

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

PT.TASPEN (Persero), juga dikenal sebagai Dana Tabungan dan Asuransi Dana Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri Sipil, ialah badan usaha punya negara Indonesia yang berfokus pada menyediakan dana pensiun dan asuransi tabungan hari tua bagi ASN dan PNS. PT Bank Mandiri Taspen adalah anak perusahaan BUMN perusahaan asuransi dan Finansial tersebut berkomitmen untuk terus menyediakan produk dan layanan keuangan untuk memenuhi kebutuhan usaha kecil dan menengah (UMKM) serta pensiunan PNS, perusahaan berusaha untuk mengelola manajemen secara baik dan professional agar tujuan perusahaan tercapai salah satunya adalah kepuasan nasabah.

PT.Bank Mandiri Taspen berupaya untuk melayani nasabah secara maksimal, ada beberapa kasus yang di temukan oleh peneliti di Pt.Bank Mandiri Taspen salah satunya adalah kurangnya motivasi dalam produktifitas kinerja karyawan dikarenakan tingkat kepuasan nasabah yang kurang baik.

Kepercayaan adalah tingkat mengakui atas kejujuran seseorang yang benar benar dapat memenuhi harapan. Maka dari itu dalam mewujudkan tingkat kepuasan terhadap nasabah, penulis meneliti hal ini menjadi salah satu tujuan topik utama yang terdapat pada PT.Bank Mandiri Taspen, untuk memberikan tingkat kepercayaan yang lebih baik kepada nasabah.

Motivasi adalah suatu tindakan atau perilaku yang mempengaruhi individu untuk untuk mencapai tujuan secara spesifik yang kompleks. Seperti penulis teliti PT.Bank Mandri Taspen sangatlah termotivasi / memiliki tujuan untuk memotivasi seluruh karyawan untuk berperilaku dengan kompleks agar nasabah mendapatkan tingkat kepuasan yang merata dan tercapai.

Pelayanan adalah bentuk kegiatan yang diberikan dan ditunjuk sebagai bentuk kepuasan kepada nasabah, dalam sikap ini semua kebutuhan dan keinginan nasabah dapat tercapai dan terpuaskan.

Tingkat kepuasan adalah suatu emosi perasaan seseorang yang timbul ketika membedakan antara eskpetasi dengan realita yang sesuai. Kepuasan itu sendiri menjadi tumpuan utama dalam sebuah usaha yang dilakukan agar sebuah perusahaan dapat bertahan dan berkembang.

Hal tersebut sangat mempengaruhi perkembangan perusahaan agar tetap produktifitas dan mendapatkan respon positif dari seluruh nasabah yang menggunakan sebuah produk atau jasa yang di berikan perusahaan. Menurut uraian diatas, penulis terkesan untuk menjalankan penelitian yang judulnya **“Pengaruh Kepercayaan, Motivasi dan Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah PT. Bank Mandiri Taspen KC Medan”**.

1.2. Identifikasi Masalah

1. Pengaruhnya Kepercayaan kepada tingkat kepuasan nasabah PT. Bank Mandiri Taspen KC tersebut
2. Pengaruhnya Motivasi kepada tingkat kepuasan nasabah PT. Bank Mandiri Taspen KC Medan
3. Pengaruhnya Pelayanan kepada tingkat kepuasan nasabah PT. Bank Mandiri Taspen KC Medan

4. Pengaruhnya Kepercayaan, motivasi dan pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah PT.Bank Mandiri Taspen KC Medan

1.3. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruhnya kepercayaan terhadap terhadap tingkat kepuasan nasabah PTBank Mandiri Taspen KC Medan?
2. Bagaimana pengaruhnya motivasi kepada tingkat kepuasan nasabah PTBank Mandiri Taspen KC Medan?
3. Bagaimana pengaruhnya pelayanan kepada tingkat kepuasan nasabah PTBank Mandiri Taspen KC Medan?
4. Bagaimana pengaruhnya kepercayaan, motivasi dan pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah PTBank Mandiri Taspen KC Medan?

