

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Bank merupakan lembaga yang bergerak di bidang jasa keuangan. Bank juga berperan sebagai agen pembangunan dalam pembangunan nasional, dimana bank menyalurkan dananya kepada masyarakat dalam bentuk kredit, guna meningkatkan kemampuan mobilitas dana serta menciptakan iklim yang lebih baik bagi dunia usaha. Sebagai lembaga intermediasi keuangan, bank sangat berperan dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara. Pada saat ini semakin banyak bank bermunculan di dalam dunia bisnis Indonesia, baik itu bank milik pemerintah maupun swasta dengan keadaan bersaing yang sangat ketat membuat bank-bank harus lebih optimal dalam mempertahankan nasabah bank-bank tersebut dengan membangun citra merek dan kualitas layanan yang baik untuk membuat nasabah menjadi puas dan loyal.

Membangun citra merek (*brand image*) yang kuat tentu tidaklah mudah. Dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat, memakan waktu yang sangat lama, dan pastinya membutuhkan dukungan biaya yang tidak murah. Banyak pelaku usaha yang akhirnya gagal menjalankan bisnisnya karena tidak berhasil menciptakan *brand image* yang cukup kuat, sehingga produk barang/jasa yang dihasilkan tidak bisa bertahan lama. Kondisi tersebut menjadi bukti nyata bagi kita bersama, bahwa keberadaan merek menjadi salah satu aset berharga yang akan membawa sebuah perusahaan menuju puncak kesuksesannya.

Selain *brand image*, kualitas layanan juga tidak kalah penting untuk menarik minat nasabah. Dalam pasal 14 UU No. 25 tahun 2009 tentang pelayanan publik menyatakan penyelenggara memiliki hak, pertama memberikan service tanpa dihalangi oleh pihak lain yang bukan tugasnya, kedua menciptakan kerjasama yang baik, ketiga adanya budget untuk biaya menyelenggarakan pelayanan, keempat memberikan pembelaan terhadap pengaduan dan tuntutan yang tidak sesuai dengan kenyataan dan kelima menghindari berbagai keinginan yang bertentangan dengan peraturan dan kebijakan publik. Kualitas layanan menjadi penting karena akan berdampak langsung pada citra perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik akan menjadi sebuah keuntungan bagi perusahaan. Jika suatu perusahaan sudah mendapat nilai positif di mata konsumen, maka konsumen tersebut akan memberikan *feedback* yang baik, serta bukan tidak mungkin akan menjadi pelanggan tetap atau *repeat buyer*.

Nasabah sangat berkaitan dengan suatu kepuasan. Kepuasan merupakan respon daripada nasabah yang disebabkan atas kesesuaian harapan yang didapatkan dari kinerja perbankan. Jika kesesuaian didapatkan melebihi dari harapan nasabah itulah puncak daripada kepuasan. Namun, sebaliknya jika yang didapatkan ketidaksesuaian atau bahkan sangat jauh dari harapan maka nasabah akan kecewa. Sedangkan kepuasan ini sangat berpengaruh demi loyalitas nasabah

terhadap perbankan. Semakin tinggi tingkat kepuasan yang nasabah dapatkan maka ia akan semakin lama bertahan dalam perbankan tersebut.

Loyalitas nasabah merupakan hal yang penting bagi bisnis perbankan. Nasabah yang puas dan setia tidak akan ragu untuk menjadi penyebar kabar baik yang selalu menyebarkan kebaikan mengenai produk perbankan yang digunakannya. Mereka memiliki kredibilitas yang tinggi, karena tidak di bayar oleh pihak manapun untuk merekomendasikan produk atau merek perbankan tersebut.

PT Bank Nationalnobu (Nobu Bank) merupakan kelompok Bank Buku II yang mulai beroperasi pada tahun 1989 dengan nama PT Bank Alfindo Sejahtera yang didirikan oleh Alfi Gunawan, pendiri dari Ades. Tahun 2010 Lippo Group mengambil alih PT Bank Nationalnobu dan memulai transformasi besar-besaran di dalam organisasi. PT Bank Nationalnobu memiliki visi menjadi bank dengan standar global yang dapat memberikan kontribusi positif pada perekonomian dan perbankan Indonesia serta menjunjung tinggi kepercayaan dan kepuasan nasabah.

Dari hasil survei *Bank Service Excellence Monitor (BSEM)* berdasarkan kantor cabang, ATM, *Phone Banking*, *SMS Banking*, *mobile banking*, *internet banking*, satpam, toilet, peralatan *banking hall*, *customer service*, *teller*, kenyamanan ruangan, dan *ATM centre*, Nobu Bank belum termasuk di dalam 10 besar bank dengan kualitas layanan terbaik. Untuk menguatkan dugaan ini maka peneliti melakukan *pra survey* terkait *brand image* dan kualitas layanan Nobu Bank terhadap 20 responden yang bertransaksi di Nobu Bank Kelapa Gading.

