BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Pertukaran memasuki dunia globalisasi termasuk kategori bisnis menghadapi peningkatan sangat cepat. Dengan pertumbuhan teknologi di dunia industri memungkinkan pemasar melakukan penelitian untuk menciptakan produk yang memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Meningkatnya tingkat persaingan dan mengharuskan banyak industri baru menuntut pemasar untuk mengembangkan konsep pemasaran yang berlandaskan untuk menyenangkan pelanggan. Namun untuk mencapai titik kesenangan pelanggan dengan memberikan manfaat positif bagi loyalitas pelanggan (Tjiptono, 2009).

Dapat dikatakan sebagai loyalitas pelanggan yang disetujui untuk memperdalam komitmen untuk menggunakan kembali produk yang ditawarkan di masa datang yang dilepaskan dari potensi pemasaran dan upaya yang menyebabkan pelanggan untuk pindah (Oliver dalam Kotler, 2009). Ada juga komentar dari Bendapudi dan Berry dalam Tjiptono, 2011) yang memberikan tanggapan yang dekat dan koheren terhadap dukungan komitmen yang baik untuk mendukung hubungan untuk menciptakan sistem yang berkelanjutan.

Aspek dunia bisnis begitu asyik dalam aspek loyalitas pelanggan sehingga mereka dapat membangun loyalitas pelanggan mereka sendiri dengan evolusi evolusioner sejalan dengan harapan konsumen yang terus berubah untuk menentang kompetisi yang semakin ketat pada dunia bisnis (Sriani, 2013).

Natalia. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Trust, Service Quality, Communication, dan Conflict Handling Terhadap Customer Loyalty pada Bank. 2019.
UIB Repository©2019

Penelitian Ndubisi (2010) memberikan dimensi signifikansi hubungan pemasaran yang mencakup keyakinan, kualitas layanan, komunikasi yang efektif dan penanganan konflik dalam keloyalitasan bank. Berdasarkan hasil, ini menunjukkan loyalitas pelanggan dapat dicari melalui strategi pemasaran yang tepat yang dapat meningkatkan kepercayaan, kualitas layanan, komunikasi terbuka dengan konsumen, dan pemecahan masalah yang efisien. Perolehan riset mirip sesuai dengan yang diteliti oleh Ellena (2011) sehingga menunjukkan perbedaan sangat relevan pada kepercayaan, kualitas layanan, komunikasi, dan penanganan loyalitas pelanggan.

Perbankan di Indonesia, telah mengalami perputaran signifikan dalam bisnis perbankan, dari perbankan korporasi (perbankan korporasi) menjadi lebih fokus pada perbankan individu (perbankan konsumen). Perbankan yang disetujui pada perbankan konsumen sehingga makin banyak bank beranjak ke pasar yang mengakibatkan kompetisi tiap bank dalam pelonjakan (Suhardi dalam Ellena, 2011).

Pelanggan bank juga merupakan pelanggan Bank Umum sehingga perusahaan harus pandai menciptakan komunikasi dua arah untuk membangun loyalitas pelanggan. Jadi loyalitas pelanggan kepada Bank Umum tetap. Sebagai salah satu tren yang telah menjadi jelas dalam beberapa tahun terakhir adalah kecenderungan bagi pelanggan untuk memiliki lebih dari satu rekening tabungan, bahkan lebih dari satu rekening kartu kredit aktif (Kertajaya, 2013). Mengingat pertanda agar perusahaan perlu menanjak dan mengelaborasi pendekatan demi mempelajari dan menanggapi faktor pendukung apa yang dapat mempertahankan loyalitas pelanggan.

Natalia. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Trust, Service Quality, Communication, dan Conflict Handling Terhadap Customer Loyalty pada Bank. 2019.
UIB Repository©2019

Berdasarkan data dari Survei Ekonomi Regional Bank Indonesia Kota Batam, kinerja perbankan di Batam selama kuartal III-2016 mengalami penurunan tajam dalam penurunan aset, dana pihak ketiga (DPK) dan kredit. Ketiga indikator ini mencatat penurunan 1,96% (yoy), 1,56% (yoy), dan 2,53% (yoy). Kelelahan permintaan global dan domestik telah mempersulit wirausahawan untuk menahan investasi atau ekspansi bisnis, yang pada gilirannya mempengaruhi kinerja kredit, khususnya kredit investasi dan modal kerja. Sementara penurunan DPK menunjukkan penurunan pendapatan masyarakat, itu dilakukan untuk menarik tabungannya untuk keperluan konsumsi. Situasi pada tahun 2016 berbanding terbalik dengan kinerja perbankan periode 2011 hingga 2015, di mana aset, dana pihak ketiga dan kredit mengalami pertumbuhan yang signifikan, seperti ditunjukkan.

Tabel 1.1

Indikator Utama Bank Umum di Kota Batam

Indikator	**Tahun**					
	2011	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**
Total Asset	28.685	34.415	44.062	46.158	53.109	53.145
Total Dana	24.069	28.804	38.392	39.454	44.690	45.373
Total Kredit	18.216	23.109	28.235	29.159	44.309	43.938
NPL	2,36%	1,77%	1,39%	1,62%	1,86%	2,40%
LDR	75,68%	80,23%	73,54%	75,61%	80,63%	81,99%

Sumber: Bank Indonesia

Menurut Ndubisi (2010) komponen yang mengimbas mediasi nasabah adalah keyakinan, kualitas layanan, komunikasi yang efektif, dan penanganan konflik.

