

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Perbankan dalam meningkatkan kualitas dan daya tarik nasabah adalah dengan memberikan pelayanan dan tempat yang nyaman mungkin agar para nasabah nyaman yang nantinya akan memberikan sebuah penilaian positif pada kualitas pelayanan dalam menghadapi dan menyelesaikan masalah nasabah. Apabila sebuah harapan dalam pelayanan yang diberikan dari pihak perbankan telah sesuai apa yang diharapkan nasabah maka pihak perbankan berhasil dalam memberikan pelayanan terbaiknya. Dan sebaliknya apabila harapan dalam pelayanan dari pihak perbankan jauh melebihi dibawah apa yang diharapkan para nasabahnya maka pihak perbankan gagal dalam memberikan pelayanan terbaiknya.

Seperti kata pepatah, pembeli adalah raja. Maka nasabah adalah rajanya, dan pihak perbankan harus memberikan kualitas terbaiknya. Nasabah merupakan masyarakat yang sangat sensitif, apabila sebuah perusahaan melakukan kesalahan kecil maka itu akan menjadikan sebuah penilai tersendiri oleh para nasabah, sehingga sangat rentan sekali dalam memperlakukan nasabah. Kredibilitas merupakan hal yang sangat rapuh sehingga perusahaan harus benar-benar menjaganya. Dalam hal ini membangun sebuah perbankan yang selalu memberikan kepuasan pada nasabah bukan perkara yang mudah, apabila dilihat dari sisi persaingan antar perbankan yang semakin tajam. Seiring dengan perkembangan zaman membuat masyarakat berfikir lebih kompleks, sehingga hal tersebut membuat kebutuhan serta keinginan nasabah semakin meningkat, yang nantinya nasabah akan mencari hal yang lebih menguntungkan diri mereka. Dan membuat pihak perbankan semakin sulit dalam memahami serta

memberikan tingkat kepuasan yang maksimal untuk nasabahnya. Sehingga dalam hal ini membuat pihak perbankan terus bekerja keras memperbarui program dan strategi agar mencapai kepuasan nasabah, sehingga nasabah tidak berpindah ke perusahaan pesaing.

Dalam Al Qur'an juga menerangkan dalam surah al Baqarah ayat 195 yang berbunyi :

وَأَحْسِنُوا ۖ التَّهْلُكَةَ إِلَىٰ بِأَيْدِيكُمْ تُلْقُوا وَلَا اللَّهُ سَبِيلَ فِي وَأَنْفِقُوا
الْمُحْسِنِينَ يُحِبُّ اللَّهُ إِنَّ

“Dan belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, karena sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik” QS Al Baqarah : 195.

Ayat tersebut menjelaskan bahwa setiap manusia harus berbuat baik kepada sesama, hal ini sejalan dengan kualitas pelayanan yang bertujuan agar nasabah menjadi puas dan senang terhadap pelayanan yang diberikan kepada pihak bank khususnya bank BPR Bank Bantul.

Bank BPR merupakan Bank Perkreditan Rakyat yang tugasnya menangani perkreditan dan melayani simpanan dari masyarakat maupun perusahaan, akan tetapi pada masa ini Bank BPR kurang terlalu diminati oleh masyarakat yang cenderung lebih memilih Bank umum, untuk itu peneliti ingin tahu apa yang membuat Bank BPR itu kurang diminati dibandingkan dengan Bank umum karena pada hasil observasi selama beberapa hari pengunjung BPR Bank Bantul lebih sedikit dibandingkan dengan bank umum untuk itu penelitian ini membahas tentang kepuasan konsumen atau nasabah terhadap pelayanan yang diberikan pihak PD.BPR. Bank Bantul. apakah pelayanan yang telah diberikan kepada nasabah telah memenuhi yang diinginkan ataupun dibutuhkan.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi persepsi nasabah terhadap suatu pelayanan yang di berikan adalah dengan memberikan sebuah kepuasan terhadap nasabah dengan menerapkan faktor-faktor kualitas pelayanan yang meliputi *Tangible* (Bukti Fisik), *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (ketanggapan), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (Empati). Lima dimensi tersebut harus selalu diperhatikan oleh pihak Bank untuk mencapai sebuah kepuasan. Ini didukung dengan penelitian dari Artur Avila de Jesus Boavida (2017) pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah banco nacional comercio timor leste (bnctl), dengan hasil pengujian hipotesis kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan dengan menggunakan 5 dimensi tersebut. Dimensi kualitas pelayanan yang digunakan sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Fandy Tjiptono (1997:14) dalam buku “*Prinsip-Prinsip Total Quality Service*” yang menggunakan 5 variabel kualitas pelayanan ya itu meliputi *Tangible* (bukti fisik), *Reliability* (Kehandalan), *Responsiveness* (Ketanggapan), *Assurance* (Asuransi), *Empathy* (Empati).

Kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut merupakan hal yang diterapkan pada Bank untuk memenuhi kebutuhan dan meningkatkan kepuasan nasabah. Dimana variabel bebas (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy*) secara parsial mempengaruhi variabel terikat (Kepuasan Nasabah). Sehingga penelitian ini menjadikan hal yang penting untuk PD.BPR. Bank Bantul karena berorientasi pada tingkat nasabah, sehingga bisa dijadikan sebuah pertimbangan apakah pelayanan yang sudah diberikan pihak bank sudah memenuhi keinginan dan kepuasan nasabah sehingga hal tersebut dapat menjadi sebuah pertimbangan untuk dijadikan sebagai pengambilan sebuah keputusan oleh pemimpin bank.

Sehubungan dengan topik di atas maka peneliti akan mengajukan penelitian dengan judul “ANALISIS PENGARUH FAKTOR KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PD.BPR. BANK BANTUL”

B. Batasan masalah

Dalam penelitian ini, meneliti tentang kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak PD.BPR. Bank Bantul , melalui 5 dimensi kualitas pelayanan *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy* sebagai alat ukur untuk mengukur kepuasan nasabah. Sehingga hasil penelitian ini dapat diketahui tingkat kepuasan nasabah yang telah diberikan oleh pihak PD.BPR. Bank Bantul selama ini.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh variabel *Tangible* terhadap Kepuasan nasabah PD BPR Bank Bantul?
2. Bagaimana pengaruh variabel *Reliability* terhadap Kepuasan nasabah PD BPR Bank Bantul?
3. Bagaimana pengaruh variabel *Responsiveness* terhadap Kepuasan nasabah PD BPR Bank Bantul?
4. Bagaimana pengaruh variabel *Assurance* terhadap Kepuasan nasabah PD BPR Bank Bantul?
5. Bagaimana pengaruh variabel *Empathy* terhadap Kepuasan nasabah PD BPR Bank Bantul?

D. Tujuan penelitian

Dengan melihat dari perumusan masalah diatas maka, tujuan dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah variabel *Tangible* mempengaruhi variabel Kepuasan nasabah PD BPR Bank Bantul.
2. Untuk mengetahui apakah variabel bebas *Reliability* mempengaruhi variabel Kepuasan nasabah PD BPR Bank Bantul.
3. Untuk mengetahui apakah variabel bebas *Responsiveness* mempengaruhi variabel Kepuasan nasabah PD BPR Bank Bantul.
4. Untuk mengetahui apakah variabel bebas *Assurance* mempengaruhi variabel Kepuasan nasabah PD BPR Bank Bantul.
5. Untuk mengetahui apakah variabel bebas *Empathy* mempengaruhi variabel Kepuasan nasabah PD BPR Bank Bantul.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat pada penelitian ini yaitu :

1. Bagi PD.BPR. Bank Bantul
Sebagai pedoman untuk pengambilan keputusan PD.BPR. Bank Bantul dalam meningkatkan kepuasan nasabah
2. Bagi penulis/peneliti
Sebagai penerapan ilmu yang telah dipelajari selama masa perkuliahan dan untuk memenuhi syarat sebagai kelulusana sarjana serta penelitian yang berguna untuk orang lain.
3. Bagi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
 - a. Sebagai sarana untuk menambah relasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan PD.BPR. Bank Bantul agar terjalin hubungan yang baik.

b. Untuk menambah referensi skripsi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

4. Bagi Pembaca

Untuk menambah informasi, wawasan, sumbangan pemikiran serta dapat dijadikan sebagai referensi skripsi atau penelitian yang berkaitan tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan.