

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Produsen atau perusahaan dituntut untuk berpikir keras agar tetap eksis dalam bidang bisnisnya, karena tingkat persaingan saat ini sangatlah tinggi khususnya dalam bisnis jasa. Perubahan dan perkembangan saat ini banyak dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti pertumbuhan dan perkembangan teknologi, baik teknologi mesin sampai dengan teknologi telekomunikasi.

Imbas dari adanya perubahan teknologi yang begitu cepat yaitu kepada perubahan perilaku masyarakat. Informasi yang masuk dari berbagai sumber dengan mudah diperoleh masyarakat meskipun dari pelosok pedesaan yang terpencil. Imbas yang sangat nyata yaitu masyarakat begitu cepat dan pandai dalam memilih produk yang disukai dengan membanding-bandingkan antara produk yang sejenis, sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka.

Setiap perusahaan memiliki ciri-ciri dan karakteristik tersendiri sehingga dalam pengelolaannya pun harus disesuaikan. Salah satu ciri atau karakteristik yang sangat berbeda adalah antara perusahaan yang menjual produk yang berbentuk barang dan perusahaan yang menjual produk yang berbentuk jasa. Kedua jenis perusahaan ini memerlukan pengelolaan yang berbeda, walau dalam banyak hal terdapat kesamaan pengelolaan.

Jenis perusahaan yang menjual jasa adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang perbankan atau lebih dikenal dengan nama bank. Bank merupakan

perusahaan yang menyediakan jasa keuangan bagi seluruh lapisan masyarakat. Fungsi bank merupakan perantara diantara masyarakat yang membutuhkan dana dengan masyarakat yang kelebihan dana, disamping menyediakan jasa-jasa keuangan lainnya. Bank juga berfungsi sebagai perantara keuangan, faktor “*trust*” atau kepercayaan dari masyarakat adalah kunci utama dalam menjalankan bisnis perbankan. Manajemen dituntut untuk berusaha menjaga kunci utama tersebut, sehingga dapat memperoleh simpati dari para calon nasabah.

Bank secara umum dalam kegiatan operasionalnya melakukan tiga hal yaitu, masing-masing adalah kegiatan menghimpun dana (*funding*), menyalurkan dana (*lending*), dan jasa-jasa bank lainnya (*service*). Ketiganya harus dikelola secara bersamaan karena saling berkaitan satu sama lainnya. Kegiatan yang utama yaitu bagaimana bank dalam melakukan *funding* atau kegiatan menghimpun dana. Bagaimana bank menghimpun dana (uang) dengan menarik dana dari masyarakat agar mau menyimpan di bank yang bersangkutan. Kemudian pengelolaan kegiatan *lending* yang merupakan kegiatan penyaluran dana melalui pemberian kredit dan pinjaman. Yang terakhir adalah kegiatan *service* atau memberikan jasa-jasa bank lainnya. *Service* merupakan jasa penunjang produk bank yaitu antara kelompok *funding* dan *lending*. Keuntungan dari jasa-jasa bank ini diperoleh dari biaya-biaya administrasi, komisi, sewa, dan biaya-biaya lain.

Kebutuhan masyarakat akan jasa keuangan yang semakin meningkat dan beragam berdampak pada peranan dunia perbankan, dan semakin dibutuhkan oleh seluruh lapisan masyarakat baik di negara maju maupun negara berkembang. Bank Rakyat Indonesia hadir sebagai salah satu bank umum terbesar di Indonesia.

BRI memiliki rekam jejak yang panjang selama lebih dari satu abad dengan keberpihakan pada ekonomi kerakyatan, sekaligus tanggap dalam mengelola perubahan dan kemajuan sesuai dengan tuntutan zaman dan dinamika lingkungan bisnis.

Dalam perjalanannya BRI pertama mencatatkan saham di bursa efek pada tahun 2003. Disusul dengan BRI meluncurkan teras BRI, perpanjangan tangan kantor BRI unit yang proaktif mendatangi nasabah di pasar-pasar basah tradisional, sebagai bentuk dukungan nyata BRI terhadap sektor Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kemudian menjadi bank yang pertama di Indonesia yang memiliki layanan *self-service banking* dalam jaringan *BRI Hybrid Banking* pada tahun 2013. Kabar terbaru dari BRI adalah pada tahun 2016 meluncurkan BRI sat, satelit telekomunikasi penunjang pengembangan platform layanan.

