**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang Penelitian**

Sektor perbankan memegang peranan penting dalam usaha pengembangan di sektor ekonomi. di samping itu, perbankan juga berperan dalam meningkatkan pemerataan pembangunan dan hasil-hasilnya serta pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional ke arah peningkatan taraf hidup rakyat. Pada saat ini berkembang dengan pesat teknologi komunikasi dan informasi mengakibatkan terjadinya perubahan *(change)* yang luar biasa. Kemudahan akses untuk memperoleh informasi dari media membuat kompetisi yang sangat ketat, yang berakibat nasabah *(customer)* semakin banyak pilihan terhadap jenis bank yang akan digunakan untuk bertransaksi.

Usaha perbankan yang merupakan usaha jasa yang berdasarkan pada azas kepercayaan mengutamakan masalah kualitas pelayanan *(service quality).* Kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat penting dalam menemukan keberhasilan suatu perbankan. Hal ini terjadi hampir di seluruh bank, dimana nasabah juga menginginkan adanya peningkatan pelayanan maksimal secara terus menerus ketika menggunakan jasa yang ada di bank. Namun pada kenyataannya terkadang masih jauh dari apa yang menjadi harapan atau keinginan kepuasan nasabah yang semakin tidak terbatas.

Pemasaran merupakan bagian penting dari strategi perusahaan dalam menjual produk atau jasa kepada masyarakat. Keberhasilan suatu pelayanan yang diterima oleh masyarakat dipengaruhi oleh sejauh mana perusahaan tersebut menerapkan sistem pemasaran yang tepat untuk pasar sasarannya. Selain pemasaran, kualitas pelayanan juga harus diperhatikan.

Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada nasabah, untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan nasabah serta kebutuhan mereka, dengan demikian apabila kualitas pelayanan yang diterima oleh nasabah sesuai dengan harapan maka nasabah akan memakai lagi jasa pelayanan yang ditawarkan perusahaan, namun sebaliknya apabila nasabah tidak puas terhadap kualitas pelayanan yang disampaikan, maka nasabah tidak akan memakai jasa pelayanan tersebut dan bahkan bisa beralih kepada perusahaan yang lain. Perusahaan yang kurang memuaskan pelayanannya akan menghadapi masalah yang kompleks. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Kepuasan nasabah menjadi tolak ukur untuk peningkatan kualitas pelayanan dan menjadi prioritas utama bagi perusahaan dalam melakukan perubahan kearah yang lebih baik. Secara umum, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja produk atau jasa terhadap ekspektasi mereka. Kepuasan nasabah diartikan sebagai suatu keadaan di mana harapan nasabah terhadap suatu produk atau jasa sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh nasabah.

PT. Bank CIMB (*Commerce International Mercant Bank*) Niaga, Tbk merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang perbankan, saat ini PT. Bank CIMB Niaga, Tbk merupakan bank terbesar keempat di Indonesia dilihat dari sisi aset, dan diakui prestasi dan keunggulannya di bidang pelayanan nasabah dan pengembangan manajemen. Pada saat ini juga CIMB Niaga merupakan bank penyedia kredit kepemilikan rumah terbesar ketiga di Indonesia.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti di Bank CIMB Niaga Cimahi, ternyata masih terdapat masalah tentang kepuasan nasabah yaitu sebagai berikut :

1. Dimensi Kepuasan Pelanggan

Perusahaan yang ingin menerapkan konsep kepuasan nasabah harus memiliki produk berkualitas dan pelayanan yang baik. Adanya ketidakpuasan nasabah mengenai kinerja dari fasilitas yang ada pada Bank CIMB Niaga kurang optimal, contoh : mesin ATM sering mengalami kerusakan sistem *(error system)* pada saat digunakan oleh nasabah yang berlokasi di ATM CIMB Niaga cabang Cimahi.

1. Ketidakpuasan Nasabah (*Customer Disastifacions*)

Masih adanya komplain nasabah mengenai ketepatan waktu pelayanan yang diterima oleh nasabah jauh dari harapan.

