

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini, salah satu usaha jasa yang telah mengalami perkembangan yaitu dalam usaha perbankan yang merupakan bagian penting dari sistem keuangan guna kelancaran kegiatan perekonomian suatu negara. Bank adalah suatu badan usaha yang menyimpan dana dari masyarakat yang kemudian akan disalurkan kembali pada masyarakat ke dalam bentuk kredit atau dalam bentuk lainnya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat (Kasmir, 2010).

Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk kemudian disebut Bank BTN sebagai salah satu Bank BUMN yang berdiri 57 tahun yang lalu, telah mampu mengemban tugas Negara dalam membantu mendorong pertumbuhan ekonomi terutama di sektor perumahan rakyat. Kepercayaan masyarakat dan tempaan waktu telah mengantarkan Bank BTN terus melangkah maju di tengah pasang surut perekonomian makro dan persaingan perbankan yang cukup ketat. Sampai dengan 31 Desember 2005 PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk telah memiliki 207 Kantor Cabang dan 151 Kantor Pos online yang mampu menjangkau wilayah Indonesia dengan fasilitas 211 unit ATM dan didukung ± 5,000 ATM yang tergabung dalam jaringan ATM Link HIMBARA (Bank BTN, Bank BNI, Bank Mandiri dan Bank BRI) ditambah 7 Kantor Cabang Syariah yang tersebar di 8 kota, yaitu : Jakarta, Surabaya, Semarang, Bandung, Yogyakarta, Medan, Makasar, dan Solo (www.btn.co.id)

Tujuan paling utama dari suatu usaha adalah menciptakan kepuasan bagi para konsumen. Apakah nasabah terpuaskan setelah dilayani tergantung pada kinerja penawaran dengan ekspektasi nasabah dan apakah nasabah menginterpretasikan adanya penyimpangan antara keduanya. Kepuasan nasabah merupakan hal yang penting untuk dipertahankan oleh Bank dan perusahaan karena kepuasan tersebut berkaitan langsung dengan nilai keberhasilan dari suatu produk dan pelayanan yang diberikan (Naik *et al.*, 2010).

Menurut Alfisyahrin (2012) kepuasan nasabah merupakan konsep yang sangat relevan. Logika sederhana dari para pelaku bisnis adalah bahwa apabila nasabahnya puas, pastilah akan terjadi sesuatu yang lebih baik untuk bisnis mereka di masa mendatang. Alfisyahrin (2012) mendefinisikan bahwa kepuasan nasabah akan mempengaruhi kinerja keuangan setiap perusahaan. Ini logika dan pengalaman sehari-hari dalam menjalankan bisnis membuktikan hal ini. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis.

Mencermati perkembangan bisnis perbankan, berbagai upaya dilakukan perusahaan perbankan untuk tetap bertahan hidup dalam menghadapi persaingan yang sangat ketat dengan perusahaan-perusahaan perbankan lainnya. Salah satu cara yang harus ditempuh perusahaan dalam hal ini adalah menentukan strategi yang tepat supaya dapat bertahan ditengah persaingan serta meningkatkan pelayanannya. Namun dalam melakukan strateginya, perusahaan akan mengalami suatu kegagalan apabila tanpa didukung baik oleh pihak internal perusahaan itu

sendiri maupun pihak luar perusahaan yang dalam hal ini adalah para nasabah yang selalu menuntut kepuasan dari perusahaan perbankan. Strategi yang dapat dilakukan yakni dengan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan antara lain keadilan layanan, kualitas layanan, citra bank, dan kepercayaan.

Keadilan Layanan didefinisikan sebagai persepsi pelanggan dari tingkat keadilan dalam perilaku layanan perusahaan. Penilaian pelanggan terhadap keadilan layanan muncul ketika pelanggan membandingkan layanan yang dirasakan dengan standar layanan pelanggan, berdasarkan perbandingan tersebut pelanggan merasa diperlakukan adil atau tidak adil (Seiders *et al* dalam Zhu *et al*, 2012). Keadilan layanan dapat diukur dengan menggunakan empat dimensi yang meliputi keadilan distributif (*distributive fairness*), keadilan prosedural (*procedural fairness*), keadilan interpersonal (*interpersonal fairness*), dan keadilan informasional (*informational fairness*).

