

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring dengan pembangunan perekonomian di Indonesia yang sedang terjadi, sektor perbankan merupakan sektor yang tidak dapat dipisahkan baik itu secara langsung maupun tidak langsung dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang mengacu kepada pembangunan perekonomian di Indonesia. Sektor perbankan yang dimaksud merupakan sektor perbankan nasional yang terdapat di Indonesia.

Peranan yang tampak jelas terlihat di ruang publik terkait dengan kontribusi nyata sektor perbankan dalam pembangunan perekonomian di Indonesia yang paling utama adalah berkaitan dengan penyaluran serta penghimpunan dana dari maupun kepada masyarakat dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan taraf hidup rakyat Indonesia. Seperti yang terdapat dalam Undang-Undang RI No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan menjelaskan bahwa, Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat (Kasmir, 2012: 24).

Malayu S.P. Hasibuan berpendapat bahwa, perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya (Hasibuan, 2008: 1).

Hal demikian juga dikatakan oleh G.M. Verryen Stuart bahwa, bank adalah badan usaha yang wujudnya memuaskan keperluan orang lain, dengan memberikan kredit berupa uang yang diterima dari orang lain, sekalipun dengan jalan mengeluarkan uang baru kertas atau logam (Hasibuan, 2008: 2).

Berdasarkan beberapa pengertian di atas penulis bermaksud menyimpulkan bahwa bank adalah badan usaha yang berbentuk lembaga keuangan yang menghimpun dana dari masyarakat yang memiliki kelebihan dana (*surplus of fund*) dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat yang kekurangan dana (*lack of fund*), serta memberikan jasa-jasa bank lainnya demi meningkatkan kesejahteraan taraf hidup rakyat banyak.

Dewasa ini, mengingat bahwa pentingnya investasi dalam bentuk tabungan sangat perlu dipersiapkan oleh masyarakat, baik itu untuk mempersiapkan maupun memenuhi segala kebutuhan tidak terduga di masa yang akan datang, pihak perbankan nasional mulai giat untuk melakukan penghimpunan dana sebanyak mungkin dari masyarakat dengan melalui berbagai upaya penawaran agar menarik daya minat masyarakat dan dalam hal mempercayai perbankan sebagai wadah untuk menyimpan dana investasi tabungan mereka.

Mengingat giatnya penawaran akan penghimpunan dana tabungan yang dilakukan oleh perbankan nasional, problematika persaingan pun ikut turut mendominasi di dalamnya. Hal itu tampak terlihat ketika masing-masing perbankan mengerahkan segala keunggulan kompetitif yang dimiliki

perusahaan yang dapat masyarakat rasakan dalam bentuk penawaran atas keunggulan produk dengan segala manfaat disertai dengan pelayanan yang berkualitas dan aksesibilitas jasa perbankan untuk mengambil alih perhatian ruang publik sebagai landasan kemampuan perbankan tersebut.

Mengingat posisi sangat menentukan sebuah prestasi, pihak perbankan harus mengambil alih posisi pasar dan berupaya menjadikan diri sebagai *market leader* (pemimpin pasar) untuk memenangkan posisi ditengah kompetitor di dalam persaingan tersebut dengan mengutamakan keunggulan kompetitif, strategi perbankan, serta agresivitas pihak perbankan sebagai landasan kemampuan bersaing.

Menyingkapi hal demikian, perihal yang hendak dilakukan perusahaan yang paling menjadi prioritas utama adalah terkait dengan bagaimana dan seperti apa pemenuhan keinginan dan kebutuhan nasabah untuk sebuah arti penting mewujudkan sebuah kepuasan nasabah. Perihal memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah, diperlukan suatu strategi pemasaran yang terintegrasi dan kompleks untuk menciptakan sebuah kepuasan nasabah. Salah satu strategi pemasaran yang dapat direncanakan dan kemudian diimplementasikan di dalam persaingan maupun operasional perusahaan adalah melalui bauran pemasaran (*marketing mix*).