Contoh : KaryawanBank CIMB Niaga memerlukan waktu yang lama saat melayani keluhan/komplain nasabah.

1. Dimensi Konfirmasi Harapan (*Confirmation Of Expectation*)

Konsumen tidak puas dengan pelayanan yang ada pada Bank CIMB Niaga Cimahi karena tidak sesuainya kinerja aktual yang ada dengan harapan yang diinginkan konsumen.

Contoh : kinerja pegawai yang kurang aktif membantu nasabah dalam pengaduan/komplain.

**Tabel 1.1**

**Data jumlah keluhan nasabah Bank CIMB Niaga**

**September 2017-Februari 2018**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Bulan** | **Jumlah Pengunjung** | **Jumlah Pengaduan/Komplain** | **Presentase** |
| 1 | September | 350 | 35 | 10% |
| 2 | Oktober | 287 | 20 | 6.9% |
| 3 | November | 245 | 11 | 4.5% |
| 4 | Desember | 315 | 24 | 7.6% |
| 5 | Januari | 273 | 19 | 6.9% |
| 6 | Februari | 330 | 38 | 11.5 |

***Sumber : Bank CIMB Niaga Cimahi 2017 yang telah diolah oleh peneliti***

Berdasarkan tabel 1.1 dapat di ketahui bahwa presentase jumlah keluhan/komplain mengalami peningkatan dan penurunan disetiap bulannya hal tersebut mengindikasi adanya ketidakpuasan nasabah yang mengakibatkan pda banyaknya pengaduan pada Bank CIMB Niaga Cimahi.

1. **Fasilitas Fisik**

Mesin ATM Bank CIMB Niaga sering mengalami kerusakan sistem dan Kurang banyak nya fasilitas mesin ATM.

Contoh : Ketika nasabah menggunakan mesin ATM sering mengalami kerusakan sistem seperti tidak keluar nya uang dari mesin ATM dan selain itu juga, nasabah sulit menemukan mesin ATM Bank CIMB Niaga dan mengakibatkan nasabah menggunakan mesin ATM Bank lain. Hal tersebut terjadi akibat jumlah ATM Bank CIMB Niaga yang sedikit dan juga jaringan sistem nya yang kurang baik.

1. **Keandalan**

Nasabah mengeluhkan tentang pelayanan pada Bank CIMB Niaga Cimahi yang kurang cepat dan tepat seperti terlalu lamanya nasabah menunggu dan lamanya penanganan terhadap keluhan nasabah**.**

1. **Daya Tanggap**

Pelayanan di Bank CIMB Niaga Cimahi tidak sesuai dengan harapan nasabah karena karyawan tidak cukup aktif dalam merespon dan membantu nasabah.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian yang berkenaan dengan aspek-aspek kualitas jasa yang diberikan perusahaan dalam upaya memuaskan nasabahnya oleh karena itu peneliti tertarik mengambil judul penelitian sebagai berikut : “ Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank CIMB Niaga, Tbk Cabang Cimahi “.

1. **Identifikasi Masalah dan Perumusan Masalah**
2. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan kualitas pelayanan terhadap nasabah pada Bank CIMB Niaga Cabang Cimahi?
2. Bagaimana kepuasan nasabah pada Bank CIMB Niaga Cimahi?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank CIMB Niaga Cabang Cimahi ?
4. Hambatan-hambatan apa saja yang di hadapi Bank CIMB Niaga dalam pelaksanaan kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank CIMB Niaga Cabang Cimahi?
5. Upaya apa saja yang dilakukan untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut yang berpengaruh terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah pada Bank CIMB Niaga Cabang Cimahi?
6. **Perumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah,maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut : **“ Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT.Bank CIMB Niaga, Tbk Cabang Cimahi?”**

