

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya waktu, semua berubah, dunia perbankan juga ikut berubah. Di era globalisasi saat ini, perubahan semakin ketat begitu pun juga perbankan. Semua perubahan ini harus disikapi secara hati-hati oleh administrasi perbankan. Perbankan adalah kepercayaan perusahaan, oleh karena itu sistem pengelolaannya harus didasarkan dengan kehati-hatian untuk menjaga kesehatan bank bagi masyarakat. Munculnya bank baru di masyarakat saat ini menuntut setiap bank untuk memberikan pelayanan yang melebihi harapan nasabah baik dari segi produk maupun pelayanannya. Tanpa produk dan jasa serta layanan yang mendukung, bank bisa ditinggalkan oleh nasabahnya sehingga akhirnya dapat menurunkan kinerja bank. Nasabah harus yakin bahwa bank yang dipilihnya akan memberikan pelayanan terbaik. Untuk dapat bersaing, bertahan, dan menguasai pangsa pasar di Indonesia, perbankan harus memperhatikan masalah kualitas pelayanan kepada nasabah. *Service quality* (kualitas layanan) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan sesuai dengan tingkat harapan.

Bank Mandiri merupakan salah satu bank milik pemerintahan di Indonesia yang didirikan pada 2 Oktober 1998 sebagai bagian dari program restrukturisasi perbankan yang dilaksanakan oleh pemerintah Indonesia. Bank Mandiri menawarkan tabungan, giro, deposito, pinjaman, dan investasi. Bank Mandiri menyediakan produk perbankan dan layanan yang komprehensif, sehingga

memiliki basis nasabah yang besar di seluruh Indonesia. Hingga hari ini, Bank

Mandiri telah meneruskan tradisi lebih dari 140 tahun memberikan kontribusi di dunia perbankan dan perekonomian Indonesia. Pada tahun 2005 merupakan titik balik bagi Bank Mandiri, di tahun ini Bank Mandiri memutuskan untuk menjadi bank yang unggul di regional (*regional champion Bank*).

Bank Mandiri Kantor Cabang Surabaya adalah salah satu bank konvensional yang bersaing antar bank khususnya di Surabaya. Bank Mandiri terus berupaya untuk meningkatkan jumlah nasabah, khususnya dengan meluncurkan Super APP Livin' by Mandiri untuk mendukung kebutuhan bertransaksi secara digital. Dengan diluncurkannya App tersebut, Bank Mandiri berharap agar total rekening terus bertumbuh secara YoY (*Year over Year*) sekitar 10 persen-12 persen. Bank mandiri membidik pertumbuhan segmen retail yang secara khusus menggarap segmen *payroll* dengan paket special untuk nasabah *payroll*.

Hingga November 2021, jumlah rekening Bank Mandiri sudah mencapai lebih dari 33,5 juta rekening, atau tumbuh 21 persen YoY. Pembukaan rekening didominasi produk tabungan regular dan tabungan NOW mencapai 30 persen, rekening mikro 20 persen, dan rekening payroll 20 persen dari total pembukaan rekening. Jenis tabungan menyesuaikan dengan kebutuhan masing-masing nasabah dengan fitur dan bunga yang menarik. Melajunya bisnis perbankan membuat aset perbankan bertumbuh di tahun pertama 2022. PT Bank Mandiri berhasil menjadi bank dengan aset paling besar sebanyak 1,786,70 triliun disemester 1-2022. Nilai tersebut tumbuh 12,98 persen YoY dibandingkan posisi yang sama pada tahun lalu sebesar 1.580,52 triliun.

**Tabel 1.1**  
**Data Pertumbuhan Bank**

| Bank                         | 2022                 | yoy    | 2021                 |
|------------------------------|----------------------|--------|----------------------|
| PT Bank Mandiri Tbk          | Rp. 1.786,70 triliun | 12,98% | Rp. 1.580,52 triliun |
| PT Bank Rakyat Indonesia Tbk | Rp. 1.652,83 triliun | 6,4%   | Rp. 1.553,83 triliun |
| PT Bank Central Asia Tbk     | Rp. 1.264,46 triliun | 11,9%  | Rp. 1.129,49 triliun |
| PT Bank Negara Indonesia Tbk | Rp. 946,49 triliun   | 8,2%   | Rp. 875,13 triliun   |

Sumber: Kontan.co.id, diolah

Agar dapat unggul dalam persaingan bank yang semakin ketat, maka Bank Mandiri harus bisa meningkatkan kualitasnya secara terus menerus agar nasabah tetap loyalitas menggunakan Bank Mandiri dan merasa puas dengan kualitas layanan dan nilai yang dirasakan yang diberikan Bank Mandiri sehingga nasabah akan merekomendasikan Bank Mandiri dari *Word of Mouth* (mulut ke mulut) ke orang-orang sekitar sehingga Bank Mandiri akan selalu berkembang dan menjadi bank konvensional terbaik di Indonesia.