Bauran pemasaran atau *marketing mix* adalah kombinasi dari empat elemen pokok yang terdapat dalam program pemasaran perusahaan, meliputi *product, price, place, promotion* (Sunyoto, 2013: 27). Sebagai suatu bauran, elemen-elemen tersebut saling mempengaruhi satu sama lain,

sehingga bila salah satu tidak tepat pengorganisasiannya akan mempengaruhi strategi pemasaran secara keseluruhan. Selain itu pula setiap elemen tidak dapat berjalan sendiri-sendiri tanpa dukungan dari elemen yang lain.

Namun, berbeda dengan halnya untuk perusahaan jasa. Konsep bauran pemasaran jasa memerlukan bauran pemasaran yang diperluas (*expanded marketing mix for service*) dengan penambahan unsur *marketing mix*, yaitu *people* (orang), *physical evidence* (sarana fisik), dan *process* (proses), sehingga menjadi 7 unsur (7P) (Hurriyati, 2010:48). Tambahan elemen tersebut tidak terlepas dalam upaya memenangkan kompetisi diantara deretan kompetitor serta terwujudnya kepuasan nasabah maupun calon nasabah.

Kotler dan Keller (2007: 177), menjelaskan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Tolak ukur sebuah kepuasan konsumen ataupun nasabah dapat terlihat dan diketahui dari penggunaan ulang produk maupun jasa yang disediakan oleh pihak penyedia produk atau jasa tersebut.

Mengingat pentingnya hal tersebut, pihak perbankan dituntut untuk selalu meninjau serta mengevaluasi kembali rasa puas yang dirasakan oleh pihak konsumen atau nasabah perbankan guna untuk menumbuh kembangkan serta tercapainya sebuah loyalitas nasabah. Hal demikian dimaksud bertujuan untuk meningkat pendapatan perusahaan serta menjadi

market leader di masa yang akan datang dengan estimasi bahwa kepuasan nasabah akan membawa pengaruh baik dari sisi perusahaan terkait dalam hal perekomendasi terhadap calon maupun pangsa pasar perbankan yang bersangkutan atas nasabah yang loyal. Pengevaluasian terkait dengan kepuasan nasabah sangat perlu dilakukan mengingat bahwa, nasabah yang merasa kepuasannya terpenuhi, tidak menjadi jaminan mereka tetap setia pada bank yang bersangkutan, dikarenakan perbankan lainnya yang akan selalu berupaya menawarkan serta memberikan pelayanan sesuai dengan yang diinginkan.

PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat merupakan perusahaan yang bergerak dibidang perbankan. Dalam menjalankan aktivitas perusahaan jasa perbankan, pihak PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat memerlukan strategi pemasaran dengan melalui bauran pemasaran guna meningkatkan serta tercapainya kepuasan nasabah serta tujuan perusahaan yang telah ditentukan.

Namun pada kenyataan di lapangan, pengimplementasian atas segala kebijakan yang telah dibuat oleh pihak manajemen perbankan, berkaitan dengan strategi pelaksanaan kegiatan operasional perbankan untuk mencapai kepuasan nasabah dan tujuan perusahaan, bukanlah hal yang mudah. Salah satunya disebabkan karena persepsi antara nasabah dengan pihak manajemen perbankan dapat dikatakan tidaklah selalu sama.

Mengingat begitu pentingnya hal di atas, pihak perbankan dituntut untuk selalu mengevaluasi jalannya kebijakan terkait dengan strategi yang

telah ditetapkan serta daya upaya dalam proses pelaksanaan kegiatan operasionalnya, baik itu yang bersifat absolut maupun kontemporer, agar pihak perbankan dapat memberikan kepuasan terhadap nasabah yang dimiliki. Pengevaluasian serta upaya tersebut perlu dilakukan mengingat persaingan yang begitu ketat antar perbankan dengan tujuan untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabah demi kelangsungan hidup perusahaan saat ini dan di masa yang akan datang. Untuk memiliki kemampuan *market leader* dalam persaingan, PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat mempersiapkan langkah untuk melaksanakan peningkatan strategi pemasaran serta pemberdayaan sumber daya manusia secara terintegrasi.