Natalia. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Trust, Service Quality, Communication, dan Conflict Handling Terhadap Customer Loyalty pada Bank. 2019.
UIB Repository©2019

Kepercayaan adalah bagian penting dari komitmen yang dapat direalisasikan sekali dan untuk semua pelanggan yang membenarkan adanya penyedia layanan dapat dipercaya dan juga mempunyai tingkat kelakuan yang maksimal (Karsono, 2010).

Kualitas layanan merupakan aktivitas tidak berwujud namun dihasilkan dari interaksi antara pelanggan bank dan pelanggan bank yang disediakan untuk menyediakan layanan dengan maksud memecahkan masalah pelanggan (Ratminnto, 2010).

Komunikasi yang efektif merupakan interaksi yang mana merupakan perantaraan yang lebih dari satu orang yang membangun informasi yang berbeda sama lain agar akhirnya bisa saling berhubungan (Rogers dan O.Lawrence Kincaid, 2015). Komunikasi semacam itu dapat memudahkan untuk memperoleh informasi dan memilih produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Pelanggan akan memelihara kesetiaan terhadap perusahaan yang dapat menangani dengan baik masalah yang dihadapi oleh pelanggannya. Bank berusaha menyelesaikan konflik atau masalah yang terjadi dengan nasabah. Salah satunya dengan menyediakan layanan *customer service*, dimana nasabah dapat mengutarakan keluhannya dan Bank akan segera menyelesaikan keluhan nasabah tersebut. Menurut Owen dan Minor dalam Ellena (2011), Sehingga dengan adanya *customer service* tersebut diharapkan nasabah dapat merasa puas atas penanganan masalah yang terjadi serta dapat menciptakan loyalitas nasabah.

Sesuai dengan yang diteliti, maka bisa diatrik kesimpulan bahwa penulis ingin memaparkan penelitian dengan judul **"Analisis Faktor-Faktor yang**

Natalia. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Trust, Service Quality, Communication, dan Conflict Handling Terhadap Customer Loyalty pada Bank. 2019.
UIB Repository©2019

Mempengaruhi *Trust, Service Quality, Communication* dan *Conflict Handling* terhadap *Customer Loyalty pada Bank.”*

1.2. Rumusan Masalah

Pada latar belakang tersebut, dapat dismpulkan dengan pengambilan topik pada penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimanakah efek *Trust* pada *Customer Loyalty*?
2. Bagaimana efek *Service Quality* pada *Customer Loyalty*?
3. Bagaimana efek *Communication* pada *Customer Loyalty*?
4. Bagaimana efek *Conflict Handling* terhadap *Customer Loyalty*?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

a. Menganalisis dampak *Trust* terhadap *Customer Loyalty*
b. Menganalisis dampak *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty*.
c. Menganalisis dampak *Communication* terhadap *Customer Loyalty*.
d. Menganalisis dampak *Conflict Handling* terhadap *Customer Loyalty*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian sebagai berikut:

1. Untuk manajemen secara umum, penulis dapat memberikan perusahaan dengan banyak laporan tentang alasan-alasan yang mempengaruhi variabel independen sehingga perusahaan dapat meningkatkan profitabilitas dan kepuasan konsumsi untuk lebih meningkatkan kebutuhan di waktu mendatang.
2. Bagi akademik, bertujuan sebagai pembelajaran bagi mahasiswa, menambah wawasan yang berkaitan erat dengan keloyalitasan nasabah.

Natalia. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Trust, Service Quality, Communication, dan Conflict Handling Terhadap Customer Loyalty pada Bank. 2019.
UIB Repository©2019

1.5 Sistematika Pembahasan

Klarifikasi lebih lanjut, secara jelas dan rinci, diskusi sistematis dibagi menjadi:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang penelitian, dasar-dasar masalah penelitian dan tujuan serta manfaat penelitian serta diskusi sistematis.

BAB II : KERANGKA TEORETIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Bab ini membahas rumus dan trik yang digunakan sebagai dasar untuk menganalisis masalah-masalah utama yang terkait dengan variabel tergantung pada variabel tergantung pada variabel dan kemudian bagaimana dapat digunakan untuk menganalisis data.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas pembahasan penelitian, objek penelitian, variabel resolusi operasi, teknisi dan trik dalam pertemuan data, analisis data, kemudian pengujian hipotesis.

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menjelaskan hasil pengujian hipotesis yang diajukan hipotesis untuk statistik statistik yang menguji statistik, kualitatif menguji pada data yang terkait ruang pengujian dihipotesiskan.

BAB V : KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN REKOMENDASI

Bab ini membahas kesimpulan yang diberikan di seluruh kesimpulan penulis, melalui dibujuk dan berkontribusi penelitian untuk peneliti massa depan.

Natalia. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Trust, Service Quality, Communication, dan Conflict Handling Terhadap Customer Loyalty pada Bank. 2019.
UIB Repository©2019