

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Implikasi yang banyak disarankan untuk menjadikan pemasaran berhasil adalah kenalilah nasabah anda, berilah apa yang mereka inginkan, gunakan media yang tepat, puaskan dengan pelayanan prima, tajamkan promosi. Untuk memahami konsumen dan mengembangkan strategi yang tepat kita harus memahami apa yang mereka pikirkan (kognisi) dan mereka rasakan (pengaruh), apa yang mereka lakukan (perilaku), apa yang mempengaruhi keputusan konsumen.

Premis tersebut perlu mendapat perhatian, sebab bila premis ini diabaikan, konsekwensinya perusahaan akan gagal. Implementasi strategi organisasi yang sukses pada umumnya tergantung pada kemampuan manajemen dalam mempromosikan suatu produk atau jasa, termasuk didalamnya aktivitas pelayanan dan jasa perbankan. Menyangkut proses perbankan yang bertujuan untuk memuaskan nasabahnya ada beberapa hal dalam bentuk kualitas yang harus diperhatikan yaitu kecepatan, ketepatan daya tanggap terhadap keluhan, kemudahan prosedur dalam transaksi, respon, jaminan, dan perhatian yang diberikan oleh perusahaan perbankan yang bertujuan memuaskan nasabah dengan kualitas yang baik. salah satu strategi yang dapat menunjang keberhasilan bisnis dalam sektor perbankan adalah berusaha menawarkan kualitas jasa dengan kualitas pelayanan yang tinggi yang akan nampak dalam kinerja layanan yang ada.

Kualitas pelayanan suatu perusahaan perbankan akan memotivasi nasabah untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan nasababserta kebutuhannya. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan nasabah dimana perusahaan memaksimumkan pengalaman nasabah yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman nasabah yang kurang menyenangkan. Hal ini sesuai dengan pendapat Lupiyoadi dan Hamdani (2013: 193) bahwa “Dengan meningkatnya kualitas atribut produk dan pelayanan, maka kepuasan nasabah juga akan meningkat. Dengan meningkatnya kualitas atribut produk dan pelayanan, maka kepuasan

nasabah juga akan meningkat. Dengan meningkatnya kepuasan nasabah maka diharapkan nasabah yang bertahan juga meningkat, yang akhirnya akan menghasilkan laba yang besar”.

PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk adalah salah satu bank BUMN terkemuka di Indonesia yang sudah dikenal oleh masyarakat luas diantara sekian banyak bank yang ada di kota Bogor. Tim manajemen yang sangat profesional serta jaringan yang luas. Bank BRI sebagai bank transaksional yang menawarkan rangkaian jasa perbankan yang memiliki ATM Tunai maupun Non Tunai yang disediakan untuk memenuhi beragam kebutuhan nasabah.

Bank BRI Unit Purbasari dituntut untuk melakukan penyesuaian secara terus menerus searah dengan perubahan-perubahan yang terjadi dalam lingkungan bisnis, sehingga jasa perbankan seperti halnya Bank BRI Kantor Unit Purbasari harus mampu berperan sebagai lembaga yang memberikan pelayanan perbankan kepada masyarakat yang memerlukannya. Disamping itu dituntut untuk meningkatkan pelayanan perbankan yang bermutu sehingga diperlukan penyesuaian yang menyangkut sumber daya manusia yang berkualitas serta fasilitas penunjang yang moderen mengikuti persaingan antar Bank yang sangat pesat dan ketat, juga peran Bank akan berhasil bila semua upaya pemasaran diorientasikan kepada konsumen melalui keputusan yang tepat sasaran agar dapat tercapai bila ditunjang dengan pemasaran jasa yang tepat.