Seiring dengan berkembangnya BRI yang kian kokoh dan tersebar luas, jumlah aset, total pinjaman, serta total simpanan nasabah semakin meninggi. Ditahun 2016 peningkatan total aset bertambah sebesar 14,25% atau sebanyak 1.003.644 miliar. Total pinjaman bertambah sebesar 14,17% atau sebanyak 663.420 miliar. Serta simpanan nasabah yang dimiliki BRI juga meningkat sebesar 12,78% atau sebanyak 754.526 miliar.

Tabel 1. 1
Realisasi Target PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk

Kinerja	Target	Realisasi
Pertumbuhan Kredit (Rp Miliar)	653.701	635.291
LDR	90,92%	87,77%
Marjin Bunga Bersih	8,09%	8,27%
NPL	2,16%	2,03%
CAR	46,78%	42,77%
Laba Bersih Setelah Pajak (Rp Miliar)	25.442	25.753

Sumber: Laporan Tahunan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, 2016

Data diatas menunjukkan bagaimana BRI dalam menjalankan kegiatan operasionalnya dengan target-target yang sudah ditentukan sebelumnya. Target akan menjadi acuan perusahaan meraih tujuan-tujuannya. Pada tahun 2016 ini BRI mencapai pertumbuhan kredit sebesar 635.291 miliar, LDR 87,77%, NPL 2,03%, dan CAR 42,77% yang semuanya belum mencapai diangka target. Meskipun begitu kinerja BRI tidak terlalu buruk, terlihat dari Marjin Bunga Bersih dan Laba Bersih Setelah Pajak yang melebihi target sebesar 0,18% dan 311 miliar.

Meskipun beberapa kinerja BRI kurang mencapai target yang diinginkan, BRI tetap eksis dan sangat percaya diri dalam mengembangkan jaringannya. Terbukti dengan jumlah jaringan kantor (kantor cabang, BRI unit, dan lain-lain) yang semakin bertambah setiap tahunnya.

Tabel 1. 2
Jaringan Kantor PT Bank Rayat Indonesia (Persero) Tbk

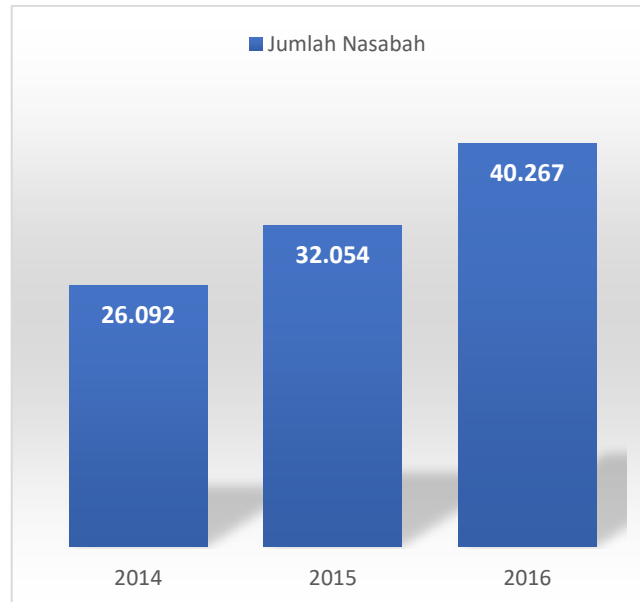
Outlet	2012	2013	2014	2015	2016
Kantor Pusat	1	1	1	1	1
Kantor Wilayah	18	18	19	19	19
Kantor Cabang Khusus	1	1	1	1	1
Kantor Cabang	445	452	460	466	466
Kantor Cabang Pembantu	545	565	584	603	609
BRI Unit	5.000	5.144	5.293	5.360	5.380
Kantor Kas	914	950	971	983	984
Teras BRI	1.778	2.206	2.457	2.543	2.545
Teras BRI Keliling					
- Mobil	350	465	610	635	635
- Kapal	0	0	0	1	3
Jumlah Unit Kerja Operasional	9.052	9.802	10.396	10.612	10.643

Sumber: Laporan Tahunan PT Bank Rayat Indonesia (Persero) Tbk, 2016

Sampai tahun 2016 bank BRI sudah memiliki banyak sekali jaringan yaitu terdiri dari 1 kantor pusat, 19 kantor wilayah, 1 kantor cabang khusus, 466 kantor cabang, 609 kantor cabang pembantu, 5.380 BRI unit, 984 kantor kas, 2.545 teras BRI, dan 638 teras BRI keliling. Dengan begitu banyak dan luasnya jaringan yang dimiliki BRI tentunya untuk memberikan pelayanan yang dibutuhkan serta lebih dekat dengan nasabah. Sesuai dengan misinya melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan usaha mikro, kecil dan menengah untuk peningkatan taraf hidup masyarakat.

