

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam persaingan industri perbankan yang semakin kompetitif dan dengan banyaknya jumlah bank yang berdiri belakangan ini, terdapat beberapa faktor yang menjadi pertimbangan konsumen bank untuk membuka rekening pada suatu bank yang menjadi pilihan tersebut. Keputusan nasabah untuk membuka rekening atau membuka tabungan merupakan efek akhir dari suatu pembelian yang dapat diartikan sebagai suatu sikap dan niat untuk berperilaku di masa depan dan diekspresikan melalui hal-hal seperti: komitmen untuk membeli dan menggunakan produk dari perusahaan, komitmen untuk memberikan rekomendasi kepada orang lain, dan niat untuk memberikan hal-hal positif kepada perusahaan. Keputusan membuka rekening dipengaruhi beberapa faktor yaitu berbagai macam produk yang bervariasi yang ditawarkan suatu bank, kualitas pelayanan yang diberikan dan berbagai promosi yang ditawarkan oleh suatu bank.

Tidak sedikit nasabah yang memiliki rekening dua atau lebih bank, dikarenakan adanya kebutuhan produk atau jasa yang tidak terpenuhi dari salah satu bank tersebut yang mengakibatkan persaingan antar bank dalam menghimpun dana dari masyarakat melalui bermacam-macam cara antara lain mengeluarkan jenis-jenis tabungan yang dilengkapi sejumlah atribut yang dapat merangsang minat masyarakat untuk membuka rekening.

Bank BCA (Bank Central Asia) merupakan bank swasta terbesar di Indonesia yang memiliki beragam produk dan layanan yang berkualitas dan tepat sasaran bagi nasabah Bank BCA. Selain itu, Bank BCA merupakan salah satu bank yang saat ini memiliki banyak jenis layanan perbankan salah satunya adalah Tabungan Hari Depan yang lebih dikenal dengan Tahapan BCA. Berbagai segmen ditawarkan oleh Bank BCA dalam tabungan Tahapan kepada nasabah yang berbeda, tentunya dengan fitur-fitur yang menarik yang disesuaikan dengan masing-masing segmen tersebut. Contohnya Tahapan BCA diperuntukkan bagi nasabah perorangan atau yayasan. Kemudian Tahapan Gold diperuntukkan bagi segmen bisnis. Sementara itu, untuk menangkap pasar anak muda, Bank BCA menawarkan Tahapan Xpresi dengan fitur-fitur yang disesuaikan dengan kebutuhan generasi muda, termasuk kartu ATM yang dapat didesain sesuai dengan selera nasabah. Tahapan BCA merupakan tabungan yang dirancang khusus bagi kenyamanan hidup nasabah dan memberikan kemudahan dalam bertransaksi (Laporan Tahunan BCA, 2014). Sesuai dengan komitmen “Senantiasa di Sisi Anda”, Bank BCA terus berupaya memberikan layanan dan solusi terbaik bagi pelanggannya.

Pelanggan yang dimaksud dalam hal ini adalah seluruh nasabah Bank BCA Cabang Surabaya baik perorangan atau yayasan yang setia menggunakan tabungan. Dengan syarat membawa identitas diri, NPWP dan setoran awal, nasabah sudah bisa memiliki tabungan Tahapan BCA. Nasabah merupakan faktor utama di balik kesuksesan Bank BCA dan merupakan alasan bagi Bank BCA

untuk tetap menjaga komitmen dalam memberikan layanan terbaik yang nyaman dan berkualitas ([www.bca.co.id](http://www.bca.co.id)).

Kualitas produk berperan penting sebagai elemen kunci yang membawa nilai kepada pelanggan, lebih dari sekedar benda nyata tetapi termasuk fitur layanan, desain, kualitas kinerja, nama merek dan kemasan. Pelanggan mencari produk yang handal yang sesuai dengan tujuan dan mampu berdiri sesuai dengan fungsinya. Pelanggan atau nasabah akan membeli produk kalau merasa cocok, karena itu produk tabungan yang ditawarkan Bank BCA harus berkualitas dan disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil. Dengan kata lain difokuskan pada keinginan pasar atau selera konsumen.

Kualitas pelayanan yang diberikan Bank BCA kepada nasabah juga sangat penting guna memberikan respon untuk menciptakan loyalitas dari pelanggan atau nasabah. Kualitas pelayanan merupakan “Tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendaliannya atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan” (Tjiptono, 2008:59). Pelayanan yang baik dan prima juga berperan dalam bank karena diharapkan akan memberikan respon untuk menciptakan loyalitas dan kepuasan nasabah.

Promosi merupakan arus informasi yang bersifat mempersuasif satu arah dan dibuat untuk mengarahkan seseorang atau sekelompok atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran. Bentuk promosi yang dilakukan Bank BCA agar pelanggan atau nasabah yang membuka rekening meningkat adalah dengan memberikan berbagai kelebihan dan daya tarik seperti memberikan kartu ATM, hadiah, kerjasama *merchant* dan layanan *e-banking*. Guna mengikuti

evolusi gaya hidup kontemporer, Bank BCA telah memperluas strategi pemasaran digital untuk memanfaatkan peningkatan penggunaan situs jejaring sosial guna penyampaian promosi produk dan jasanya. Selain sosial media, ada pula program *variety show* yaitu Gebyar BCA yang telah lama tayang di stasiun televisi, kini dapat pula disaksikan di media sosial dan *website* BCA. Promosi yang baik dan menarik inilah yang dapat menciptakan komunikasi antara pegawai jasa layanan (*customer service*) dengan para nasabah. Kemudian dengan adanya komunikasi yang baik tersebut diharapkan Bank BCA dapat memperoleh nasabah baru untuk membuka rekening dan tetap mempertahankan nasabah lama.

