

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Globalisasi saat ini, bukan lagi menjadi sebuah wacana dalam dunia bisnis. Pemberlakuan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) pada tahun 2020 merupakan salah satu bentuknya. MEA adalah sebuah integrasi ekonomi ASEAN yang telah disepakati oleh seluruh Negara anggota ASEAN. Dengan diberlakukannya MEA persaingan bisnis antar perusahaan akan semakin ketat. Kompetisi tidak hanya terjadi dengan perusahaan-perusahaan lokal tetapi juga dengan perusahaan – perusahaan dari seluruh Negara di Asia Tenggara.

Era persaingan bisnis yang begitu ketat menuntut semua perusahaan untuk lebih agresif. Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan yang kompetitif harus mampu memberikan produk berupa barang maupun jasa yang berkualitas. Persaingan dari segi mutu, harga, maupun waktu dan faktor-faktor lain yang ditetapkan oleh standar internasional merupakan isu utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan.

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

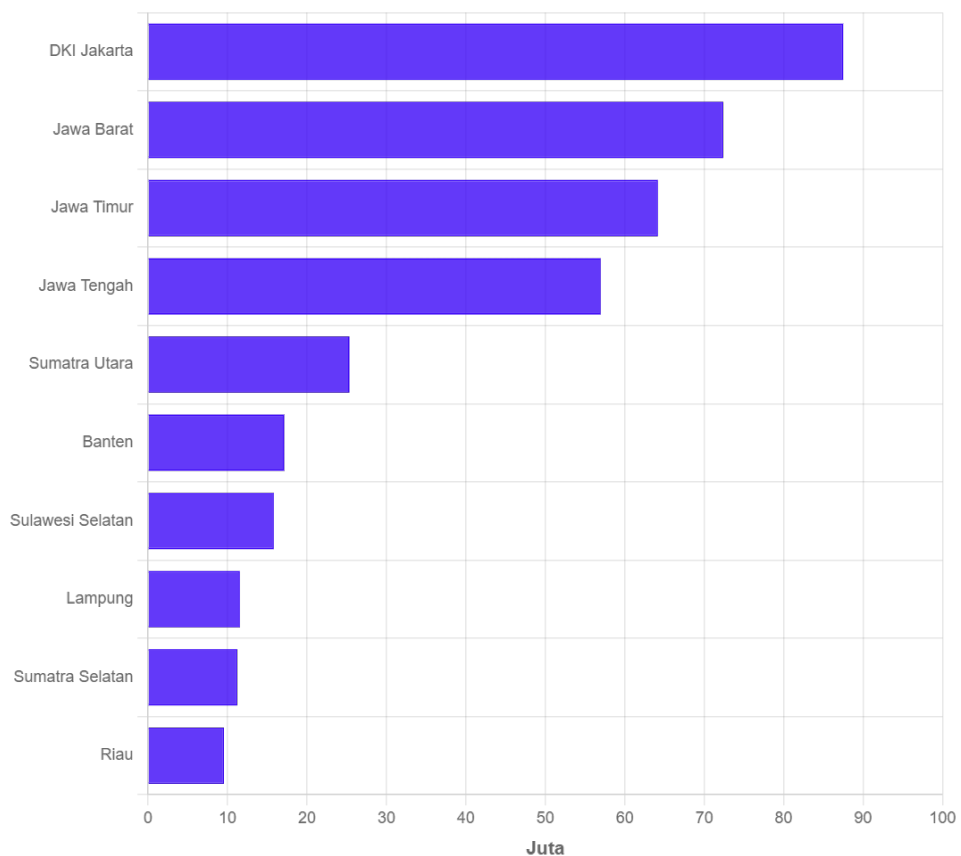
perdagangan barang dan jasa melewati batas-batas antar negara. *Asean frame work Agreement on services* (AFES), salah satu bentuk realisasi dari AFTA yang mulai di berlakukan pada tahun 2003 dan akan semakin memperkeras persaingan dalam dunia bisnis industri jasa, termasuk di dalamnya perbankan.

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 hanyasebagai kegiatan pendukung.