Dengan luasnya jaringan bank BRI yang dimiliki sampai dengan saat ini, keberadaannya begitu mudah ditemui dimana-mana. Seperti perkembangan kantor cabang di wilayah Subang terdapat satu kantor cabang, yaitu BRI kantor cabang Subang. Bank BRI yang semakin besar dan berkembang tentunya tidak terlepas dari buah kerja keras yang dilakukan, mulai dari kualitas pelayanan, kualitas sumber daya manusianya, sampai kualitas operasional perusahaan. Namun

terlepas dari itu semua masih terdapat masalah yang dihadapi berkaitan dengan kepuasan yang konsumen terima atas penggunaan jasa yang diberikan BRI.



Gambar 1.1 Grafik Jumlah Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk

Sumber: Laporan Tahunan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, 2016 yang diolah Peneliti 2017

Selain jaringan kantor BRI yang semakin banyak dan luas jumlah nasabah di BRI pun setiap tahunnya mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Ditahun 2014 jumlah nasabah BRI mencapai 26.092 nasabah, dan meningkat sebesar 5.962 nasabah ditahun 2015 menjadi 32.054 nasabah. Kemudian ditahun 2016 meningkat sebesar 8.213 menjadi 40.267 nasabah.

Perkembangan Bank BRI di kabupaten Subang menunjukkan pertumbuhan yang baik, mulai dari kantor Cabang, BRI Unit, Kantor Kas, BRI Teras, Sampai BRI Keliling sudah menyebar dipenjuru Subang. BRI Kantor Cabang Subang ini didirikan pada tanggal 21 Desember 1994 yang berada di jalan Otto Iskandardinata No 87 Subang. BRI KC Subang yang sudah berdiri selama 23

tahun ini banyak sekali mengalami perkembangan dalam perjalanannya, terlihat dari perluasannya yang semakin baik dengan jumlah nasabah dari tahun ke tahun yang kian bertambah. Bank BRI di wilayah Subang merupakan bank yang begitu favorit karena mudah ditemukan di segala penjuru wilayah.

Seiring berjalannya waktu, BRI Subang tidaklah selalu mulus dalam kinerja operasionalnya. Terdapat beberapa masalah serta keluhan dari nasabah yang peneliti temukan melalui beberapa pengumpulan data yang dilakukan. Dengan jumlah nasabah yang kian banyak dan meningkat setiap tahunnya, BRI subang seringkali membuat antrian yang begitu mengular panjang. Hal ini menjadikan nasabah seringkali bosan, karena waktu antrian bisa mencapai 1 jam bahkan bisa lebih setiap kali menunggu pelayanan kepada teller atau *customer service*. Meskipun demikian hal tersebut tidaklah membuat nasabah BRI Subang kapok untuk kembali lagi, hal ini bisa dilihat dengan data bahwa nasabah BRI Subang yang setiap tahunnya malah bertambah bukan berkurang.

BRI Subang ketika diawal bulan bisa melayani nasabah hingga lebih dari 500 orang nasabah setiap harinya, pelayanan teller mencapai 250 orang perharinya serta sisanya pelayanan BRIGuna dan pelayanan dari *customer service*. Hal ini disebabkan banyak faktor salah satunya adalah pengambilan dana pensiunan yang diterima oleh nasabah, sehingga tidak terelakkan terjadinya antrian yang begitu lama. Dihari-hari biasa BRI Subang melayani nasabah cukup dikisaran 150 orang nasabah untuk pelayanan teller setiap harinya, pelayanan *customer service* bisa sampai 70 orang nasabah.

Dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih BRI KC Subang pun sudah menerapkan teknologinya dalam segi pelayanan yaitu, BRIVolution dimana nasabah sudah disediakan mesin setor tunai yang berada tepat didepan kantor BRI Subang. Akan tetapi masih banyak nasabah yang bertransaksi kepada teller dan menghabiskan waktu yang lama.

Selain hal diatas, nasabah BRI Subang juga mengalami beberapa kendala yaitu saldo terdebit, ATM yang tertelan, serta ATM yang kadaluwarsa. Maksud dari saldo yang terdebit dimana nasabah melakukan penarikan dana secara tunai akan tetapi penarikan tidak dapat dilakukan atau gagal, yang kemudian seharusnya saldo nasabah masih utuh malah terpotong. Padahal transaksi atau penarikan yang dilakukan jelas gagal atau tidak bisa dilakukan dan saldo yang dimiliki nasabah berkurang. Nasabah harus langsung menghubungi *customer service* (CS) untuk mengklarifikasi saldo yang terdebit.