Kualitas layanan merupakan akar penting yang mampu memberikan kepuasan bagi nasabahnya yang terkait dengan hasil perilaku dari mulut kermulut, keluhan, rekomendasi dan pertukaran atau perpindahan (Yavas *et al.*, 2004). Berry dalam Sainy (2010) mengatakan kualitas pelayanan merupakan hal penting untuk mengetahui perilaku pelanggan, bertambahnya pelanggan dan pesaing. Kualitas Layanan merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan pelanggan jangka panjang di dalam Institusi Keuangan (Lymperopoulus *et al.*, 2006 dalam Zhu *et al*, 2012) Terutama pada Strategi Perbankan yang mulai berfokus pada pelanggan dengan cara meningkatkan Kualitas Pelanggan, didalam ekspektasi pelanggan dan persepsi pelanggan terdapat lima komponen yaitu, bukti fisik

(*tangibility*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Kualitas pelayanan yang baik menjadi salah satu syarat kesuksesan dalam perusahaan jasa. Kualitas layanan dalam perusahaan jasa sering dikondisikan sebagai perbandingan antara layanan yang diharapkan dan layanan yang diterima secara nyata.

Kepercayaan juga termasuk dalam persepsi pelanggan atas kepuasan pelanggan selain itu kepercayaan juga akan membuat hubungan menjadi lebih kuat (Chen *et al.*, 2012). Menurut Lau dan Lee dalam (Chen *et al.*, 2012) mendefinisikan kepercayaan sebagai kesediaan (*willingness*) seseorang untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain dengan risiko tertentu. Sementara Johnson dalam (Chen *et al.*, 2012) mendefinisikan kepercayaan terhadap merek terbentuk pada pihak lain dengan risiko tertentu, kepercayaan terhadap merek terbentuk dari pengalaman masa lalu dan interaksi sebelumnya. Trust terjadi ketika suatu kelompok percaya bahwa tindakan kelompok yang lain akan memberikan hasil yang positif baginya.

Citra merupakan keyakinan, gagasan dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek, maka citra perusahaan merupakan persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima oleh nasabah (Kotler dan Keller, 2009). Citra perusahaan dihasilkan dengan pengalaman konsumsi pelanggan yang berikutnya akan menentukan persepsi pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian (Gan *et al.*, 2011) citra bank dapat diukur dengan indikator antara lain memiliki citra yang baik dibenak nasabah, bank memiliki kestabilan usaha, dapat dipercaya dibandingkan dengan bank lain dan memiliki citra yang kuat.

Sampel pada penelitian ini yaitu nasabah Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang, dengan jumlah sampel sebanyak 75 nasabah. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling* yaitu suatu sampel dengan memberikan kesempatan yang sama kepada semua anggota populasi untuk ditetapkan sebagai anggota sampel. Dengan teknik semacam itu maka terpilihnya individu menjadi anggota sampel benar-benar atas dasar faktor kesempatan (*chance*) dalam arti memiliki kesempatan yang sama, bukan karena adanya pertimbangan subjektif dari peneliti (Uma Sekaran dan Roger Bougie, 2017). Dari data yang diperoleh, maka dilakukan analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda guna mengetahui atau memprediksi perubahan yang terjadi pada variabel tertentu karena dipengaruhi oleh berubahnya variabel yang lain.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Arde Prayoga (2017) menunjukkan bahwa keadilan layanan dan kualitas layanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil lain dari penelitian sebelumnya oleh Marina Malian (2015) menunjukkan bahwa kepercayaan dan citra berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selain itu terdapat hasil dari beberapa lainnya dari penelitian terdahulu yang telah rangkum dalam tabel 1.1 *Research Gap*.

