

B A B I

P E N D A H U L U A N

1.1 Latar Belakang

Kualitas dipandang sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan kompetitif, karena kualitas merupakan salah satu faktor utama yang menentukan pemilihan produk dan jasa bagi konsumen. Kepuasan konsumen akan tercapai apabila kualitas produk dan jasa yang diberikan sesuai dengan kebutuhannya.

Kualitas jasa yang baik merupakan hal yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan, namun untuk memahami bagaimana mengevaluasi kualitas yang diterima oleh konsumen tidaklah mudah. Kualitas jasa lebih sukar untuk dievaluasi dibandingkan dengan kualitas barang, kualitas jasa tidak diciptakan melalui proses produksi dalam pabrik untuk kemudian diserahkan kepada konsumen sebagai kualitas barang. Sebagian besar kualitas jasa diberikan selama penyerahan jasa terjadi dalam proses interaksi diantara konsumen dan terdapat kontak personal dengan penyelenggara jasa tersebut.

Perkembangan dibidang ilmu pengetahuan dan teknologi mempengaruhi aktifitas perbankan terutama dalam segi pemrosesan data elektronik dan telekomunikasi. Perkembangan jumlah bank di Indonesia saat ini semakin meningkat yang mendorong pengusaha-pengusaha bank berupaya menampilkan produk-produk yang terbaik dan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah yang selalu berkembang dan berubah-ubah.

Meningkatnya jumlah bank tersebut, mendorong bank-bank tersebut untuk menciptakan berbagai produk dan fasilitas melalui strategi pemasaran yang baik. Bank harus dapat memilih mana strategi pemasaran yang paling tepat digunakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan melalui teknologi yang sudah ada, karena hal itu berpengaruh pula pada proses keputusan baik dari segi ketepatan dan keakuratannya dan yang paling penting adalah kemampuan dan kecepatan bank dalam memberikan pelayanan yang diperlukan oleh nasabah.

Untuk menciptakan *Good Performance*, bank tidak dapat menghindari fungsinya dari pelayanan nasabah. Pelayanan yang diberikan kepada nasabahnya akan mencerminkan baik tidaknya bank tersebut. Banyak riset yang menunjukkan bahwa presentase jumlah nasabah yang memutuskan untuk tetap memakai jasa bank tertentu karena pelayanan yang mereka terima dirasakan ada kepuasan atau baik. Dengan kata lain, salah satu faktor yang mendongkrak pangsa pasar adalah peningkatan kualitas pelayanan. Kualitas dari suatu pelayanan memang merupakan kewajiban bagi perbankan. Pelayanan merupakan kunci sukses dari sebuah perbankan. Oleh karena itu pelayanan harus menjadi faktor perhatian manajemen perbankan dalam menjalankan suatu usaha.

Kotler *et. al.* (Mardalis, 2002 : 114) menyebutkan ada enam alasan mengapa suatu institusi perlu mendapatkan loyalitas pelanggannya. Pertama: pelanggan yang ada lebih prospektif, artinya pelanggan loyal akan memberi keuntungan besar kepada institusi. Kedua: biaya mendapatkan pelanggan baru jauh lebih besar dibandingkan

dengan menjaga dan mempertahankan pelanggan yang ada. Ketiga: pelanggan yang sudah percaya pada institusi dalam suatu urusan akan percaya juga dalam urusan lainnya. Keempat: biaya operasi institusi menjadi efisien jika memiliki banyak pelanggan loyal. Kelima: institusi dapat mengurangi biaya psikologis dan sosial dikarenakan pelanggan lama telah mempunyai banyak pengalaman positif dengan institusi. Keenam: pelanggan loyal akan selalu membela institusi bahkan berusaha pula untuk menarik dan memberi saran kepada orang lain untuk menjadi pelanggan.

Dari uraian di atas, dapat dilihat bahwa sangatlah penting bagi setiap pelaku bisnis yang ingin memenangkan persaingan harus memberikan perhatian penuh dan pelayanan yang baik. Akan tetapi kenyataan di lapangan bahwa di PT. Bank Sinar Mas, Tbk. Cabang Gorontalo masih terdapat masalah-masalah yang sering muncul yaitu proses pelayanan yang tidak sesuai dengan permintaan nasabah seperti perbedaan pelayanan antara rakyat biasa dan para pejabat, keluhan-keluhan nasabah tentang fasilitas ATM yang sering offline. Sehingga hal tersebut berdampak pada loyalitas nasabah.

Sebagai salah satu perusahaan yang memberikan pelayanan dalam bentuk jasa kepada masyarakat, PT. Bank Sinar Mas, Tbk. Cabang Gorontalo, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Sinar Mas, Tbk. Cabang Gorontalo**".

1.2 Identifikasi Masalah

PT. Bank Sinar Mas, Tbk. Cabang Gorontalo adalah bank yang menjadi objek pada penelitian ini. Sesuai yang telah dibahas diatas, bahwa Kualitas Pelayanan sangatlah penting dalam menciptakan Loyalitas Nasabah pada suatu perusahaan. Dilihat dari hal tersebut, ada beberapa poin yang menjadi identifikasi masalah yaitu : peningkatan loyalitas nasabah melalui strategi *Reability* yang dalam hal ini kemampuan Bank untuk memberikan jasa dengan segera dan memuaskan, peningkatan loyalitas nasabah melalui strategi *Responsiveness* yang utamanya adalah kemampuan untuk memberikan jasa dengan tanggap, dan selanjutnya peningkatan strategi *Tangibles* yaitu fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat disusun suatu rumusan masalah yaitu : **“Apakah Kualitas Pelayanan Mempengaruhi Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Sinar Mas, Tbk. Cabang Gorontalo?”**

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Bank Sinar Mas, Tbk. Cabang Gorontalo.

1.5 M anfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan peneliti diharapkan dapat berguna :

1. M anfaat Teoritis

M emberikan kesempatan kepada peneliti untuk menerapkan teori yang telah didapat di bangku kuliah dan menambah wawasan bagi peneliti dalam bidang pemasaran khususnya Kulaitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan.

2. M anfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan yang berguna dan saran-saran tentang Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan yang dipandang perlu dalam rangka mencapai tujuan perusahaan secara optimal.