Keberadaan ATM (*automated teller machine*) atau dalam Bahasa Indonesia disebut dengan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) sangat membantu aktivitas transaksi manusia. Penyediaan mesin ATM yang berada di BRI Subang sudah cukup baik sebanyak lima mesin ATM dan satu diantaranya adalah mesin setor tunai. Beberapa nasabah BRI Subang mengalami masalah terkait ATM BRI ini, salah satunya yang sedikit membuat kaget adalah ketika ATM yang sedang digunakan tiba-tiba tertelan oleh mesin. Nasabah tidak dapat menggunakan atau menarik uang secara tunai dari mesin ATM dikarenakan mesin secara tiba-tiba tidak dapat diperintah dan ATM yang masuk tidak bisa keluar kembali. Hal ini

menjadi masalah yang sering terjadi dan banyak dikeluhkan oleh para nasabah BRI Subang.

Berbagai keluhan serta permasalahan nasabah bisa secara langsung disampaikan kepada *customer service* BRI Subang. Akan tetapi nasabah tidak bisa langsung menyelesaikan berbagai keluhannya di *customer service*, terkadang *customer service* yang dihubungi sulit untuk menerima panggilan serta kurang tanggap terhadap masalah-masalah yang disampaikan nasabah.

Kantor Cabang BRI Subang selalu ramai oleh nasabah ketika periode awal bulan, dimana banyak sekali nasabah yang berkepentingan untuk pelayanan jasa perbankan. BRI Subang tidak hanya memberikan pelayanan jasa perbankan saja tetapi juga memperhatikan setiap kenyamanan nasabah yang sering kali datang ke bank. Seperti kondisi fisik lingkungan pelayanan (*servicescape*) yang coba dibentuk BRI subang demi kenyamanan nasabah yang datang. Seperti suasana yang dibentuk dalam ruangan, tata ruang yang nyaman dalam menunggu antrian, aroma yang membuat konsumen nyaman, serta kebisingan didalam ruangan. Kondisi fisik lingkungan layanan (*servicescape*) merupakan penghantaran layanan yang dialami oleh pelanggan dalam membentuk pengalaman layanan dan memperkuat (atau mengurangi) kepuasan pelanggan. (Christopher Lovelock, Jochen Wirtz, dan Jacky Mussry, 2011: 4). Dimana lingkungan pelayanan ini dibentuk untuk kepuasan nasabah, serta penyampaian maksud perusahaan dalam pemberian pelayanan jasa perbankan.

Suatu kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah ataupun konsumen akan berdampak terhadap perilaku konsumen atau nasabah pasca pembelian atau

penggunaan jasa. Perilaku nasabah atau konsumen akan tercermin kedalam kepuasan yang akan dirasakan. Bisnis di dunia perbankan kini semakin tinggi, yang memaksa perusahaan untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan sampai dengan kualitas produknya. Menurut Feigenbaum (1986) yang dikutip oleh Nur Nasution (2015:2) menyatakan bahwa, kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (*full customer satisfaction*). Suatu produk atau jasa dapat dikatakan berkualitas apabila dapat memberikan kepuasan sepenuhnya kepada konsumen. *Service quality* (kualitas pelayanan) adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. (Berry dan Zenthaml yang dikutip Jodi Herlambang, 2016: 51). BRI Subang senantiasa memberikan kepuasan kepada nasabah dengan berusaha meningkatkan setiap pelayanan dan produk-produk yang ditawarkan perusahaan.

Menurut Kotler (2009: 138) secara umum, kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Penilaian pelanggan atas kinerja produk tergantung pada banyak faktor, terutama jenis hubungan loyalitas yang dimiliki pelanggan dengan sebuah merek. Konsumen sering membentuk persepsi yang lebih menyenangkan sebuah produk dengan merek yang sudah mereka anggap positif. Dengan perilaku nasabah yang sudah merasakan kepuasan atas pelayanan BRI KC Subang, akan memberikan benefit terhadap

perusahaan serta nasabah itu sendiri. Oleh karena itu, kepuasan nasabah tergantung apa yang nasabah harapkan atas produk atau pelayanan yang diterima.