1. **Tujuan dan Kegunaan Peneliti**
2. **Tujuan Peneliti**

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui bagaimana pelaksanaan kualitas pelayanan terhadap nasabah pada Bank CIMB Niaga Cabang Cimahi?
2. Mengetahui bagaimana kepuasan nasabah pada Bank CIMB Niaga Cimahi?
3. Mengetahui Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank CIMB Niaga Cabang Cimahi ?
4. Mengetahui Hambatan-hambatan apa saja yang di hadapi Bank CIMB Niaga dalam pelaksanaan kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank CIMB Niaga Cabang Cimahi?
5. Mengetahui Upaya apa saja yang dilakukan untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut yang berpengaruh terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah pada Bank CIMB Niaga Cabang Cimahi?
6. **Kegunaan Penelitian**

Kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini, baik dari segi teoritis maupun praktis adalah sebagai berikut :

1. **Segi Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengalaman dan ilmu pengetahuan khususnya mengenai kualitas pelayanan jasa dan kepuasan nasabah, serta dapat dijadikan perbandingan dalam penelitian selanjutnya. Sehingga, perkembangan baru dapat dijadikan bahan masukan bagi peneliti dan penelitian selanjutnya.

1. **Segi Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat serta berdayaguna bagi berbagai pihak, diantaranya :

1. **Bagi Peneliti**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan, pengetahuan, dan menjadikan sebagai dasar pemahaman lebih lanjut terhadap teori yang telah diperoleh atau dipelajari, khususnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Sehingga akan lebih mengerti dan memahami bagaimana kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.

1. **Bagi Objek Penelitian**

Sebagai sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik untuk nasabah.

1. **Bagi Pihak Lain**

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat menambah pemahaman , menjadi referensi dan perbandingan untuk penelitian selanjutnya dalam kajian yang serupa.

1. **Kerangka Pemikiran dan Hipotesis**
2. **Kerangka Pemikiran**

Pemasaran dalam suatu perusahaan mempunyai peranan yang sangat penting, karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, di mana secara langsung berhubungan dengan konsumen.

Keberhasilan pemasaran suatu produk dan jasa banyak dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Dengan menyadari arti pentingnya kualitas maka perusahaan dapat mempertimbangkan kebijakan yang akan diambil dalam memutuskan kualitasnya agar lebih efektif dan efisien.

Kualitas merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan pelanggan atau konsumen sebelum membeli suatu produk atau jasa. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan.

Menurut **Fandy Tjiptono (2014:269)** menjelaskan bahwa apabila jasa yang diterima atau disarankan sesuai dengan yang diharapkan, kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Namun sebaliknya, apabila jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, kualitas yang dipersepsikan buruk. Dengan demikian, baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa untuk memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

**Parasuraman, et al.,** yang dikutip oleh **Fandy Tjiptono (2014:282)** mengemukakan lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu**:**

1. **Fasilitas fisik (*tangiable*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.**
2. **Keandalan (*reability*), yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.**
3. **Daya Tanggap (*responsiveness*), yakni keinginan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan yang tanggap.**
4. **Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.**
5. **Kepedulian (*emphaty*), meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikas yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.**

Pengaruh kualitas jasa, kepuasan pelanggan, dan profitabilitas perusahaan adalah tiga hal yang terkait erat. Semakin tinggi tingkat kualitas, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan yang dihasilkan.

Menurut **Philip Kotler** yang dikutip oleh **Fandy Tjiptono (2014:354)** mengatakan bahwa “ Kepuasan Pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.”

Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pelanggan yang puas terhadap pelayanan produk dan jasa cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor utama bagi pelanggan dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Selanjutnya menurut **Mowen** yang dikutip oleh **Fandy Tjiptono** **(2014:354)** mengatakan bahwa “kepuasan pelanggan sebagai sikap keseluruhan terhadap suatu barang atau jasa setelah perolehan dan pemakaiannya.”

Dari uraian tersebut, kualitas pelayanan atau jasa di bidang perbankan saat ini masih bisa ditangani, namun tantangan ke depan dimana semakin maraknya timbul persaingan di bidang perbankan, Bank CIMB Niaga Cimahi dituntut untuk terus memperbaiki kualitas pelayanannya. Agar tujuan dari usaha pelayanan tersebut sebagai usaha perbankan dapat memenuhi harapan pelanggannya.

Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan menurut **Fandy Tjiptono (2011:453)** yaitu :

1. **Kepuasan Pelanggan Keseluruhan *(Overall Customer Satisfaction)***

**Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu. Biasanya, ada dua bagian dalam proses pengukurannya. Pertama, mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa perusahaan yang bersangkutan. Kedua, menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan pelanggan leseluruhan terhadap produk atau jasa para pesaing.**

1. **Dimensi Kepuasan Pelanggan**

**Dimensi kepuasan pelanggan meliputi beberapa komponen, diantaranya adalah menidentifikasi dimensi kunci kepuasan pelanggan, meminta pelanggan menilai produk atau jasa berdasarkan item spesifik (kecepatan,fasilitas, dan keramahan layanan), meminta pelanggan menilai produk atau jasa berdasarkan item spesifik yang sama, dan meminta pelanggan menentukan dimensi yang menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.**

1. **Konfirmasi Harapan *(Confirmation Of Expectation)***

**Dalam dimensi ini kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan pada sejumlah atribut atau dimensi penting.**

1. **Minat Pembelian Ulang *(Repurchase Intent)***

**Kepuasan pelanggan diukur secara behavioral dengan jalan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.**

1. **Kesediaan Untuk Merekomendasi *(Willingness to Recommend)***

**Kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk atau jasa pada pelanggan lain.**

1. **Ketidakpuasan Pelanggan *(Customer Disatisfaction)***

**Beberapa macam aspek yang sering ditelaah guna mengetahui ketidakpuasan pelanggan, meliputi :**

1. **Komplain**
2. **Retur atau pengembalian produk**
3. **Biaya garansi**
4. ***Product recall* (penarikan produk kembali dari pasar)**
5. **Gethok tular negatif, dan**
6. ***Defections* (konsumen yang beralih kepada pesaing)**

Berdasarkan uraian teori sebelumnya, dapat dilihat bahwa kualitas dari suatu produk dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap harapan dan kepuasan pelanggan secara menyeluruh. Kepuasan pelanggan akan tercipta apabila pelanggan merasa puas dengan kualitas produk yang diterimanya sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

1. **Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah dikemukakan, maka peneliti menetapkan hipotesis sebagai berikut : **“ Adanya pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT.Bank CIMB Niaga Tbk, Cabang Cimahi “**

Berdasarkan hipotesis tersebut, maka penelitian akan mengemukakan definisi operasional diatas sebagai berikut :

1. Pengaruh positif menunjukan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank CIMB Niaga Cimahi
2. Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.
3. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Melengkapi hipotesis maka menggunakan hipotesis statistik sebagai berikut :

1. Ho : rs < : 0 Kualitas Pelayanan (X) : Kepuasan Pelanggan (Y) artinya Tidak ada pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. H1 : rs ≥ 0 : Kualitas Pelayanan (X) : Kepuasan Pelanggan (Y) artinya terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Rs, sebagai simbol untuk mengatur eratnya hubungan dua variabel penelitian yaitu kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y).
4. Titik kritis digunakan untuk pengertian batas antara signifikan dengan non signifikan tentang suatu nilai yang telah dihitung.
5. Alpa (α) yaitu tingkat keabsahan dengan derajat kepercayaan (simpangan baku) 95% dengan tingkat kekeliruan 5% atau α = 0,05. Apabila terjadi kesalahan atau kekeliruan dalam analisa tersebut yang dapat ditoleransi hanya sampai 5%.
6. **Lokasi dan Lamanya Penelitian**
7. **Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan Bank CIMB Niaga Cimahi yang berlokasi di Jalan Raya Tagog No 210 Cimahi.

1. **Lama Penelitian**

Adapun waktu penelitian dimulai pada bulan Desember 2016 sampai dengan bulan Mei 2017.