

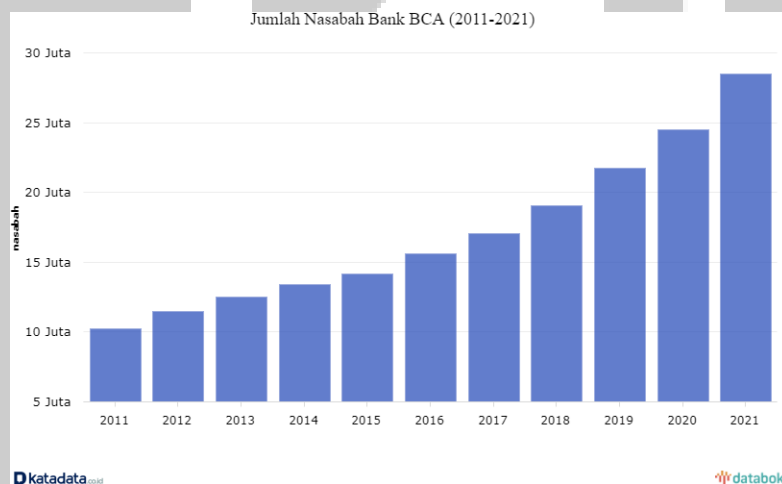
# **BAB I PENDAHULUAN**

## **1.1 Latar Belakang Masalah**

Bank adalah sebuah lembaga keuangan umumnya didirikan dengan kewenangan menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan menerbitkan *promes* (banknote). Menurut Undang-Undang (UU) No 10 1998 bank merupakan lembaga usaha yang menghimpun uang dari masyarakat dalam bentuk simpanan, kemudian disalurkan kembali kepada masyarakat tetapi dalam bentuk kredit atau lainnya dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat. Bank menjadi suatu pilar dalam membangun perekonomian dan sistem keuangan di Indonesia karena karena bank memiliki peran yang sangat penting sebagai salah satu lembaga keuangan yang menghubungkan dana yang dimiliki oleh unit ekonomi.

Persaingan perbankan dan situasi bisnis di pasar saat ini berkembang dengan sangat cepat. Setiap bank berlomba-lomba untuk menarik nasabah dengan berbagai cara dan strategi. Mulai dari memperkenalkan produk perbankan yang efisien dan paling menguntungkan hingga program pelayanan prima yang ditujukan untuk kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa bank (Yoshida et al., 2021). Produk perbankan yang ditawarkan diharapkan mampu mempertahankan loyalitas nasabah yang sudah ada. Busser & Shulga (2019) menyatakan bahwa untuk menciptakan loyalitas nasabah, salah satu faktor yang perlu diperhatikan perusahaan adalah pelanggan yang puas (Yoshida et al., 2021). Tingkat kesehatan suatu bank juga menjadi cerminan kinerja dan kondisi bank merupakan sarana

bagi otoritas pengawas untuk fokus terhadap pengawasan bank dan dalam menentukan strategi (Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 8/POJK.03/2014). Perusahaan yang berada pada industri perbankan tidak luput dari yang namanya persaingan dalam hal memberi kualitas layanan yang baik. Ada berbagai perusahaan perbankan di Indonesia, baik perusahaan perbankan milik negara maupun perusahaan perbankan swasta. Salah satu perbankan yang ada di Indonesia adalah BCA. PT Bank Central Asia Tbk merupakan salah satu perusahaan swasta yang bergerak dibidang perbankan. Resmi berdiri pada tanggal 21 Februari 1957 yang berarti sudah 65 tahun ada di Indonesia, bank ini telah mengalami banyak hal, salah satunya yang dialami BCA ialah saat krisis moneter tahun 1997-1998 (Rini, 2020). Keadaan ini mempengaruhi aliran uang sehingga banyak nasabah yang menarik uangnya secara bersamaan. Kinerja BCA teruji secara baik, karena berhasil pulih pada Desember di tahun yang sama.