Konsumen yang mereka butuhkan, sehingga dibutuhkan konsep pemasaran dengan membangun yang kuat dengan para konsumen, memberikan nilai yang tinggi kepada pelanggan merupakan kunci sukses dalam persaingan pasar yang semakin meningkat. peluang yang tersedia dalam era globalisasi dan sekarang banyak dilirik oleh dunia bisnis salah satunya adalah bidang perbankan. Salah satu usaha yang bergerak dalam bidang perbankan ini yang telah lama memanfaatkan kesempatan yang ada tersebut adalah Bank BRI Kantor Unit Purbasari. Persaingan perbankan tidak hanya berasal dari faktor-faktor fisik tetapi lebih ditentukan oleh system pelayanan yang mampu memberikan kepuasan kepada nasabah, perubahan-perubahan pola masyarakat yang selain menginginkan jasa perbankan, tetapi juga menginginkan kepuasandari pelayanan Bank dalam rangka menyusun perencanaan, strategi dan program-program pemasaran yang tepat harus memanfaatkan peluang yang ada dan mengungguli para pesaingnya, sehingga

pihak manajemen Bank perlu memahami faktor-faktor apa saja yang dapat mengganggu kepuasan nasabah.

Saat ini manajemen Bank BRI Kantor Unit Purbasarimenyadari betul bahwa keunggulan bersaing yang hanya mengandalkan pada kemegahan gedung, kemajuan teknologi, dan nama Bank terkenal, semakin sulit untuk dipertahankan. Oleh sebab itu, mereka mereka mulai memberikan perhatian yang semakin besar terhadap aspek kualitas pelayanan, karena kualitas pelayanan yang memuaskan dapat dijadikan sebagai suatu strategi untuk memenangkan persaingan.

Agar dapat memenangkan persaingan pasar yang semakin kompetitif tersebut, tuntutan akan kebutuhan dan kepuasan yang diinginkan nasabah haruslah diwujudkan dalam bentuk pelayanan yang baik dan memuaskan. Hal itu merupakan salah satu kunci penting keberhasilan Bank, dimana manajemen pihak Bank harus selalu memonitor dan mengetahui apakah nasabah telah memperoleh kesesuaian Antara yang diharapkan dengan pelayanan yang diberikan. Tuntutan ini berlaku secara umum termasuk pada Bank yang telah lama berdiri dan terkenal, terutama pelayanan terhadap nasabah perbankan, untuk menempuh hal tersebut Bank harus mengadakan analisis pasar, dalam hal ini Bank dapat mencari informasi-informasi mengenai :

- tanggapan nasabah terhadap akreditasi Bank
- reaksi nasabah terhadap fasilitas yang ada
- tingkat pelayanan yang dilakukan oleh Bank

Situasi persaingan tidak dapat dihindari, karena hal ini berlaku dalam perkembangan perusahaan, begitu juga Bank. Langkah yang dilakukan oleh Bank dalam melayani nasabah akan selalu diperhatikan oleh pesaingnya. Oleh karena itu tiap organisasi harus memperhatikan, menelusuri, mengikuti dan bahkan mengetahui segala perkembangan pesaingnya. Strategi promosi merupakan inti dari kegiatan pemasaran, jika Bank menginginkan pencapaian terhadap tujuan Bank, maka diperlukan perencanaan yang matang terhadap bauran pemasaran tersebut, salah satu yang berperan adalah promosi.

Setiap Bank mempunyai permasalahan masing-masing, selama Bank itu masih menjalankan usahanya maka selama itu pula persoalan tersebut masih akan selalu timbul, baik dari segi pelayanan, fasilitas ataupun kinerjanya. PT. Bank Bri Unit Purbasari

dituntut untuk mampu bersaing dengan melakukan promosi terhadap keputusan nasabah dalam pembukaan rekening dan memberikan Kualita pelayanan secara maksimal.

Fenomena yang ada bahwa masih terdapat banyak nasabah yang komplain pada PT. Bank BRI Unit Purbasari, antara lain kesalahan pada transaksi, pencatatan saldo, kegagalan transaksi dan sistem antrean. Selain itu, diketahui masih banyak nasabah yang komplain. Kebanyakan komplain meliputi kesalahan transaksi, mesin ATM yang macet atau uang tidak keluar ketika melakukan penarikan uang tunai, kesalahan pencatatan saldo, mesin penghitung uang yang macet, kegagalan transaksi dan sistem antrian. Hal ini tentunya menjadi masalah, dengan asumsi bahwa seberapa apapun besarnya komplain yang terjadi akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Masalah lainnya pada PT. Bank BRI Unit Purbasari, adanya nasabah yang kurang memahami produk-produk yang ditawarkan oleh PT. Bank BRI Unit Purbasari akibat promosi yang dilakukan masih kurang memadai. Dengan kurangnya pemahaman nasabah terhadap produk-produk Bank BRI Unit Purbasari maka akan menyebabkan penurunan nilai pelanggan sehingga berdampak pada penurunan kepuasan nasabah.

