

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perbankan merupakan sektor yang fokus pada pengelolaan uang, mencakup penyimpanan, peminjaman, investasi, dan distribusi dana. Bank berfungsi sebagai lembaga keuangan vital bagi perekonomian suatu negara, menyediakan layanan yang sangat diperlukan oleh individu, perusahaan, dan pemerintah. Salah satu peran bank adalah menyediakan tempat aman untuk menyimpan uang dan aset berharga. Selain itu, bank memberikan pinjaman kepada individu dan perusahaan untuk berbagai keperluan, seperti pembelian rumah, pendirian usaha, atau pendidikan.

Di era globalisasi, industri keuangan mengalami perkembangan yang pesat. Ciri ini ditandai dengan banyaknya perusahaan dibidang keuangan, termasuk perbankan seperti bank bca, perbankan merupakan suatu perusahaan dan bisnis yang berkembang sangat pesat. Perubahan-perubahan ini dapat diwujudkan baik dalam menanggapi kebutuhan pelanggan maupun dalam perkembangan teknologi informasi. Perubahan perilaku nasabah didorong oleh meningkatnya persaingan antar bank. Hampir setiap bulan, Semua bank memperkenalkan berbagai produk dan fasilitas baru kepada nasabahnya.

Persaingan di sektor perbankan yang semakin ketat menyebabkan perusahaan perbankan semakin melakukan inovasi produk dan layanannya untuk menarik nasabah. Berbagai fitur dan strategi pemasaran terus dikembangkan khususnya layanan perbankan, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah. Bank keuangan tidak merespon dengan cepat terhadap perubahan persaingan atau

kebutuhan nasabah, dan nasabah dengan cepat menjadi terisolasi Loyalitas pelanggan.

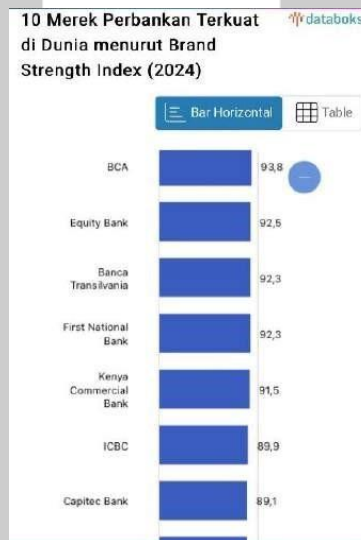
BCA salah satu bank swasta yang dinilai cukup besar oleh masyarakat, harus terus menerus melakukan pembenahan maupun penyempurnaan produk dan pelayanan yang diberikan serta mampu menawarkan suatu keunggulan dan keunikan dibanding pesaingnya dan harus responsif terhadap keinginan konsumen. Oleh karena itu bca harus mampu memberikan kepuasan bagi nasabahnya dengan harapan akan tercipta loyalitas. Konsumen yang merasa cenderung puas menyatakan hal-hal yang baik tentang produk dan perusahaan yang bersangkutan kepada orang lain (Wibowo Praktisi Manajemen dan Akuntansi, n.d.). Pemasaran adalah seni menarik dan mempertahankan konsumen yang menguntungkan, yaitu konsumen yang loyal yang dalam jangka panjang akan memberikan pendapatan yang melebihi biaya perusahaan untuk menarik dan melayani konsumen (*Manajemen Pemasaran Anali, n.d.*)

Bank juga memfasilitasi beragam transaksi keuangan, seperti transfer dana, pembayaran tagihan, dan penerimaan gaji. Di sisi investasi, bank membantu nasabah dalam menempatkan uang mereka pada berbagai instrumen keuangan, seperti deposito, saham, dan obligasi. Untuk manajemen risiko, bank menawarkan produk asuransi dan layanan lain guna melindungi nasabah dari potensi risiko keuangan. Bank BCA dipilih sebagai fokus penelitian karena merupakan salah satu bank terbesar di Indonesia dengan jaringan ATM dan layanan digital yang luas.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai bagaimana kualitas layanan pada nasabah Bank BCA mempengaruhi persepsi kepuasan dan

loyalitas nasabah.

Menurut laporan brand finance, PT Bank central asia Tbk dinobatkan sebagai merek perbankan terkuat di dunia pada 2024. Dari 500 merek perbankan di dunia, Bank swasta asal Indonesia ini meraih skor brand strength indeks (BSI) sebesar 93,8 poin dan skala 100 poin. Selain itu, BCA mencetak rating kekuatan brand dengan sempurna, yakni AAA+. Kedua ada equity Bank dari kenya sebesar 92,5 poin. Ketiga, banca transilvania dari romania sebesar 92,3 poin.



Sumber: Databoks

Gambar 1.1
10 merek Perbankan Terkuat di Dunia

Pelayanan merujuk pada berbagai kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menyebabkan pemilikan terhadap sesuatu, serta bisa berkaitan atau tidak dengan produk fisik. Kualitas pelayanan merupakan elemen penting yang berpengaruh pada kepuasan nasabah. Aspek-aspek yang termasuk dalam kualitas pelayanan meliputi kecepatan layanan, kemudahan penggunaan sistem, kejelasan

informasi, dan tingkat keramahan teknologi yang digunakan. Kepuasan nasabah memiliki peran yang signifikan dalam membentuk loyalitas mereka terhadap bank. Nasabah yang merasa puas cenderung lebih sering menggunakan layanan dan merekomendasikan Bank kepada orang lain. Teknologi self-service adalah alat yang memungkinkan konsumen untuk mendapatkan layanan secara mandiri tanpa bergantung pada karyawan, seperti mesin ATM dan layanan perbankan online, sehingga memungkinkan mereka untuk mengakses layanan secara independen tanpa interaksi langsung dengan staf bank.