Bauran pemasaran yang telah diberikan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat terkait atas produk jasa, tarif jasa, tempat, promosi, orang, dan sarana fisik, serta proses ialah meliputi tabungan Simpedes, tabungan Britama, deposito, tabungan haji, dan Tabunganku untuk produk simpanan; Kupedes dan KUR mikro untuk produk pinjaman, serta jasa perbankan lainnya seperti pembayaran, pembelian, dan transfer; biaya pembukaan rekening yang terjangkau, bunga simpanan dan pinjaman yang ditawarkan serta biaya administrasi yang bersaing; lokasi kantor yang strategis dan mudah terjangkau, serta didukung dengan keamanan lokasi; promosi yang berkaitan dengan undian dan pemberian hadiah secara langsung serta brosur yang memuat informasi yang dibutuhkan; sumber daya manusia yang memiliki kehandalan, kecepatan tanggapan, dan jaminan

rasa aman, serta rasa empati; penerapan kemudahan prosedur penyetoran maupun penarikan, pelayanan *online*; ketersediaan lahan parkir, dan ruang tunggu yang nyaman, serta ATM center 24 jam *non stop*.

Keikutsertaan dalam program penghimpunan dana investasi tabungan, kegiatan finansial yang dilakukan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat yaitu dengan melalui penghimpunan dana (*funding*) dari pihak nasabah atas salah satu produk tabungan yang dimiliki perbankan. Terkait dengan salah satu produk simpanan PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat tersebut adalah tabungan Simpedes. Tabungan Simpedes merupakan produk simpanan pedesaan yang dijadikan sebagai produk simpanan masyarakat kali pertama dikeluarkan oleh pihak PT. Bank Rakyat Indonesia. Tabungan ini merupakan salah satu produk yang memberikan kontribusi dalam meningkatkan Dana Pihak Ketiga (DPK). Dewasa ini, tabungan Simpedes adalah salah satu produk simpanan yang diprioritaskan pada kantor-kantor unit. Artinya setiap unit kerja harus mencapai target RAK (Rencana Anggaran Kerja) yang telah ditentukan oleh Kantor Pusat sebagai penilaian kinerja dari unit kerja tersebut. Jika unit kerja yang bersangkutan tidak dapat mencapai target RAK (Rencana Anggaran Kerja) yang telah ditentukan, maka akan berdampak pada prestasi unit kerja tersebut.

Tabungan Simpedes memiliki berbagai macam keunggulan kompetitif, salah satunya adalah aksesibilitas jaringan *online*, yaitu sistem yang dapat digunakan untuk bertransaksi di PT. Bank Rakyat Indonesia

yang ada di seluruh Indonesia dengan dilengkapi dengan kartu Anjungan Tunai Mandiri (ATM) yang dapat digunakan di seluruh ATM PT. Bank Rakyat Indonesia dan semua ATM bank lainnya. Produk tabungan Simpedes terus-menerus dikembangkan dengan berbagai atribut, baik kualitas, fitur, serta desain produk. Tidak hanya itu saja, melalui peranan *handphone* (HP), nasabah dapat menikmati layanan perbankan selama 24 *non stop* berupa layanan *internet banking* yang dapat digunakan untuk aksesibilitas berbagai macam transaksi perbankan agar lebih efektif dan efisien. Jaringan yang selalu di *up-grade* guna menunjang kualitas produk, penambahan fitur produk, disertai desain program promosi seperti Panen Bulanan Simpedes, Pesta Rakyat Simpedes, Undian Simpedes, *Direct Gift*, dan grebek pasar. Hal ini diberikan oleh pihak PT. Bank Rakyat Indonesia, mengingat atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah dalam rangka mewujudkan kepuasan nasabah, khususnya nasabah tabungan Simpedes yang ada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh penulis terhadap pihak PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat melalui wawancara terhadap pelayanan pelanggan (*customer service*) untuk mendapatkan informasi dan kejelasan terkait dengan bagaimana gambaran kepuasan menyangkut pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah tabungan Simpedes dari sistem pemasaran yang telah diberikan oleh pihak PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat, menyatakan bahwa masih adanya nasabah yang berdatangan untuk mengajukan keluhan terkait atas produk tabungan

