

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Loyalitas dari konsumen sangatlah penting bagi sebuah perusahaan. Hampir semua perusahaan berlomba-lomba untuk membuat konsumennya loyal terhadap perusahaannya. Loyalitas konsumen dapat memberikan prospek keuntungan tersendiri bagi sebuah perusahaan. Semakin banyak konsumen yang loyal terhadap sebuah perusahaan maka perusahaan akan semakin berkembang. Loyalnya konsumen terhadap perusahaan akan memberikan banyak manfaat bagi perusahaan. Selain prospek keuntungan yang didapatkan perusahaan loyalitas konsumen juga akan membuat konsumen mereferensikan perusahaan terhadap konsumen lain, sehingga secara tidak langsung mempromosikan perusahaan kepada konsumen lain.

Menurut Sumarwan (2011: 391), loyalitas merek diartikan sebagai sikap positif seorang konsumen terhadap suatu merek, konsumen memiliki keinginan kuat untuk membeli ulang merek yang sama pada saat sekarang maupun masa datang. Disamping itu, menurut Setiadi (2003: 200), loyalitas merek dapat didefinisikan sebagai sikap menyenangkan terhadap suatu merek yang dipresentasikan dalam pembelian yang konsisten terhadap merek itu sepanjang waktu. Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa loyalitas konsumen terhadap merek adalah komitmen

dari konsumen untuk membeli atau menggunakan barang atau jasa dari sebuah perusahaan secara berulang-ulang dalam jangka waktu lama dan mereferensikan kepada orang-orang disekitarnya.

Bank Tabungan Negara (BTN) adalah sebuah badan usaha milik Negara yang berbentuk perseroan terbatas. BTN merupakan badan usaha yang bergerak dalam bidang jasa keuangan perbankan. BTN kantor cabang Madiun membawahi satu kantor cabang pembantu yang ada di Ponorogo dan dua kantor kas yaitu kantor kas Mastrip di Kota Madiun dan kantor kas Magetan. Penelitian ini memfokuskan terhadap nasabah yang ada di BTN kantor kas Mastrip Madiun. BTN kantor kas Mastrip merupakan upaya BTN dalam mendekatkan pelayanan kepada nasabah dan calon nasabahnya untuk wilayah Kota Madiun bagian timur. Sejak tahun 2013 sampai saat ini kantor kas Mastrip selalu mendapatkan penghargaan pencapaian target dana dari kantor cabang Madiun. Penghargaan ini selalu diberikan setiap tahun oleh kantor cabang terhadap kantor kas dan kantor cabang pembantu yang ada di bawahnya. Selama ini kantor kas Mastrip selalu mendapatkan peringkat pertama dalam pencapaian dana target diantara kantor kas Magetan dan kantor cabang pembantu Ponorogo. Pencapaian target ini merupakan bukti nyata bahwa BTN kantor kas Mastrip memiliki kinerja yang bagus. Kinerja dari sebuah bank bisa dilihat dari loyalitas nasabahnya. Loyalitas nasabah merupakan salah satu faktor utama dalam kelangsungan hidup perbankan, dengan demikian semakin banyak nasabah yang loyal terhadap BTN maka kelangsungan usaha akan

semakin berkembang. Tercapainya target tersebut tidak lepas dari peran nasabah yang memiliki rasa loyalitas terhadap BTN kantor kas Mastrip.

Loyalitas nasabah sangatlah penting bagi sebuah bank, maka dari itu banyak sekali perusahaan perbankan mengupayakan banyak hal agar nasabahnya menjadi loyal dengan memperhatikan faktor-faktor yang membentuk loyalitas nasabah. Dalam perusahaan jasa perbankan, kualitas pelayanan menjadi salah satu indikator agar konsumen tertarik menggunakan jasa perbankan dan kepuasan atas layanan bank dapat mengembangkan loyalitas nasabah. Pelayanan yang bagus akan membuat nasabah merasa nyaman dengan jasa yang digunakan. Hal ini didukung oleh temuan Saputra (2013), Awaluddin dan Setiawan (2012), dan Prasetyo (2013), Satriyanti (2012) yang menemukan pengaruh positif dan signifikan dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, dan diharapkan akan membuat nasabah loyal terhadap jasa perbankan yang digunakan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Aryani dan Rosinta (2010) yang menemukan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Faktor lain yang dimungkinkan mempengaruhi loyalitas nasabah adalah faktor kepercayaan nasabah terhadap bank. Menumbuh kembangkan rasa percaya terhadap konsumen merupakan suatu hal yang penting. Sesuai dengan teori kebutuhan menurut Maslow dalam Setiadi (2003: 108) bahwa kebutuhan rasa aman ada dalam setiap diri manusia. Dalam menggunakan jasa perbankan nasabah mempercayakan uang yang