Jasa perbankan pada saat ini merupakan sektor ekonomi yang sangat besar dan tumbuh pesat. Pertumbuhan tersebut selain di akibatkan oleh adanya jenis jasa perbankan yang sudah ada sebelumnya, juga disebabkan oleh munculnya jenis jasa perbankan yang baru sebagai akibat dari tuntutan dan perkembangan teknologi. Dengan perkembangan kemajuan tekonologi 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 mengefesiensikan 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 berinteraksi 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.

10 Provinsi di Indonesia dengan pengguna bank terbanyak



Sumber : Lembaga penjamin simpanan 2022

Melansir data Lembaga Peminjam Simpanan (LPS) pada November 2022, jumlah seluruh rekening simpanan nasabah bank umum mencapai 489,1 juta yang tersebar di penjuru Indonesia. Dari data tersebut, DKI Jakarta menempati posisi pertama sebagai provinsi dengan jumlah rekening terbanyak, mencapai 87,50 juta rekening. Peringkat kedua yakni Jawa Barat dengan total 72,40 juta rekening. Hal ini menunjukkan bahwa daerah jawabaratan merupakan salah satu daerah dengan dana perputaran uang yang tinggi di Indonesia.

Berikut ini merupakan daftar rating bank pilihan konsumen berdasarkan saran dari google terbanyak di daerah Jawa Barat :

Tabel 1.1
Peringkat Bank Pilihan Masyarakat Di Wilayah Jawa Barat

No	Nama Bank	Rating Penilaian	Rate maksimal
1	Bank Rakyat Indonesia	5	5
2	Bank Mandiri	4,8	5
3	Bank Central Asia	4,7	5
4	Bank Negara Indonesia	4,5	5
5	Bank Tabungan Indonesia	4,4	5
6	Bank CIMB Niaga	4,3	5
7	Bank Danamon	4,3	5
8	Bank Panin	4	5
9	Bank Permata	4	5
10	Bank BJB	3,5	5

Sumber : google rate

Berdasarkan Tabel 1. Peringkat Bank pilihan masyarakat di wilayah Jawa Barat banyak di pilih oleh Masyarakat Jawa Barat khususnya kota Bandung, menunjukkan bahwa pilihan bank utama yang menjadi rekomendasi yaitu bank rakyat Indonesia (BRI) dan bank yang berada pada posisi terakhir yaitu bank BJB. Hal ini memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan terhadap konsumen 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. 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, perusahaan 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.

Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten adalah salah satu perusahaan perbankan yang sedang tumbuh dan berusaha meraih pangsa pasar dengan cara menumbuhkan kepercayaan kepada nasabahnya 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 Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten 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. Berikut ini merupakan daftar KCP Bank BJB yang ada di daerah kota Bandung.

Tabel 1.2
Kantor cabang pembantu bank BJB wilayah Bandung

No	Nama bank	Alamat kantor
1	Bank BJB KCP R.E Martadinata	Jalan Laks. Re. Martadinata, Citarum, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40116
2	Bank BJB KCP Otista	Jl. Otto Iskandar Dinata No.315, Balonggede, Kec. Regol, Kota Bandung, Jawa Barat 40243
3	Bank BJB KCP Kebon Kelapa	Jl. Pungkur, Pungkur, Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat 40251
4	Bank BJB KCP Cicadas	Jl. Jend. A.Yani 414, Antapani (Cicadas), Jawa Barat 40194
5	Bank BJB KCP Kosambi	Jl. Jendral Ahmad Yani No.200 ruko Plasa kosambi, Kb. Pisang, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat 40112
6	Bank BJB KCP Burangrang	Kel. Lengkong, Jl. Lodaya No.16, Burangrang, Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat 40264
7	Bank BJB KCP Cibeureum	Jl. Babakan Cibeureum No.48, Campaka, Kec. Andir, Kota Bandung, Jawa Barat 40184
8	Bank BJB KCP Ciwastra	Perumahan Mustika Hegar Regency Ruko Timur No. 3, Jl. Raya Margacinta No. 99, Margasari, Buahbatu, Margasari, Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat 40286
9	Bank BJB KCP Jamika	Jl. Jamika No.21A, Jamika, Kec. Bojongloa Kaler, Kota Bandung, Jawa Barat 40231
10	Bank BJB KCP Abdurahman Saleh	Jl. Abdul Rahman Saleh No.32, Husen Sastranegara, Kec. Cicendo, Kota Bandung, Jawa Barat 40174