Dari uraian permasalahan diatas peneliti tertarik untuk mengambil penelitian di Kantor Cabang BRI Subang, serta mengambil judul pengaruh **“Pengaruh *Servicescape* dan *Service Quality* Terhadap Kepuasan Nasabah BRI Kantor Cabang Subang”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Atas dasar uraian latar belakang masalah diatas identifikasi masalah yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Pelayanan teller yang lamban mengakibatkan antrian yang mengular panjang dan lama.
- b. Pelayanan *customer service* yang kurang maksimal dan kurang tanggap terhadap keluhan nasabah.
- c. Saldo nasabah yang terdebit akibat terjadinya gangguan pelayanan BRI Subang.
- d. Kartu ATM nasabah BRI subang yang tertelan oleh mesin ATM.
- e. Perkembangan teknologi perbankan (*E Banking* dan *E Channel*) yang dimiliki BRI KC Subang masih belum banyak diaplikasikan oleh nasabah.

1.3. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah yang dijelaskan diatas maka permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh *Servicescape* (Lingkungan Pelayanan) terhadap Kepuasan nasabah di BRI Kantor Cabang Subang.
- b. Apakah terdapat pengaruh *Service Quality* (Kualitas Pelayanan) terhadap Kepuasan nasabah di BRI Kantor Cabang Subang.
- c. Apakah terdapat pengaruh simultan pada *Servicescape* (Lingkungan Pelayanan) dan *Service Quality* (Kualitas Pelayanan) terhadap Kepuasan nasabah di BRI Kantor Cabang Subang.

1.4. Tujuan

- a. Untuk mengetahui pengaruh *Servicescape* terhadap Kepuasan nasabah di BRI Kantor Cabang Subang.
- b. Untuk mengetahui pengaruh *Service Quality* terhadap Kepuasan nasabah di BRI Kantor Cabang Subang.
- c. Untuk mengetahui adanya pengaruh *Servicescape* dan *Service Quality* yang simultan terhadap Kepuasan nasabah di BRI Kantor Cabang Subang.

1.5. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pihak-pihak yang terkait.

1.5.1. Kegunaan Praktis

1) Bagi Institusi

Menjadi modal tambahan bagi calon-calon pengembang pendidikan dan praktis khususnya di jurusan manajemen pada konsentrasi pemasaran dan konsentrasi yang berhubungan.

2) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang positif untuk memahami karakteristik nasabah kepada perusahaan sehingga dapat menjadi pertimbangan dalam rangka menentukan strategi pemasaran perusahaan khususnya dalam segi pembentukan atau pemberian lingkungan pelayanan (*servicescape*) yang nyaman serta dalam rangka peningkatan kualitas pelayanan (*service quality*) terhadap kepuasan nasabah.

1.5.2. Kegunaan Teoritis

1) Kegunaan Bagi Peneliti

Sebagai implementasi untuk menerapkan teori yang telah diperoleh dibangku kuliah dalam praktek yang sebenarnya dan menambah pengetahuan penulis mengenai manajemen pemasaran khususnya mengenai lingkungan pelayanan (*servicescape*), kualitas pelayanan (*service quality*), dan kepuasan nasabah.

2) Manfaat Bagi Pihak Lain

Memberikan informasi tentang perkembangan kajian pengetahuan. Selain itu dapat pula dijadikan sebagai bahan rujukan bila dikemudian hari ingin melakukan penelitian kembali dengan kajian yang sama seiring dengan kemajuan pendidikan.

1.6. Kerangka Pemikiran

Kesuksesan perusahaan perbankan bisa tercapai jika mengutamakan kepuasan untuk para nasabahnya, dari tercapainya kepuasan dapat diperoleh respon yang positif atas harapan yang sesuai atau melampaui dari yang diharapkan nasabah. *Servicescape* (lingkungan pelayanan) dan *Services Quality* (kualitas pelayanan) sangat erat hubungannya dalam menciptakan kepuasan pelanggan, dan menjadi faktor penting bagi perusahaan dalam memberikan produk atau jasa yang diinginkan.

Kondisi fisik lingkungan layanan (*servicescape*) merupakan penghantaran layanan yang dialami oleh pelanggan dalam membentuk pengalaman layanan dan memperkuat (atau mengurangi) kepuasan pelanggan. (Christopher Lovelock, Jochen Wirtz, dan Jacky Mussry, 2011: 4). Bagaimana perusahaan atau BRI KC Subang ini menciptakan suatu lingkungan pelayanan yang baik kepada konsumen, sehingga meninggalkan kesan yang sesuai dengan harapan dan nasabah merasakan kepuasan. Kemudian *Service quality* (kualitas pelayanan) adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. (Berry dan Zenthaml yang dikutip Jodi

