

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Marketing atau pemasaran adalah suatu cara bagaimana memuaskan kebutuhan pelanggan, jika pemasar memahami kebutuhan pelanggan dengan baik, mengembangkan produk yang mempunyai nilai superior dan menetapkan harga, mendistribusikan dan mempromosikan produknya secara efektif, maka produk-produk tersebut akan terjual dengan mudah (Muhammad Yusuf Saleh Miah Said, 2019).. Langkah-langkah dalam menentukan strategi pemasaran di dalam suatu perusahaan memberikan pengaruh yang sangat penting bagi perusahaan karena dengan strategi pemasaran yang baik pasti akan mempengaruhi laku atau tidaknya barang yang dipasarkan perusahaan tersebut.

Tanpa disadari setiap pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya telah merencanakan dan menjalankan strategi usaha atau strategi pemasaran. Strategi pemasaran yang dijalankan sangat bervariasi dari yang paling sederhana sampai dengan yang paling ilmiah, sesuai dengan pengetahuan dan pengalaman masing-masing pelaku usaha. Strategi pemasaran itu sendiri merupakan rencana implementasi dan pengendalian kegiatan yang bertujuan untuk mempengaruhi pertukaran guna mencapai sasaran-sasaran organisasi (Mulyadi Nitisusastro, 2013).

Mengembangkan dan menerapkan sebuah strategi pemasaran salah satu tahapannya adalah merencanakan bauran pemasaran yang terdiri dari empat elemen yaitu produk (*product*), harga (*price*), distribusi/tempat (*place*), dan promosi (*promotion*) (Philip Kotler Gary Armstrong, 2008). Salah satu strategi marketing yang bisa dilakukan yaitu dengan memberikan pengalaman yang membekas baik (*Experiential Marketing*) kepada konsumen atau dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang baik (*Service Quality*) agar konsumen nyaman dan puas terhadap produk dan layanan yang perusahaan berikan dan selanjutnya konsumen akan merekomendasikan produk yang kita berikan kepada kerabat dan keluarga dari konsumen tersebut, ini yang disebut kelompok referensi (*Reference Group*).

Penerapan *Experiential Marketing* yang memberikan pengalaman membekas kepada nasabah pada Bank Sumut Syariah Kcp Multatuli yaitu dengan cara *Corporate Social Responsibility (CSR) for "EARTH"* yang terdiri dari, Empati (*Empathy*), yaitu kompleksitas permasalahan sosial khususnya dilingkungan dan masyarakat sekitar,

tentunya menjadi perhatian dan menumbuhkan kepedulian serta rasa empati bagi Bank Sumut. Kesadaran (*Awareness*), yaitu Bank Sumut menyadari bahwa keberadaan perusahaan tidak semata-mata mengejar keuntungan finansial, melainkan juga mengedepankan etika bisnis, terutam kepedulian dan kontribusinya terhadap lingkungan dan masyarakat di sekitarnya. Tanggung Jawab (*Responsibility*), yaitu Program *CSR* Bank Sumut sebagai komitmen dan bentuk tanggung jawab yang lahir atas kesadaran sendiri dalam upaya mewujudkan keberdayaan masyarakat melalui peningkatan sumber daya manusia dan pengelolaan sumber daya alam yang berkelanjutan serta bersinergi dengan pemangku kepentingan (*stakeholder*). Transparansi (*Transparency*), yaitu Program *CSR* Bank Sumut dalam implementasinya dilaksanakan secara transparansi sesuai dengan prinsip *compliance* dan *Good Corporate Governance*. Harmonis (*Harmony*), yaitu Dengan Program *CSR* Bank Sumut diharapkan perusahaan, masyarakat dan lingkungan sekitar dapat hidup berdampingan secara harmonis, bersama merasakan kenyamanan dan bersama menikmati kesejahteraan (*Corporate Social Responsibility*, n.d.). Dengan adanya *CSR for EARTH* diharapkan dapat memberikan pengalaman yang membekas yang dirasakan nasabah dari pelayanan yang diberikan oleh Bank Sumut Syariah Kcp Multatuli.

Selanjutnya peneliti bertanya kepada salah satu karyawan Bank Sumut Syariah Kcp Multatuli menurutnya penerapan *Service quality* atau kualitas pelayanan dari Bank Sumut Syariah Kcp Multatuli meliputi selalu memberikan pelayanan yang “TERBAIK” yaitu, Terpercaya, Enerjik, Ramah, Bersahabat, Aman, Integrasi tinggi, serta Komitmen. Bank Sumut Syariah Kcp Multatuli selalu menjaga kepercayaan yang diberikan nasabah dan selalu menjaga kerahasiaan data dari nasabahnya, lalu para karyawan dari Bank Sumut Syariah Kcp Multatuli selalu enerjik atau bersemangat dalam melayani nasabahnya, tentunya para karyawan selalu menunjukkan sikap Ramah dalam berbicara kepada nasabahnya, dan para karyawan selalu menunjukkan sikap yang bersahabat kepada nasabahnya, dan para karyawan selalu memberikan rasa aman dan nyaman kepada para nasabah yang melakukan transaksi, dan para karyawan selalu menjunjung tinggi integritas dengan melakukan perbuatan yang membuat nasabah nyaman, dan para karyawan selalu menjaga komitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabahnya.