Dengan adanya nilai positif yang diberikan kepada nasabah, maka nasabah semakin percaya dan tertarik untuk membuka rekening di tabungan Tahapan BCA. Sebaliknya, jika nilai negatif yang diberikan kepada nasabah maka berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam membuka rekening.

**TABEL 1.1**  
**TOP BRAND INDEX PRODUK TABUNGAN**  
**BANK KONVENSIONAL INDONESIA**  
**2013-2014**

Merek	Tahun 2013		Tahun 2014	
	TBI	Ranking	TBI	Ranking
Tahapan BCA	30,4%	1	29,4%	1
BRI Britama	16,9%	2	19,9%	2
Tabungan Mandiri	16,0%	3	17,5%	3
BRI Simpedes	14,7%	4	11,1%	4
BNI Taplus	8,9%	5	9,6%	5
Bank DKI	-	-	1,6%	6
Tabungan Danamon	1,5%	6	1,1%	7
Tabungan Batara Prima	1,2%	7	-	-
Tabungan CIMB Niaga	1,0%	8	-	-

Sumber : Top Brand Index (TBI) 2013-2014

Berdasarkan pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa dari rangking satu sampai dengan tiga, termasuk dalam kategori TOP versi *Top Brand Index* (TBI) yaitu

Tahapan BCA, BRI Britama dan Tabungan Mandiri yang masing-masing memiliki nilai di atas 15% dari tahun 2013 sampai dengan 2014. *Top Brand Index* (TBI) adalah penghargaan yang diberikan kepada merek-merek terbaik pilihan konsumen atas hasil riset terhadap konsumen Indonesia. *Top Brand Index* merupakan barometer pengukuran kesuksesan sebuah merek di pasar. Merek yang terpilih adalah merek yang memperoleh *Top Brand Index* minimum sebesar (10%) dan menurut hasil survey berada dalam posisi *top three* sehingga merek tersebut akan menyandang predikat merek *Top Brand Award*.

Terkait dengan *Top Brand Index* pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa prosentase penjualan tabungan Tahapan BCA pada tahun 2013 sebesar 30,4% dan pada tahun 2014 prosentase penjualannya sebesar 29,4%. Dengan data yang diperoleh dua tahun terakhir ini menunjukkan bahwa terjadinya penurunan penjualan yang terjadi pada tabungan Tahapan BCA sebesar 1%. Berbeda halnya dengan dua merek yang juga termasuk ke dalam predikat TOP yaitu tabungan BRI Britama dan Tabungan Mandiri yang mengalami peningkatan di tahun 2014.

Berdasarkan latar belakang maka dilakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Membuka Rekening Tahapan BCA di Surabaya”.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulisan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan membuka rekening Tahapan BCA di Surabaya?

2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan membuka rekening Tahapan BCA di Surabaya?
3. Apakah promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan membuka rekening Tahapan BCA di Surabaya?
4. Apakah kualitas produk, pelayanan dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan membuka rekening Tahapan BCA di Surabaya?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka dapat ditetapkan tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji signifikansi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan membuka rekening Tahapan BCA di Surabaya.
2. Untuk menguji signifikansi pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan membuka rekening Tahapan BCA di Surabaya.
3. Untuk menguji signifikansi pengaruh promosi terhadap keputusan membuka rekening Tahapan BCA di Surabaya.
4. Untuk menguji kualitas produk, pelayanan dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan membuka rekening Tahapan BCA di Surabaya.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik bagi peneliti maupun bagi pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini, antara lain :

1. Bagi Bank BCA

Sebagai bahan masukan kepada Bank BCA untuk meningkatkan kualitas produk, pelayanan dan promosi bagi nasabahnya agar strategi meningkatkan nasabah baru dapat tercapai.

2. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Sebagai bahan referensi ilmiah dan literatur manajemen perbankan mengenai kualitas produk, pelayanan dan promosi terhadap keputusan membuka rekening Tahapan BCA di Surabaya.

3. Bagi Peneliti

Sebagai penerapan dan studi banding dari teori dan praktik yang telah diperoleh selama proses perkuliahan serta menambah wawasan pengetahuan mengenai manajemen pemasaran dalam dunia perbankan.

### **1.5 Sistematika Penulisan Skripsi**

Untuk mempermudah dalam penyusunan dan untuk memperjelas maksud dan tujuannya, maka dalam penelitian ini dibuat sistematika sebagai berikut :

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

Merupakan bab pendahuluan yang memuat mengenai Latar Belakang, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian serta Sistematika Penulisan.

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

Merupakan bab yang memuat mengenai Penelitian Terdahulu, Landasan Teori, Kerangka Pemikiran serta Hipotesis Penelitian.

Dalam bab ini juga menguraikan persamaan dan perbedaan antara peneliti terdahulu dan sekarang.

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

Merupakan bab yang memuat mengenai Rancangan Penelitian, Batasan Penelitian, Identifikasi Variabel, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel, Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel, Instrumen Penelitian, Data dan Metode Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian serta Teknik Analisis Data.

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

Merupakan bab yang memuat mengenai Gambaran Subyek Penelitian, Analisa Data dan Pembahasan.

### **BAB V : PENUTUP**

Merupakan bab yang memuat mengenai Kesimpulan, Keterbatasan Penelitian dan Saran.