Gambar 1.1  
Data Jumlah Nasabah Bca 2011 – 2021

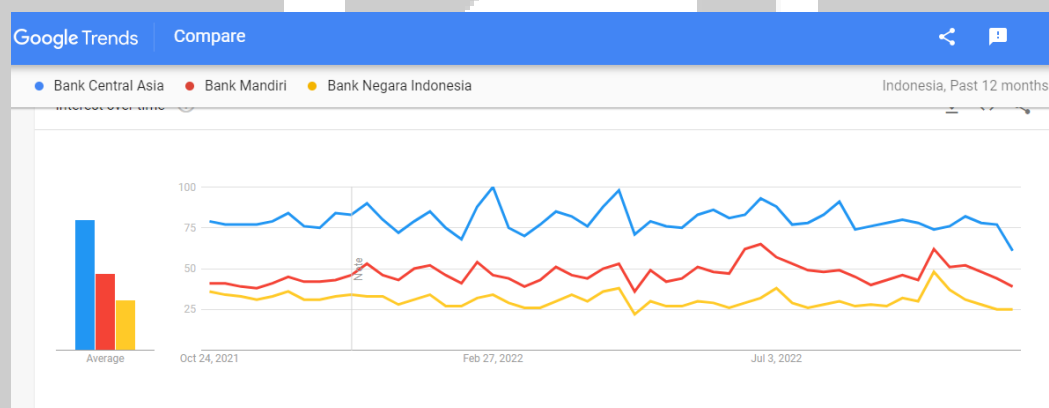
BCA memiliki banyak inovasi dan juga digemari oleh nasabah yang membutuhkan layanan dari perbankan yang ada di Indonesia dengan didukung

data terbaru tahun 2022 lebih dari 33 juta rekening nasabah dengan 1.247 kantor cabang dan 18.161 mesin atm yang telah tersebar di seluruh Indonesia (bca.co.id). Selain memiliki kantor cabang di Indonesia, BCA juga memiliki cabang di luar Indonesia seperti Hongkong dan Singapura (Wijayanti, 2022). Pada tahun 2022, BCA mendapatkan peringkat pertama pada Top Brand Index dengan kategori tabungan. BCA mampu mengalahkan pesaingnya seperti, BRI, Mandiri, dan BNI. Berikut ini adalah tabel Top Brand Index tahun 2022 kategori produk tabungan pada tabel 1.1.

Tabel 1.1  
Peringkat Top Brand Index Produk Tabungan

BRAND	TBI 2022	
Tahapan BCA	<b>29.9%</b>	<b>TOP</b>
BritAma	<b>21.1%</b>	<b>TOP</b>
Tabungan Mandiri	<b>11.5%</b>	<b>TOP</b>
Simpedes	<b>10.2%</b>	
BNI Taplus	<b>6.9%</b>	

Sumber: Top Brand Index 2022



Gambar 1.2  
Tren Pencarian Di Google Atas Perbankan Di Indonesia

Pada Google Trends *search term* tahun 2022 menunjukkan bahwa BCA merupakan layanan perbankan yang paling dicari informasinya oleh nasabah karena nasabah ingin mengetahui mengenai BCA. Banyak nasabah yang mencari

informasi mengenai produk yang disediakan oleh BCA seperti tabungan, pinjaman, kartu kredit, manajemen keuangan dan lain-lain. Adapun kelebihan yang dimiliki oleh BCA ialah: (1) keuntungan bunga dan bagi hasil; (2) keamanan transaksi; (3) kebebasan dalam bertransaksi; (4) lebih simpel dan praktis; (5) kesempatan mendapatkan hadiah; (6) pengelolaan keuangan lebih terencana; (7) mudah diambil untuk kebutuhan mendesak. Sebagai perusahaan perbankan, BCA harus mengutamakan kualitas pelayanannya (*service quality*).

BCA harus menawarkan pelayanan yang prima dan berkualitas tinggi untuk memenuhi kualitas pelayanan yang diharapkan oleh nasabah. Menurut Kurniasih *et al.* (2019), *service quality* merupakan aktivitas yang diberikan dari seseorang ke orang lain dengan dasar tak berbentuk dan tak menyebabkan kepunyaan apa pun. Sehingga kualitas layanan selalu difokuskan pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah, serta ketepatan penyampaian untuk menyeimbangkan harapan nasabah. Layanan yang baik harus dapat memfasilitasi transaksi nasabah dan menawarkan solusi yang lengkap dan tepat kepada nasabah. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bagoes & Rachmat (2019) menyatakan bahwa *service quality* memiliki dampak positif terhadap *customer loyalty*. Sedangkan pada penelitian Abror *et al.* (2020), menunjukkan hasil yang berbeda bahwa *service quality* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*.

