

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Dewasa ini persaingan dunia bisnis semakin ketat dengan adanya kemajuan teknologi komunikasi dan informasi sehingga konsumen mempunyai informasi yang lengkap mengenai alternatif pilihan produk yang tersedia di pasar. Para produsen atau penjual berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan serta memberikan kepuasan secara maksimal kepada konsumen. Dengan memberikan kinerja pelayanan yang tinggi merupakan hal yang sangat mendasar bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan jasa. Pelayanan yang berkinerja tinggi adalah pelayanan yang mampu memberikan kepuasan terhadap kebutuhan pelanggan atau mampu melebihi harapan pelanggan.

Dunia perbankan Indonesia saat ini diwarnai dengan persaingan yang semakin ketat. Perjuangan untuk menciptakan bisnis yang berulang dengan nasabah yang sudah ada di tangan menempati titik sentral dalam upaya bank untuk tetap unggul dalam persaingan jangka panjang. Memang kini pelayanan yang diterima nasabah sudah dijadikan standar dalam hal menilai kinerja sebuah bank karena pelanggan merupakan aset yang memegang peranan penting untuk menentukan keberhasilan perusahaan. Mengingat pelanggan mampu mencerminkan potensi pertumbuhan perusahaan dimasa mendatang maka upaya untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan menjadi prioritas utama bagi perusahaan.

Oleh karena itu, bank sebagai lembaga keuangan yang bergerak dalam industri jasa sudah semestinya berorientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai konsumennya, karena pelanggan yang puas merupakan salah satu aset penting untuk kelangsungan hidup dan perkembangan bisnis itu sendiri (Johnson, Gustafsson, Andreassen, Lervik & Cha, 2000; Chitty & Soutar, 2003; Musa, 2005; Tantakasem & Lee, 2008; Han, Kwortnik & Wang, 2008; Lenka, Suar & Mohapatra, 2009; Ouyang, 2010). Pengelolaan strategi-strategi yang tepat untuk menarik pelanggan perlu direncanakan secara matang agar pelanggan mau membeli produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Selain itu perusahaan juga perlu untuk terus berupaya agar konsumen dapat menjadi pelanggan yang loyal.

Program pelayanan nasabah (*customer service*) di suatu bank bagi para nasabahnya menyangkut faktor-faktor yang mempengaruhi penilaian nasabah atas pelayanan yang diterima seperti: penampilan dan kerapihan karyawan (bukti langsung), kemampuan karyawan dalam menanggapi masalah yang dihadapi nasabah (keandalan), kesungguhan karyawan dalam membantu nasabah (daya tanggap), profesionalisme karyawan dalam bekerja (jaminan), keramahan dan kesopanan karyawan dalam menghadapi nasabah.

Pada dasarnya pelayananlah yang menjadi faktor terpenting dalam menentukan kepuasan nasabah. Dengan pelayanan yang prima, nasabah akan merasa keanggotaannya memang dibutuhkan dan diperhatikan, sedangkan kepuasan atas pelayanan yang diberikan itu akan menumbuhkan dan meningkatkan loyalitas nasabah. Loyalitas nasabah memang sangat dibutuhkan oleh bank karena

pertumbuhan suatu bank itu sendiri sangat tergantung dari pertumbuhan dana yang berasal dari simpanan nasabah, karena dirasakan memiliki hubungan dan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.

Penelitian yang dilakukan ini didasarkan diri pada penelitian yang dilakukan oleh Luarn dan Lin (2003). Berdasarkan uraian latar belakang seperti yang telah dikemukakan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian kembali dengan mengangkat tema ini dengan judul **“Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan, dan *Perceived Value* Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Komitmen Sebagai Variabel *Intervening*”**.

## **1.2 Permasalahan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dalam penelitian ini penulis akan melakukan pembahasan terhadap masalah-masalah yang ada yaitu:

- a. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas?
- b. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap komitmen?
- c. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas?
- d. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap komitmen?
- e. Apakah *perceived value* berpengaruh terhadap loyalitas?
- f. Apakah *perceived value* berpengaruh terhadap komitmen?
- g. Apakah komitmen berpengaruh terhadap loyalitas?

### 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan permasalahan penelitian yang dikemukakan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

- a. Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas.
- b. Pengaruh kepercayaan terhadap komitmen.
- c. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas.
- d. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap komitmen.
- e. Pengaruh *perceived value* terhadap loyalitas.
- f. Pengaruh *perceived value* terhadap komitmen.
- g. Pengaruh komitmen terhadap loyalitas.

Manfaat dari penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah dapat digunakan oleh urutan lima bank dengan tingkat kepuasan nasabah tertinggi di Indonesia dalam mempertahankan demi untuk tercapainya kepercayaan dari nasabah, kepuasan nasabah bank, nasabah akan berkomitmen terhadap sebuah bank dan nasabah akan tetap loyal sehingga tidak akan mengganti pilihan nasabah ke bank yang lain.

### 1.4 Sistematika Pembahasan

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis membagi sistematika pembahasan ke dalam 5 (lima) bab yang dapat dirincikan sebagai berikut:

## **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi uraian beberapa aspek dari isi skripsi yaitu memuat tentang latar belakang penelitian, permasalahan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan.

## **BAB II : KERANGKA TEORETIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS**

Pada bab ini akan diuraikan mengenai kerangka teoretis yang menjadi dasar teori yang berhubungan dengan masalah-masalah yang diteliti, hubungan antar variabel, dan definisi variabel seperti kualitas layanan, kepercayaan, kepuasan pelanggan, komitmen, dan loyalitas serta perumusan hipotesis.

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bagian ini akan dibahas mengenai rancangan penelitian, obyek penelitian, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, uji kualitas data dan metode analisis data.

## **BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan diuraikan tentang analisis data yang digunakan untuk meneliti permasalahan yang ada yang meliputi statistik deskriptif, hasil uji kualitas data, hasil uji outlier, hasil uji asumsi klasik, hasil uji hipotesis dan hasil uji heteroskedastisitas.

## **BAB V : KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN REKOMENDASI**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, keterbatasan penulis yang mungkin akan mempengaruhi

hasil penelitian dan rekomendasi atau saran-saran dari penulis bagi perusahaan atau penelitian yang akan dilakukan pada kemudian hari.