

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Dalam dunia perbankan yang ada di Indonesia telah mengalami banyak perubahan dari waktu ke waktu. Seiring dengan perkembangan tersebut, dunia perbankan juga harus didukung sumber daya yang memadai, baik dalam segi kualitas dan kuantitasnya. Namun pada kenyataannya masih banyak perbankan yang masih belum menunjukkan pengalaman yang baik sesuai dengan apa yang diharapkan oleh para pelanggannya, dan akan langsung mempengaruhi kepuasan pelanggan. Sehingga kondisi ini dapat mempengaruhi profesionalisme perbankan di mata masyarakat luas.

Kepuasan atau ketidakpuasan Pelanggan ditentukan oleh barang atau jasa yang diinginkan pelanggan, sehingga jaminan kualitas adalah prioritas utama bagi setiap perusahaan sebagai tolok ukur untuk keunggulan kompetitif perusahaan. Kualitas layanan di perusahaan jasa sangat penting dari sudut pandang konsumen. Konsumen tidak hanya menilai hasil dari layanan, tetapi juga dari proses pengiriman layanan ini (Gronross, 2017).

Mengingat besarnya pengaruh kepuasan nasabah terhadap kinerja bank maka diperlukan beberapa upaya untuk menyelesaikan persoalan tersebut, Sylvana (2010) menyatakan bahwa upaya peningkatan kualitas merupakan salah satu strategi bisnis yang digunakan untuk meningkatkan kualitas nasabah. Kepuasan pelanggan akan tercapai apabila kualitas

pelayanan atau jasa dapat terpenuhi sesuai kebutuhannya. Kualitas pelayanan yang diterima atau dirasakan nasabah sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan tersebut akan dianggap baik dan memuaskan. Pelayanan yang ramah, fasilitas yang bersih, serta penampilan fisik yang menarik dari karyawan bank maka akan meningkatkan kepuasan nasabah.

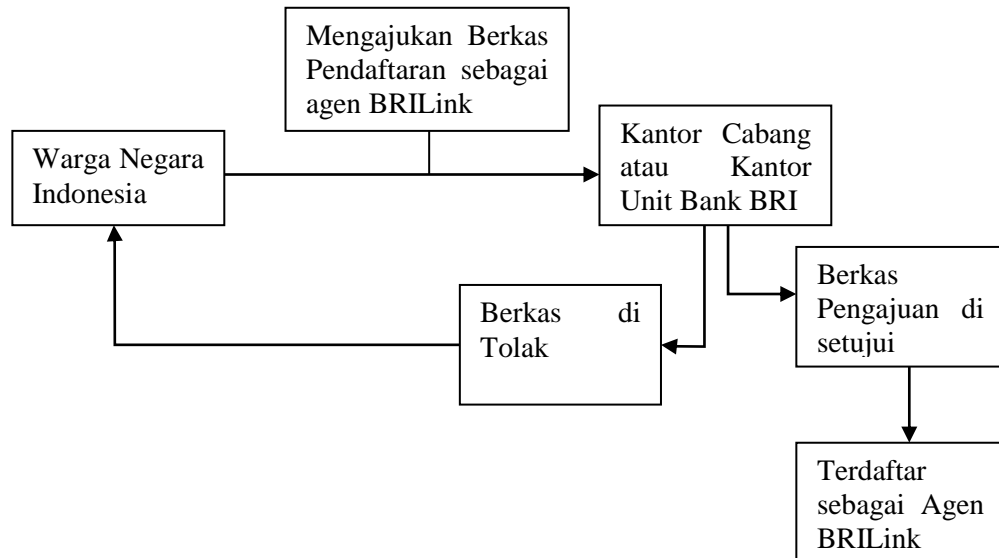
Dalam memberikan pelayanan yang berkualitas perusahaan perbankan, setidaknya bank harus memenuhi 5 kriteria kualitas pelayanan yang sering disebut RATER sehingga dapat menciptakan nasabah yang loyal, yaitu kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), bukti fisik (*tangible*), empati (*empathy*), dan daya tanggap (*responsiveness*), (Tjiptono, 2015:69). Kehandalan dapat dilihat dari kemampuan untuk memberikan jasa secara akurat sesuai yang dijanjikan, jaminan dapat dilihat dari pengetahuan dan kemampuan karyawan untuk melayani dengan rasa percaya diri, bukti fisik dapat dilihat dari fasilitas yang kasat mata yang dapat dinikmati langsung oleh nasabah, empati yaitu karyawan harus memberikan perhatian secara individu kepada nasabah dan mengerti kebutuhan nasabah, sedangkan daya tanggap yaitu kemampuan karyawan untuk membantu nasabah menyediakan jasa dengan cepat sesuai dengan yang diinginkan nasabah.

Salah satu cara menciptakan pelayanan yang berkualitas adalah bank dapat membedakan dirinya sendiri dengan cara konsisten menyampaikan mutu lebih tinggi ketimbang pesaingnya, sehingga bank melakukan interaksi dengan nasabah yang disertai umpan balik sebagai kontrol dan ukuran keberhasilan. Alat utama untuk meningkatkan nilai Bank bagi pelanggan

adalah karyawan, proses, dan teknologi (Croxford et al., 2005). Tetapi meningkatkan proses penelitian & pengembangan membutuhkan investasi dan cara-cara mahal untuk mencapai tujuan ini. Menilai kualitas layanan bank dapat dicapai melalui beberapa pendekatan, salah satunya adalah dengan menganalisis apakah kinerja layanan bank sesuai dengan standar layanan spesifik yang sedang diperbandingkan. Mengukur kualitas layanan bank tidak hanya membandingkan kinerjanya dengan standar layanannya, tetapi juga bagaimana ia memandang persepsi pelanggan. Ini karena kualitas layanan / produk adalah yang memenuhi harapan pelanggan, bukan harapan manajer. Perbankan tampaknya melakukan yang terbaik untuk pelanggan, tetapi ternyata apa yang mereka lakukan tidak selalu sejalan dengan harapan pelanggan untuk menjembatani persepsi bank tentang persepsi pelanggan. Kepuasan adalah alasan utama mengapa pelanggan beralih bank (Manrai & Manrai, 2011).

