

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Peran perbankan dalam sebuah perekonomian suatu negara sangat penting dan berpengaruh besar dalam mendorong ekonomi masyarakat, berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan. Bank merupakan badan usaha perbankan yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan ke masyarakat dalam bentuk kredit ataupun bentuk lainnya dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat. Dalam hal ini sebagai perusahaan jasa atau lembaga keuangan diharapkan dapat membantu dalam perekonomian masyarakat.

Sebagai perusahaan jasa perbankan atau lembaga keuangan mempunyai peran penting bagi masyarakat yaitu untuk memenuhi kebutuhan ekonomi dalam bentuk penyediaan dan pengelolaan uang, yang antara lain meliputi administrasi keuangan, penggunaan keuangan, perdagangan dan pertukaran, perkreditan, kiriman uang dan pengawasannya. Selain itu perbankan diharapkan dapat memberikan fasilitas serta kualitas yang baik pada nasabah, sehingga nasabah akan merasa puas dengan fasilitas dan kualitas yang diberikan oleh perusahaan perbankan.

Kepuasan nasabah menurut Kottler (1997) adalah kepuasan atau kekecewaan yang dirasakan oleh nasabah setelah membandingkan antara harapan dengan kenyataan yang ada. Artinya jika kinerja yang diberikan perbankan gagal memenuhi ekspektasi nasabah, maka nasabah tidak merasakan

kepuasan, sebaliknya jika kinerja yang diberikan pihak perbankan sesuai dengan ekspektasi nasabah, maka nasabah akan merasakan rasa puas dan senang.

kepuasan atau ketidakpuasan merupakan respon nasabah terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dan kenyataan setelah pemakaiannya (Kotler,2012).Seorang nasabah yang puas adalah nasabah yang merasa mendapat value (nilai) dari produsen atau penyedia jasa. Nilai ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi. Jika nasabah mengatakan bahwa nilai adalah produk atau jasa yang berkualitas, maka kepuasan akan terjadi jika nasabah mendapatkan produk atau jasa yang berkualitas (Dedi Hartawan, 2017).

Kepuasan nasabah dipengaruhi oleh *internet banking* Yusnaini (2010) merupakan salah satu jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi , dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Pada dasarnya *internet banking* merupakan suatu kontak transaksi perbankan antara pihak bank dengan nasabah yang menggunakan media internet. Hampir seluruh transaksi dapat dilakukan melalui *internet banking*. Dengan melalui sarana *internet banking* , setiap nasabah dapat melakukan pengecekan rekening, transfer dana, pembelian voucher telepon seluler, hingga pembayaran tagihan rekening listrik, telepon, dan air. Sehingga nasabah tidak harus terus menerus ke bank atau ATM (Anjungan Tunai Mandiri) untuk melakukan pengecekan uang masuk dan transfer uang keluar.

Penyelenggaraan *internet banking* merupakan penerapan atau aplikasi teknologi informasi yang berkembang dan dimanfaatkan untuk menjawab keinginan nasabah yang menginginkan servis cepat, aman, nyaman dan mudah serta tersedia setiap saat dan dapat diakses dari mana saja. Sehingga perusahaan perbankan memfasilitasi *internet banking* dengan baik, benar dan juga sesuai dengan keinginan seorang nasabah, maka nasabah akan merasakan kepuasan saat bertransaksi menggunakan layanan *internet banking*.(Aldian, 2017).

Kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kualitas layanan inti menurut (Lupiyoadi, 2001) penilaian konsumen terhadap kualitas layanan yang telah diberikan oleh suatu perusahaan jasa dan menjadi ciri barang atau jasa yang berhubungan langsung dengan barang atau jasa yang akan digunakan dalam bentuk yang nyata. Artinya para nasabah dapat menilai langsung perusahaan jasa perbankan ketika perusahaan perbankan memberikan kualitas layanan inti yang dapat dirasakan dengan nyata oleh nasabah yang kualitas layanan inti tersebut mampu memenuhi keinginan nasabah dan juga menjadi ciri dari perusahaan perbankan tersebut.

Kualitas Layanan Inti didefinisikan sebagai alasan dasar suatu bisnis berada di dalam suatu pasar dan merupakan kompetensi dasar bagi perusahaan dalam menciptakan nilai untuk nasabah, karena kualitas layanan inti yang terdapat dalam bank tersebut, sebuah layanan perbankan yang dikatakan mempunyai nilai yang tinggi di mata nasabah apabila

mampumemberikan kualitas, manfaat dan pengorbanan seminimal mungkin.(Novita, 2013).

Kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kepercayaan adalah keyakinan seseorang terhadap perusahaan jasa yang mampu memberikan kualitas dan fasilitas yang sesuai dengan apa yang diminta oleh nasabah(Purwato,2004). Artinya keyakinan seorang nasabah ketika perusahaan perbankan yang di percayai mampu memberikan apa yang diharapkan oleh seorang nasabah.Kepercayaan juga berpengaruh terhadap komitmen nasabah, kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan, dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji, dan pernyataan orang lain dapat dipercaya.

Nasabah yang percaya terhadap suatu perusahaan berarti telah memiliki keyakinan yang tinggi kepada perusahaan yang akhirnya akan membuat nasabah mempertahankan hubungannya dengan perusahaan dan tetap menjalin ikatan emosional yang kuat. Sehingga keputusan untuk menggunakan produk atau jasa perusahaan tersebut semakin terbuka dan kepuasan nantinya akan dirasakan oleh nasabah (Thalia, 2018).

Alasan sang peneliti memilih objek pada PT Bank BRI karena ingin mengetahui permasalahan di bank tersebut yang melibatkan tentang mengutamakan kepuasan nasabah dan juga ingin mengetahui tentang fasilitas layanan internet banking di bank BRI tersebut.

Dari pemaparan diatas, maka peneliti menggunakan judul “**Pengaruh *Internet Banking*, Kualitas Layanan Inti dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) cabang di Sukorejo. (studi kasus nasabah yang menggunakan *internet banking* di PT Bank BRI Unit Sukorejo).**”

1.2 Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- 1.2.1 Apakah internet banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?
- 1.2.2 Apakah kualitas inti berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?
- 1.2.3 Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?
- 1.2.4 Apakah internet banking, kualitas layanan inti dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?

1.3 Tujuan Penelitian

Bedasarkan rumusan masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- 1.3.1 Mengetahui apakah internet banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah
- 1.3.2 Mengetahui apakah kualitas layanan inti berpengaruh terhadap kepuasan nasabah
- 1.3.3 Mengetahui apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

1.3.4 Mengetahui apakah internet banking, kualitas layanan inti dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

a. Bagi akademis

Hasil penelitian ini bisa dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya guna mengembangkan pengetahuan lebih lanjut terkait faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah

2. Manfaat praktis

b. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan bagi perusahaan jasa terkait terutama di PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) cabang di Sukorejo dalam mengembangkan internet banking, kualitas dan kepercayaan dalam memberikan kepuasan kepada nasabah selanjutnya.