Persaingan yang semakin ketat di industri perbankan menuntut Bank Mandiri untuk meningkatkan kualitas dan nilai pelayanan yang diberikan kepada nasabahnya agar dapat mempertahankan eksistensinya sebagai bank dengan asset yang cukup dibandingkan dengan bank konvensional lainnya agar dapat memberikan kepuasan yang optimal kepada nasabah yang memanfaatkan jasa bank. Mengenai kualitas pelayanan kepada pelanggan, semua pihak yang bergerak dalam pelayanan jasa harus menyadari bahwa keberadaan nasabah yang loyal merupakan penunjang keberhasilan perusahaan. Masih banyak ditemukannya pelayanan yang belum prima yang diberikan karyawan kepada nasabah. Seperti masalah waktu tunggu nasabah yang lama dan tidak cepat dalam menangani setiap keluhan nasabah

CNN Indonesia pada tanggal 25 Februari 2022 menyatakan bahwa beberapa bulan terakhir ini terjadi semenjak diluncurkannya Super App Livin by' Mandiri adalah server aplikasi Livin by' Mandiri yang setiap tanggal gajian atau tanggal tua yaitu setiap tanggal 25 selalu mengalami gangguan seperti *error* atau *down*, tidak bisa di akses baik untuk cek saldo maupun bertransaksi yang menimbulkan keresahan nasabah pengguna Bank Mandiri dan banyaknya nasabah Bank Mandiri yang mengeluhkan adanya gangguan pada aplikasi Livin by' Mandiri sehingga memancing nasabah untuk melakukan keluhan melalui komunikasi *word of mouth* ke orang sekitar bahkan di *social media*. Walaupun *service quality* dan *perceived value* yang diberikan Bank Mandiri tetap terbaik sehingga mampu meningkatkan *customer loyalty*, tetapi masalah *server down* pada aplikasi Livin by' Mandiri bisa menimbulkan *word of mouth* yang sangat berpengaruh pada Bank Mandiri.

Dari fenomena tersebut banyak sekali faktor yang membuat nasabah tertarik sehingga menimbulkan *word of mouth* dalam menggunakan *mobile banking mandiri*. Mulai dari *service quality*, *perceived value*, *customer loyalty*, dan lain sebagainya. Maka peneliti memutuskan untuk meneliti Analisis hubungan *service quality*, *perceived value*, *customer loyalty* dan *word of mouth* pada nasabah Bank Mandiri di Surabaya untuk mengetahui bagaimana pengaruhnya.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang maka dapat dirumuskan rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *service quality* berpengaruh signifikan positif terhadap *perceivedvalue* pada nasabah Bank Mandiri di Surabaya?
2. Apakah *service quality* berpengaruh signifikan positif terhadap *word ofmouth* pada nasabah Bank Mandiri di Surabaya?
3. Apakah *service quality* berpengaruh signifikan positif terhadap *customerloyalty* pada nasabah Bank Mandiri di Surabaya?
4. Apakah *perceived value* berpengaruh signifikan positif terhadap *word ofmouth* pada nasabah Bank Mandiri di Surabaya?
5. Apakah *customer loyalty* berpengaruh signifikan positif terhadap *word ofmouth* pada nasabah Bank Mandiri di Surabaya?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Dari latar belakang perumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan:

1. Menguji dan menganalisis signifikansi positif pengaruh *service quality* terhadap *perceived value* pada nasabah Bank Mandiri di Surabaya
2. Menguji dan menganalisis signifikansi positif pengaruh *service quality* terhadap *word ofmouth* pada nasabah Bank Mandiri di Surabaya
3. Menguji dan menganalisis signifikansi positif pengaruh *service quality* terhadap *customer loyalty* pada nasabah Bank Mandiri di Surabaya
4. Menguji dan menganalisis signifikansi positif pengaruh *perceived value* terhadap *word ofmouth* pada nasabah Bank Mandiri di Surabaya

5. Menguji dan menganalisis signifikansi positif pengaruh *customer loyalty* terhadap *word of mouth* pada nasabah Bank Mandiri di Surabaya

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini terdapat beberapa pihak yakni bagi peneliti, bagi lembaga, dan bagi masyarakat atau peneliti selanjutnya. Adapun manfaat penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan bagi peneliti dapat memahami tentang *service quality*, *perceived value*, *customer loyalty* dan *word of mouth* pada nasabah Bank Mandiri di Surabaya. Hasil dari penelitian ini nantinya diharapkan bisa bermanfaat pada peneliti lain sebagai sumber informasi dan referensi untuk penelitian dengan topik yang sama.

2. Bagi Universitas Hayam Wuruk Perbanas

Hasil dari penelitian ini dengan adanya penelitian yang saya lakukan ini dapat menjadi rujukan dan referensi bagi mahasiswa dan mahasiswi Universitas Hayam Wuruk Perbanas dalam melakukan penelitian selanjutnya.

3. Bagi masyarakat dan peneliti selanjutnya

Hasil dari penelitian ini dengan adanya penelitian yang saya lakukan ini harapan saya dapat menjadi referensi bagi para pembaca dan peneliti selanjutnya sebagai rujukan, serta mengembangkan variabel penelitian dari objek selain dari sektor perbankan.

## **1.5 Sistematika Penulisan Skripsi**

Untuk mempermudah dalam pengerjaan penulisan proposal, secara garis besar bagian dalam beberapa bab yang berisi tentang pembelajaran dan penjelasan yang saling terkait satu dengan yang lain. Agar memudahkan dalam menyusun dan memahami tentang penelitian ini, maka sistematika penelitian ini :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini berisi pembahasan secara garis besar mengenai latar belakang masalah yang melandasi pemikiran atas penelitian, perumusan masalah, tujuan dari penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika yang dapat digunakan dalam penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini diuraikan mengenai teori-teori yang digunakan sebagai landasan penelitian sejenis yang terlebih dahulu dilakukan, kerangka pemikiran serta hipotesis.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini diuraikan tentang prosedur atau cara untuk mengetahui sesuatu di dalam penelitian dengan rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel data dan metode pengumpulan data, serta teknik analisis data.

### **BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

Pada bab ini menjelaskan mengenai gambaran subyek, karakteristik responden analisis data dan pembahasan.

## **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini menjelaskan kesimpulan hasil analisi yang sudah dilakukan, dan juga membahas evaluasi mengenai saran dan keterbatasan dalam melakukan penelitian. Pada bab ini terdapat kesimpulan, keterbatasan dan saran.