

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dalam beberapa tahun terakhir jasa layanan semakin mendapatkan perhatian dari kalangan dunia usaha, terutama pada industri atau perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa seperti halnya perbankan industri perbankan yang tumbuh dan berkembang, semakin banyak menawarkan berbagai jenis produk perbankan dan jasa perbankan. Saat ini banyak sekali bermunculan perusahaan yang bergerak sektor jasa dan pelayanan, hal ini menjadi suatu bagian yang terpenting supaya perusahaan selalu dapat mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan dapat dengan mudah menarik konsumen baru. Sehingga dapat dikatakan bahwa perusahaan jasa merupakan salah satu sektor penunjang keberhasilan ekonomi (Endarwita, 2013:168).

Hal ini menyebabkan usaha perbankan menghadapi persaingan yang sangat ketat apalagi didukung dengan semakin mudahnya prosedur mendirikan bank dan membuka jaringan kantor cabang, gencarnya promosi dan pemasangan iklan, serta menawarkan produk tabungan berhadiah. Dalam upaya meningkatkan daya saing, pihak bank harus mampu mengembangkan dan meningkatkan kualitas pelayanannya. Bank sebagai lembaga keuangan mempunyai peranan yang sangat penting bagi kelancaran aktifitas perekonomian suatu bangsa. Dengan semakin meningkatnya tingkat perekonomian suatu bangsa akan semakin banyak pula kebutuhan masyarakat akan lembaga keuangan (Sunarno, 2011:19).

Selain untuk mencari laba dari kegiatan pelayanan jasa yang diberikan, perbankan juga mengharapkan adanya kepuasan dari para nasabah yang telah memakai jasa-jasa yang di sediakan oleh suatu perbankan. Kepuasan nasabah telah lama menjadi prioritas utama dalam dunia perbankan untuk menciptakan loyalitas nasabah, karena loyalitas nasabah merupakan salah satu faktor penting dalam keberlangsungan suatu jasa perbankan, dimana bila nasabah merasa puas maka nasabah tersebut tentu akan kembali memakai jasa tersebut dan jika tidak merasa puas maka mereka akan meninggalkan produk atau jasa yang telah dipakainya tersebut. Seperti di definisikan oleh (Endarwita, 2013:170).

Loyalitas yang tinggi mencerminkan tingkat kepuasan yang tinggi dari konsumen ketika memutuskan untuk mengadopsi suatu produk. Keputusan untuk mengadopsi atau menolak suatu produk timbul setelah konsumen mencoba produk tersebut dan kemudian timbul rasa suka atau tidak suka terhadap suatu produk. Rasa suka terhadap suatu produk dapat timbul bila konsumen mempunyai persepsi bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas baik dan dapat memenuhi atau bahkan melebihi keinginan dan harapan konsumen. Dengan kata lain produk tersebut mempunyai nilai yang tinggi dimata konsumen. Tingginya minat ulang membeli ini akan membawa dampak yang positif terhadap keberhasilan produk di pasar. Jika para nasabah merasa puas maka keberlangsungan usaha dari bank akan selalu terjaga dan bertahan dalam menghadapi persaingan yang begitu ketat. Usaha untuk menciptakan loyalitas nasabah dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada para nasabah. Dimana kualitas pelayanan ini digolongkan menjadi lima model berdasarkan tingkat kepentingannya “Dimensi Kualitas pelayanan untuk mencapai loyalitas pelanggan diantaranya meliputi beberapa hal yaitu: kehandalan, daya tanggap, jaminan kepastian, empati, bukti langsung (Endarwita 2013:170).

PT. Bank Rakyat Indonesia sebagai salah satu bank milik BUMN (Badan Usaha Milik Negara) dan merupakan salah satu bank yang saat ini mempunyai banyak jenis layanan salah satunya adalah Kredit Usaha Rakyat (KUR). Bank ini mempunyai konsep pelayanan terhadap konsumen atau nasabahnya yaitu dengan motto “Melayani Dengan Setulus Hati”. Berhasil atau tidaknya BRI memenuhi kebutuhan, keinginan, serta kepuasan nasabahnya akan sangat bergantung pada beberapa faktor, salah satunya yaitu dimensi kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Rakyat Indonesia untuk mencapai kepuasan nasabah.

Berdasarkan uraian di atas, maka dalam penelitian ini penulis akan membahas tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Kredit Usaha Rakyat (KUR) di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Kantor Unit Andalas Cabang Gorontalo.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang mengenai pentingnya kualitas pelayanan bank untuk kepuasan para nasabah, maka dalam penelitian ini penulis akan membahas tentang bagaimana pengaruh kualitas pelayanan yang dilakukan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Unit Andalas Cabang Gorontalo dalam meningkatkan loyalitas nasabah Kredit Usaha Rakyat (KUR) dengan membatasi pada hal-hal berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan secara simultan terhadap loyalitas nasabah Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Unit Andalas Cabang Gorontalo?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap loyalitas nasabah Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Unit Andalas Cabang Gorontalo?

## **C. Tujuan**

Adapun tujuan penelitian dalam skripsi ini adalah :

1. Mengidentifikasi pengaruh kualitas pelayanan secara simultan terhadap loyalitas nasabah Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Unit Andalas Cabang Gorontalo.
2. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap loyalitas nasabah Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Unit Andalas Cabang Gorontalo.

#### **D. Manfaat**

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah :

1. Bagi mahasiswa, dapat dijadikan sebagai bahan pengetahuan dan menambah wawasan mengenai kualitas pelayanan yang baik untuk meningkatkan kepuasan para nasabah.
2. Bagi pemerintah, dapat dijadikan sebagai bahan masukan terkait dengan penetapan kebijakan dan pembinaan layanan pada sektor perbankan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Bagi bank, dengan penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan dalam pengembangan bank itu sendiri, terutama dalam peningkatan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Unit Andalas Cabang Gorontalo.