Tabel 1. 1
Research Gap

Variabel Dependen	Variabel Independen	Pengaruhnya	Nama Jurnal	Nama Peneliti
Kepuasan Nasabah	Keadilan Layanan	Signifikan	Jurnal Siasat Bisnis Vol.17, No.2	Albari (2013)
		Tidak Signifikan	Artikel Ilmiah	Arde Prayoga (2017)
	Kualitas Layanan	Signifikan	Jurnal EMBA Vol.3, N0.3	Natalia Ribka Lumempo, Silvy Mandey, Jopie Jorie Rotinsulu
		Tidak Signifikan	Artikel Ilmiah	Arde Prayoga (2017)
	Kepercayaan	Signifikan	Jurnal BISNISS Vol.3, No.1	Muhammad Bahrudin, Siti Zuhrio (2015)
		Positif dan signifikan	Jurnal EMBA Vol.4, No.4	Farah Diza, Silcyjeova Moniharapon, Imelda W. Jogi (2016)
	Citra Bank	Positif dan Signifikan	Jurnal Bisnis Darmawijaya Vol.2, No.2	Marina Malian (2015)
		Signifikan	Artikel Ilmiah	Maria Hanik Dwi Artika (2017)

Sumber : Berbagai Jurnal Penelitian Terdahulu

Berdasarkan latar belakang yang telah diungkapkan maka penulis membuat penelitian berjudul “Pengaruh Keadilan Layanan, Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Citra Bank Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Semarang)”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah keadilan layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?
4. Apakah citra bank berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?
5. Apakah keadilan layanan, kualitas layanan, kepercayaan dan citra bank secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian yang dilakukan menjadi terarah dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan dan menjelaskan ruang lingkup penelitian, maka diperlukan sebuah batasan masalah. Dalam hal ini penulis membatasi dengan beberapa hal berikut ini:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang, Indonesia.
2. Penelitian ini memfokuskan pada faktor-faktor variabel dependen kepuasan nasabah (Y) diantaranya :
 - a) Keadilan layanan (X_1). Pada variabel keadilan layanan (X_1) terdapat 4 dimensi yaitu keadilan interpersonal, keadilan informasional, keadilan distributif, dan keadilan prosedural.
 - b) kualitas layanan (X_1). Pada variabel kualitas layanan (X_2) terdapat 5 dimensi yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.
 - c) kepercayaan (X_3) , citra bank (X_4).

1.4 Tujuan penelitian

Pada penelitian ini yang hendak dicapai, diharapkan dan diprediksikan tindakan yang akan dilakukan sehingga hambatan yang mungkin terjadi dapat dikurangi. Adapun secara umum tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini antara lain :

1. Untuk menganalisis pengaruh keadilan layanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang.
3. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang.
4. Untuk menganalisis pengaruh citra bank terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang.
5. Untuk menganalisis pengaruh keadilan layanan, kualitas layanan, kepercayaan dan citra bank secara simultan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Hasil penelitian ini sebagai saran melatih untuk berfikir secara ilmiah pada bidang perbankan yang khususnya berkaitan dengan faktor-faktor kepuasan nasabah diantaranya keadilan layanan, kualitas layanan, kepercayaan dan citra bank.

2. Bagi Universitas AKI

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran dan pengaplikasian ilmu pengetahuan pada ruang lingkup manajemen, khususnya dibidang manajemen marketing. Selain itu terciptanya hubungan kerja sama yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak, yaitu dapat menempatkan mahasiswa yang potensial untuk mendapatkan pengalaman di lembaga keuangan yang bersangkutan.

