

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

Bank terbesar awal mula yang dibangun R.A Wiraatmadja dinamakan “De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden” artinya "Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi Purwokerto" sebagai badan usaha membantu warga pribumi yang saat ini dikenal dengan nama “Bank Rakyat Indonesia”.

Bank pemerintah terbesar dan tersebar di Indonesia dengan perolehan total aset ditahun 2021 mencapai Rp1.678,10 triliun tumbuh 10,62% dari tahun sebelumnya sebesar Rp1.572,76 triliun. Sebagai bank yang besar dan sudah cukup lama berdiri, BRI mempunyai unit kerja yang luas dan banyak dari pelosok negeri hingga keluar negeri. Jumlah unit kerja BRI yang ada Indonesia mencapai 9618 kantor dan 8 unit kerja luar negeri dan dukungan jaringan *echannel* seperti mesin ATM, mesin CRM, mesin EDC sebanyak 227000 jaringan. Dengan sejumlah lebih dari 105 juta rekening penabung simpanan. BRI juga mengadakan program undian untuk memberikan pelayanan yang terbaik seperti Undian Pesta Rakyat Simpedes di 100 kota di seluruh Indonesia, program pemberian potongan harga pembelian makanan, berlibur dengan transaksi pembayaran menggunakan kartu BRI. Dengan slogan Melayani Dengan Setulus Hati.

#### 1.1.2 Visi dan Misi Logo Perusahaan

##### Visi Perusahaan

“*The Most Valuable Bank* di Asia Tenggara” dan “*Champion of Financial Inclusion*”

##### Misi Perusahaan

“Memberikan Yang Terbaik”, “Menyediakan Pelayanan Yang Prima”, “Bekerja dengan Optimal dan Baik”.



**Gambar 1.1 Logo Perusahaan**

*Sumber: bri.co.id (2022)*

## **1.2 Latar Belakang Penelitian**

Persaingan antar perusahaan agar tetap eksis, berjaya dan dapat bersaing dipasar harus ekstra dalam memberi pelayanan maksimum. Salah satunya yaitu industri perbankan. Perbankan harus berusaha memahami dan mempelajari keinginan pelanggannya. Persaingan dan perubahan lingkungan industri perbankan yang selalu berubah juga merubah penerapan strategi pemasaran dalam suatu perusahaan. Dengan adanya perubahan dan persaingan membuat perusahaan perbankan harus bisa selalu beradaptasi dan menyesuaikan diri.

Untuk dapat bersaing antar usaha perbankan, kepuasan adalah hal yang dikehendaki oleh nasabah bank. Kepuasan merupakan hal yang penting, karena seseorang merasakan nilai lebih atas produk atau jasa yang dikonsumsi yang baik berupa pelayanan ataupun secara psikologis. Kepuasan nasabah dapat berbeda-beda dilihat dari sudut pandang nasabah itu sendiri. Sesuai yang dikemukakan oleh Mowen (1995), kepuasan pelanggan sebagai sikap keseluruhan terhadap suatu barang atau jasa setelah diperoleh dan pemakaiannya. Kotler & Amstrongs (2008), kepuasan pelanggan bergantung kepada kinerja anggapan produk *relative* terhadap ekspektasi pembelian. Dengan demikian makna dari pendapat ahli diatas, kepuasan merupakan perilaku pelanggan yang ditunjukkan setelah memakai suatu barang dan jasa.

Menurut Kotler (2005), kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas suatu produk atau jasa akan berpengaruh kepada pola perilaku selanjutnya. Ditunjukkan pelanggan setelah terjadinya proses pembelian, apabila pelanggan merasa puas maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang puas juga akan memberikan referensi yang baik terhadap produk

kepada orang lain. Berbeda dengan pelanggan yang tidak puas, pelanggan tersebut akan lebih memilih untuk mencari informasi pihak penyedia produk atau jasa lain yang sejenis sesuai dengan yang dibutuhkannya, lalu kemudian memilih untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa baru tersebut yang dianggap lebih dapat memuaskan. Kepuasan nasabah merupakan prioritas utama bagi perbankan, karena nasabah yang tidak puas terhadap produk atau jasa yang digunakannya akan mencari penyedia jasa dari bank lain yang dapat memuaskan terhadap produk atau jasa yang dibutuhkan nasabah.

