

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era perdagangan bebas setiap perusahaan menghadapi persaingan yang sangat ketat, termasuk di dunia perbankan. Menjelang MEA di sektor keuangan pada tahun 2020, bank lokal perlu mempersiapkan untuk berkompetisi dengan bank lokal (BUMN), swasta maupun asing. Dikutip dari (asabri.co.id) bahwa perkembangan pension di wilayah cabang kerja dari tahun ke tahun mengalami peningkatan, langkah PT. Bank Yudha Bhakti yang mengelola dana pensiunan juga melakukan sinergi pelayanannya. Berbagai kebijakan misalnya melalui penciptaan kualitas pelayanan yang prima pada nasabah PT. Bank Yudha Bhakti.

Dunia perbankan di Indonesia yang masih terbuka lebar, dengan tingkat persaingan yang tinggi membuat para pengusaha, perusahaan dan investor berlomba-lomba bersaing untuk mendapatkan keuntungan besar pada pasar Indonesia. Untuk menghadapi hal tersebut maka perlu adanya sebuah strategi yang tepat agar tercapainya tujuan yang diinginkan oleh perusahaan yaitu mendapatkan laba atau keuntungan. Perusahaan harus berusaha mempertahankan pangsa pasarnya, salah satu cara yang dapat di lakukan perusahaan adalah membangun harga dan promosi yang semakin menarik minat nasabah untuk mengatasi tekanan yang di lakukan oleh kompetitor.

Harga dan promosi menjadi hal utama yang dapat diperhatikan oleh perusahaan, melalui kualitas pelayanan yang baik, perusahaan mampu

menciptakan loyalitas pada nasabah terhadap pelayanan dan menimbulkan perasaan positif (*positive feeling*) pada saat membeli atau menggunakan sebuah pelayanan. Menurut Sarwita (2017) promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan pelayanan maupun jasa dengan tujuan untuk menarik calon nasabah untuk membeli atau mengkonsumsinya. Menurut Wahyuni (2016) bagi bank, promosi penjualan dapat dilakukan melalui pemberian bunga khusus (*special rate*), pemberian intensif kepada setiap nasabah yang memiliki simpanan dengan saldo tertentu, pemberian cinderamata, hadiah atau undian kepada nasabah loyal dan promosi penjualan lainnya. Kekuatan merek dapat ditelusuri dari persepsi nasabah dan pemahaman tentang apa yang mereka peroleh, mengamati, merasakan dan mendengar tentang merek sebagai konsekuensi dari keterlibatan nasabah dengan merek tertentu di masa lalu.

PT. Bank Yudha Bhakti, Tbk merupakan salah satu bank swasta yang dimiliki oleh PT. ASABRI (Persero) dan PT. Gozco Capital di Indonesia yang berdiri pada tanggal 19 September 1989 dan mulai beroperasi secara komersial pada tanggal 9 Januari 1990, dimana PT Bank Yudha Bhakti tersebut berkantor pusat di daerah Pancoran Jakarta Selatan. PT. Bank Yudha Bhakti sudah membuka banyak cabang diseluruh Jakarta sampai luar kota. PT. Bank Yudha Bhakti bergerak dibidang pensiunan, maka tidak heran jika nasabah PT. Bank Yudha Bhakti umumnya berasal dari kalangan para pensiun baik pensiunan Pegawai Negeri Sipil (PNS), ABRI, POLRI dan TNI, selain itu PT. Bank Yudha Bhakti juga memiliki nasabah dari kalangan Sipil. Disamping itu, PT. Bank Yudha Bhakti tidak terlepas dari berbagai masalah, salah satunya adalah kecilnya limit tabungan yang dimiliki

oleh nasabah dikarenakan nasabah PT. Bank Yudha Bhakti hanya menjadikan pelayanan tabungannya sebagai alat pembayaran gaji saja, contohnya lebih banyak nasabah yang hanya memiliki sisa saldo dibawah Rp 1.000.000,- .

