BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Persaingan dalam dunia perbankan pada zaman sekarang dapat dikatakan semakin ketat, hal ini dibuktikan dengan semakin pesatnya perkembangan industri dalam sektor perbankan di Indonesia dalam periode dua tahun terakhir. Hal tersebut dapat dilihat dari tabel peringkat 10 Bank terbesar di Indonesia pada tahun 2017-2018.

Tabel 1.1.
10 Bank Terbesar di Indonesia 2017-2018

PERINGKAT	2017	2018
1	BRI	BRI
2	Mandiri	Mandiri
3	BCA	BCA
4	BNI	BNI
5	CIMB	BTN
6	BTN	CIMB
7	Panin Bank	Panin Bank
8	Danamon	OCBC
9	Maybank	Maybank
10	OCBC	Bank Permata

Sumber: www.bi.go.id (diakses tanggal 05 Maret 2019)

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat Bank BRI, Mandiri, BCA dan BNI pada tahun 2018 berada dalam peringkat yang sama dengan tahun sebelumnya, dan ditahun 2018 pada peringkat 5-10 mengalami perubahan dengan hilangnya

Bank Danamon serta munculnya Bank permata dalam peringkat 10 Bank terbesar di Indonesia.

Dengan demikian, persaingan menuntut Bank untuk tetap mempertahankan keunggulan tersendiri dari masing masing Bank, mengingat persaingan produk-produk sejenis dengan berbagai atribut yang dimiliki oleh masing-masing Bank memiliki kelebihan tersendiri.

Bank Mandiri merupakan badan usaha milik negara dalam sektor perbankan yang berdiri pada 2 Oktober 1998 atas restrukturisasi perbankan yang dilaksanakan oleh pemerintah Indonesia, dan merupakan 10 Bank terbesar di Indonesia dengan peringkat kedua dalam dua tahun terakhir yaitu ditahun 2017 dan 2018, (www.bankmandiri.co.id di akses tanggal 05 maret 2019).

Bank Mandiri KCP Mitra Usaha Tambun Hasanudin merupakan cabang relokasi dari KCP Mitra Usaha Cibitung Teuku Umar di tahun 2014. Dari awal tahun 2014 dimana tahun tersebut merupakan tahun pertama di lokasi yang baru, Bank Mandiri KCP Mitra Usaha Tambun Hasanudin mengalami perkembangan Jumlah Nasabah di setiap tahunnya.

Berikut daftar perkembangan jumlah Nasabah Bank Mandiri KCP Mitra Usaha Tambun Hasanudin dan KCP Mandiri Mitra Usaha Mangun jaya sebagai bahan perbandingan jumlah nasabah dalam lima tahun terakhir.

Tabel 1.2.
Jumlah Nasabah KCP Bank Mandiri Mitra Usaha Tambun 2014-2018.

No	Tahun	Jumlah Nasabah	Persentase Kenaikan/Penurunan
1	2014	539	-
2	2015	690	28%
3	2016	857	30%
4	2017	988	23%
5	2018	1180	35%

Sumber : Cluster Admin Mandiri Bekasi Juanda 3 Tambun (2018)

Tabel 1.3.
Jumlah Nasabah KCP Bank Mandiri Mitra Usaha Mangun Jaya 2014-2018.

No	Tahun	Jumlah Nasabah	Persentase Kenaikan/Penurunan
1	2014	1050	-
2	2015	1522	45%
3	2016	1901	25%
4	2017	2775	46%
5	2018	3607	10%

Sumber : Cluster Admin Mandiri Bekasi Juanda 3 Tambun (2018)

Berdasarkan tabel 1.2. dapat terlihat bahwa jumlah nasabah pada KCP Bank Mandiri Mitra Usaha Tambun Hasanudin dalam periode 4 tahun terkahir memiliki jumlah nasabah sebanyak 1180. Berdasarkan tabel 1.3. dapat terlihat bahwa jumlah nasabah KCP Bank Mandiri Mitra Usaha Mangun Jaya dalam 4 tahun terakhir terjadi fluktuasi dan memiliki jumlah nasabah sebanyak 3607. Pada tahun 2018 KCP MMU Tambun Hasanudin mengalami kenaikan jumlah nasabah hingga 35%, namun juga sempat mengalami penurunan jumlah nasabah baru sebesar 7% pada tahun 2017.

Nasabah akan merasa kebutuhanya terpenuhi jika jasa yang diberikan dapat memudahkan nasabah, tentunya nasabah akan memberikan umpan balik terhadap Bank karena merasa puas atas pelayanan dan kemudahan yang telah diberikan.

Iddrisua *et al.*, (2015:19) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan mengacu pada sejauh mana pelanggan puas dengan produk dan jasa yang diberikan, pentingnya kepuasan pelanggan bukan hanya untuk keberlangsungan perusahaan tersebut, tetapi juga untuk membangun hubungan yang baik dengan pelanggan dalam jangka waktu yang panjang.

Tjiptono (2016:268) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Kepuasan yang dirasakan oleh nasabah

atas pelayanan yang telah diterima merupakan suatu bentuk penilaian dari nasabah. Semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan, maka akan semakin meningkat kepuasannya dan akan menciptakan rasa loyal dari seseorang atas pelayanan yang telah diterima (Mulyaningsih, 2016:4).

Kotler dan Keller (2016:274) menjelaskan bahwa citra merupakan seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek. Sebuah citra perusahaan yang positif merupakan salah satu cara untuk menarik nasabah dan menciptakan rasa loyal dari nasabah dengan memberikan standar pelayanan yang baik dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, secara konsisten dan akurat (Rahmayanti, 2014:8).

Cohen *et al.,* dikutip Erwina (2016:94) menyebutkan bahwa dalam penelitiannya citra perusahaan memiliki pengaruh positif pada kepuasan dan loyalitas konsumen. Kepuasan konsumen yang diikuti dengan citra perusahaan merupakan hal penting untuk perusahaan jasa guna meningkatkan loyalitas konsumen.

1.2. Perumusan Masalah

Persaingan dunia bisnis dalam sektor perbankan saat ini dari tahun ketahun terus mengalami peningkatan dalam mencapai kepuasan dan loyalitas dari nasabah. Berkaitan dengan fluktuasi jumlah nasabah KCP Bank Mandiri Mitra Usaha Tambun Hasanudin dan KCP Bank Mandiri Mitra Usaha Mangun jaya pada Tabel 1.2. dan 1.3. pada tahun 2014 sampai dengan tahun 2018, maka berdasarkan fenomena tersebut masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah pada KCP Bank Mandiri Mitra Usaha Tambun Hasanudin. Selanjutnya berdasarkan masalah penelitian, timbul beberapa pertanyaan penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?
2. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah?
4. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah?

5. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah?
6. Apakah kepuasan nasabah mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah?
7. Apakah kepuasan nasabah mampu memediasi pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian bertujuan untuk mengetahui bukti empiris atas:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.
2. Citra perusahaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.
4. Citra perusahaan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.
5. Kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.
6. Kepuasan nasabah mampu memediasi pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.
7. Kepuasan nasabah mampu memediasi pengaruh positif citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, yaitu :

1. Bagi Peneliti

   Dapat menambah wawasan tentang pengaruh dari kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah, serta sebagai pra syarat memperoleh sarjana Strata-1 Manajemen.

2. Bagi Perusahaan

   Memberikan hasil pemikiran bagi perusahaan atas pengaruh dari kualitas pelayanan, citra perusahaan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Sehingga perusahaan dapat menggunakannya sebagai acuan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan yang ada demi terciptanya rasa puas dan loyal yang diberikan oleh nasabah.