Menurut Al Idrus (2018), mengemukakan bahwa kepuasan yang dirasakan terhadap sebuah produk atau jasa yang digunakan akan berdampak positif terhadap kelangsungan hidup perusahaan tersebut. Kepuasan memiliki hubungan yang erat dengan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang ditawarkan. Selanjutnya dikemukakan oleh Fandy Tjiptono (1996), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan, meliputi bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reability*), ketanggapan karyawan (*responsiveness*), jaminan keselamatan (*assurance*) dan empati (*empathy*). Penelitian mengenai kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Indira Rachmawati (2020) dan Astri Wulandari (2015), kualitas pelayanan mempunyai hubungan dengan beberapa variabel yaitu loyalitas dan kepuasan.

Selain itu perlu dipertimbangkan pula produk yang berkualitas, produk yang berkualitas penting bagi kepuasan nasabah sesuai pendapat Hasan (2009), produk yang berkualitas adalah produk yang mampu memberikan hasil sesuai dengan yang diharapkan. Diungkapkan oleh Kotler & Amstrongs (2008), bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam melaksanakan fungsinya berupa keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya. Kualitas produk juga sebagai ujung tombak dalam mencapai tingkat kepuasan pelanggan. Peningkatan kualitas produk dapat melalui kinerja produk, keragaman produk,

kehandalan, ketahanan, kemampuan pelayanan, estetika dan kualitas yang dipersepsikan.

Selain dari kualitas pelayanan dan kualitas produk, terdapat unsur kepercayaan yang merupakan salah satu unsur penting dari konsumen. Karena tanpa adanya kepercayaan maka nasabah tidak akan percaya terhadap kredibilitas usaha atau perusahaan. Ganesan dan Shankar dalam Farida Jasfar (2009) mengemukakan kepercayaan merupakan refleksi dari dua komponen, yaitu *Credibility* dan *Benevolence*. *Credibility* didasarkan pada besarnya kepercayaan kemitraan dengan organisasi lain dan membutuhkan keahlian untuk menghasilkan efektifitas dan kehandalan pekerjaan. *Benevolence* merupakan besarnya kepercayaan kemitraan yang memiliki tujuan dan motivasi yang menjadi kelebihan untuk organisasi lain pada saat kondisi yang baru muncul yaitu kondisi dimana komitmen tidak terbentuk.

Kepercayaan adalah kunci kelangsungan usaha dan juga salah satu faktor kunci untuk mengembangkan keinginan nasabah agar tetap percaya dan untuk terus berkelanjutan dengan pihak perusahaan. Kepercayaan tumbuh ketika merasa aman berinteraksi kepada perusahaan mengenai yang diinginkan sehingga muncul hasil yang maksimal dan tidak merugikan.

BRI merupakan bank milik negara bergerak dalam bidang bisnis dan jasa perbankan. Dengan demikian BRI akan memberikan pelayanan yang maksimal kepada nasabah. BRI telah melakukan langkah-langkah pencegahan untuk mengurangi keluhan nasabah yang diadukan kepada BRI menyangkut pelayanan dan produk. BRI berupaya meningkatkan kualitas layanan dan keterampilan pegawai untuk melayani nasabah memberikan layanan yang profesional dan sekaligus mengedukasi nasabah untuk memahami transaksi keuangan secara baik sehingga meningkatkan kepercayaan nasabah kepada BRI.

Bank Rakyat Indonesia Bekasi Harapan Indah merupakan salah satu unit kerja dari BRI yang memberikan pelayanan perbankan untuk warga Bekasi

**Tabel 1. 1 Jumlah Nasabah BRI Cabang Bekasi Harapan Indah**

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2018	50,421
2	2019	51,295
3	2020	50,921
4	2021	51,680

*Sumber: Bank Rakyat Indonesia Cabang Bekasi Harapan Indah (2021)*

Berdasarkan tabel 1.1 diatas pertumbuhan jumlah nasabah setiap tahun mengalami naik turun. BRI Bekasi Harapan Indah melakukan transaksi perbankan berupa pemasaran produk dan jasa. Dengan demikian melaksanakan kegiatan tersebut perbankan harus melakukan pelayanan dengan prima, masalah kualitas pelayanan dan kualitas produk hal utama yang harus dilakukan untuk menciptakan kepuasan nasabah. Untuk itu pihak perbankan harus bisa meminimalisir jumlah keluhan atau aduan dari nasabah agar dapat meningkatkan kepuasan dari nasabah.