Sumber : pihak bank bjb

Berdasarkan Tabel 1.2 data diatas merupakan data lokasi beberapa KCP Bank BJB yang ada di kota Bandung yang beroperasi. Berikut ini terdapat data jumlah perkembangan nasabah Tabungan Bank BJB Kantor Cabang Bandung tahun 2023 sebagai berikut ini :

Tabel 1.3
Perkembangan Nasabah Tabungan Bank BJB Kantor Cabang Bandung Tahun 2023

No	Nama kantor cabang	Jumlah nasabah
1	KC Buah Batu	50.806
2	KC Sukajadi	45. 500
3	KC Sumber Sari	40. 360
4	KC Suci	37. 278

No	Nama kantor cabang	Jumlah nasabah
5	KC Tamansari	35.257

Sumber : Pihak Bank BJB

Berdasarkan Tabel 1.3 data di atas menunjukkan bahwa jumlah nasabah bank BJB yang ada di kota Bandung terbilang mengalami kondisi yang sudah cukup banyak memiliki nasabah yang melebihi 10.000 nasabah di hamper semua kantor cabang, bahkan di kantor cabang buah batu jumlah nasabah pada tahun 2023 mencapai 50.806 yang merupakan kantor cabang dengan nasabah terbanyak di antara kantor cabang bank BJB lainnya di kota Bandung. Sedangkan pada kantor cabang tamansari yang hanya mencapai 35.257 nasabah di tahun 2023, hal ini menunjukkan performa kantor cabang tamansari kurang baik di bandingkan dengan kantor cabang bank BJB lain yang ada di Kota Bandung. Di bawah ini tergambar fenomena pertumbuhan keluhan atas ketidakpuasan nasabah terhadap pelayanan Bank BJB Kantor Cabang Tamansari Bandung, sebagai berikut ini :

Tabel 1.4
Data Jumlah Keluhan Nasabah Atas Pelayanan di Bank BJB Kantor Cabang Tamansari Bandung Tahun 2020-2022

No	Keluhan	Jumlah keluhan / tahun		
		2020	2021	2022
1	Minimnya ketersediaan fasilitas parkir yang disediakan	35	40	32
2	Kurang tanggap 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		90	87	101

Sumber : pihak bank bjb tamansari

Berdasarkan data pada tabel 1.4 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 tahun 2022, 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 pelanggan atas pelayanan dan produk yang di berikan oleh perusahaan. Hal ini di sebabkan karena PT.Bank BJB Kantor Cabang Tamansari 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 Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Kantor Cabang Tamansari Bandung.

Penelitian ini memilih Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten sebagai obyek penelitian didasarkan oleh adanya penurunan jumlah nasabah khususnya di Bank BJB Kantor Cabang Tamansari 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. 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.

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 Nasabah dan Kepuasan Nasabah pada PT. Bank BJB Kantor Cabang Tamansari Bandung dengan melakukan penyebaran kuesioner prasurvey kepada 30 responden berupa konsumen dari Kantor Cabang Bank BJB Tamansari :

Tabel 1.5
Hasil Penelitian Pendahuluan Mengenai Penurunan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank BJB Kantor Cabang Tamansari

No	Keterangan	Pernyataan	Frekuensi					Rata-Rata	Status
			SS 5	S 4	KS 3	TS 2	STS 1		
1	Keputusan Pembelian	Menggunakan produk Bank BJB adalah keputusan yang sangat tepat	5	9	10	6	0	3,43	Baik
		Bank BJB menjadi pilihan utama dalam transaksi perbankan	4	8	16	2	0	3,46	Baik

No	Keterangan	Pernyataan	Frekuensi					Rata-Rata	Status
			SS 5	S 4	KS 3	TS 2	STS 1		
2	Kepuasan Pelanggan	Produk yang di tawarkan oleh bank BJB memuaskan	9	7	8	4	2	3,56	Baik
		Pelayanan yang diberikan Bank BJB memuaskan	8	10	7	4	1	2,53	Tidak Baik
3	Loyalitas Pelanggan	Melakukan penggunaan ulang produk Bank BJB	0	5	7	15	3	2,4	Tidak Baik
		Merekomendasi kepada orang lain, rekan keluarga untuk menggunakan produk Bank BJB	0	6	11	12	1	2,7	Kurang Baik