Situasi demikian memaksa Bank untuk lebih menaruh perhatian pada banyak faktor yang menentukan keberhasilannya, baik faktor internal maupun faktor eksternal Bank. Faktor eksternal merupakan faktor yang penting untuk diperhatikan, karena berhubungan langsung dengan pasar. Oleh karena itu, Bank harus mengarahkan perhatiannya kearah pasar atau *market oriented*, dengan harapan calon nasabah suatu saat akan tertarik untuk menjadi nasabah. Hal ini pada akhirnya tentu akan meningkatkan nilai Bankserta tentunya akan diikuti oleh laba atau keuntungan Bank dalam jangka panjang, sehingga akan terus berkembang sejalan meningkatnya kepercayaan dari nasabah.

Dengan berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis berkeinginan untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam dengan judul “ Pengaruh Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Keputusan Customer Dalam Pembukaan Rekening Di Bank BRI Unit Purbasari”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Adapun masalah yang akan diselesaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh pelayanan secara parsial terhadap keputusan nasabah Pada Bank BRI Unit Purbasari?
2. Apakah terdapat pengaruh citra perusahaan secara parsial terhadap keputusan nasabah dalam pembukaan Rekening Tabungan Di Bank Bri Unit Purbasari?
3. Apakah terdapat pengaruh pelayanan dan citra perusahaan secara simultan terhadap keputusan customer dalam pembukaan rekening di Bank BRI Unit Purbasari?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis, mengetahui dan membuktikan:

1. Pengaruh pelayanan secara parsial terhadap keputusan nasabah pada Bank BRI Unit Purbasari.
2. Pengaruh citra perusahaan secara parsial terhadap keputusan nasabah pada Bank BRI Unit Purbasari.
3. Pengaruh pelayanan dan citra perusahaan secara simultan terhadap keputusan nasabah Bank BRI Unit purbasari

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis
  - a. Menambah wawasan peneliti dalam bidang ilmu manajemen, khususnya mata kuliah manajemen pemasaran.
  - b. Memperkaya secara empiris bidang ilmu manajemen pada mata kuliah manajemen pemasaran khususnya pada Pengaruh Pelayanan, Citra Perusahaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Customer Dalam Pembukaan Rekening.
2. Manfaat Praktis
  - a. Bagi Bank BRI Unit Purbasari. Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan dan pertimbangan dalam Pengaruh Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Customer Dalam Pembukaan Rekening.

- b. Bagi penulis dapat memberikan wawasan yang lebih luas dalam memahami dan menganalisa permasalahan yang ada serta meningkatkan pengetahuan khususnya tentang manajemen pemasaran khususnya pada pengaruh pelayanan, citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen.
- c. Bagi peneliti selanjutnya. Dapat dimanfaatkan sebagai bahan referensi untuk mempelajari strategi pengaruh pelayanan, citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen serta menambah pengetahuan dan wawasan bagi semua pembaca yang berkepentingan.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

#### **BAB I            PENDAHULUAN**

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri.

#### **BAB II           TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

#### **BAB III          METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

#### **BAB IV    HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang gambaran objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang lebih detail menjelaskan berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

## BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi simpulan yang merupakan hasil akhir dari penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang digunakan dalam menyusun penelitian.

## KUESIONER

Berisi tentang pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada sampel untuk mendapatkan data penelitian.

## DAFTAR LAMPIRAN

Berisi tentang lampiran pernyataan dan pertanyaan Kuesioner.