

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Di era globalisasi 4.0 pada saat sekarang ini membawa peradaban yang lebih praktis dan modern. Era ini memudahkan akses masyarakat dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi di era globalisasi, persaingan di dalam industri perbankan juga semakin ketat. Pada tahun 2021 tercatat jumlah bank yang beroperasi di Indonesia sebanyak 107 bank per akhir tahun 2021.

Bank BRI yang merupakan bank pemerintah pertama yang telah berdiri sejak tahun 1895 sewajarnya memiliki citra yang baik dimata masyarakat. Dengan jumlah nasabah saat ini mencapai 130 juta nasabah , maka penting untuk bank bri melakukan pelayanan yang prima untuk meningkatkan kepercayaan , loyalitas dari para nasabah.

Pelayanan bank yang baik akan memberikan kesan positif bagi nasabah, pelayanan merupakan sebuah kata kunci untuk tetap mempertahankan nasabah di dalam industri jasa. Karna didalam industry perbankan kehilangan nasabah adalah sesuatu bencana besar, karna jika tidak ada nasabah maka sebuah bank tidak ada artinya.

Seperti yang terjadi di beberapa kasus tentang pelayanan dari BRI di Surabaya (Ferry, 2020) pada 16 november 2020 seorang nasabah berkunjung ke kantor BRI unit wiyung surabaya untuk melakukan buka blokir kartu ATM orang

tuanya, dikarenakan orang tuanya sedang sakit, sehingga di wakikan oleh sang anak. Namun permohonannya di tolak sesuai arahan pimpinan , Customer Service mengatakan yang bersangkutan harus hadir, sedangkan orang tua dari nasabah terbaring dirumah sakit. Padahal sang anak sudah membawa surat kuasa bermaterai, buku tabungan , ATM, KTP, KK. Padahal pada saat itu kondisi Covid-19 bahaya untuk membawa orang yang sedang sakit keluar rumah.

Menurut Budiandru & Ulhaq (2017) *Word of Mouth* dengan indikator membicarakan, merekomendasikan dan mendorong masih memiliki pengaruh terhadap minat seseorang untuk mengambil keputusan untuk mengambil atau membeli suatu produk. Word Of Mouth merupakan pengkomunikasian berupa rekomendasi baik secara individu ataupun kelompok terhadap suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk memberikan informasi secara personal. Semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan oleh pihak perbankan akan memberntuk perilaku konsumen untuk menciptakan WOM yang dapat memberikan efek baik terhadap bank ( Mahadin B.K & Akroush M.N 2019) penelitian ini dilakukan pada bank syariah yang ada di yordania.

Tjiptono (2011) memuaskan kebutuhan konsumen dengan mendefinisikan kualitas layanan sebagai tingkat manfaat yang diharapkan dan control atas tingkat kesempurnaan, ada dua elemen yang berdampak pada kualitas layanan diantaranya, kualitas layanan yang diharapkan (*expected service*) dan kualitas layanan yang dirasakan(*perceived service*). kualitas layanan adalah pemenuhan harapan nasabah terhadap suatu produk atau jasa untuk pemenuhan harapan nasabah untuk memperoleh kecocokan dalam pemakaian produk atau jasa. Menurut Singh (2018)

Kemampuan suatu produk atau jasa untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan tergantung pada jumlah dari semua ciri dan karakteristiknya, itulah yang disebut dengan kualitas. Menurut Omoregie K.O, *et al.* (2019) *service quality* berpengaruh positif terhadap *customer trust*.

Menurut (Siagian dan Cahyono (2014) Kepercayaan pada konsumen didefinisikan sebagai harapan bahwa penyedia layanan dapat diandalkan untuk menjaga komitmen mereka karena kepercayaan adalah keyakinan salah satu pihak tentang niat dan tindakan yang ditujukan kepada pihak lain Aribwo, D.P & Nugroho (2013) mengatakan bahwa kepercayaan dari pihak tertentu kepada pihak lain dengan siapa mereka berbisnis didasarkan pada keyakinan mereka akan kemampuan dari rekan bisnis untuk memenuhi janji janjinya. Menurut Omoregie K.O,*et al.* ( 2019) kepercayaan memiliki efek positif pada loyalitas.