Simpedes terutama pada pelayanan non tunai seperti transaksi gagal, transaksi bermasalah pada rekening, dan sistem jaringan ATM yang bermasalah, hingga kartu ATM tertelan.

Kemudian dari kegiatan observasi penulis terhadap pihak PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat, penulis mendapatkan informasi terkait dengan keluhan dari sesama nasabah mengenai masalah kecepatan tanggapan dalam proses pelayanan yang diberikan. Hal itu khususnya terjadi pada awal serta akhir bulan terkait dengan proses antrian yang panjang dan penumpukan nasabah dikarenakan permasalahan pada sistem jaringan. Selain itu, perpindahan lokasi kantor unit PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat satu tahun yang lalu, membuat aksesibilitas sebagian nasabah tabungan Simpedes menjadi rendah. Keadaan seperti ini akan berdampak nantinya di masa yang akan datang pada tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah tabungan Simpedes.

Terkait dengan uraian di atas, maka berikut ini adalah tabel perkembangan jumlah nasabah tabungan Simpedes PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat, Bangka Belitung pada lima tahun terakhir.

Tabel I.1. Perkembangan Jumlah Nasabah Tabungan Simpedes Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat, Bangka Belitung Tahun 2012-2016 (per 30 September 2016)

No.	Tahun	Jumlah Nasabah	Perkembangan Jumlah Nasabah
1.	2012	1.204	
2.	2013	1.648	36,88%
3.	2014	2.894	75,61%
4.	2015	4.106	41,87%
5.	2016	5.300	29,07%

Sumber: PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat dan diolah penulis, 2017

Data di atas memperlihatkan perkembangan jumlah nasabah tabungan Simpedes PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat, dalam kurun waktu tahun 2012-2016. Dengan paparan data yang tersedia di atas, maka dapat disimpulkan bahwa, nasabah tabungan Simpedes yang ada pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat secara terus menerus mengalami peningkatan. Hal ini tentu saja merupakan prestasi yang membanggakan dan harus dipertahankan. Akan tetapi peningkatan yang telah terjadi dalam kurun waktu 5 (lima) tahun ke belakang, sewaktu-waktu bisa saja mengalami penurunan. Hal tersebut dapat saja terjadi apabila adanya penurunan sistem pemasaran dan pelayanan yang berdampak pada kepuasan nasabah.

Pada tabel dapat dilihat bahwa terjadi peningkatan jumlah nasabah tabungan Simpedes PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat secara terus menerus. Pada tahun 2012 dengan jumlah nasabah tabungan Simpedes PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat sebanyak 1.204 nasabah. Selanjutnya pada tahun 2013 terjadi peningkatan nasabah dengan total jumlah nasabah tabungan Simpedes menjadi sebanyak 1.648 nasabah dengan jumlah persentase peningkatan 36,88%. Pada tahun 2014 terjadi peningkatan kembali nasabah tabungan Simpedes menjadi sebanyak 2.894 nasabah dengan jumlah persentase peningkatan 75,61%. Kemudian pada tahun 2015 jumlah nasabah tabungan Simpedes menjadi sebanyak 4.106 nasabah dengan jumlah persentase peningkatan 41,87%. Selanjutnya, untuk tahun 2016 jumlah nasabah tabungan Simpedes meningkat kembali

menjadi sebanyak 5.300 nasabah dengan jumlah persentase peningkatan 29,07% (per September 2016). Diketahui dari tabel di atas secara jumlah, nasabah tabungan Simpedes memang mengalami pertumbuhan peningkatan, namun dari sisi nilai persentase atas pertumbuhan yang terjadi, selanjutnya mengalami penurunan jumlah pertumbuhan peningkatan pada tahun 2015 dan 2016. Hal tersebut terlihat pada tabel, yaitu atas nilai persentase sebesar 75,60% menurun menjadi 41,87% hingga 29,07%. Data tersebut memperlihatkan perlemahan pertumbuhan dari tahun 2015 hingga 2016.