Untuk penerapan *Reference Group* atau kelompok referensi penelliti bertanya kepada salah seorang nasabah dari Bank Sumut Syariah Kcp Multatuli yang merupakan seorang mahasiswa, peneliti bertanya dari mana saudara tahu tentang bank Sumut Syariah Kcp Multatuli lalu beliau menjawab beliau tahu dari universitas tepat nya

kuliah karena untuk membayar uang kuliah harus melalui Bank Sumut dan beliau bertanya kepada temannya lalu temannya menyarankan untuk membuka rekening di Bank Sumut Syariah Kcp Multatuli dan sampai sekarang beliau membayar uang kuliahnya itu di Bank Sumut Syariah Kcp Multatuli.

Konsumen menjadi salah satu hal yang sangat penting bagi keberhasilan suatu perusahaan jika konsumen atau pembeli itu tidak ada maka perusahaan tersebut bisa dikatakan bangkrut. Kepuasan dari konsumen merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan, kepuasan adalah rasa senang dan nyaman atas suatu barang atau jasa yang di tawarkan suatu perusahaan kepada konsumen. Dengan rasa puas yang dirasakan konsumen akan menimbulkan rasa loyal dari konsumen terhadap barang atau jasa yang di tawarkan suatu perusahaan.

Bank Sumut syariah tugas dan tujuan yaitu menghimpun, mengelola dan mengatur seluruh hal yang berkaitan dengan keuangan untuk menggerakkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat khususnya dalam bidang perekonomian tetapi sesuai dengan prinsip prinsip syariah. Bank sumut syariah sangat menjunjung tinggi prinsip prinsip syariah, bank sumut syariah juga sering di hadapkan dengan masalah seperti masalah organisasi, manajerial, masalah permodalan dan juga rendahnya kualitas sumber daya manusia sehingga membuat lembaga tersebut bekerja kurang efektif, efisien dan inovatif.

Dalam usaha untuk mensejahterakan nasabah, diperlukan kerja sama team yang baik antara para staf di bank sumut syariah, diperlukan komunikasi yang tepat agar bisa membuat bank sumut syariah ini semakin berkembang dan maju, loyalitas dari nasabah menjadi salah satu tujuan dari bank sumut syariah kcp multatuli ini, loyalitas dari nasabah tercipta dari adanya rasa aman dan nyaman saat bergabung menjadi nasabah bank sumut syariah. Menjadikan teknik pemasaran dan pelayanan yang baik bisa membuat nasabah menjadi loyal terhadap suatu lembaga ini.

Seperti halnya *Experiential Marketing*, yang merupakan suatu strategi pemasaran yang memberikan pengalaman yang membekas bagi para konsumen, selain menjadikan emosional konsumen menjadi salah satu faktor loyalitas, harus adanya *service* yang baik untuk para konsumen, berbeda dengan konsumen di masa lalu konsumen saat ini semakin kritis dalam pemilihan produk yang memenuhi kebutuhan

serta keinginan mereka, sehingga menjadikan para penyedia produk dan jasa harus bekerja keras agar bisa menjadi salah satu wadah untuk masyarakat bernaung di dalamnya.

Agar nasabah menjadi loyal terhadap produk atau jasa yang kita tawarkan, maka diperlukanlah faktor kepuasan nasabah tersebut. Salah satu hal yang membuat kepuasan nasabah itu adalah *Service Quality*, kualitas pelayanan yang rendah akan berdampak terhadap terhadap kepuasan nasabah itu sendiri. Para nasabah semestinya hidup saling berdampingan antara satu dengan yang lain dan juga saling berinteraksi satu sama lain didalam suatu lingkungan sosial dan pasti membentuk suatu kelompok atau organisasi antar masyarakat agar bisa saling berbagi satu sama lain guna mencapai tujuan hidup bersama.

Secara tidak langsung, memiliki kelompok dalam lingkungan sosial bisa memberikan dampak *positif* maupun dampak *negative*, bahkan sering di jadikan acuan bagi setiap individu. Kelompok yang memiliki pengaruh bagi individu baik secara langsung (tatap muka) ataupun tidak langsung dalam dunia pemasaran, disebut dengan kelompok referensi atau dikenal dengan istilah *Reference Group* (Mardhatilah Shanti, (2017)). *Reference Group* merupakan seseorang individu atau kelompok yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang individu lainnya. Nasabah yang masih buta akan suatu produk terhadap kualitas produk tersebut atau apapun itu dapat menerima masukan dari kelompok referensi yang ada yang sudah tau betul produk tersebut seperti keluarga, teman, sahabat, rekan kerja yang biasanya di percaya sebagai sumber informasi dan menjadikan dasar pertimbangan untuk memilih produk.

Oleh sebab itu, mendapatkan loyalitas dari nasabah tidaklah mudah, Bank harus bekerja lebih keras agar terciptanya rasa kepuasan terhadap nasabah melalui 2 faktor yaitu *experiential marketing* dan *service quality*, sehingga dapat membentuk kepribadian yang loyal terhadap lembaga agar nasabah dengan mudah mempromosikan atau merekomendasikan suatu produk atau jasa kepada para kerabat, teman dan sahabatnya yang disebut *reference group*. berdasarkan analisis tersebut maka judul yang akan peneliti angkat adalah ‘‘**Pengaruh *Experiential Marketing*, *Service Quality* dan *Reference Group* Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Loyalitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Bank Sumut Syariah Kcp Multatuli**’’.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas maka dari itu identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis terjadinya faktor kepuasan nasabah melalui 2 faktor yaitu *Experiential marketing* dan *Service Quality* hingga tercipta loyalitas.
2. Untuk menganalisis faktor kepuasan nasabah menjadi loyalitas yang akan menjadikan *Reference Group* menjadi tolak ukur loyalitas tersebut.

C. Batasan Masalah

Penelitian ini lebih difokuskan mengenai tiga bagian dari nasabah Bank Sumut Syariah Kcp Multatuli yang terdiri dari nasabah Tabungan, Giro dan Deposito.

D. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalahnya adalah :

1. Apakah *Experiential Marketing* berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah di bank Sumut Syariah Kcp Multatuli?
2. Apakah *Service Quality* berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah di bank Sumut Syariah Kcp Multatuli ?
3. Apakah *Reference Group* berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah di bank Sumut Syariah Kcp Multatuli ?
4. Apakah Loyalitas mampu memoderasi pengaruh *Experiential Marketing* terhadap kepuasan nasabah Bank Sumut Syariah Kcp Multatuli?
5. Apakah Loyalitas mampu memoderasi pengaruh *service quality* terhadap kepuasan nasabah Bank Sumut Syariah Kcp Multatuli?
6. Apakah Loyalitas mampu memoderasi pengaruh *reference group* terhadap kepuasan nasabah Bank Sumut Syariah Kcp Multatuli?
7. Apakah *Experiential Marketing*, *Service Quality*, *Reference Group*, dan Loyalitas berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Sumut Syariah Kcp Multatuli?

E. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengumpulkan bukti empiris tentang:

- a. Apakah *Experiential Marketing* berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah di bank Sumut Syariah Kcp Multatuli.
- b. Apakah *Service Quality* berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah di bank Sumut Syariah Kcp Multatuli.
- c. Apakah *Reference Group* berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah di bank Sumut Syariah Kcp Multatuli.
- d. Apakah Loyalitas mampu memoderasi pengaruh *service quality* terhadap kepuasan nasabah Bank Sumut Syariah Kcp Multatuli.
- e. Apakah Loyalitas mampu memoderasi pengaruh *service quality* terhadap kepuasan nasabah Bank Sumut Syariah Kcp Multatuli.
- f. Apakah Loyalitas mampu memoderasi pengaruh *reference group* terhadap kepuasan nasabah Bank Sumut Syariah Kcp Multatuli.
- g. Apakah *Experiential Marketing*, *Service Quality*, *Reference Group*, dan Loyalitas berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Sumut Syariah Kcp Multatuli.

2. Manfaat Penelitian

Dengan tercapainya tujuan penelitian di atas, saya berharap hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang bersangkutan antara lain sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini sangat diharapkan untuk memberikan referensi terhadap pihak terkait untuk menilai *Experiential Marketing*, *Service Quality* dan *Reference Group*, terhadap Bank Sumut syariah Kcp Multatuli, serta dapat berguna dan digunakan untuk melengkapi kajian teoritis yang tentunya berkaitan dengan judul yang peneliti sedang diteliti saat ini.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi peneliti

Manfaat bagi peneliti yaitu menambah wawasan serta pengetahuan terhadap Experiential marketing, service quality, serta reference group apakah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan loyalitas sebagai variabel moderasi di bank Sumut Syariah Kcp Multatuli.

2) Bagi Dunia Akademik

Manfaat bagi dunia akademik yaitu dapat membantu sebagai proses pembelajaran di bidang pemasaran dan sebagai referensi yang nantinya akan meneliti permasalahan yang sama di masa yang akan datang

3) Bagi Perusahaan

Manfaat bagi perusahaan yaitu penelitian ini dapat di jadikan acuan bagi perusahaan guna meningkatkan kualitas pemasaran perusahaan yang dalam hal ini bank Sumut Syariah Kcp Multatuli Sebagai objek penelitiannya.