Menurut Oliver (1997) menyatakan bahwa factor yang mendorong pembelian berulang akan terjadi apabila loyalitas dengan konsumen telah terjalin. Loyalitas konsumen secara umum dapat dipahami sebagai kesetiaan terhadap suatu produk, termasuk komoditas dan layanan tertentu. Durianto (2001) menyatakan bahwa nasabah yang loyal pada umumnya akan melakukan pembelian dari produk tersebut meskipun banyak alternatif produk lain yang menawarkan produk yang lebih unggul dari berbagai sudut. Hasil penelitian yang di lakukan Ali M. *et.al.*(2020) menunjukkan hasil *loyalitas* akan berdampak positif pada *WOM*.

Berdasarkan latar belakang masalah dan penelitian terdahulu maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul ( **Pengaruh *Service Quality*,**

***Customer Trust dan Customer loyalty terhadap Word Of Mouth pada nasabah Bank BRI di Surabaya).***

**1.2. Perumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah saya sampaikan diatas, maka dapat di Tarik beberapa perumusan masalah yaitu :

1. Apakah *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Trust* pada Bank BRI ?
2. Apakah *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Word Of Mouth* pada Bank BRI ?
3. Apakah *Customer Trust* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada Bank BRI ?
4. Apakah *Customer Trust* berpengaruh signifikan terhadap *Word Of Mouth* pada Bank BRI ?
5. Apakah *Customer Loyalty* berpengaruh signifikan terhadap *Word Of Mouth* pada Bank BRI ?

**1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah di uraikan di atas maka tujuan yang hendak dicapai pada penelitian ini yaitu:

1. Menganalisis signifikansi pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Trust* pada Bank BRI
2. Menganalisis signifikansi pengaruh *Service Quality* terhadap *Word Of Mouth* pada Bank BRI

3. Menganalisis signifikansi pengaruh *Customer Trust* terhadap *Customer Loyalty* pada Bank BRI
4. Menganalisis signifikansi pengaruh *Customer Trust* terhadap *Word Of Mouth* pada Bank BRI
5. Menganalisis signifikansi pengaruh *Customer Loyalty* terhadap *Word Of Mouth* pada Bank BRI

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi perusahaan tentang (Pengaruh *Service Quality*, *Customer Trust* Dan *Customer Loyalty* Terhadap *Word Of Mouth* Pada Nasabah Bank Bri Di Surabaya)

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan penelitian tentang *Service Quality*, *Customer Trust* Dan *Customer Loyalty* Terhadap *Word Of Mouth* Pada lingkungan perbankan

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan untuk melakukan penelitian lebih lanjut sehingga memberikan hasil penelitian yang lebih mendalam, serta memberikan solusi yang tepat pada pokok permasalahan yang teliti.

4. Bagi Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya

Diharapkan penelitian ini dapat dipublikasikan dalam artikel ilmiah serta tambahan referensi, sehingga dapat memperkaya bidang manajemen, khususnya manajemen pemasaran.

### **1.5. Sistematika Penulisan Skripsi**

Penulisan ini disusun secara sistematis sebanyak lima bab, yang dimana setiap bab dibagi menjadi sub-bab berisi uraian yang mendukung isi dari setiap bab secara keseluruhan agar pembaca penelitian ini bisa lebih mudah memahami, uraian penelitian ini meliputi :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang dan gambaran umum secara luas dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dari penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini.

#### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini dijelaskan mengenai ringkasan dari penelitian terdahulu yang dilandasi dengan teori yang berhubungan dengan permasalahan dalam penelitian dan kerangka pemikiran serta hipotesis dari penelitian ini.

#### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini terdapat rancangan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional variabel, populasi, sampel dan Teknik pengambilan sampel, instrument penelitian, sumber data, dan metode pengumpulan data serta Teknik analisis data yang akan digunakan oleh peneliti untuk memberikan kesimpulan dari hasil penelitian.

#### BAB IV : GAMBARAN SUBYEK & ANALISIS DATA

Pada bab ini mengemukakan tentang gambaran subjek penelitian serta analisis data yang terdiri dari analisis deskriptif, analisis statistic, dan pembahasan dari hasil penelitian yang telahh dilakukan.

#### BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini mengemukakan tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian serta saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan.