayanan dibatasi pada Bukti Fisik (*Tangibles*), Empati (*Empathy*), Daya tanggap (*Responsiveness*), Keandalan (*Reliability*), Jaminan (*Assurance*)
3. Variabel kepercayaan nasabah dibatasi pada *Ability*, *Integrity* dan *Benevolence*.

4. Variabel loyalitas nasabah dibatasi pada *repeat purchase*, *referrals* dan *retention*

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan Bank Rakyat Indonesia Unit Demangan Yogyakarta.
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan Bank Rakyat Indonesia Unit Demangan Yogyakarta.
3. Apakah kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh secara bersama-sama terhadap loyalitas nasabah tabungan Bank Rakyat Indonesia Unit Demangan Yogyakarta.
4. Variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan manakah yang memberikan pengaruh lebih besar terhadap loyalitas nasabah tabungan Bank Rakyat Indonesia Unit Demangan Yogyakarta.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas maka tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah tabungan Bank Rakyat Indonesia Unit Demangan Yogyakarta.
2. Mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah tabungan Bank Rakyat Indonesia Unit Demangan Yogyakarta.

3. Mengetahui pengaruh secara bersama-sama antara kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah tabungan Bank Rakyat Indonesia Unit Demangan Yogyakarta.
4. Mengetahui pengaruh lebih besar antara kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah tabungan Bank Rakyat Indonesia Unit Demangan Yogyakarta.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Manfaat yang diharapkan adalah memberikan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan dalam rangka menentukan strategi pemasaran untuk lebih meningkatkan tingkat penjualan. Selain itu bermanfaat pula untuk mengetahui faktor manakah yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan

2. . Manfaat Teoritis

- a. Bagi Perusahaan, sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan perusahaan, terutama yang berhubungan dengan kualitas pelayanan, kepercayaan yang diberikan dan kepuasan pelanggan serta loyalitas pelanggan sehingga bisa mempertahankan jumlah pelanggan dan bisa meningkatkan jumlah pengguna jasa perusahaan tersebut
- b. Bagi penulis, untuk mengetahui penerapan teori yang diperoleh dibangku kuliah dengan realita yang terjadi di lapangan, mengenai

masalah-masalah yang ada dalam pemasaran khususnya tentang kualitas pelayanan, kepercayaan yang diberikan dan kepuasan pelanggan serta loyalitas pelanggan

- c. Bagi peneliti lain, sebagai bahan acuan untuk penelitian lebih lanjut.