3. Bagi Bank BTN

Merupakan sarana untuk menjembatani antara instansi atau perusahaan dengan lembaga pendidikan untuk bekerja sama lebih lanjut baik bersifat akademis maupun non akademis. Perusahaan dapat melihat tenaga kerja yang potensial dikalangan mahasiswa, apabila suatu saat perusahaan membutuhkan karyawan bisa merekrut mahasiswa tersebut. Selanjutnya hasil dari penelitian ini dapat menjadikan informasi bagi Bank BTN mengenai tercapainya kepuasan nasabah sehingga dapat melakukan tindakan-tindakan yang tepat dalam mencapai kepuasan nasabah.

4. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan rujukan bagi penelitian selanjutnya serta sebagai pertimbangan bagi organisasi yang menghadapi masalah serupa.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini dikelompokkan menjadi enam bab, yaitu bab pendahuluan, bab landasan teori, bab metode penelitian, bab gambaran umum perusahaan, bab hasil dan pembahasan, serta bab penutup.

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisikan tentang Latar Belakang yang akan dibahas, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan berisi teori-teori yang mendasari masalah yang diteliti, dan apa saja yang mempengaruhi nilai perusahaan serta penelitian-penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini untuk kelayakan dari hasil penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan rencana dan prosedur penelitian yang dilakukan untuk memperoleh jawaban yang sesuai dengan penelitian yang berupa pendekatan penelitian, tempat dan waktu penelitian serta berisi tentang variabel penelitian, menentukan populasi dan sampel jenis, sumber data, dan metode pengumpulan data.

BAB IV : GAMBAR UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini membahas tentang mengenai gambaran umum perusahaan, obyek penelitian meliputi data-data dan hal lain yang dapat digunakan untuk memaparkan permasalahan yang akan di bahas pada perusahaan yang akan diteliti.

BAB V : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini membahas tentang hasil penelitian, analisis data pengujian hipotesis dengan menggunakan alat analisis.

BAB VI : PENUTUP

Dalam menganalisis permasalahan yang ada. Pada bab ini berisi landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriadi Yudha, 2016. Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Fasilitas terhadap kompensasi pasien Rawat Inap. Surabaya STIESIA Surabaya.
- Albari. 2013. Pengaruh Dimensi Keadilan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. Volume 17; 02.
- Alfisayhrin. 2012. Akselerasi Pembelajaran Bahasa Indonesia dalam Kehidupan. Artikel. *Online* (<http://kuflet.com/2012/11/akselerasi-pembelajaran-bahasa-Indonesia-dalam-kehidupan>), diakses 20 Oktober 2018.
- Apriyani, Dwi Aliyyah dan Sunarti. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffe Shop Sidoarjo). Volume 51; 02.
- Apriyanti, Putri dkk. 2017. Analisis Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi empiris nasabah tabungan Tandamata bank BJB Cabang Serang). Volume 1; 02.
- Artika, Maria Hanik Dwi. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra bank Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Surabaya.
- Dessler. 2002. Manajemen Sumber Daya Manusia Menghadapi abad ke -21. Jakarta : Erlangga.
- Diza, Farah dkk. 2016. Kualitas Pelayanan, kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada PT. FIFGROUP Cabang Manado). Volume 4; 01.
- Gan, Chirstopher, Mike Clemes, Jing Wei and Betty Kao 2011. "An Emperical Analysis of New Zealand Bank Customers' Satisfaction". International Journal of Marketing. Volume 6 ; 63-77.
- Ghalandari, Kamal., Leila Babaeinia, and Maryam Ghorbani Ghale Jogh. 2012. Investigation of the Effect of Perceived Justice on Post-Recovery Overall Satisfaction, Post-Recovery Revisit Intention and Post-Recovery Word-of-Mouth Intention from Airline Industry in Iran: The Role of Corporate Image. World Applied Sciences Journal. Volume 7; 957-970.
- Ghozali, Imam. 2009. Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS 17. UNIVERSITAS DIPONEGORO.