dimilikinya dikelola oleh pihak bank. Menumbuhkan rasa percaya kepada nasabah agar nasabah merasa bahwa uang yang disimpan di bank akan aman, merupakan hal strategis untuk dilakukan dalam rangka membangun loyalitas nasabah. Jika nasabah memiliki rasa kepercayaan yang cukup tinggi pada bank maka nasabah akan merasa aman dan nyaman dalam penggunaan produk bank. Rasa nyaman dan aman tersebut akan berkembang menjadi loyalitas nasabah. Penelitian Awaluddin dan Setiawan (2013), Prasetyo (2013), Khotimah (2013) yang menemukan pengaruh signifikan dari kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Safitri (2011) yang menemukan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan dari kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan.

Di sisi lain kepuasan nasabah akan mempengaruhi loyalitas nasabah. Menurut Howard dan Sheth (1967) dalam Tjiptono (2014: 353), kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan. Mempertahankan loyalitas nasabah dapat dilakukan dengan berbagai cara diantaranya menumbuhkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan. Hal ini didukung oleh penelitian Saputra (2013), Satriyanti (2012), Prasetyo (2013) dan Awaluddin dan Setiawan (2013) yang menemukan pengaruh positif dan signifikan dari kepuasan terhadap loyalitas pelanggan.

Citra bank berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Menurut Setiadi (2003: 179), citra adalah total persepsi terhadap suatu objek, yang dibentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber setiap waktu. Citra bank adalah persepsi kepada sebuah bank yang direfleksikan dalam asosiasi yang terdapat dalam memori (Kotler dalam Satriyanti, (2012). Hal ini didukung oleh penelitian Saputra (2013), Qomariah (2012), dan Satriyanti (2012) yang menemukan pengaruh positif dan signifikan dari citra bank terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Saputra (2013) dan Satriyanti (2012) yaitu faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah adalah kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan citra bank. Namun, penelitian tersebut belum menambahkan variabel kepercayaan terhadap loyalitas nasabah. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah BTN kantor kas Mastrip Kota Madiun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Saputra (2013) pada PT BNI 46 sentra kredit kecil Surabaya dan Satriyanti (2012) yaitu Bank Muamalat Syariah di Surabaya. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Prasetyo (2013) dengan penelitian ini memiliki persamaan yaitu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan, namun objek penelitian yang berbeda yaitu Swalayan Luwes Purwodadi. Berdasarkan uraian sebelumnya maka judul penelitian yang diangkat sebagai berikut :

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kepuasan dan Citra Bank terhadap Loyalitas Nasabah BTN Kantor Kas Mastrip Kota Madiun.

B. Perumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah?
2. Apakah kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah?
3. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah?
4. Apakah citra bank berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah?

C. Tujuan Penelitian

1. Menguji signifikansi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah BTN Kantor Kas Mastrip Kota Madiun.
2. Menguji signifikansi pengaruh kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah BTN Kantor Kas Mastrip Kota Madiun.
3. Menguji signifikansi pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah BTN Kantor Kas Mastrip Kota Madiun.
4. Menguji signifikansi pengaruh citra bank terhadap loyalitas nasabah BTN Kantor Kas Mastrip Kota Madiun.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian yang dilakukan adalah :

1. Implikasi Teoritis

Bagi penelitian lain untuk pengembangan penelitian atas pelanggan, khususnya dalam basis jasa keuangan.

2. Implikasi Praktis

Bagi pimpinan BTN khususnya kantor kas Mastrip Kota Madiun hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan untuk meningkatkan jumlah dan loyalitas nasabah melalui perbaikan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah melalui kualitas pelayanan, kepercayaan nasabah, kepuasan, dan citra bank.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan tata urutan pengujian penelitian yang dimaksudkan untuk mempermudah penyusunan penelitian. Adapun sistematika penulisan ini sebagai berikut :

Bab I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan mengenai latar belakang masalah yang menjadi dasar pemikiran penelitian ini, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II : TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini menguraikan mengenai landasan teori, pengembangan hipotesis, dan penelitian sebelumnya yang relevan sampai dengan konsep hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini, dan kerangka pikir.

Bab III : METODA PENELITIAN

Bab ini menguraikan mengenai populasi dan sampel, sumber dan jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini, definisi dan pengukuran variabel yang diperlukan dalam penelitian ini serta teknik analisis data.

Bab IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas mengenai gambaran umum obyek penelitian, analisis data, dan pembahasan dari analisis data.

Bab V : SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan-kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian, implikasi manajerial, keterbatasan dan saran sebagai masukan penelitian selanjutnya.