# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Selaras dengan kemajuan bidang ilmu pengetahuan dan teknologi, yaitu dengan adanya inovasi-inovasi baru maka konsumen akan melakukan tindakan yang lebih selektif dalam memenuhi kebutuhan yang diinginkan.Kondisi tersebut menjadikan perusahaan dituntut untuk dapat mengantisipasi setiap perubahan lingkungan agar dapat terus menerus mengikuti selera konsumen.Riset pemasaran dapat menunjang keberhasilan perusahaan, karena perusahaan dapat memperoleh informasi dari konsumen mengenai produk yang dihasilkan dan akan dapat diketahui apa yang sebenarnya menjadi keinginan konsumen.

Perubahan lingkungan dalam proses perkembangan suatu negara secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi kehidupan tata ekonomi,caracara pemasaran maupun perilaku konsumen .Selera konsumen juga menunjukkan adanya perubahan,yaitu berkembang dari waktu ke waktu serta keinginan saat ini tidak sama dengan keinginan yang akan datang.Hal tersebut antara lain disebabkan karena pendapatan yang secara terus-menerus tambah,kemajuan pendidikan,perkembangan komunikasi dan transportasi serta hubungan sosial yang semakin luas.Perubahan-perubahan yang terjadi menuntut pihak manajemen pemasaran harus dapat selalu memperbaharui pengenalan terhadap konsumennya.

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat akhirakhir juga mempengaruhi hampir di segala bidang kegiatan manusia.Pengaruh konkritnya terlihat dengan adanya barang / jasa yang ditawarkan untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Pada industri perbankan, hal ini dapat terlihat dari semakin beragamnya fasilitas pelayanan yang diberikan misalnya seperti fasilitas ATM (Anjungan Tunai Mandiri /Automatic Teller Machine ),E-mail Banking/ Internet Banking,Phone Banking,dan lain sebagainya.

#### 1.2 Perumusan Masalah

Masalah pada penelitian ini adalah "Apakah kualitas jasa perbankan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas nasabah pada Bank Artha Graha Cabang Semarang-Pemuda?".

Secara rinci permasalahan tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

- 1. Apakah kualitas jasa pada dimensi wujud penampilan atau bukti langsung (tangibles) berpengaruh secara positif terhadap loyalitas nasabah Bank Artha Graha Cabang Semarang-Pemuda?
- 2. Apakah kualitas jasa pada dimensi kehandalan *(reliability)* berpengaruh secara positif terhadap loyalitas nasabah Bank Artha Graha Cabang Semarang-Pemuda?
- 3. Apakah kualitas jasa pada dimensi daya tanggap (respomiveness) berpengaruh secara positif terhadap loyalitas nasabah Bank Artha Graha Cabang Semarang-Pemuda?
- 4. Apakah kualitas jasa pada dimensi jaminan (assurance) berpengaruh secara positif terhadap loyalitas nasabah Bank Artha Graha Cabang Semarang-Pemuda?
- 5. Apakah kualitas jasa pada dimensi kepedulian (emphaty) berpengaruh secara positif terhadap loyalitas nasabah Bank Artha Graha Cabang Semarang-Pemuda?
- 6. Apakah dimensi tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty secara Cahang Semarang-Pemuda?
- 7. Dimensi apa yang merniliki pengarah terbesar terhadap loyalitas nasabah Bank Artha (iraha Cabang Semarang-Pemuda?

#### 1.3 Pembatasan Masalah

Agar pembahasan masalah dalam penelitian tidak terlalu melebar,maka dibatasi pada nasabah penabung,adapun dimensi kualitas jasa terdiri dari lima dimensi.yaitu:

- a) wujud penampilan atau bukti langsung (tangibles)
- b) kehandalan (reliability)
- c) daya tanggap (responsiveness)

- d) jaminan (assurance)
- e) kepedulian (emphaty)

## 1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan ini dimaksudkan untuk:

- Untuk mengetahui sejauh mana kualitas jasa pada dimensi wujud penampilan atau bukti langsung (tangibles) mempengarahi loyalitas nasabah Bank Artha Graha Cabang Semarang-Pemuda.
- 2. *Untuk mengetahui sejauh mana kualitasjasapada dimensi kehandalan* (reliability) mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Artha Graha Cabang Semarang-Pemuda.
- 3. Untuk mengetahui sejauh mana kualitas jasa pada dimensi dayatanggap (responsiveness) menmpengaruhi loyalitas nasabah Bank Artha Graha Cabang Semarang-Pemuda,
- 4.Untuk mengetahui sejauh mana kualitas jasa pada dimensi jaminan (assurance) mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Artha Graha Cabang Semarang-Pemuda.
- 5. Untuk mengetahui sejauh mana kualitas jasa pada dimensi kepedulian(*emphaty*) mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Artha Graha Cabang Semarang-Pemuda.
- 6. Untuk mengetahui sejauh mana dimensi tangibles, reliability, respomiveness, assurance, emphaty secara bersama mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Artha Graha Cabang Semarang-Pemuda.
- 7. Untuk mengetahui dimensi apa yang memiliki pengaruh terbesar mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Artha Graha Cabang Semarang-Pemuda.