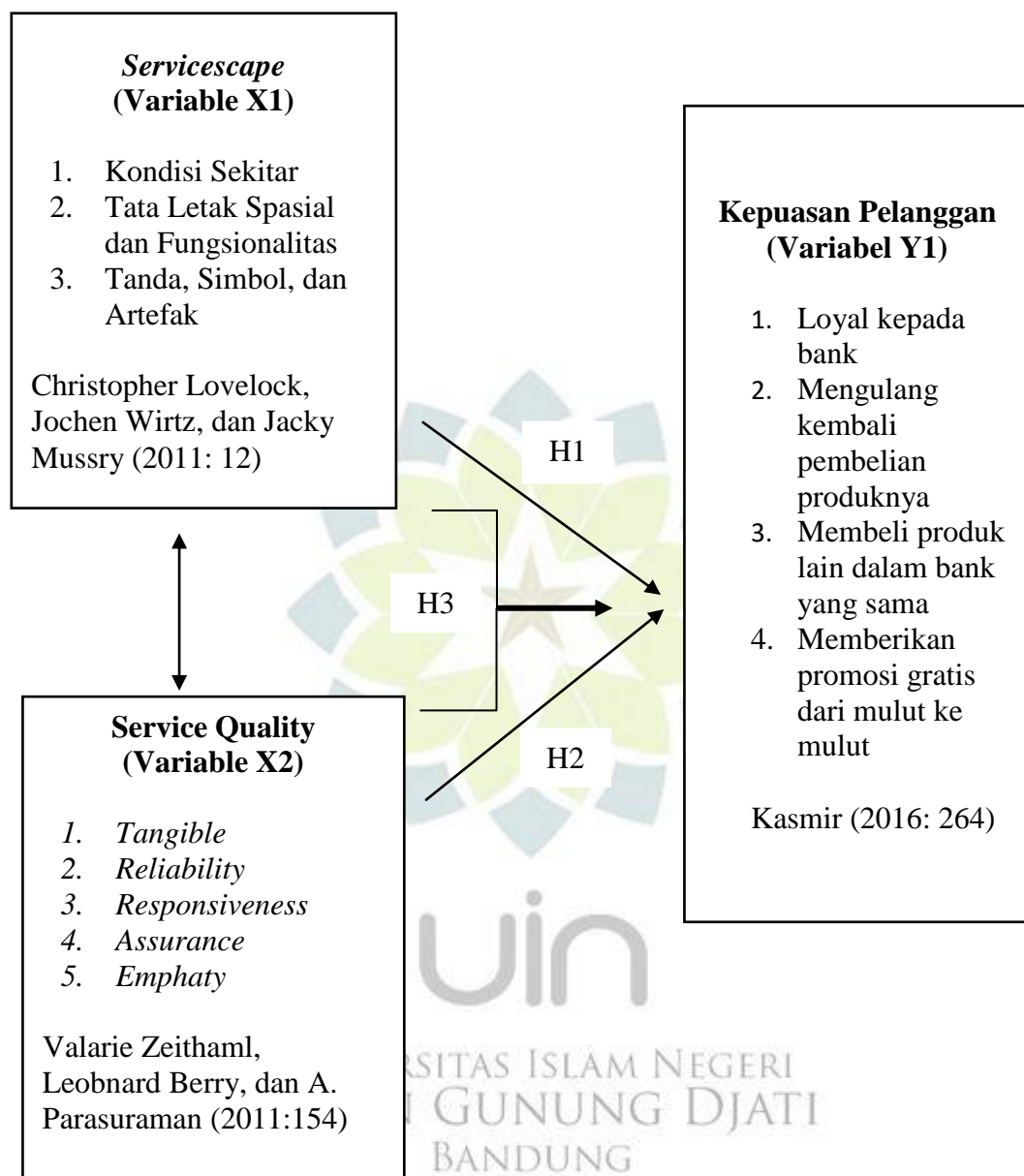
Herlambang, 2016: 51). Menunjukkan bagaimana perusahaan dalam hal ini dapat memenuhi harapan nasabah dari setiap pelayanan yang diberikan. Pelayanan yang baik serta sesuai dengan apa yang nasabah inginkan, maka secara otomatis nasabah akan merasa senang serta ingin datang kembali kepada perusahaan yang sama, hal ini berarti nasabah sudah merasa puas dan perusahaan akan memperoleh banyak keuntungan.