**Tabel 1. 2 Jumlah Keluhan Nasabah BRI Cabang Bekasi Harapan Indah**

No	Tahun	Jumlah Keluhan
1	2018	117
2	2019	130
3	2020	143
4	2021	160

*Sumber: Bank Rakyat Indonesia Cabang Bekasi Harapan Indah (2021)*

Berdasarkan tabel data 1.2 diatas, rincian dari pengaduan yaitu:

**Tabel 1. 3 Pengaduan Nasabah BRI Cabang Bekasi Harapan Indah**

No	Aduan
1	Pelayanan <i>Teller dan Customer Service</i> lama
2	Jumlah kursi untuk menunggu sedikit
3	Fasilitas penunjang <i>ATM dan Mobile-Banking</i> sering mengalami gangguan
4	Ketepatan waktu pelayanan
5	Kurang ramah dalam melayani

*Sumber: Bank Rakyat Indonesia Cabang Bekasi Harapan Indah (2021)*

Data aduan nasabah mengalami kenaikan selama beberapa tahun. Aduan yang sering timbul dapat dilihat pada tabel 1.3 pelayanan dan produk yang kurang optimal. Hal ini berarti terdapat penurunan kualitas pelayanan dan produk sehingga berdampak pada penurunan kepercayaan serta kepuasan nasabah.

**Tabel 1. 4 Kepercayaan Nasabah BRI Cabang Bekasi Harapan Indah**

No	Tahun	Tingkat Kepercayaan
1	2018	99,41%
2	2019	99,45%
3	2020	99,48%
4	2021	99,53%

*Sumber: Bank Rakyat Indonesia Cabang Bekasi Harapan Indah (2021)*

Berdasarkan tabel diatas tingkat kepercayaan mengalami kenaikan tetapi masih dibawah persentase yang diharapkan sebesar 100%. Pada Bank Rakyat Indonesia Bekasi Harapan Indah tingkat kepercayaan belum maksimal seperti masih terdapat permasalahan pelayanan transaksi keuangan, penyelesaian masalah belum memenuhi

ketentuan sebagai contoh aturan penyelesaian transaksi keuangan maksimal 14 hari tetapi penyelesaian melebihi aturan yang berlaku.

**Tabel 1. 5 Kepuasan Nasabah BRI Cabang Bekasi Harapan Indah**

No	Tahun	Tingkat Kepuasan
1	2018	88,68%
2	2019	88,86%
3	2020	89,19%
4	2021	89,43%

*Sumber: Bank Rakyat Indonesia Cabang Bekasi Harapan Indah (2021)*

Berdasarkan tabel 1.5 diatas tingkat kepuasan dalam tiap tahun mengalami kenaikan tetapi belum mencapai persentase yang diharapkan sebesar minimal 95%, karena masih belum maksimal fungsi produk yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah serta pelayanan yang diberikan kepada nasabah belum maksimal.

Semakin ketatnya bisnis perbankan di wilayah Bekasi mengharuskan BRI Bekasi Harapan Indah untuk memenangkan persaingan didunia perbankan. BRI Bekasi Harapan Indah perlu memprioritaskan kualitas pelayanan, kualitas produk serta kepercayaan sehingga menimbulkan kepuasan nasabah. Sesuai uraian latar belakang diatas maka penulis mengajukan judul: **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BRI BEKASI HARAPAN INDAH”**