Sejalan dengan perkiraan Bank Indonesia (BI) pertumbuhan ekonomi di 2018 akan lebih baik dibandingkan 2017 yakni di kisaran 5,1-5,5 persen, PT Bank Yudha Bhakti Tbk optimis target kinerja keuangan di 2018 seyogyanya akan lebih tinggi dibandingkan 2017. Direktur Utama Bank Yudha Bhakti, Arifin Indra mengatakan bahwa di 2018 perseroan menargetkan kredit dapat tumbuh 26,93 persen menjadi Rp5,07 triliun dengan pertumbuhan dana pihak ketiga (DPK) sebesar 24,34 persen menjadi Rp5,12 triliun. Guna terpenuhinya realisasi rencana bisnis di 2018 tersebut, perseroan akan melakukan beberapa langkah strategis yaitu pembukaan Kantor Cabang di Wilayah Jakarta, Pontianak, Malang, Yogyakarta/Solo dan Purwokerto, membuka 11 Kantor Kas baru di wilayah customer base Bank Yudha Bhakti. Salah satu cara dan program menarik nasabah PT. Bank Yudha Bhakti, manajemen melakukan berbagai strategi yaitu meningkatkan kualitas pelayanan, memperbaiki strategi harga serta melakukan kegiatan promosi melalui advertising, personal selling, hubungan masyarakat, promosi penjualan. Pengelolaan strategi tersebut diharapkan dapat meningkatkan pertumbuhan nasabah PT. Bank Yudha Bhakti.

Penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi telah banyak dilakukan di Indonesia. Berbagai hasil penelitian yang dijadikan sebagai bahan pembandingan oleh penulis dengan hasil penelitian dalam karya ilmiah diantaranya adalah penelitian Fajri, Arifin dan Wilopo (2013) dengan hasil

penelitiannya bahwa tidak ada pengaruh harga yang signifikan terhadap keputusan menabung pada nasabah Bank Muamalat Cabang Malang. Kemudian penelitian Sarwita (2017) dengan hasil penelitiannya bahwa baik kualitas pelayanan maupun promosi sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada Perumda BPR pusat majalengka. Sedangkan penelitian Wahyuni (2016) dengan hasil penelitiannya bahwa promosi penjualan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada tabungan Simpedes PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI). Dalam hal ini, penelitian ini dimaksudkan untuk melakukan pengujian lebih lanjut selain pengaruh dari variabel kualitas pelayanan yaitu harga dan promosi. Oleh karena itu, berdasarkan uraian *research gap* diatas maka penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Tabungan PT. Bank Yudha Bhakti Cabang Pembantu Depok”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas pelayanan, harga dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada tabungan di PT. Bank Yudha Bhakti Cabang Pembantu Depok?
- b. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada tabungan di PT. Bank Yudha Bhakti Cabang Pembantu Depok?

- c. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada tabungan di PT. Bank Yudha Bhakti Cabang Pembantu Depok?
- d. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada tabungan di PT. Bank Yudha Bhakti Cabang Pembantu Depok?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian dapat disusun sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada tabungan di PT. Bank Yudha Bhakti Cabang Pembantu Depok.
- b. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada tabungan di PT. Bank Yudha Bhakti Cabang Pembantu Depok.
- c. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada tabungan di PT. Bank Yudha Bhakti Cabang Pembantu Depok.
- d. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, harga dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada tabungan di PT. Bank Yudha Bhakti Cabang Pembantu Depok.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

a. Bagi Peneliti

a) Penelitian ini sebagai salah satu syarat untuk memenuhi kelulusan Program Strata 1 (S1) oleh mahasiswa/i Universitas Satya Negara Indonesia.

b) Penerapan implementasi dalam melatih kemampuan dalam menganalisis pengaruh dari kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada tabungan di PT. Bank Yudha Bhakti Cabang Pembantu Depok.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini di harapkan dapat dijadikan masukan perusahaan dalam mengembangkan strategi di bidang manajemen pemasaran dalam rangka meningkatkan tingkat menabung di Bank Yudha Bhakti.

c. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini di harapkan dapat digunakan sebagai bahan dalam pengembangan penelitian selanjutnya.