Hanggraningrum, Maya Dewi dkk.2017.The Effect Of Service Quality On Outpatient Satisfaction Of DR. Soegiri General Hospital Lamongan.Volume XV;4.

[Http://www.btn.co.id/ContentPage/Berita/Bank-Tabungan-Negara](http://www.btn.co.id/ContentPage/Berita/Bank-Tabungan-Negara). Tanggal akses 14 Oktober 2018.

Jayabrata, Muh.Ishaq dkk.2016.Analysis of The Influence Patient Safety, Service Quality, Marketing Mix, Toward Patient Satisfaction and Patient Loyalty for Inpatients of Private Hospitals in Surabaya. Volume 5;04.

Karim,Al Rasyed dan Chowdhury, Tabassum.2014.“Customer satisfaction On Service Quality in PrivateCommercial Banking Sector In Bangladesh”.Brithish Journal of Marketing Studies. June.Volume 2; 1-11.

Kotler, Phillip dan Keller, Lane. 2009. Principles of Marketing 12 th Edition. Diterjemahkan oleh Bob Sabran, M.M. Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip dan Keller, Lane.2009. Manajemen Pemasaran : Jilid Pertama Edisi Tiga Belas. Jakarta : Index.

Lumempow, Natalia Ribka dkk.2015.Analisi Faktor-faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank MAndiri Tbk Cabang Bahu Mall Manado.Volume 03;03.

Lupiyoadi, Rambat. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa.Jakarta : Salemba Empat.

Malian, Marina.2016.Pengaruh Kualitas Layanan, Penanganan Komplain, Citra dan Kepuasan Terhadap Bank BRI Unit Kebun Bungan Palembang.Volume 2; 02

Maria Merry Marianti, 2009.Pengukuran Kualitas Jasa.Bina Ekonomi Majalah Ilmiah Fakultas Ekonomi Unpar.

Meyers.2004.Knowledge Management in Theory and practice. Jakarta : Cintya Press.

Pratiwi, Ni Putu Lenny dan Ni Ketut Seminarti.2015.Pengaruh Kualitas Pelayanan, kepercayaan dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah.Volume 4;05.

Prayoga, Arde.2017.Pengaruh Keadilan Layanan, Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT.Bank Rakyat Indonesia(Persero), Tbk Surabaya.

- Rusadi, Febri dan I Wayan Santika. Pengaruh Persepsi Keadilan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pasca Pemulihan Layanan Pengguna XL di Kota Denpasar.
- Sabir, Irfan Raja. Ghafoor Osama. Naem Akhtar. Iqra Hafes and Assad Ur Rehman. 2014. "Factor Affecting Customer Satisfaction in Banking Sektor of Paskistan". International Review of Management and Business. June 2014. Volume 3; 1014-1025.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. 2017. Metode Penelitian Untuk Bisnis Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Salamba Empat.
- Septiyana, Rindi. 2018. Pengaruh Kompensasi, Lingkungan Kerja dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Pegawai. Skripsi. Universitas AKI
- Sukei. 2009. Kualitas Kinerja Perusahaan Daerah (BUMD): Analisis Behavioral Intention Pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum Kota Surabaya. Dalam Ekuitas, Volume 13 (2); 259-283.
- Tatik Suryani. 2013. Perilaku Konsumen di Era Internet. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Pemasaran Jasa. Malang-Jawa Timur: Bayu Media.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2011. Service Quality & Satisfaction Edisi ketiga. Yogyakarta : Andi Offset.
- Wati, Lidia Tri Christia. 2018. Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas, Brand Image dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Nasabah dalam Pengambilan Kredit Pemilikan Rumah Non Subsidi Di Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang. Skripsi. Universitas AKI.
- Yamin, Sofyan dan Heri Kurniawan. SPSS COMPLETE Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS Edisi 2. Salemba Infotek.
- Yu Qian Zhu, Houn-Gee Chen. 2012. "Service Fairness and Customer Satisfaction in Internet Banking". Internet Research Volume 22(4); 1066-2243.