Perkembangan ini semakin ditingkatkan oleh BRI melalui Program BRILINK. BRILINK adalah penggunaan teknologi menggunakan mesin EDC BRI yang digunakan oleh pihak ketiga yang dipercaya oleh pelanggan BRI. BRILINK tidak mengharuskan pelanggan melakukan transaksi di kantor BRI, cukup dengan mengunjungi agen outlet BRILINK, pelanggan dapat melakukan transaksi seperti di kantor BRI.

Alur pendaftaran sebagai agen BRILink dapat dijabarkan seperti pada gambar 1.1 berikut ini;



Gambar 1.1 Alur pendaftaran agen BRILink

Penelitian ini dilakukan Pada Agen Brilink Ibu Nuropi Carangrejo, dimana berdasarkan hasil pengamatan atau observasi awal yang telah dilakukan ditemukan bahwa ada beberapa pelanggan yang merasa tidak puas dengan pelayanan yang diterimanya dari Agen Brilink Ibu Nuropi Carangrejo. Ketidakpuasan tersebut diduga disebabkan oleh kurang maksimalnya pelayanan yang diberikan Agen Brilink Ibu Nuropi Carangrejo kepada para pelanggan misalnya kurang tanggapnya Agen Brilink Ibu Nuropi Carangrejo dalam melayani pelanggan sehingga menyebabkan pelanggan selaku nasabah bank BRI yang menggunakan jasa Agen Brilink Ibu Nuropi Carangrejo harus menunggu lama dalam menerima pelayanan transaksi dari Agen Brilink Ibu Nuropi Carangrejo. Selain itu, Agen Brilink Ibu Nuropi Carangrejo di nilai kurang handal dalam menggunakan alat teknologi yang

berkaitan BRILINK sehingga ketika ada permasalahan dalam transaksi tersebut Agen Brilink Ibu Nuropi Carangrejo terlihat kebingungan.

Berdasarkan penjabaran tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam mengenai permasalahan tersebut. Dalam hal ini peneliti mengambil judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Empathy dan Assurance*) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Agen Brilink Ibu Nuropi Carangrejo”

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjabaran pada latar belakang maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Apakah ada pengaruh bukti langsung (*tangible*) terhadap Kepuasan Nasabah Di Agen Brilink Ibu Nuropi ?
- 2) Apakah ada pengaruh kehandalan (*reliability*) terhadap Kepuasan Nasabah Di Agen Brilink Ibu Nuropi ?
- 3) Apakah ada pengaruh daya tanggap (*responsiveness*) terhadap Kepuasan Nasabah Di Agen Brilink Ibu Nuropi ?
- 4) Apakah ada pengaruh empati (*empathy*) terhadap Kepuasan Nasabah Di Agen Brilink Ibu Nuropi ?
- 5) Apakah ada pengaruh jaminan (*assurance*) terhadap Kepuasan Nasabah Di Agen Brilink Ibu Nuropi ?
- 6) Apakah *tangible, reliability, responsiveness, empathy* dan *assurance* secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Di Agen Brilink Ibu Nuropi ?

### 1.3. Tujuan dan Manfaat penelitian

#### a. Tujuan penelitian

Berdasarkan penjabaran pada rumusan masalah dalam penelitian ini maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut;

- 1) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh bukti langsung (*tangible*) terhadap Kepuasan Nasabah Di Agen Brilink Ibu Nuuropi.
- 2) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kehandalan (*reliability*) terhadap Kepuasan Nasabah Di Agen Brilink Ibu Nuropi.
- 3) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh daya tanggap (*assurance*) terhadap Kepuasan Nasabah Di Agen Brilink Ibu Nuropi.
- 4) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh empati (*empathy*) terhadap Kepuasan Nasabah Di Agen Brilink Ibu Nuropi.
- 5) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh jaminan (*assurance*) terhadap Kepuasan Nasabah Di Agen Brilink Ibu Nuropi.
- 6) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh simultan *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *empathy* dan *assurance* terhadap Kepuasan Nasabah di Agen Brilink Ibu Nuropi.

## **b. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pihak akademis, praktisi dan penelitian dimasa mendatang, sebagaimana yang terjabarkan sebagai berikut;

### **a. Bagi Agen Brilink Ibu Nuropi Carangrejo**

Manfaat yang diharapkan adalah bahwa hasil penelitian dan penelitian yang diperoleh dapat menyebarkan cakrawala, memberikan input dan informasi untuk evaluasi dan akuisisi pengetahuan bagi Agen Brilink Ibu Nuropi Carangrejo sehingga dapat memaksimalkan peningkatan kepuasan pelanggannya melalui peningkatan kualitas pelayanan yang diberikannya kepada nasabah BRI selaku pelanggannya.

### **b. Untuk Akademisi**

Menambahkan literatur dan referensi yang dapat digunakan sebagai referensi dalam penelitian lain untuk pengembangan pengetahuan di bidang ekonomi terkait dengan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

### **c. Bagi Peneliti**

Penelitian ini dimaksudkan untuk meningkatkan wawasan bagi para peneliti dan dapat berfungsi sebagai referensi bagi lebih banyak peneliti yang tertarik dalam penelitian tentang topik dan objek yang serupa.