

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Semakin banyaknya masyarakat yang menggunakan jasa perbankan, maka kualitas layanan menjadi sangat penting untuk memenangkan persaingan. Dengan memahami apa yang diinginkan dan diharapkan oleh nasabah dari kualitas layanan yang diberikan, maka akan didapat suatu nilai tambah tersendiri bagi perusahaan tersebut. Kualitas layanan perlu mendapat perhatian besar dari perusahaan, karena kualitas layanan mempunyai hubungan langsung dengan kemampuan bersaing dan tingkat keuntungan perusahaan. Kualitas layanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan *service* yang dihasilkan perusahaan. Kualitas layanan terdiri dari lima dimensi sesuai dengan urutan derajat kepentingan relatifnya *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*. (Tjiptono, 2011)

Layanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan nasabah, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh perusahaan akan semakin tinggi. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi

nasabah. Ketika nasabah telah merasa puas maka akan terjalin hubungan harmonis antara produsen dan nasabah, menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan sebuah perusahaan. Kepuasan nasabah terhadap perusahaan jasa diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan nasabah terhadap suatu layanan sesuai dengan kenyataan yang diterima tentang layanan yang diberikan kepada nasabah. Jika layanan suatu perusahaan jasa tersebut jauh dibawah harapan nasabah maka nasabah akan kecewa. Sebaliknya, jika layanan yang diberikan memenuhi harapan nasabah, maka nasabah akan senang.

Harapan nasabah dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan layanan suatu perusahaan jasa, omongan orang lain dan informasi iklan. Bank Mandiri sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa dituntut untuk memberikan layanan yang berkualitas kepada nasabahnya. Keputusan nasabah untuk menggunakan layanan transaksi nasabah terjadi apabila kualitas layanan pada perusahaan tersebut sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah. Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti tertarik meneliti kepuasan pelanggan dan kualitas layanan dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Mandiri Cabang Malang Soekarno Hatta”**

## B. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah signifikansi pengaruh dari dimensi kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3),

*assurance* (X4), dan *empathy* (X5) secara simultan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Mandiri Cabang Malang Soekarno Hatta ?

2. Bagaimanakah signifikansi pengaruh dimensi kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), dan *empathy* (X5) secara parsial terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Mandiri Cabang Malang Soekarno Hatta ?
3. Diantara dimensi kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), dan *empathy* (X5), manakah dimensi yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Mandiri Cabang Malang Soekarno Hatta ?

### C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

#### 1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh dari dimensi kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), dan *empathy* (X5) secara simultan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Mandiri Cabang Malang Soekarno Hatta.
- b. Untuk Mengetahui signifikansi pengaruh dimensi kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), dan *empathy* (X5) secara parsial terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Mandiri Cabang Malang Soekarno Hatta.

- c. Untuk mengetahui dimensi kualitas pelayanan yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Mandiri Cabang Malang Soekarno Hatta.

## 2. Manfaat Penelitian

### a. Bagi Peneliti

Bisa menambah serta mengembangkan teori yang di dapat dari pembelajaran di kampus, juga untuk melatih berpikir logis tentang teori yang di dapat agar mampu diterapkan dalam dunia kerja, terutama terkait dengan Kualitas Pelayanan dan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah.

### b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian dapat menjadi masukan serta menjadi suatu pertimbangan bagi perusahaan untuk memahami dampak kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah

### c. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini dapat sebagai tambahan referensi untuk universitas mengenai manajemen pemasaran terutama tentang kualitas pelayanan.