

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk pemberian kredit atau pinjaman. Hubungan antara pihak bank dengan nasabah menyangkut kebutuhan para nasabah terhadap jasa-jasa bank dan kesanggupan serta ketersediaan bank untuk dapat memenuhi kebutuhan nasabah. Tujuan utama bank adalah guna menciptakan dan mempertahankan nasabahnya. Dengan semakin meningkatnya persaingan dalam bisnis perbankan menuntut setiap bank untuk selalu berusaha memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah. Di samping itu, bank juga berusaha memenuhi apa yang mereka harapkan dengan cara-cara yang lebih memuaskan dari yang dilakukan perusahaan pesaing.

Loyalitas nasabah adalah puncak pencapaian pelaku bisnis perbankan. Nasabah yang puas dan setia tidak akan ragu untuk menjadi penyebar kabar baik yang selalu menyebarkan kebaikan mengenai produk perbankan yang di konsumsinya. Mereka memiliki kredibilitas yang tinggi, karena tidak di bayar oleh pihak manapun untuk merekomendasikan produk atau merek perbankan tersebut. Mempertahankan nasabah yang loyal memang harus mendapatkan prioritas yang utama daripada mendapatkan nasabah baru, karena untuk mendapatkan nasabah baru bukanlah hal yang mudah karena akan memerlukan biaya yang banyak.

PT Bank Mestika Dharma, Tbk KPO Medan merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang perbankan. Pada perbankan Mestika mengalami penurunan loyalitas nasabah. Penurunan loyalitas nasabah tercermin dari penurunan jumlah nasabah yaitu :

Tabel 1.1.
Jumlah Nasabah PT Bank Mestika Dharma, Tbk KPO Medan
Tahun 2020

Bulan	Total Nasabah	Jumlah Nasabah Berhenti	Jumlah Nasabah Baru	Masalah
Januari	314	5	14	<ol style="list-style-type: none">1. Suku bunga kurang bersaing.2. Pelayanan yang masih harus ditingkatkan.3. Pencairan yang tidak mengabari ke nasabah.4. Hadiah yang diberikan kurang menarik.5. Belum ada fasilitas kartu kredit.
Februari	323	14	6	
Maret	315	24	2	
April	293	21	3	
Mei	275	6	1	
Juni	270	9	3	
Juli	264	4	2	
Agustus	262	3	6	
September	265	11	24	
Oktober	278	7	13	
November	284	8	11	
Desember	287	14	7	

Sumber: PT Bank Mestika Dharma, Tbk KPO Medan (2020)

Tabel I.1. di atas menunjukkan bahwa terjadinya penurunan jumlah nasabah di tahun 2020. Hal ini mencerminkan tingkat kesetiaan nasabah pada PT Bank Mestika Dharma, Tbk KPO Medan.

Citra perusahaan adalah pandangan atau kesan dari pihak lain dalam melihat perusahaan, citra juga merupakan aset penting dari perusahaan maupun organisasi serta kesan yang diperoleh berdasarkan pengetahuan dan pengalamannya. Memiliki citra baik di masyarakat merupakan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan, keuntungan jangka panjang tersebut meliputi kepercayaan publik terhadap layanan dan produk perusahaan.

Citra perusahaan Bank Mestika yang masih belum baik diakibatkan tingkat inovasi yang tidak berkembang dan kalah bersaing dengan perbankan lainnya. Tingkat inovasi yang rendah mulai dari fasilitas yang diperoleh nasabah maupun produk serta suku bunga yang ditawarkan masih kurang bersaing serta kesulitan dalam peminjaman kredit, KPR dan KPM kepada nasabah. Hal ini memicu banyak nasabah yang beralih kepada perbankan lainnya yang lebih menguntungkan.

Kualitas pelayanan adalah tingkat keinginan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi standar kinerja bagi perusahaan dan merupakan faktor terpenting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang merasa memperoleh pelayanan yang baik akan merasa puas, merasa dihargai, dan senantiasa akan loyal kepada perusahaan.

Kualitas pelayanan yang mengalami penurunan menyebabkan tingkat kekecewaan nasabah yang menyebabkan keluhan nasabah kepada perusahaan. Banyaknya keluhan nasabah terhadap fasilitas yang diberikan yang belum memuaskan dan belum dapat bersaing dengan perusahaan lainnya, kurangnya ketanggapan dalam pemberian pelayanan, informasi yang belum dapat dipercaya yang disebabkan banyaknya karyawan *marketing* yang belum memahami dan menguasai informasi produk bank dan komunikasi antara nasabah dengan staf *marketing* yang sulit. Hal ini memicu banyak nasabah yang tidak setia kepada perusahaan dan kemudian lebih memilih perusahaan perbankan yang lainnya.

E-Banking atau yang di kenal juga dengan internet *banking* adalah salah satu jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan transaksi, pembayaran, dan transaksi lainnya melalui jaringan internet dengan website milik bank, dan bukan merupakan bank yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui internet. Internet *Banking* merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh pihak perbankan dalam

bersaing. Peningkatan jumlah nasabah dari tahun ke tahun dan semakin banyaknya pengguna internet di masyarakat, memungkinkan pihak perbankan untuk melakukan inovasi-inovasi yang bertujuan untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi pembayaran.

