

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Dalam era globalisasi, persaingan bisnis antar perusahaan sangat ketat baik perusahaan yang bergerak di bidang industri maupun jasa, perusahaan yang ingin tetap unggul harus dapat memberikan produk atau jasa yang berkualitas dengan harga yang lebih murah, penyerahan lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik, hal ini disebabkan karena adanya persaingan yang semakin kompetitif dengan perusahaan pesaing lainnya. Salah satunya adalah usaha jasa perbankan, perkembangan teknologi dan arus informasi membuat nasabah menuntut lebih atas sebuah produk dan jasa. Berbagai strategi dipilih oleh para marketer untuk bertahan di tengah badai persaingan global. Tujuan utama untuk mencapai loyalitas nasabah dikarenakan hal ini sangat menguntungkan bagi perusahaan.

Oleh karena itu kunci utama untuk mempertahankan nasabah adalah dengan terbentuknya loyalitas pelanggan (*customer loyalty*), yang merupakan kunci untuk mempertahankan hidup sebuah perusahaan dalam jangka panjang. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka perlu diukur dan diidentifikasi pengaruh dari citra perusahaan (*corporate image*), kepercayaan nasabah, kepuasan nasabah (*customer satisfaction*), dan pelayanan (*service*). Keempat variabel ini sangat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada perusahaan.

Hal ini disebabkan karena dengan adanya citra bank yang baik di mata nasabah atau masyarakat dapat dibangun melalui pelayanan yang baik pula dari karyawan sehingga akan menjadikan nasabah enggan untuk beralih ke bank lain. Apabila citra bank yang baik di mata nasabah dan ditunjang oleh jaminan keamanan atas tabungan nasabah, dan hendak bertransaksi maka nasabah akan loyal atau setia, begitu pula dengan adanya kepercayaan nasabah untuk menyimpan dananya, serta kepuasan nasabah akan tercapai apabila pelayanan yang diberikan oleh bank dapat memenuhi harapan dan keinginan nasabah.

Terciptanya kepuasan konsumen menurut Tjiptono (2005) dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya hubungan antara perusahaan dan nasabah menjadi harmonis, menjadi dasar yang baik bagi pembelian ulang (*repeated buying*), terciptanya loyalitas nasabah dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan. Selain daripada citra, kepuasan nasabah, dan kepercayaan maka pelayanan yang berkualitas diyakini semakin kuat untuk menciptakan loyalitas nasabah, sedangkan kepuasan nasabah menjadi faktor yang dapat memengaruhi serta memperkuat pelayanan (*service*) terhadap loyalitas nasabah.

Untuk meningkatkan loyalitas nasabah pada Bank BRI KC Yogyakarta, maka perusahaan perlu memerhatikan faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah seperti : citra bank, kepercayaan nasabah, pelayanan, kepuasan terhadap produk-produk perbankan yang ditawarkan

maupun jasa pelayanan (*quality service*) yang diberikan oleh karyawan pada Bank BRI KC Yogyakarta. Nasabah yang loyal atau setia akan memberikan keuntungan yang besar kepada perusahaan, selain itu nasabah yang loyal akan selalu membela perusahaan bahkan berusaha pula untuk menarik dan memberi saran kepada nasabah lain untuk menjadi nasabah pada Bank BRI KC Yogyakarta.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, penulis tertarik dalam memilih judul : “Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Loyalitas Nasabah Pada Bank BRI KC Yogyakarta”.

## **B. Rumusan Masalah**

Dengan mengacu pada uraian latar belakang tersebut, maka rumusan masalahnya sebagai berikut :

1. Apakah citra bank, kepercayaan, kepuasan nasabah dan pelayanan secara individu mempengaruhi loyalitas nasabah pada Bank BRI KC Yogyakarta?
2. Apakah citra bank, kepercayaan, kepuasan nasabah dan pelayanan secara bersama-sama mempengaruhi loyalitas nasabah pada Bank BRI KC Yogyakarta?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui secara individu pengaruh citra bank, kepercayaan, kepuasan nasabah dan pelayanan terhadap loyalitas Nasabah pada Bank BRI KC Yogyakarta
2. Untuk mengetahui secara bersama-sama pengaruh citra bank, kepercayaan, kepuasan nasabah dan pelayanan terhadap loyalitas Nasabah pada Bank BRI KC Yogyakarta.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Sebagai bahan informasi bagi Pimpinan dan Staf pada Bank BRI KC Yogyakarta, dalam mempertahankan loyalitas nasabah.
2. Bagi penulis, menambah ilmu pengetahuan bidang ilmu manajemen pemasaran, dan melatih penulis untuk dapat menerapkan teori-teori yang diperoleh dari perkuliahan.
3. Sebagai bahan referensi para pembaca khususnya kepada mahasiswa yang tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah pada Bank BRI KC Yogyakarta

### **E. Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah pemahaman dalam penelitian ini, maka dibuat rancangan penulisan yang mana dalam penelitian ini terdiri dari :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

## BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini memuat teori yang relevan dengan penelitian yang dilakukan yaitu tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah. Selain itu juga memuat hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

## BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini akan diuraikan tentang populasi, sampel dan metode pengambilan sampel, sumber data dan data, variabel – variabel penelitian dan metode pengumpulan data, metode analisa data.

## BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini akan menguraikan tentang sejarah umum perusahaan baik yang berkaitan tentang keberadaan perusahaan Bank BRI KC Yogyakarta.

## BAB V : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian serta menyajikan hasil penelitian dan pembahasan mengenai masalah yang diteliti.

## BAB VI : PENUTUP

Bab ini merupakan bab akhir yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan dan saran-saran yang diberikan berdasarkan hasil dari analisis data dan pembahasan sebelumnya.