Sumber : olah data hasil kuesioner prasurvei 2023

Berdasarkan tabel 1.5 mengenai Hasil kuesioner prasurvei Penelitian Pendahuluan Mengenai Penurunan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank BJB Kantor Cabang Tamansari menunjukkan bahwa variabel loyalitas memiliki skor rata-rata paling rendah di banding variabel lainnya yaitu masing-masing pernyataan “Melakukan penggunaan ulang produk Bank BJB” dengan skor rata-rata 2,4 dan pernyataan “Merekomendasikan kepada orang lain, rekan atau keluarga untuk menggunakan produk Bank BJB” dengan skor rata-rata sebesar 2,7. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas konsumen di Bank BJB kantor cabang tamansari memiliki tingkat loyalitas yang kurang baik.

Loyalitas pelanggan merupakan sebuah komitmen yang dimiliki pelanggan untuk membeli kembali produk atau layanan yang disukai secara konsisten dimasa yang akan datang. Loyalitas muncul dapat dikarenakan pelanggan merasa puas

dengan produk atau jasa yang digunakan sehingga mereka ingin menggunakan kembali produk tersebut. hal ini akan memperluas pangsa pasar dan tentunya perusahaan tersebut akan unggul dari pesaingnya. Selain itu terdapat juga penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kepuasan akan berakibat pada loyalitas pelanggan. Menurut Chrystin Regina (2020) pelanggan yang sangat puas biasanya akan tetap setia dan berperilaku loyal untuk waktu yang lebih lama, sehingga akan membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain agar mereka dapat merasakan kepuasan seperti apa yang dirasakan saat menggunakan produk atau jasa yang digunakan dan loyalitas dapat tercermin dari kebiasaan pelanggan dalam melakukan pembelian produk atau jasa secara konsisten.

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 referal (merefereasikan 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. Maka dari itu loyalitas

konsumen terhadap Perusahaan merupakan hal yang penting bagi kelangsungan suatu Perusahaan dalam membangun hubungan antara pihak Perusahaan dan konsumen agar terus terjalin baik dan berlangsung terus menerus.

Peneliti melakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui masalah tersebut dengan melakukan penelitian terdahulu. Penelitian tersebut dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner pada 30 responden secara acak kepada nasabah Bank BJB Kantor Cabang Tamansari Bandung. Adapun hasil dari penelitian pendahuluan tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 1.6
Hasil Penelitian Pendahuluan Mengenai Bauran Pemasaran pada PT. Bank BJB, Kantor Cabang Tamansari

No	Keterangan	Pernyataan	Frekuensi					Rata-rata	Status
			SS	S	KS	TS	STS		
1	<i>Product</i>	Citra Bank Bjb merupakan bank daerah yang sangat baik	2	5	5	12	6	2.5	buruk
		Produk yang ditawarkan Bank BJB beragam	3	3	10	7	7	2.6	Kurang baik
2	<i>Price</i>	Bunga di Bank BJB relatif lebih kecil dibanding pesaing yang sejenis	9	9	7	5	0	3.73	Baik
		Sangat puas dengan biaya administrasi yang ada dibank bank BJB	8	12	5	5	0	3.76	Baik
3	<i>Place</i>	Lokasi Bank BJB Kantor Cabang Tamansari sangat strategis dan terjangkau	8	5	12	2	0	3.63	Baik