### **1.3 Perumusan Masalah**

Sesuai uraian diatas, masih terdapat banyak keluhan atas pelayanan dan produk yang diberikan BRI Bekasi Harapan Indah kepada nasabahnya dan kesenjangan tingkat kepercayaan serta tingkat kepuasan nasabah BRI Bekasi Harapan Indah dengan yang diinginkan oleh kantor pusat yakni tingkat kepercayaan 100% dan tingkat kepuasan minimal 95%. Hal ini mendorong peneliti untuk meneliti kualitas pelayanan, kualitas

produk, tingkat kepercayaan dan tingkat kepuasan sejauhmana sudah terdapat perubahan seperti yang diinginkan oleh kantor pusat. Dengan kondisi seperti diatas maka kepuasan nasabah di BRI Bekasi Harapan Indah harus menjadi perhatian penting bagi manajemen. Bank dituntut kualitas pelayanan yang prima, kualitas produk yang baik seperti meminimalisir jumlah keluhan yang timbul dalam proses transaksi perbankan sehingga menimbulkan kepercayaan dan kepuasan nasabah.

Seperti penelitian terdahulu terhadap kepuasan nasabah yang diteliti oleh Roekma (2018), Aulia Puspita (2019) dan Yuningrum (2019) mendapatkan hasil kualitas pelayanan, kualitas produk serta kepercayaan berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan konsumen.

#### **1.4 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan uraian diatas, maka pertanyaan penelitian yang akan dijawab mengenai analisis kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah BRI sebagai berikut:

1. Seberapa besar penilaian responden mengenai kualitas pelayanan, kualitas produk, kepercayaan dan kepuasan nasabah BRI Bekasi Harapan Indah?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BRI Bekasi Harapan Indah?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BRI Bekasi Harapan Indah?
4. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BRI Bekasi Harapan Indah?
5. Apakah kualitas pelayanan kualitas produk dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BRI Bekasi Harapan Indah?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan penelitian maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :



1. Untuk mengetahui besarnya penilaian responden mengenai kualitas pelayanan, kualitas produk, kepercayaan dan kepuasan nasabah BRI Bekasi Harapan Indah.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah BRI Bekasi Harapan Indah.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah BRI Bekasi Harapan Indah.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah BRI Bekasi Harapan Indah.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah BRI Bekasi Harapan Indah.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### **1.6.1 Segi Teori**

Segi teori, untuk memahami bidang manajemen bisnis mengenai bidang strategi pemasaran pada perusahaan perbankan. Selain itu, beberapa penemuan yang didapatkan pada penelitian ini sekiranya juga dapat menjadi masukan untuk bidang kajian sejenis.

### **1.6.2 Segi Praktis**

Manfaat dari aspek praktis untuk sebagai bahan pertimbangan Bank Rakyat Indonesia dalam melakukan penilaian pelayanan, produk serta kepercayaan untuk meningkatkan kepuasan dalam bidang usahanya.

## **1.7 Ruang Lingkup Penelitian**

### **1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian**

Bertempat di Kota Bekasi, Jawa Barat dengan objek penelitian nasabah Bank Rakyat Indonesia Bekasi Harapan Indah yang melakukan transaksi perbankan melalui *front office*.

### **1.7.2 Waktu dan Periode Penelitian**

Penelitian ini dilakukan oleh peneliti sejak bulan Februari tahun 2022.

## **1.8 Sistematika Penelitian**

### **BAB I Pendahuluan**

Bab I menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

## **BAB II Tinjauan Pustaka dan Lingkup Penelitian**

Bab II menjelaskan landasan teori mengenai kualitas pelayanan, kualitas produk, kepercayaan dan kepuasan konsumen, menyusun kerangka pemikiran serta merumuskan hipotesis penelitian.

## **BAB III Metode Penelitian**

Bab III menjelaskan pendekatan, metode, teknik yang dipakai pengumpulan serta penganalisaan data yang akan menjawab pertanyaan penelitian pada penelitian ini. Bab ini juga terdiri dari jenis penelitian, operasionalisasi variabel dan skala pengukuran, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data yang digunakan.

## **BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Bab IV menjelaskan mengenai karakteristik responden, hasil penelitian dan pembahasan penelitian

## **BAB V Kesimpulan dan Saran**

Bab V menguraikan mengenai kesimpulan penelitian dan akan menguraikan tentang saran kepada peneliti selanjutnya dan pembaca penelitian ini.