1.4. Tujuan Penelitian

1. Analisis pengaruhnya kepercayaan terhadap tingkat kepuasan nasabah PTBank Mandiri Taspen KC Medan
2. Analisis pengaruhnya motivasi terhadap tingkat kepuasan nasabah PTBank Mandiri Taspen KC Medan
3. Analisis pengaruhnya pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah PTBank Mandiri Taspen KC Medan
4. Analisis kepercayaan, motivasi dan pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah PTBank Mandiri Taspen KC Medan

1.5. Manfaat Penelitian

1. Bagi ilmuwan sebagai pengetahuan tambahan dan untuk menambah wawasan.
2. Bagi ilmuwan yang selanjutnya sebagai bahan referensi bagi peneliti.
3. Bagi perusahaan guna meningkatkan kepuasan nasabah PT.Bank Mandiri Taspen KC Medan.
4. Bagi seluruh kampus di Indonesia sebagai referensi pada perpustakaan.
5. Bagi masyarakat sebagai sarana untuk meningkatkan pengetahuan tentang PT.Bank Mandiri Taspen KC Medan.

1.6. Teori Tentang Kepercayaan

1.6.1. Kepercayaan

“Kepercayaan berkaitan dengan keyakinan akan sebuah produk memiliki berbagai atribut serta manfaatnya tersebut.” (Putri Nugraha et al., n.d.)

“Kepercayaan mencakup berbagai pengetahuan yang dipunyai oleh konsumen serta semua kesimpulan yang dibuat mengenai suatu object, atribut, serta fungsinya” (Mowen dan Minor, 2017:16)

1.6.2. Indikator Kepercayaan

Donni Juni (2017:118) menyatakan bahwa kepercayaan didasarkan pada berbagai karakteristik atau indicator”. Berikut indikator terkait kepercayaan, antara lain:

1. Memelihara Hubungan
2. Kepedulian

3. Kesabaran

1.7. Teori Tentang Motivasi

1.7.1. Motivasi

Motivasi adalah faktor yang mendorong, mengarahkan, serta memberikan kekuatan untuk sikap individu untuk mereka mau semangat dalam bekerja dan keberanian dalam meggapai akhir maksimal (Farida, 2016)

1.7.2. Indikator Motivasi

Indikator digunakan untuk mendukung dan menjelaskan teori yang diterapkan dalam mengukur motivasi kerja. Beberapa indikator menurut (Farida, 2016) sebagai berikut :

1. Penghargaan(Apresiasi)
2. Hubungan social(Interaksi Sosial)
3. Kebutuhan Hidup(Kebutuhan Dasar)

1.8. Teori Tentang Pelayanan

1.8.1. Pelayanan

Menurut Ibrahim (2008:1), pelayanan mencakup berbagai berita yang diharapkan oleh pelanggan, tindakan yang sulit diukur secara tepat untuk menentukan tingkat kepuasannya, serta sangat sensitif dan tidak mudah diprediksi di masa depan. Pelayanan juga sangat bergantung pada aspek yang dirasa wajar untuk oleh member pelanggan terhadap apa yang didapatnya dan dibayarkan.

Pelayanan adalah sebuah bagian atau cara untuk menyeluruh yang menghasilkan cuality pelayanan. Kualitas dari pelayanan adalah pemikiran member atau rakyat, bukan pemikiran dari penyedia layanan. Pelayanan disini adalah faktor penting dalam menjalankan aktivitas usaha atau organisation penyedia layanan, apa pun nama dan jenisnya (Lovelock, dalam Ibrahim 2008:32)

1.8.2. Indikator Pelayanan

Hardiyansyah (2011:48).“Indikator-indikator dari pelayanan yang relevan dapat diukur melalui, antara lain:

1. Kesederhanaan(Kemudahan)
2. Keamanan
3. Keterbukaan(Transparansi)

1.9. Teori Tentang Kepuasan

1.9.1. Kepuasan

Sebagaimana yang disampaikan Fandy Tjiptono (2014:353), Kata "satisfaction" berakar dari bahasa Latin, yaitu "satics" maknanya cukup, dan "facio" yang maknanya menjalankan. Singkatnya, kepuasan merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan ataupun menjadikan segala hal cukup.