Peningkatan maupun penurunan yang terjadi terhadap pertumbuhan nasabah tabungan Simpedes, semuanya ditentukan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat, terkait bagaimana dalam menjalankan serta penerapan Strategi Pemasaran dan pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Pihak PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat harus tetap melakukan pembaharuan bagaimana cara mempertahankan dan mendapatkan calon nasabah melalui peningkatan kepuasan nasabah. Namun, ada aspek lain yang menjadi faktor penyebab serta mempengaruhi jumlah peningkatan maupun penurunan jumlah nasabah tabungan Simpedes PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat, yaitu keadaan pasar serta kondisi perekonomian Bangka Belitung, khususnya di kota Sungailiat.

Mengingat pentingnya menjaga strategi pemasaran terhadap nasabahnya dalam rangka menjawab tantangan dalam persaingan dewasa ini, maka bank harus selalu mengukur seberapa besar penerapan dan peranan strategi pemasaran yang telah mereka berikan kepada nasabah.

Dari sistem pemasaran yang diberikan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat seperti keberagaman produk yang berkualitas; biaya pembukaan rekening yang terjangkau, bunga simpanan dan pinjaman yang ditawarkan serta biaya administrasi yang bersaing; lokasi kantor yang strategis, terjangkaunya lokasi serta keamanan lokasi; promosi yang berkaitan dengan undian dan pemberian hadiah secara langsung dan brosur yang memuat informasi yang dibutuhkan; sumber daya manusia yang memiliki kehandalan, kecepatan tanggapan, dan jaminan rasa aman, serta rasa empati; penerapan kemudahan prosedur penyetoran maupun penarikan, pelayanan *online*; ketersediaan lahan parkir, dan ruang tunggu yang nyaman, serta ATM center 24 jam *non stop*, apakah kepuasan nasabah tabungan Simpedes sudah terpenuhi sepenuhnya, sehingga tumbuhnya loyalitas terhadap PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat yang nantinya akan berimbas pada nasabah untuk menggunakan serta memanfaatkannya jasa kembali.

Dengan keberhasilan pihak perbankan menjalankan sistem pemasaran yang diberikan kepada nasabah, maka yang diharapkan oleh bank adalah perkomendasi ke rekan-rekannya yang lain untuk menggunakan jasa PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat. Dengan demikian, pembelanjaan akan jasa pelayanan perbankan semakin mengalami peningkatan jika nasabah merasa puas.

Berdasarkan uraian di atas, dari latar belakang yang dikemukakan, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih mendalam sehingga diperoleh

pemahaman terkait dengan sistem bauran pemasaran terhadap kepuasan nasabah yang dituangkan dalam skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Jasa (Produk Jasa, Tarif Jasa, Tempat, Promosi, Orang, Sarana Fisik, dan Proses) Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Simpedes (Studi Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat)”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah yang akan dikemukakan adalah:

1. Bagaimana produk jasa, tarif jasa, tempat, promosi, orang, sarana fisik, dan proses, serta kepuasan nasabah tabungan Simpedes pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat ?
2. Apakah produk jasa berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah tabungan Simpedes pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat ?
3. Apakah tarif jasa berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah tabungan Simpedes pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat ?
4. Apakah tempat berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah tabungan Simpedes pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat ?
5. Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah tabungan Simpedes pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat ?

