

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Keadaan perbankan nasional menjadi semakin kompetitif, semua bank berlomba-lomba untuk meningkatkan asetnya agar dapat memenangkan persaingan terlebih lagi dengan adanya globalisasi ekonomi dan pesatnya perkembangan serta penyebaran teknologi informasi, telah mendorong percepatan kegiatan perdagangan barang dan jasa melewati batas-batas antar negara. *Asean frame work Agreement on services (AFES)*, salah satu bentuk realisasi dari AFTA yang mulai di berlakukan pada tahun 2003 dan akan semakin memperkeras persaingan dalam dunia bisnis industri jasa, termasuk di dalamnya perbankan.

Perusahaan yang menjual produk jasa pada masyarakat secara luas adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang perbankan atau lebih di kenal dengan nama Bank. Bank merupakan perusahaan yang menyediakan jasa keuangan bagi seluruh lapisan masyarakat. Menurut UU No.10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan dapat di simpulkan bahwa usaha perbankan meliputi tiga kegiatan yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana, dan memberikan jasa bank lainnya. Kegiatan menghimpun dana dan menyalurkan dana merupakan kegiatan pokok bank sedangkan memberikan jasa bank lainnya hanya sebagai kegiatan pendukung.

Pembangunan ekonomi merupakan serangkaian usaha dan kebijakan yang bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat, memperluas lapangan kerja, pemeratakan distribusi pendapatan masyarakat, meningkatkan hubungan ekonomi

regional dan melalui pergeseran kegiatan ekonomi dari sektor primer ke sektor sekunder dan tersier. Salah satu faktor utama untuk membiayai pembangunan daerah adalah penerimaan pemerintah daerah. Penerimaan pemerintah daerah bersumber dari pendapatan asli daerah berupa pajak daerah dan bantuan pemerintah pusat.

Jasa perbankan sangat penting dalam pembangunan ekonomi suatu negara. pada saat ini jasa perbankan merupakan sektor ekonomi yang sangat besar dan tumbuh pesat. Pertumbuhan tersebut selain di akibatkan oleh adanya jenis jasa perbankan yang sudah ada sebelumnya, juga di sebabkan oleh munculnya jenis perbankan yang baru sebagai akibat dari tuntutan dan perkembangan teknologi. Dengan perkembangan kemajuan teknologi saat ini, maka akan semakin meningkat pula kebutuhan akan produk-produk perbankan beserta fasilitasnya agar dapat mempermudah nasabah dalam bertransaksi sehingga akan dapat mengoptimalkan dan mengifisienkan waktu. Masyarakat kini semakin selektif dalam memilih jasa perbankan untuk menyimpan dana guna menghindari resiko.

Bank sebagai perusahaan jasa merupakan *business people* dimana bisnis yang salah satu asetnya adalah sumberdaya manusia sebagai ujung tombak pelayanan yang berinterkasi secara langsung dengan pelanggan atau pengguna jasa bank yaitu nasabah bank. Pada industri pelayanan ini jelas tercermin dan menjadi sangat penting dari pelayanan yang di berikan terutama oleh sumberdaya manusianya yaitu karyawan yang bertugas menghadapi atau melayani langsung pelanggan. Sumberdaya manusia ini adalah aset yang di miliki oleh perusahaan jasa tersebut di samping fasilitas penunjang lainnya seperti misalnya kemajuan teknologi. Namun,

kemajuan teknologi dapat di kejar bahkan di di dahului dengan perkembangan teknologi sekarang.

Bank Bjb adalah salah satu perusahaan perbankan yang sedang tumbuh dan berusaha meraih pangsa pasar dengan cara menumbuhkan kepercayaan kepada nasabahnya. Bank bjb yang awalnya berupa bank daerah yang berkembang menjadi bank nasional sehingga membutuhkan kepercayaan masyarakat untuk lebih menampilkan citra positif perusahaan agar konsumen semakin percaya. Maka dari itu manajemen bank Bjb pada tahun 2014 terus melakukan pembukaan jaringan kantor baru di berbagai tempat. Tidak hanya di daerah Jawa Barat dan Banten saja tetapi mulai merambah ke Sumatera, Kalimantan, Bali dan Sulawesi dan Jawa Tengah.

Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten (BJB) sebagai bank yang sahamnya dimiliki oleh Pemerintah Daerah tingkat I Provinsi Jawa Barat 38,26%, Banten (5,37%), Pemda Kota-Kabupaten Se-Jawa Barat (23,61%), Pemda Kota-Kabupaten Se-Banten (7,76%) dan Publik (25%) mempunyai visi adalah menjadi 10 Bank terbesar dan berkinerja baik di Indonesia. Ini merupakan penjabaran dari keinginan yang kuat dari segenap *stakeholder* bank Bjb untuk membawa bank bjb tumbuh berkembang menjadi salah satu 10 bank terbesar dan berkinerja baik di kancan nasional. (www.bankbjb.co.id)

Bank Bjb mempunyai Misi yaitu mendorong pertumbuhan perekonomian daerah melalui peningkatan mikro kecil dan menengah (UMKM) dan sebagai penggerak dan pendorong laju pembangunan didaerah, melaksanakan penyimpanan uang daerah dan salah satu sumber pendapatan asli daerah.

Tabel 1.1
Posisi Dana Pihak Ketiga Maret 2014 sampai dengan Juni 2015
(dalam triliun rupiah)

No	Nama Bank	Total dana pihak ketiga
1	PT.Bank Mandiri (Persero), Tbk	501.35
2	PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk	488.45
3	PT.Bank Central Asia, Tbk	421.22
4	PT.Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk	304.09
5	PT.Bank CIMB Niaga, Tbk	160.86
6	PT.Bank Pertama, Tbk	126.75
7	PT.Bank Panin, Tbk	118,87
8	PT.Danamon, Tbk	104.63
9	PT.Bank Internasional Indonesia, Tbk	103.37
10	PT.Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk	95.25
11	PT.Bank OCBC NISP, Tbk	70.45
12	PT.BPD Jawa Barat dan Banten, Tbk	59.29
13	PT.UOB Buana	58.33
14	PT.Bank Bukopin, Tbk	57.65
15	PT.Tabungan Pensiunan Nasional,Tbk	50.47