Menurut Kotler (2009: 138) secara umum, kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Penilaian pelanggan atas kinerja produk tergantung pada banyak faktor, terutama jenis hubungan loyalitas yang dimiliki pelanggan dengan sebuah merek. Konsumen sering membentuk persepsi yang lebih menyenangkan sebuah produk dengan merek yang sudah mereka anggap positif. Sedangkan menurut Zulian Yamit (2002:74) *Customer Satisfaction* (kepuasan pelanggan) adalah hasil (*outcome*) yang dirasakan atas penggunaan produk dan jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan. Sedangkan menurut Nasution (2015:43) kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Kerana pelanggan adalah orang yang menerima hasil pekerjaan (produk) seseorang, maka pelangganlah yang menentukan kualitas suatu produk. Ada beberapa unsur penting dalam kualitas yang ditetapkan pelanggan.

Lingkungan pelayanan (*servicescape*) dan kualitas pelayanan (*service quality*) memiliki keterkaitan, dimana sebuah pelayanan yang berkualitas baik akan secara otomatis membentuk pelayanan fisik yang baik. Keduanya disampaikan kepada konsumen dengan baik untuk mencapai sebuah kepuasan nasabah atau pelanggan. Semakin tinggi atau semakin dinaikkan kualitas bentuk pelayanan dan kualitas pelayanan tentunya akan membuat nasabah puas dan perusahaan akan memperoleh berbagai benefit atas kepuasan nasabah, salah satunya perusahaan dapat menaikkan profit.

Kasmir (2016: 262) mengatakan apabila nasabah puas atas pelayanan yang diberikan bank, ada dua keuntungan yang diterima bank, sebagai berikut:

- a. Nasabah yang lama akan tetap dapat diperhatikan (tidak lari ke bank lain) atau dengan kata lain nasabah loyal kepada bank. Hal ini sama seperti yang dikemukakan oleh Derek dan Rao yang mengatakan kepuasan konsumen secara keseluruhan akan menimbulkan loyalitas pelanggan.
- b. Kepuasan nasabah lama akan menular kepada nasabah baru dengan berbagai cara, sehingga mampu meningkatkan jumlah nasabah. Seperti yang dikemukakan Richens bahwa kepuasan pelanggan dengan cara memberikan rekomendasi atau memberitahu akan pengalamannya yang akan menyenangkan tersebut merupakan iklan dari mulut ke mulut. Artinya nasabah tersebut akan dengan cepat menular ke nasabah lain dan berpotensi menambah nasabah baru.



Gambar 1.2 Kerangka Pemikiran

Sumber: Diolah Peneliti 2017

1.7. Penelitian Terdahulu

Tabel 1.3
Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
1.	Ita Septianti (2010)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pengguna Jasa Kereta Api Argo Parahyangan DAOP II Bandung)	Independen : Kualitas Pelayanan, dan Harga Tiket Dependen : Kepuasan Pelanggan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial yang berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan hanya satu variable yaitu Kualitas Pelayanan saja. Dan secara simultan pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Tiket terhadap Kepuasan Pelanggan menghasilkan pengaruh dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, dan R-square sebesar 35,1%.
2.	Dessi Azizah Alfiani (2013)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa <i>Customer Service Group</i> terhadap tingkat Kepuasan Konsumen di PT Telkom Kandatel Sumedang	Independen : Kualitas Pelayanan (<i>tangible, responsiveness, reliability, assurance, dan emphaty</i>) Dependen : Kepuasan Konsumen	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua dimensi Kualitas Pelayanan (<i>tangible, responsiveness, reliability, assurance, dan emphaty</i>) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan sebesar 80,8% terhadap Kepuasan Konsumen dan sisanya 19,2% dipengaruhi oleh variable lain.
3.	Iwan Ramdani (2013)	Pengaruh Kualitas Jasa dan Pengembangan Produk Pos Express terhadap Kepuasan	Independen : Kualitas Jasa dan Pengembangan Produk Dependen :	Pada penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variable Pengembangan Produk yang berpengaruh lebih dominan