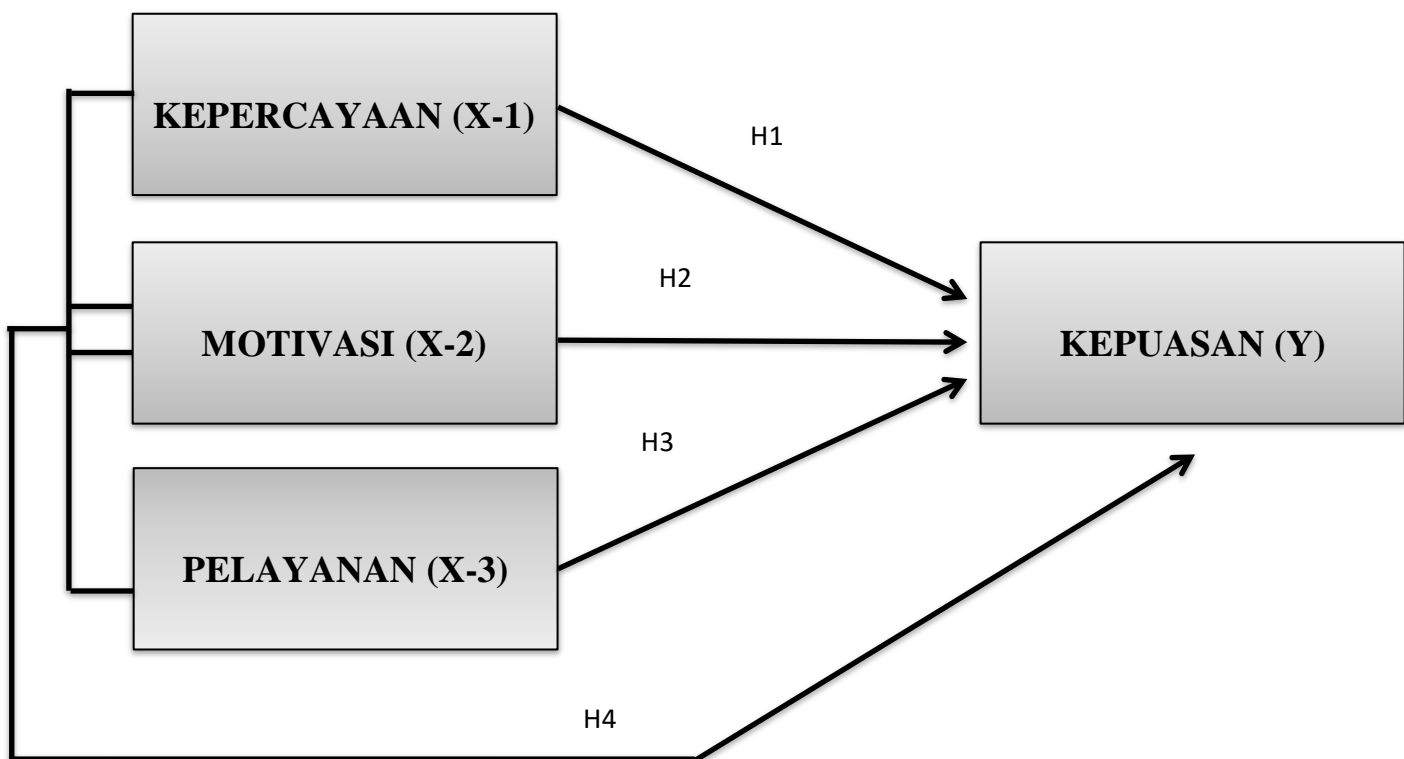
Sementara itu, Howard dan dk., dalam Fandy Tjiptono (2014:353) menyatakan jika kepuasan pembeli merupakan kondisi kognitif terkait untuk sejauh mana akhir yang didapat apakah sudah pas atau tidak pas dengan pengorbanan yang telah dilakukan.

1.9.2. Indikator Kepuasan

Menurut Rondonuwu dan Komalig (2017). Kepuasan pelanggan dinilai dari sejauh mana harapan atau ekspektasi konsumen atau dapat terpenuhi.

1. Loyal
2. Kualitas Layanan
3. Reputasi yang baik

1.10. Kerangka Konseptual



Gambar 1 Kerangka Konseptual

Keterangan :

- H1 Kepercayaan mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah
- H2 Motivasi mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah
- H3 Pelayanan mempengaruhi Tingkat kepuasan nasabah
- H4 Kepercayaan, Motivasi, dan Pelayanan secara bersama-sama mempengaruhi Tingkat kepuasan nasabah