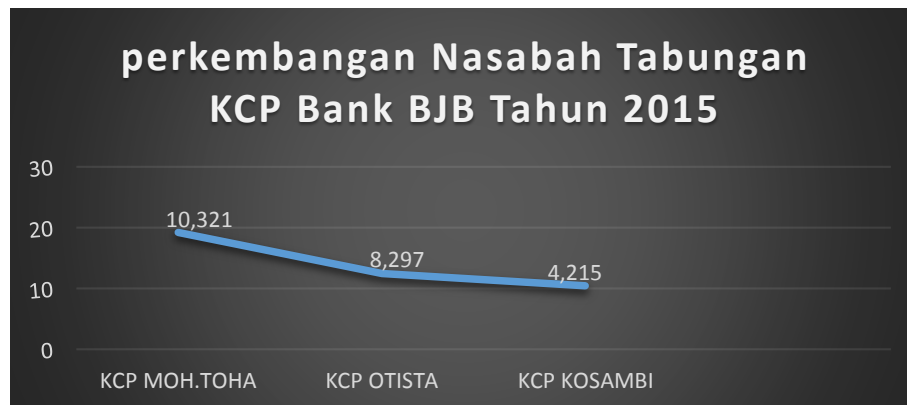
Sumber: Bank bjb 2015

Berdasarkan Tabel 1.1 Bank bjb merupakan salah satu perusahaan yang berjalan pada industri perbankan yang tentu membutuhkan pelayanan yang baik dari masyarakat. Selama ini bank bjb masih mendapatkan pelayanan yang belum optimal, hal ini ditunjukkan dengan *market share* bank bjb yang masih rendah dibandingkan dengan bank nasional seperti Bank Mandiri, Bank BRI dan Bank BNI. Dari data diatas diketahui bahwa dana pihak ketiga yang disimpan oleh bank bjb masih berada di urutan 12 (dua belas) bank yang berada di Indonesia. Hal ini memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan terhadap bank bjb masih rendah sehingga konsumen lebih memilih menyimpan dananya di bank lain. Hal tersebut membuat setiap Bank berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan terhadap nasabah yang mampu memberikan keuntungan atau laba yang besar bagi bank tersebut. Bank BJB memiliki beberapa jenis produk dan layanan kredit, yaitu untuk menghimpun dana seperti giro, tabungan, dan deposito sedangkan untuk penyaluran dana melalui produk : Kredit umum, bjb kredit Resi Gudang, bjb Kredit Guna Bakti (KGB), bjb Kredit Koperasi Karyawan, bjb KPR, bjb Kredit kepada koperasi dsb.

Ketidakberhasilan target tersebut mengidentifikasi adanya penurunan kualitas pelayanan yang disampaikan oleh penyedia jasa, sehingga berdampak pada penurunan keputusan nasabah yang tinggi. Selain itu semakin banyaknya persaingan dalam industri jasa perbankan memaksa bank bjb untuk mencari strategi yang paling tepat guna memenangkan persaingan. Salah satu strategi untuk meraih kesuksesan dalam industri perbankan adalah dengan menciptakan kepuasan nasabah. Oleh karena itu, bank bjb sangat memprioritaskan kualitas pelayanan dan produk-produk unggulan yang tidak dimiliki oleh pesaing yang tentunya akan

berakibat pada kepuasan yang diperoleh nasabah yang diharapkan setelah nasabah puas maka akan timbul loyalitas kepada perusahaan.

Gambar 1.1 di bawah ini tergambar data jumlah perkembangan nasabah Tabungan Kantor Cabang Pembantu BJB Periode 2015 sebagai berikut :



Gambar 1.1
Perkembangan Nasabah Tabungan Bank BJB KCP Periode 2015

Dalam gambar 1.1 dapat dijelaskan bahwa tabungan merupakan salah satu produk bank Bjb yang sangat banyak peminatnya tidak jauh berbeda dengan produk lainnya, tabungan adalah produk yang memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi dimana saja. Terlihat pada perkembangan jumlah nasabah tabungan pada kantor cabang pembantu (KCP) Kosambi tahun 2015 berada diposisi terakhir dengan jumlah nasabah 4.215 untuk di posisi kedua di tempati oleh KCP Otisata dengan jumlah 8.297 sedangkan diurutan pertama dengan jumlah 10.321 ditempati oleh KCP Moh.Toha. strategi yang harus dilakukan dalam tiga tahapan. Pertama, dimulai dengan menyentuh sisi kognisi nasabah yaitu memberikan sosialisasi edukatif tentang realisasi sistem dan produk perbankan kepada nasabah melalui publikasi diberbagai media cetak, sosial media, elektronik maupun bentuk gathering dan seminar publik.

Tabel 1.2 di bawah ini tergambar fenomena pertumbuhan keluhan atas ketidakpuasan nasabah terhadap pelayanan Bank Bjb KCP Kosambi Bandung, sebagai berikut :

Tabel 1.2
Data jumlah keluhan nasabah atas pelayanan di Bank Bjb KCP
Kosambi Bandung Tahun 2015 sampai dengan 2017

No	Keluhan	Jumlah keluhan / tahun		
		2015	2016	2017
1	Minimnya ketersediaan fasilitas parkir yang di sediakan	35	40	32
2	Kurang tanggap dalam memberikan informasi dan pelayanan kepada nasabah	12	10	16
3	Kecepatan teller dalam menyelesaikan transaksi masih lambat sehingga menunggu antrian	20	15	24
4	Pemahaman CSO yang masing kurang tentang kebutuhan nasabah	8	8	10
5	Pelayanan teller terhadap nasabah kurang ramah	15	14	19
Jumlah		95	89	99

Sumber : di olah dari kotak keluhan nasabah bank Bjb Kcp Kosambi Bandung

Berdasarkan data pada tabel 1.2 menunjukkan bahwa setiap tahun selalu ada nasabah yang mengeluhkan tentang fasilitas yang di sediakan bank, pelayanan yang kurang baik dan terdapat kenaikan jumlah keluhan yang masuk dalam manajemen bank Bjb KCP Kosambi Bandung tahun 2017, jumlah keluhan yang masuk ini,

apabila tidak di tanggapi secara cepat , Maka akan menimbulkan persepsi negatif terhadap kualitas pelayanan yang di berikan. Keluhan pelanggan merupakan persoalan adanya ketidapuasan pada diri pelangan atas pelayanan dan produk yang di berikan oleh perusahaan.

Berikut adalah data perkembangan jumlah nasabah Giro dan Tabungan pada bank Bjb Kantor Cabang Pembantu Kosambi Bandung periode 2015-2017 :

Tabel 1.3
Perkembangan jumlah Nasabah bank Bjb KCP Kosambi Bandung

No	Tahun	Keterangan	
		Giro	Tabungan
1	2015	41	4.415
2	2016	39	4.334
3	2017	34	3.283

Sumber : Bank Bjb KCP Kosambi

Berdasarkan Tabel 1.3 di atas menunjukkan penurunan jumlah nasabah tahun 2016 ke tahun 2017. Hal ini di sebabkan karena PT.Bank BJB KCP Kosambi Bandung belum memberikan pelayanan terbaiknya kepada nasabah, karena nasabah merasa belum mendapatkan nilai lebih selama menjadi nasabah, sehingga nasabah tidak merekomendasikan kepada orang lain. Ini menunjukkan kurangnya komitmen serta loyalitas nasabah terhadap bank bjb KCP Kosambi Bandung. Penelitian ini memilih bank Bjb KCP Kosambi Bandung sebagai obyek penelitian didasarkan oleh adanya penurunan jumlah nasabah khususnya di bank bjb KCP Kosambi Bandung.

Pelayanan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari produk dan jasa. Hanya dengan di dapatnya kepuasan pelanggan lah sesungguhnya di dapat kondisi

pelanggan yang loyal sehingga di peroleh manfaat jangka panjang bagi perusahaan (Andersen, 2011). Namun Sumardy dkk (2012) mengatakan bahwa dari hasil penelitian selama ini pelanggan merasa puas dengan suatu produk namun tidak kemungkinan pelanggan akan berpindah ke produk lain jika menawarkan sesuatu yang lebih menggiurkan. Ini berarti untuk membuat pelanggan menjadi loyal tidak hanya membuat pelanggan puas, perlu ada inovasi maupun konsep baru bagi perusahaan untuk menjadikan pelanggan yang loyal.

Anderson et.,al (2012 :46) menyatakan kepuasan nasabah berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas nasabah, meningkatkan reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan dan meningkatnya efisiensi dan produktifitas karyawan. Fakta bahwa menarik pelanggan baru jauh lebih mahal daripada mempertahankan pelanggan saat ini juga menjadi salah satu pemicu meningkatnya perhatian pada kepuasan pelanggan. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan salah satu caranya yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan perusahaan kepada nasabah memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya kualitas pelayanan perusahaan tidak akan dapat mempertahankan perusahaannya.

Perusahaan yang unggul adalah mereka yang dengan tangkas menyiasati perubahan bisnis dan dapat memanfaatkan peluang-peluang yang ada dengan efektif dan efisien. Kualitas memberikan dorongan kepada konsumen untuk menjalin hubungan yang loyal dengan perusahaan. Sebaliknya pelayanan yang buruk berarti reputasi atau nama baik perusahaan akan turun. Caranya dengan melakukan komunikasi pemasaran secara baik kepada nasabah sehingga hubungan

antara produsen atau perusahaan dengan nasabahnya akan semakin erat dan harmonis dan akan meningkatkan pendapatan bagi perusahaannya sendiri.

Berikut adalah penelitian pendekatan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT.