6. Apakah orang berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah tabungan Simpedes pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat ?
7. Apakah sarana fisik berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah tabungan Simpedes pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat ?
8. Apakah proses berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah tabungan Simpedes pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat ?
9. Apakah produk jasa, tarif jasa, tempat, promosi, orang, dan sarana fisik, serta proses berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah tabungan Simpedes pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat ?

1.3. Batasan Masalah

Pembatasan masalah sangat ditekankan sekali, guna untuk mengantisipasi serta menghindari kemungkinan terjadinya penyimpangan terkait dengan penafsiran judul. Penelitian ini dibatasi hanya pada analisis strategi bauran pemasaran Jasa (produk, tarif jasa, tempat, promosi, orang, dan sarana fisik, serta proses) dan kepuasan nasabah tabungan Simpedes pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat.

1.4. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang ada, maka penelitian ini mempunyai tujuan yang diharapkan. Berdasarkan masalah-masalah yang tercantum dalam identifikasi masalah adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis produk, tarif jasa, tempat, promosi, orang, sarana fisik, dan proses, serta kepuasan nasabah tabungan Simpedes pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh produk jasa terhadap kepuasan nasabah tabungan Simpedes pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh tarif jasa terhadap kepuasan nasabah tabungan Simpedes pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh tempat terhadap kepuasan nasabah tabungan Simpedes pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh promosi terhadap kepuasan nasabah tabungan Simpedes pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh orang terhadap kepuasan nasabah tabungan Simpedes pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat.

7. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh sarana fisik terhadap kepuasan nasabah tabungan Simpedes pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat.
8. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh proses terhadap kepuasan nasabah tabungan Simpedes pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat.
9. Untuk mengetahui dan menganalisis secara simultan pengaruh produk, tarif jasa, tempat, promosi, orang, dan sarana fisik, serta proses terhadap kepuasan nasabah tabungan Simpedes pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi, memperkaya serta memberikan kontribusi berupa pengetahuan terkait dengan produk jasa, tarif jasa, tempat, promosi, orang, sarana fisik, dan proses, serta kepuasan pelanggan (nasabah), sehingga dapat dijadikan bahan untuk melakukan penelitian serupa di masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi pihak PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat, sebagai upaya meningkatkan kepuasan nasabah tabungan Simpedes melalui produk

jasa, tarif jasa, tempat, promosi, orang, dan sarana fisik, serta proses yang baik dengan tujuan memuaskan nasabah dan menumbuh kembangkan serta menambah loyalitas nasabah.

3. Manfaat Kebijakan

Dasar pertimbangan dalam upaya untuk meningkatkan produk jasa, tarif jasa, tempat, promosi, orang, dan sarana fisik, serta proses demi pencapaian kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat.

1.6. Sistematika Penulisan

Pada penulisan skripsi ini terdapat 5 bab yang terdiri dari beberapa sub bab yang dapat diuraikan kembali. Sistematika Penulisan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang berisi latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Di dalam bab ini akan diuraikan tentang kerangka teori, yaitu terkait dengan teori tentang manajemen pemasaran, bank, pemasaran, strategi bauran pemasaran jasa (*marketing mix*, nilai pelanggan, kepuasan nasabah, dan teori-teori yang mendukung lainnya, seperti penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, serta hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, tempat dan waktu, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, skala pengukuran variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel dan teknik analisis data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan menguraikan hasil penelitian dan pembahasan, yaitu gambaran umum mengenai objek penelitian, karakteristik responden, selain itu juga terdiri dari pengujian uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, uji autokorelasi, uji regresi linear berganda, pembuktian hipotesis yang meliputi uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji f), pembahasan, dan jawaban atas pertanyaan dalam perumusan masalah.

BAB V PENUTUP

Merupakan penutup yang memuat kesimpulan dan saran dari hasil penelitian ini dan akan diakhiri dengan lampiran-lampiran yang terkait dengan hasil penelitian.