**Tabel 1.1 Hasil Pra Survei Persepsi Responden Terhadap Reputasi Merek, Simbol dan Warna dari Nobu Bank**

| No | Pertanyaan                                                                              | Jawaban |       |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------|-------|
|    |                                                                                         | Ya      | Tidak |
| 1. | Apakah anda merasa Nobu Bank memiliki reputasi merek yang baik di bidang jasa keuangan? | 25%     | 75%   |
| 2. | Apakah anda mengetahui simbol & warna dari Nobu Bank?                                   | 40%     | 60%   |

(Sumber: Data Olahan Penulis, 2019)

Terlihat dan diketahui pada Tabel 1.1 bahwa responden nasabah di wilayah Kelapa Gading, Jakarta Utara yang pernah mendatangi Nobu Bank cabang Kelapa Gading sebanyak 20 responden. Terdapat 5 orang responden (25%) yang menyatakan bahwa Nobu Bank memiliki reputasi merek yang baik di bidang jasa keuangan, sedangkan 15 orang responden (75%) lainnya menyatakan bahwa Nobu Bank belum memiliki reputasi merek yang baik di bidang jasa keuangan, sebagian responden beralasan bahwa induk perusahaan (Lippo Grup) sedang dalam masalah. Hasil pra survei menunjukkan ada 8 orang responden (40%) telah mengetahui simbol dan warna dari Nobu Bank, sedangkan 12 orang responden (60%) lainnya belum mengetahui simbol dan warna dari Nobu Bank,

sebagian responden beralasan bahwa simbol dan warna dari Nobu Bank kurang dapat diingat (kurang familiar). Secara keseluruhan dapat disimpulkan dari hasil pra survei sementara, bahwa lebih dari 50% responden menanggapi *brand image* Nobu Bank cabang Kelapa Gading belum sesuai dengan yang diharapkan nasabah.

**Tabel 1.2 Hasil Pra Survei Persepsi Responden Terhadap Keramahan dan Kecepatan Layanan di Nobu Bank**

| No | Pertanyaan                                      | Jawaban |       |
|----|-------------------------------------------------|---------|-------|
|    |                                                 | Ya      | Tidak |
| 1. | Apakah karyawan Nobu Bank ramah kepada anda?    | 45%     | 55%   |
| 2. | Apakah Teller melakukan transaksi dengan cepat? | 30%     | 70%   |

(Sumber: Data Olahan Penulis, 2019)

Terlihat dan diketahui pada Tabel 1.2 bahwa responden nasabah di wilayah Kelapa Gading, Jakarta Utara yang pernah mendatangi Nobu Bank cabang Kelapa Gading sebanyak 20 responden. Terdapat 9 orang responden (45%) menyatakan bahwa Nobu Bank memiliki karyawan yang ramah, sedangkan 11 orang responden (55%) lainnya tidak setuju Nobu Bank memiliki karyawan yang ramah, sebagian responden beralasan bahwa karyawan Nobu Bank sudah cukup ramah, tetapi masih kalah dengan bank lain. Hasil pra survei menunjukkan ada 6 orang responden (30%) menyatakan setuju dengan pertanyaan “apakah Teller melakukan transaksi dengan cepat?”, sedangkan 14 orang responden (70%) lainnya menyatakan tidak setuju dengan pertanyaan “apakah Teller melakukan transaksi dengan cepat?”, sebagian responden beralasan Teller di Nobu Bank tidak secepat Teller di bank lain. Secara keseluruhan dapat disimpulkan dari hasil pra survei sementara, bahwa lebih dari 50% responden menanggapi kualitas layanan Nobu Bank cabang Kelapa Gading belum sesuai dengan yang diharapkan nasabah.

**Tabel 1.3 Hasil Pra Survei Terhadap Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan di Nobu Bank**

| No | Pertanyaan                                                                     | Jawaban |       |
|----|--------------------------------------------------------------------------------|---------|-------|
|    |                                                                                | Ya      | Tidak |
| 1  | Apakah layanan yang diberikan Nobu Bank sesuai dengan harapan anda?            | 40%     | 60%   |
| 2  | Apakah Nobu Bank sangat baik dalam menangani setiap keluhan yang anda berikan? | 35%     | 65%   |

(Sumber: Data Olahan Penulis, 2019)

Terlihat dan diketahui pada Tabel 1.3 bahwa responden nasabah di wilayah Kelapa Gading, Jakarta Utara yang pernah mendatangi Nobu Bank cabang Kelapa Gading sebanyak 20 responden. Terdapat 8 orang responden (40%) menyatakan setuju Nobu Bank memberikan layanan sesuai harapan

nasabah, sedangkan 12 orang responden (60%) lainnya menyatakan tidak setuju Nobu Bank memberikan layanan sesuai harapan nasabah, sebagian responden beralasan bahwa Nobu Bank belum mampu memenuhi semua kebutuhan perbankan. Hasil pra survei menunjukkan 7 orang responden (35%) menyatakan setuju Nobu Bank sangat baik dalam menangani setiap keluhan yang diberikan, sedangkan 13 orang responden (65%) lainnya menyatakan tidak setuju Nobu Bank sangat baik dalam menangani setiap keluhan yang diberikan, sebagian responden beralasan bahwa Nobu Bank tidak memenuhi jangka waktu yang ditentukan dalam penyelesaian keluhan. Secara keseluruhan dapat disimpulkan dari hasil pra survei sementara, bahwa lebih dari 50% responden menanggapi kepuasan nasabah Nobu Bank cabang Kelapa Gading belum sesuai dengan yang diharapkan nasabah.