Bank BJB KCP Kosambi Bandung:

Tabel 1.4
Penelitian pendahuluan terhadap Loyalitas Nasabah

No	Pernyataan	Jawaban					
		SS	S	KS	TS	STS	TOTAL
Loyalitas Nasabah							
1	Melakukan transaksi ulang terhadap produk bank Bjb		4	15	10	1	30
2	Tidak mencari informasi tentang bank lain	1	4	8	14	3	30
3	Tidak terpengaruh oleh iklan dan daya tarik bank lain		5	7	11	8	30
4	Merekomendasikan produk kepada orang lain			8	15	7	30

Sumber: Hasil olah Kuesioner penulis

Berdasarkan Tabel 1.4 menunjukkan bahwa ada beberapa masalah yang terjadi sehingga mempengaruhi loyalitas nasabah di KCP Kosambi Bandung. Loyalitas nasabah merupakan jangka panjang yang membutuhkan nasabah baik dari segi dana maupun sumber daya manusia, selain itu loyalitas nasabah merupakan faktor penting dalam sebuah bisnis, jika konsumen atau nasabah merasa puas secara langsung nasabah akan memberikan respon positif terhadap perusahaan.

Membangun loyalitas pelanggan jauh lebih sulit di banding memuaskan pelanggan. Untuk memuaskan pelanggan, perusahaan cukup memberi benefit

fungsional sesuai dengan ekspektasi, dan sifatnya lebih teknis yang bisa di tentukan target pencapaiannya. Sementara untuk mendapatkan loyalitas nasabah, perusahaan harus memberikan benefit ekstra yang bisa mendorong pelanggan memiliki *emotional attachment* terhadap produk yang di gunakan. Dalam hal ini loyalitas yang di maksud bukan sekedar mengonsumsi produk terus menerus (*repeat buying*), Namun juga *spend more*, melakukan *referral* (mereferensikan kepada orang lain) dan menjadi advokator bagi produk yang di gunakannya. Keyakinan atau kepercayaan adalah faktor penting yang dapat mengatasi krisis dan kesulitan antara rekan bisnis selain itu juga merupakan asset penting dalam mengembangkan hubungan jangka panjang antar organisasi.

Di kutip dari swa.co.id bahwa tahapan loyalitas nasabah ada tiga fase : (1) rasional, dengan unsur dasar kepuasan pelanggan. (2) Emosional, yaitu lebih pada *repeat buying* dan *migration barrier*. (3) Spritual, yakni ketika pelanggan memiliki antusiasme yang tinggi dengan merekomendasikan produk atau merek yang di gunakan kepada orang lain, dan menjadi media *word of mouth* bagi perusahaan untuk lebih berkembang. Pada industri pelayanan ini jelas tercermin dan menjadi sangat penting dari pelayanan yang di berikan terutama oleh sumberdaya manusianya yaitu karyawan yang bertugas menghadapi atau melayani langsung nasabah.

Penulis melakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui masalah tersebut dengan melakukan penelitian terdahulu. Penelitian tersebut di lakukan dengan cara menyebarkan kuesioner pada 30 responden secara acak kepada nasabah bank Bjb KCP Kosambi Bandung. Adapun hasil dari penelitian pendahuluan tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 1.5
Hasil Kuesioner Pra Survey mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi Loyalitas Nasabah (Variabel Dependen)

No	Pernyataan	Jawaban					
		SS	S	KS	TS	STS	TOTAL
PRODUCT							
1.	Kualitas produk bank BJB sangat baik	3	8	12	5	2	30
2.	Produk yang ditawarkan beragam varian	4	6	10	6	4	30
PRICE							
3.	Bunga di bank BJB relatif lebih kecil dibanding pesaing yang sejenis	9	9	7	5		30
4.	Sangat puas dengan biaya administrasi yang ada di bank bank BJB	7	13	6	4		30
PLACE							
5.	Lokasi bank BJB Kosambi sangat strategis dan terjangkau	5	7	15	3		30
6.	Banyaknya sarana transportasi yang tersedia	6	10	9	5		30
7.	Lokasi ATM bank Bjb mudah ditemukan dimana-mana	9	9	7	5		30
PROMOTION							
8.	Promosi melalui media (koran,radio,media sosial,Televisi) sangat menarik	4	9	13	4		30
9.	Web yang disediakan sangat lengkap dalam mencari informasi	6	11	9	4		30

No	Pernyataan	Jawaban					
		SS	S	KS	TS	STS	TOTAL
PEOPLE							
10.	Semua karyawan bank Bjb KCP Kosambi profesional dalam melakukan pelayanan	4	9	10	4	3	30
11.	Semua karyawan mengutamakan kepuasan nasabahnya	5	8	8	6	3	30
12.	Tingkat keramahan petugas Customer Service dan Teller sangat baik	5	7	12	5	1	30
PROCESS							
13.	Nasabah diberikan informasi yang akurat tentang produk	8	9	5	8		30
14.	Karyawan sangat teliti dalam pencatatan data transaksi tanpa ada kesalahan	5	10	15			30
15.	Proses transaksi di bank Bjb KCP Kosambi sangat cepat	5	8	7	10		30
PHYSICAL EVIDENCE							
16.	Bank Bjb KCP Kosambi memiliki fasilitas interior yang sangat menarik	5	14	6	5		30
17.	Bank Bjb KCP Kosambi menggunakan sistem antrian elektronik untuk melayani	3	5	15	7		30
18.	Jumlah (mesin atm, parkir dan kursi tunggu) sudah memadai	4	4	6	16		30

Sumber : Hasil olah Kuesioner penulis 30 April 2018

Berdasarkan tabel 1.5 menunjukkan bahwa ada beberapa masalah yang terjadi sehingga mempengaruhi loyalitas nasabah di Bank Bjb KCP Kosambi. Namun masalah tertinggi berdasarkan hasil penelitian pendahuluan bahwa kualitas pelayanan yang kurang memuaskan. Pelayanan yang di berikan oleh pihak bank semestinya melebihi harapan yang di harapkan nasabah dan hal itu dapat mempermudah nasabah dalam bertransaksi sehingga masih banyak nasabah yang berganti-ganti ke bank lain untuk melakukan transaksi. Ini di sebabkan karena kurangnya jumlah karyawan sehingga pada saat jam-jam sibuk kewalahan dalam melayani nasabah sebagai keterangan bank bjb hanya memiliki 1 customer service dan 1 Teller. Akibatnya terjadi antrian panjang dan dapat menyebabkan karyawan kewalahan sehingga pelayanan menurun. Hubungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di perkuat dengan adanya penelitian yang di lakukan Erika Gusliani Safitri (2015) di mana kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas nasabah.

Pendahuluan penelitian menunjukkan bahwa Citra Merek yang masih kurang sesuai dengan keinginan nasabah. Citra Merek di lihat dari sudut pandang nasabah seringkali di gunakan sebagai indikator loyalitas. Apabila produk melakukan inovasi terus menerus nasabah akan merasa loyal khususnya mencari informasi mengenai produk tersebut. Jika nasabah merasa puas, maka di harapkan mereka tidak akan beralih ke bank lain akan tetapi menjadi nasabah yang loyal kepada banknya. Hubungan Citra Merek terhadap loyalitas nasabah di perkuat oleh penelitian yang di lakukan oleh Didi Zainuddin (2015) bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Kualitas pelayanan dan citra merek yang di berikan bank Bjb KCP Kosambi Bandung di anggap kurang maksimal. Harapan nasabah terhadap kualitas pelayanan dan citra merek yang di lakukan pihak bank dengan fasilitas bank tidak berbanding lurus di banding dengan bank lain dimana mengutamakan pelayanan yang baik pelayanan yang di harapkan nasabah dan memberikan produk yang beragam dan hal itu menyebabkan tingkat loyalitas yang masih rendah. Hubungan kualitas dan citra merek terhadap loyalitas nasabah di perkuat oleh penelitian yang di lakukan oleh Ismayanti Maulina (2015) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan citra merek yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan penjelasan yang di uraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan menjadikan permasalahan yang terjadi sebagai topik penelitian dengan mengambil judul “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT.Bank Jawa Barat dan Banten Kantor Cabang Pembantu Kosambi Bandung** ”