No	Keterangan	Pernyataan	Frekuensi					Rata-rata	Status
			SS	S	KS	TS	STS		
		Banyaknya sarana transportasi yang tersedia untuk ke Bank BJB Kantor Cabang Tamansari	6	10	9	5	0	3.56	Baik
4	<i>Promotion</i>	Promosi melalui media (koran, radio, media sosial, Televisi) sangat menarik	9	9	5	5	2	3.6	Baik
		Web yang disediakan sangat lengkap dalam mencari informasi	5	11	8	5	1	3.46	Baik
5	<i>People</i>	Semua karyawan Bank BJB Kantor Cabang Tamansari profesional dalam melakukan pelayanan	3	3	10	10	4	2.7	Kurang baik
		Pelayanan nasabah oleh karyawan Bank Bjb sangat berkualitas	3	3	8	8	8	2.5	buruk
6	<i>Process</i>	Karyawan sangat teliti dalam pencatatan data transaksi tanpa ada kesalahan	10	10	5	3	2	3.76	Baik
		Proses transaksi di Bank BJB Kantor Cabang Tamansari sangat cepat	7	8	8	5	2	3.43	Baik
7	<i>Physical Evidance</i>	Bank BJB Kantor Cabang Tamansari memiliki	5	14	6	4	1	3.6	Baik

No	Keterangan	Pernyataan	Frekuensi					Rata-rata	Status
			SS	S	KS	TS	STS		
		fasilitas <i>interior</i> yang sangat menarik							
		Jumlah (mesin atm, parkir dan kursi tunggu) sudah memadai	6	6	10	4	4	3.2	Baik

Sumber : hasil olah data kuesioner prasurvey 2023

Berdasarkan tabel 1.6 menunjukkan bahwa ada beberapa masalah yang terjadi sehingga mempengaruhi loyalitas nasabah di Bank BJB Kantor Cabang Tamansari Bandung. Namun masalah tertinggi berdasarkan hasil penelitian pendahuluan bahwa kualitas pelayanan dari Bank BJB kantor cabang tamansari Kota Bandung yang kurang memuaskan. Pelayanan yang di berikan oleh pihak bank BJB kantor cabang tamansari Kota Bandung semestinya melebihi harapan yang di harapkan nasabah dengan standarisasi *service* yang lebih baik dan hal itu dapat mempermudah nasabah dalam bertransaksi sehingga nasabah merasa nyaman dengan penggunaan produk dari Bank BJB kantor cabang tamansari Kota Bandung akan tetapi karena kualitas pelayanan yang kurang memuaskan membuat nasabah masih banyak nasabah yang berganti-ganti ke bank lain untuk melakukan penggunaan produk bank dan bertransaksi. Hal di perkuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ria Oktavia (2019) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas seorang konsumen dari Perusahaan.

Penelitian pendahuluan menunjukkan bahwa citra perusahaan yang masih kurang sesuai dengan keinginan nasabah. Citra perusahaan 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 perusahaan terhadap loyalitas nasabah di perkuat oleh penelitian yang di lakukan oleh Rani Noviani (2019) bahwa citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Kualitas pelayanan dan citra perusahaan yang di berikan Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Kantor Cabang Tamansari di anggap kurang maksimal. Harapan nasabah terhadap kualitas pelayanan dan citra perusahaan 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. Hubunga kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah di perkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Hilmy Rizqario Juniarta, dan Masreviastuti (2017) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan citra perusahaan yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan penjelasan yang di uraikan di atas mengenai kondisi yang ada di Bank BJB kantor cabang Tamansari Kota Bandung, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan menjadikan permasalahan yang terjadi sebagai topik penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Jawa Barat dan Banten, Tbk Kantor Cabang Tamansari Bandung”**.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah Penelitian

Identifikasi masalah dan rumusan masalah penelitian ini diajukan untuk merumuskan dan menjelaskan mengenai permasalahan yang tercakup dalam penelitian. Permasalahan dalam penelitian ini meliputi kualitas pelayanan, citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah di Bank BJB kantor cabang tamansari Kota Bandung. Identifikasi masalah ini diperoleh dari latar belakang penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, sedangkan rumusan masalah menggambarkan permasalahan yang akan diteliti.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, dapat mengidentifikasi beberapa masalah yang muncul pada penelitian, yaitu sebagai berikut :

1. Persaingan bank yang semakin kompetitif.
2. Perkembangan kualitas pelayanan di Bank BJB kantor cabang tamansari Kota Bandung cenderung mengalami penurunan.
3. Kecepatan *teller* dalam menyelesaikan transaksi masih lamban dan sikap *teller* kurang simpatik.
4. Tempat parkir yang disediakan Bank BJB kantor cabang tamansari Kota Bandung kurang memadai.
5. Kurang tanggapnya karyawan PT. Bank BJB Kantor Cabang Tamansari dalam memberikan informasi kepada nasabah.
6. Produk yang di berikan PT. Bank BJB Kantor Cabang Tamansari belum sepenuhnya memberikan kepuasan kepada nasabah.