		Konsumen di PT Pos Indonesia (Persero) Unit Ujung Berung Bandung	Kepuasan Konsumen	terhadap Kepuasan Konsumen, dengan nilai beta sebesar 0,601 dibandingkan nilai beta kualitas jasa yang hanya 0,238. Pada pengujian secara simultan diketahui bahwa variable Kualitas Jasa dan pengembangan produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
4.	Taupan Setiady, Erry Sukriah, dan Rosita (2015)	Pengaruh <i>Servicescape</i> terhadap Kepuasan Pengunjung di Floating Market Lembang	Independen : <i>Servicescape</i> Dependen : Kepuasan Pengunjung	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>servicescape</i> memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung. Adapun nilai pengaruh dari <i>servicescape</i> terhadap kepuasan pengunjung sebesar 33,8% dan sisanya sebesar 66,2% dipengaruhi oleh variabel lain.
5.	Cempaka Dyah Pramita (2015)	Pengaruh <i>Servicescape</i> Lingkungan Layanan) terhadap Kepuasan dan Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah (Survei Pada Nasabah Tabungan Simpeda PT Bank Pembangunan Jawa Timur Tbl. Kantor Cabang Kediri)	Independen : <i>Servicescape</i> Dependen : Kepuasan Nasabah Variabel Mediasi: Loyalitas Nasabah	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel <i>servicescape</i> (X) memiliki pengaruh secara langsung terhadap kepuasan nasabah secara signifikan. Kemudian variabel kepuasan nasabah (Y) berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah (Z) dan berpengaruh signifikan.
6.	Febrian Angkow	Pengaruh <i>Servicescape</i> dan	Independen : <i>Servicescape</i>	Hasil penelitian diperoleh <i>Servicescape</i>

	(2016)	Kualitas Pelayanan <i>Customer Service</i> terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank BNI (Persero, Tbk) Cabang Manado	dan Kualitas Pelayanan Dependen : Kepuasan Nasabah	dan Kualitas Pelayanan <i>Customer Service</i> secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, secara parsial hanya kualitas pelayanan <i>Customer Service</i> yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah yang ada di PT. Bank BNI Cabang Manado.
7.	R.F.C Moningga dan S.S.R Loindong (2016)	Pengaruh <i>Servicescape</i> dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Manado <i>Town Square 1</i>	Independen : <i>Servicescape</i> dan Lokasi Dependen : Keputusan Pembelian	Hasil penelitian yaitu <i>Servicescape</i> dan Lokasi secara bersama berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Manado <i>Town Square 1</i> . <i>Servicescape</i> dan Lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Manado <i>Town Square 1</i> . <i>Servicescape</i> variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian pada Manado <i>Town Square 1</i> .
8.	Mirna Masloman, Bode Lumanauw, Irvan Trang (2014)	Kualitas Pelayanan dan <i>Servicescape</i> pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen pada <i>Kentucky Fried Chicken</i>	Independen : Kualitas Pelayanan <i>Servicescape</i> Dependen : Kepuasan Konsumen	Hasil analisis menunjukkan baik secara simultan dan parsial kualitas layanan dan <i>Servicescape</i> memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan

		Multimart Ranotana Manado		konsumen.
9.	Jodi Herlambang (2016)	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap kepuasan nasabah PD BPR Sumedang Cabang Darmaraja	Independen : <i>Service Quality</i> Dependen : Kepuasan Nasabah	Hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh Wujud Fisik (<i>tangible</i>), Keandalan (<i>reliability</i>), Daya Tanggapan (<i>responsiveness</i>), Jaminan (<i>assurance</i>), dan Empati (<i>empathy</i>) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PD BPR Sumedang Cabang Darmaraja sebesar 97,8% sedangkan sisanya 2,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Sumber: Diolah Peneliti 2017

1.8. Hipotesis

Menurut Anwar Sanusi (2011: 44) Hipotesis berasal dari kata *hipo* yang berarti ragu dan *tesis* yang berarti benar. Jadi hipotesis adalah kebenaran yang masih diragukan. Hipotesis merupakan hasil pemikiran rasional yang dilandasi oleh teori, dalil, hukum, dan sebagainya yang sudah ada sebelumnya. Berdasarkan penjelasan dari hubungan antar variabel diatas maka hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

Ho : Tidak terdapat pengaruh positif *Servicescape* (lingkungan pelayanan) terhadap kepuasan nasabah di BRI Kantor Cabang Subang.

H1 : Terdapat pengaruh positif *Servicescape* (lingkungan pelayanan) terhadap kepuasan nasabah di BRI Kantor Cabang Subang.

Ho : Tidak terdapat pengaruh positif *Service Quality* (kualitas pelayanan) terhadap kepuasan nasabah di BRI Kantor Cabang Subang.

H2 : Terdapat pengaruh positif *Service Quality* (kualitas pelayanan) terhadap kepuasan nasabah di BRI Kantor Cabang Subang.

Ho : Tidak terdapat pengaruh *Servicescape* (lingkungan pelayanan) dan *Service Quality* (kualitas pelayanan) secara simultan terhadap kepuasan nasabah di BRI Kantor Cabang Subang.

H3 : Terdapat pengaruh *Servicescape* (lingkungan pelayanan) dan *Service Quality* (kualitas pelayanan) secara simultan terhadap kepuasan nasabah di BRI Kantor Cabang Subang.