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Identifikasi masalah (*problem identification*) merupakan suatu proses dan hasil pengenalan masalah atau merumuskan permasalahan- permasalahan yang akan di teliti. Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah di uraikan sebelumnya, maka peneliti dapat mengidentifikasi dan merumuskan masalah yang di lakukan dalam penelitian ini.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di sampaikan di atas maka masalah yang timbul di identifikasikan sebagai berikut :

1. Persaingan bank yang semakin kompetitif.
2. Perkembangan nasabah cenderung menurun.
3. Kecepatan *teller* dalam menyelesaikan transaksi masih lamban dan sikap teller kurang simpatik.
4. Tempat parkir yang disediakan kurang memadai.
5. Kurang tanggapnya karyawan Bjb memberikan informasi kepada nasabah.
6. Produk yang di berikan bank bjb belum sepenuhnya memberikan kepuasan kepada nasabah.
7. Produk bank Bjb kurang beragam dan jarang melakukan inovasi baru.
8. Masih rendahnya loyalitas nasabah sehingga berdampak pada perkembangan jumlah nasabah yang cenderung mengalami penurunan.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah di uraikan sebagaimana di paparkan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan nasabah terhadap kualitas pelayanan yang di lakukan oleh Bank Bjb KCP Kosambi.
2. Bagaimana tanggapan nasabah tentang citra merek yang di berikan oleh Bank Bjb KCP Kosambi.
3. Bagaimana tanggapan loyalitas nasabah terhadap kualitas pelayanan dan citra merek bank Bjb KCP Kosambi.
4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek pada bank Bjb KCP Kosambi.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan Peneliti melakukan penelitian adalah mendapatkan suatu rumusan hasil penelitian diantaranya adalah untuk mengkaji dan menganalisis :

1. Tanggapan nasabah tentang kualitas pelayanan yang di lakukan oleh bank Bjb KCP Kosambi.
2. Tanggapan nasabah tentang citra merek yang di berikan oleh Bank Bjb KCP Kosambi.
3. Tanggapan loyalitas nasabah terhadap kualitas pelayanan dan citra merek Bank Bjb KCP Kosambi.
4. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap loyalitas nasabah secara simultan dan parsial.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberi manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, terutama yang berhubungan dengan kulalitas pelayanan dan citra merek terhadap loyalitas nasabah. Penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara teoritis maupun praktis.

1.4.1 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian yang telah dilakukan, diharapkan dapat memberikan kegunaan praktis bagi pihak-pihak berikut :

1. Bagi Penulis
 - a. Penulis dapat mengetahui kualitas pelayanan yang terdapat di Bank Bjb KC Kosambi.

- b. Penulis dapat mengetahui permasalahan tentang citra merek yang di berikan Bank Bjb KCP Kosambi Bandung.
- c. Penulis dapat mengetahui hal-hal yang mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Bjb KCP Kosambi Bandung.

2. Bagi Perusahaan

- a. Perusahaan dapat menggunakan penelitian ini sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang di berikan bank Bjb KCP Kosambi Bandung.
- b. Perusahaan dapat menggunakan penelitian ini sebagai bahan pertimbangan untuk memberikan citra merek yang baik kepada nasabah Bank Bjb.
- c. Perusahaan dapat menggunakan penelitian ini sebagai bahan untuk meningkatkan pelayanan agar nasabah loyal terhadap Bank Bjb.

3. Bagi Pihak lain

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan informasi, pengalaman, wawasan dan membuka paradigma baru bagi pembaca mengenai pentingnya kualitas pelayanan, Citra merek dan loyalitas nasabah.

1.4.2 Kegunaan secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana informasi dan sebagai referensi penelitian lainnya. Selain itu dapat di jadikan sebagai suatu perbandingan antara teori dalam penelitian dengan penerapan dalam dunia kerja yang sebenarnya dan mempraktekkan ilmu yang didapat dalam perkuliahan ke dalam dunia kerja.