7. Citra BJB di mata nasabah kurang baik karena bank daerah yang kurang terkenal di wilayah lain.
8. Masih rendahnya loyalitas nasabah sehingga berdampak pada perkembangan jumlah nasabah yang cenderung kurang mengalami peningkatan di bandingkan kantor cabang lain Bank BJB yang ada di Kota Bandung.

1.2.2 Rumusan Masalah Penelitian

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 PT. Bank BJB Kantor Cabang Tamansari Kota Bandung
2. Bagaimana tanggapan nasabah tentang citra merek yang di berikan oleh PT. Bank BJB Kantor Cabang Tamansari Kota Bandung
3. Bagaimana tanggapan loyalitas nasabah pada PT. Bank BJB Kantor Cabang Tamansari Kota Bandung
4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap loyalitas nasabah pada bank PT. Bank BJB Kantor Cabang Tamansari Kota Bandung baik secara simultan maupun parsial

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 PT. Bank BJB Kantor Cabang Tamansari Kota Bandung.
2. Tanggapan nasabah tentang citra perusahaan yang di berikan oleh PT. Bank BJB Kantor Cabang Tamansari Kota Bandung
3. Tanggapan loyalitas nasabah pada PT. Bank BJB Kantor Cabang Tamansari Kota Bandung.
4. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank BJB Kantor Cabang Tamansari secara simultan dan parsial Kota Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini digunakan dengan harapan akan menambah wawasan selain itu penulis berharap dapat memperoleh hasil yang memberikan manfaat utama bagi berbagai pihak.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi untuk membantu memberikan sumbangan wawasan serta pengetahuan Penelitian ini diharapkan berguna secara teoritis yang dibutuhkan bagi pihak-pihak yang membutuhkan sumber dari hasil penelitian ini.

1. Bagi Penulis
 - a. Menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti dalam penyusunan suatu penelitian
 - b. Menambah ilmu pengetahuan mengenai bidang pemasaran khususnya

mengenai kualitas pelayanan

- c. Menambah ilmu pengetahuan mengenai bidang pemasaran khususnya mengenai citra perusahaan
- d. Menambah ilmu pengetahuan mengenai bidang pemasaran khususnya mengenai loyalitas konsumen
- e. Menambah ilmu pengetahuan dan pemahaman yang belum peneliti peroleh pada saat perkuliahan dengan membandingkan teori dan praktik.

2. Bagi pihak lain

- a. Dapat memberikan kontribusi pada ilmu pengetahuan khususnya dibidang ilmu manajemen pemasaran
- b. Sebagai bahan referensi bagi peneliti lain dan sebagai acuan bilamana akan melakukan penelitian dengan permasalahan yang serupa.
- c. Perusahaan dapat menggunakan penelitian ini sebagai bahan pertimbangan untuk memberikan citra perusahaan yang baik kepada nasabah PT. Bank BJB Kantor Cabang Tamansari

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan praktis bagi pihak internal maupun pihak lainnya. Berikut merupakan kegunaan praktis yang terdapat dalam penelitian.

1. Bagi Penulis

- a. Menjadi lebih memahami loyalitas pelanggan berdasarkan kualitas pelayanan dan citra Perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BJB kantor cabang tamansari Kota Bandung.

- b. Mengetahui hasil dari pengaruh kualitas pelayanan dan citra Perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BJB kantor cabang tamansari Kota Bandung.

2. Bagi Perusahaan

- a. Mengetahui bagaimana dampak kualitas pelayanan dan citra perusahaan dalam mempengaruhi loyalitas konsumen nasabah pada Bank BJB kantor cabang tamansari Kota Bandung.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi tambahan dan bisa menjadi bahan evaluasi perusahaan dalam mengembangkan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan saat ini dan dimasa yang akan datang.

3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi untuk memperkaya cara berpikir dan sebagai bahan referensi tambahan untuk penelitian ilmiah yang akan dilakukan.