Bukti empiris menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan, kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Suprpto dan Setyawardani, 2023). Namun, bukti tersebut bertentangan dengan temuan penelitian lain yang menyatakan bahwa self service technology kualitas layanan jasa, pemasaran hubungan berpengaruh signifikan secara langsung terhadap kepuasan nasabah, sedangkan kualitas layanan jasa pemasaran hubungan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, sedangkan self service teknologi kepuasan nasabah tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah (Dedek Kurniawan Gultom et al., 2020).

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, maka utama dalam penelitian ini yaitu tertuju pada sebagai berikut:

1. Apakah *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *corporate image* pada Bank BCA di Kota Surabaya?

2. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *corporate image* pada Bank BCA di Kota Surabaya?
3. Apakah *customer loyalty* berpengaruh signifikan terhadap *corporate image* pada Bank BCA di Kota Surabaya?
4. Apakah *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada Bank BCA di Kota Surabaya?
5. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada Bank BCA di Kota Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis faktor - faktor citra perusahaan, kualitas layanan kepuasan dan loyalitas tabungan nasabah di Bank bca di Kota Surabaya. Secara rinci tujuan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan Menganalisis pengaruh *servcie quality* terhadap *corporate image* BCA di kota Surabaya
2. Untuk menguji dan Menganalisis pengaruh *cutomer satisfaction* terhadap *corporate image* BCA di kota Surabaya
3. Untuk menguji dan Menganalisis pengaruh *customer loyalty* terhadap *corporate image* BCA di kota Surabaya.
4. Untuk menguji dan Menganalisis pengaruh *servcie quality* terhadap *customer satisfaction* BCA di kota Surabaya
5. Untuk menguji dan Menganalisis pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* BCA di Kota Surabaya BCA di kota surabaya

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian tersebut atau kegunaan yang dapat diharapkan dari seluruh rangkaian kegiatan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi Penulis Bagi Penulis

Penelitian ini menyediakan wawasan yang bermanfaat untuk memahami terkait kepuasan nasabah bca di Kota Surabaya Selain itu, penelitian ini juga mendorong nasabah untuk berpikir kritis dan kreatif mengenai layanan digital, serta memberikan informasi berharga bagi pegawai Bank BCA mengenai tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan terbaru.

2. Manfaat bagi Pembaca

Penelitian ini menawarkan informasi baru kepada nasabah yang ingin memahami lebih dalam mengenai kepuasan pelanggan terhadap citra perusahaan, serta kepada pegawai Bank BCA yang ingin mengevaluasi kepuasan nasabah. Informasi ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca yang ingin mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang layanan di Bank BCA di Surabaya.

3. Manfaat bagi Perusahaan Bank BCA

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada nasabah Bank BCA di Surabaya Penelitian ini berfungsi untuk membantu pegawai dalam memahami kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah melalui kualitas layanan. Ini mencakup aspek seperti *Mbanking*, transfer antar bank, dan transfer lintas nama bank. Penelitian

ini juga bertujuan untuk meningkatkan pemahaman nasabah tentang fitur-fitur yang ada dalam Bank BCA tersebut, serta mendorong minat mereka untuk memanfaatkan layanan tersebut, sehingga dapat mempengaruhi keputusan nasabah.

4. Manfaat bagi Dunia Akademik

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi dunia akademik dengan meningkatkan pemahaman mengenai kepuasan nasabah di Bank BCA di Surabaya, mendorong cara berpikir kreatif dalam loyalitas nasabah, serta berkontribusi pada peningkatan kualitas pendidikan.

1.5 Sistematika Penulisan Penelitian

Sistematika penulisan penelitian ini berisi tentang rincian urutan penulisan dari setiap bab dalam penelitian ini yang di bagi menjadi beberapa bab berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan dasar teori yang menjadi dasar bagi rumusan hipotesis dan analisis penelitian, termasuk tinjauan penelitian sebelumnya. Selain itu, bab ini juga menyajikan interpretasi dari kajian sebelumnya dan memberikan wawasan tentang dasar teori yang mendasari data penelitian

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menyajikan dasar teori yang mendasari rumusan hipotesis dan analisis penelitian, serta tinjauan terhadap penelitian

sebelumnya. Selain itu, bab ini juga menginterpretasikan dan menggambarkan kerangka pemikiran dari data yang diperoleh dalam penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menyajikan rencana penelitian yang berfungsi sebagai panduan, mencakup setiap tahapan dari awal penelitian hingga metode yang akan diterapkan untuk menyelesaikan masalah yang ada.

BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini memberikan penjelasan mengenai gambaran umum subyek penelitian serta analisis data yang digunakan, meliputi analisis deskriptif dan analisis statistik serta pembahasan atas hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan yang berisikan jawaban atas rumusan masalah yang telah ditetapkan serta pembuktian hipotesis, keterbatasan penelitian saran bagi beberapa pilihan