**Tabel 1.4 Hasil Pra Survei Terhadap Kesetiaan Nasabah di Nobu Bank**

| No | Pertanyaan                                                             | Jawaban |       |
|----|------------------------------------------------------------------------|---------|-------|
|    |                                                                        | Ya      | Tidak |
| 1  | Apakah anda setia menggunakan Nobu Bank untuk transaksi keuangan anda? | 20%     | 80%   |
| 2  | Apakah anda akan merekomendasikan Nobu Bank kepada rekan dan keluarga? | 35%     | 65%   |

(Sumber: Data Olahan Penulis, 2019)

Terlihat dan diketahui pada Tabel 1.4 bahwa responden nasabah di wilayah Kelapa Gading, Jakarta Utara yang pernah mendatangi Nobu Bank cabang Kelapa Gading sebanyak 20 responden. Terdapat 4 orang responden (20%) menyatakan setuju dengan pertanyaan “apakah anda setia menggunakan Nobu Bank untuk transaksi keuangan anda?”, sedangkan 16 orang responden (80%) lainnya menyatakan tidak setuju dengan pertanyaan tersebut, mereka beralasan Nobu Bank belum memiliki jaringan yang luas dan merata di wilayah Indonesia. Begitu juga dengan pertanyaan “apakah anda akan merekomendasikan Nobu Bank kepada rekan dan keluarga?” dimana 7 orang (35%) menyatakan setuju dan sisanya 13 orang (65%) menyatakan tidak setuju, sebagian responden beralasan Nobu Bank memiliki cabang dan ATM yang masih terlalu sedikit. Secara keseluruhan dapat disimpulkan dari hasil pra survei sementara, bahwa lebih dari 50% responden menanggapi loyalitas nasabah Nobu Bank cabang Kelapa Gading belum sesuai dengan yang diharapkan nasabah.

Berdasarkan data-data dan fenomena dalam latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian pada salah satu Nobu Bank yang berada di wilayah Kelapa Gading, Jakarta Utara dengan judul “**Analisis Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan (Studi Kasus Pada PT Bank Nationalnobu Cabang Kelapa Gading).**”



## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil pra survei yang dilakukan penulis terdapat beberapa masalah yang dihadapi Nobu Bank cabang Kelapa Gading, yaitu:

1. Nobu Bank cabang Kelapa Gading belum memiliki reputasi merek yang baik di bidang jasa keuangan yang menunjukkan bahwa Nobu Bank cabang Kelapa Gading belum memiliki citra merek yang baik.
2. Nobu Bank cabang Kelapa Gading belum mampu memenuhi harapan nasabah dalam hal pelayanan (keramahan dan kecepatan transaksi) mengindikasikan masih kurangnya kualitas layanan di Nobu Bank cabang Kelapa Gading.
3. Nobu Bank cabang Kelapa Gading belum mampu menangani pelayanan terhadap keluhan sesuai harapan nasabah yang membuat nasabah merasa belum puas.
4. Nobu Bank belum memiliki jaringan cabang dan ATM yang luas dan merata di seluruh wilayah Indonesia yang membuat nasabah masih bergantung pada bank lain yang menyediakan jaringan cabang dan ATM lebih luas.

## 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis tulis maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh *brand image* terhadap kepuasan nasabah di Nobu Bank cabang Kelapa Gading?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah di Nobu Bank cabang Kelapa Gading?
3. Apakah terdapat pengaruh *brand image* terhadap loyalitas nasabah di Nobu Bank cabang Kelapa Gading?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah di Nobu Bank cabang Kelapa Gading?
5. Apakah terdapat pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah di Nobu Bank cabang Kelapa Gading?
6. Apakah terdapat pengaruh *brand image* terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah di Nobu Bank cabang Kelapa Gading?
7. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah di Nobu Bank cabang Kelapa Gading?

## 1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap kepuasan nasabah di Nobu Bank cabang Kelapa Gading.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah di Nobu Bank cabang Kelapa Gading.

3. Untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap loyalitas nasabah di Nobu Bank cabang Kelapa Gading.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah di Nobu Bank cabang Kelapa Gading.
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah di Nobu Bank cabang Kelapa Gading.
6. Untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah di Nobu Bank cabang Kelapa Gading.
7. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah di Nobu Bank cabang Kelapa Gading.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Akademis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai media pembelajaran dan pengetahuan mengenai ilmu tentang brand image, kualitas layanan, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah yang dapat digunakan sebagai rujukan untuk penelitian selanjutnya.

#### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan rekomendasi kepada pihak Nobu Bank tentang upaya yang dapat ditempuh untuk meningkatkan citra merek dan kualitas layanan perbankan guna mencapai kepuasan dan loyalitas nasabah, sehingga diharapkan Nobu Bank mendapat kepercayaan dari nasabah dan menjadi bank unggulan di kelasnya.