Banyak manfaat yang didapatkan dari penggunaan internet banking beberapa diantaranya adalah pengecekan saldo dan mutasi rekening, transfer dana antar rekening atau antar bank, isi ulang pulsa elektrik, pembayaran uang sekolah, hingga pembayaran tagihan-tagihan rutin bulanan seperti listrik, telepon dan lain sebagainya. Pada *E-Banking* Bank Mestika masih dibutuhkan perbaikan yang lebih baik dan memudahkan para nasabah dalam penggunaannya. Seringnya transaksi yang gagal pembayaran tetapi saldo nasabah terpotong sehingga memicu kekeliruan yang mengakibatkan kekecewaan nasabah. *E-Banking* juga belum memudahkan para nasabah karena penggunaannya masih diharuskan menggunakan token.

Dari permasalahan diatas peneliti merasa perlu melakukan penelitian dengan judul : **“Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan dan *E-Banking* terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank Mestika Dharma, Tbk KPO Medan. “**

I.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang terjadi sebagai berikut :

1. Citra perusahaan yang masih belum baik, ini dapat dilihat dari tingkat inovasi yang tidak berkembang dan kalah saing dengan perbankan lainnya.
2. Kualitas pelayanan yang mengalami penurunan mengakibatkan keluhan nasabah kepada perusahaan..
3. *E-banking* Bank Mestika masih dibutuhkan perbaikan yang lebih baik dan memudahkan para nasabah dalam penggunaannya.
4. Penurunan loyalitas nasabah tercermin dari penurunan jumlah nasabah Bank Mestika.

I.3 Perumusan Masalah

Permasalahan yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank Mestika Dharma, Tbk KPO Medan?
2. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank Mestika Dharma, Tbk KPO Medan?
3. Bagaimana pengaruh *E-Banking* terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank Mestika Dharma, Tbk KPO Medan?

4. Bagaimana pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan dan *E-Banking* terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank Mestika Dharma, Tbk KPO Medan?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank Mestika Dharma, Tbk KPO Medan
2. Menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank Mestika Dharma, Tbk KPO Medan
3. Menguji dan menganalisis pengaruh *E-Banking* terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank Mestika Dharma, Tbk KPO Medan
4. Menguji dan menganalisis pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan dan *E-Banking* terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank Mestika Dharma, Tbk KPO Medan.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan manfaat-manfaat yaitu:

1. Bagi Peneliti
Sebagai dasar peningkatan pengetahuan dan wawasan bagi peneliti dalam bidang Manajemen Pemasaran.
2. Bagi Perusahaan PT Bank Mestika Dharma, Tbk KPO Medan
Sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi pihak perusahaan.
3. Bagi Universitas Prima Indonesia
Sebagai bahan kajian dan menambah referensi bagi program studi S-1 Manajemen.
4. Bagi Peneliti Selanjutnya
Sebagai bahan referensi atau perbandingan bagi peneliti selanjutnya.

1.6 Teori Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah

Menurut Kotler dan Keller (2015:299), Citra perusahaan merupakan persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya .

Menurut Sangadji dan Sopiah (2016:338), citra perusahaan yang positif memberikan manfaat bagi produsen untuk lebih dikenal nasabah. Dengan kata lain, nasabah akan menentukan pilihannya untuk membeli produk yang mempunyai citra yang baik.

1.7 Teori Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah

Menurut Tjiptono dan Chandra (2015:77), "Kualitas layanan mencerminkan

perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan.”

Menurut Adam (2015:102), dalam pelayanan yang konsisten akan di dapati kondisi perlakuan yang sama terhadap semua konsumen baik mengenai waktu, tempat, kesempatan dan penyediaan pelayanan.

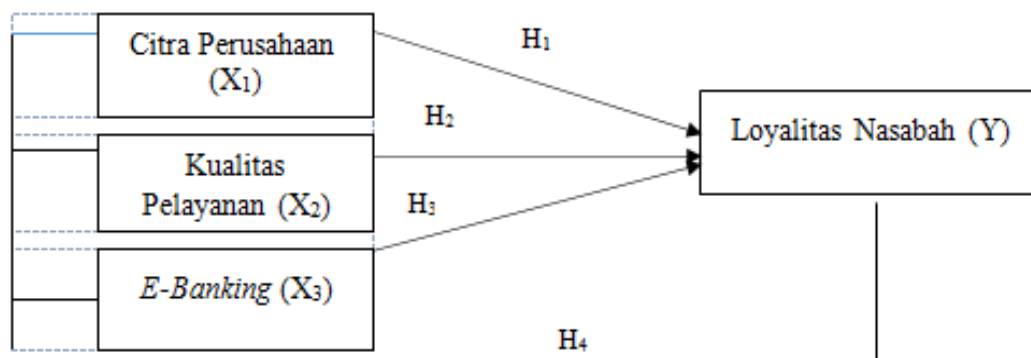
I.8 Teori Pengaruh *E-Banking* terhadap Loyalitas Nasabah

Menurut Agus (2015,83), *E-Banking* adalah suatu layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan pengguna kegiatan transaksi perbankan melalui smartphone.

Menurut Setianto (2015:148), ketersediaan fasilitas transaksi, seperti ATM dan *E-Banking* menjadi pertimbangan utama dalam pemilihan rekening untuk transaksi, Sedangkan bunga dan biaya yang ditawarkan menjadi pertimbangan utama dalam pemilihan rekening

I.9 Kerangka Konseptual

Berikut ini adalah kerangka pemikiran teoritis yang akan diterapkan dalam penelitian ini:



I.10 Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H ₁ :	Citra Perusahaan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank Mestika Dharma, Tbk KPO Medan
H ₂ :	Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank Mestika Dharma, Tbk KPO Medan
H ₃ :	<i>E-Banking</i> berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank Mestika Dharma, Tbk KPO Medan
H ₄ :	Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan dan <i>E-Banking</i> berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank Mestika Dharma, Tbk KPO Medan