Ketika suatu bank memiliki kualitas layanan yang baik, akan menimbulkan adanya loyalitas nasabah terhadap bank tersebut, dan bank harus selalu menjaga hubungan dengan baik kepada nasabahnya. Ketika proses itu terjadi, maka tidak

menutup kemungkinan nasabah yang memiliki loyalitas kepada bank yang dia percayai akan melakukan aktifitas *word of mouth* (pemasaran dari mulut ke mulut).

Oleh karena itu, *service quality*, *customer loyalty*, dan *scustomer engagement* ialah faktor yang penting dalam memutuskan untuk menggunakan layanan perbankan ini. Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul berikut: “Pengaruh *Service Quality*, *Customer Loyalty*, Dan *Customer Engagement* Terhadap *Word Of Mouth* Pada Nasabah Bank Bca Di Surabaya”

### **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini, ialah:

1. Apakah *Service quality* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *Customer loyalty* pada Bank BCA di Surabaya?
2. Apakah *Service quality* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *Customer engagement* pada Bank BCA di Surabaya?
3. Apakah *Service quality* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *Word of mouth* pada Bank BCA di Surabaya?
4. Apakah *Customer engagement* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *Customer loyalty* pada Bank BCA di Surabaya?
5. Apakah *Customer loyalty* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *Word of mouth* pada Bank BCA di Surabaya?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini ialah:

6. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif yang signifikan dari *Service quality* terhadap *Customer loyalty* pada nasabah Bank BCA di Surabaya.
7. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif yang signifikan dari *Service quality* terhadap *Customer engagement* pada nasabah Bank BCA di Surabaya.
8. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif yang signifikan dari *Service quality* terhadap *Word of mouth* pada nasabah Bank BCA di Surabaya.
9. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif yang signifikan dari *Customer engagement* terhadap *Customer loyalty* pada nasabah Bank BCA di Surabaya.
10. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif yang signifikan dari *Customer loyalty* terhadap *Word of mouth* pada nasabah Bank BCA di Surabaya.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini bermanfaat bagi beberapa pihak antara lain :

11. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai masukan mengenai manfaat *Service Quality* pada Bank BCA di Surabaya sehingga dapat

menghasilkan suatu kepercayaan public dan mampu meningkatkan kinerja perusahaan agar lebih baik lagi.

#### 12. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran langsung serta tambahan pengetahuan mengenai *Service Quality*, *Customer Loyalty*, *Customer Engagement*, *Word Of Mouth* dan manfaat penerapannya terhadap kinerja perusahaan.

#### 13. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada ilmu pengetahuan yang nantinya bisa digunakan sebagai acuan ataupun referensi untuk penelitian sejenis sebagai pengembangan ekonomi majanemendan memperluas ilmu pengetahuan ekonomi khususnya manajemen dalam pemasaran di lingkungan bank.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Guna mempermudah penulisan skripsi, maka penulis menyusun sistematika penulisan skripsi yang diuraikan sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan. Dimana latar belakang masalah berisi tentang alasan perlunya dilakukan penelitian dan juga mengandung inti dari permasalahan yang akan diangkat menjadi topik dalam penelitian

sehingga akan menghasilkan tujuan dan manfaat penelitian yang dilakukan.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi tentang landasan teori, penelitian terdahulu, hubungan antar variabel, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini menjelaskan mengenai metode penelitian, yaitu menjelaskan batasan penelitian, identifikasi penelitian, definisi operasional, populasi sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data serta teknik analisis data.

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

Bab ini menjelaskan mengenai gambaran subyek penelitian serta analisis data dan pembahasan yang berdasarkan pada permasalahan. Hasil dari pengujian data yang telah dilakukan akan digunakan untuk menjawab pemecahan masalah dari subyek penelitian.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap rumusan masalah, keterbatasan penelitian, dan saran dari peneliti.