

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Bank adalah lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara dalam kegiatan keuangan masyarakat. Mereka menerima simpanan dana dari nasabah, memberikan pinjaman, serta menyediakan berbagai layanan keuangan lainnya seperti transfer dana, penyediaan kartu kredit, dan investasi. Bank juga memainkan peran penting dalam sistem pembayaran, memfasilitasi transaksi bisnis, dan menyediakan berbagai produk dan layanan keuangan yang berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi.

Undang-undang perbankan yang terkenal adalah Undang-Undang Perbankan di Indonesia, yang diatur oleh Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Undang-undang tentang perbankan biasanya merujuk pada kerangka hukum yang mengatur kegiatan perbankan di suatu negara.

Ketentuan dalam undang-undang ini meliputi berbagai aspek perbankan, seperti izin operasional bank, tata kelola perbankan, modal minimum yang harus dipenuhi oleh bank, peraturan perlindungan konsumen, dan aspek-aspek lain yang relevan (Fajriya, 2020). Di berbagai negara, undang-undang perbankan sering kali memiliki nama dan rincian yang berbeda, tetapi tujuannya tetap sama, yaitu untuk mengatur dan mengawasi kegiatan perbankan agar berjalan dengan transparan, adil, dan aman.

Menurut Asmawati et al., (2022) undang-undang perbankan bertujuan untuk menjaga stabilitas sektor perbankan, melindungi nasabah, mencegah praktik-

praktik perbankan yang merugikan, serta mengawasi perbankan guna menghindari risiko sistemik. Pemahaman dan kepatuhan terhadap undang-undang perbankan penting bagi semua pihak yang terlibat dalam industri perbankan, termasuk bank, nasabah, dan otoritas pengawas.

Perbankan di Indonesia memiliki peran penting mengembangkan perekonomian. Hal ini disebabkan perbankan adalah suatu lembaga keuangan yang bertujuan untuk mempertemukan pemilik dan pengguna dana. Oleh karena itu, perbankan dalam kegiatannya diharapkan sejalan secara efisien pada perekonomian berskala mikro maupun makro. Untuk meningkatkan mobilitas dana pada masyarakat terkait dengan pengalokasian kebutuhan terhadap pelayanan jasa pada perbankan (Korengkeng et al., 2022).

Diera sekarang ini, banyaknya bank-bank baru yang muncul mengakibatkan masyarakat lebih bebas dalam menjatuhkan pilihannya. Menyikapi hal tersebut, agar mampu bersaing dengan bank lain maka perbankan harus memiliki strategi yang efektif dalam memberikan pelayanan yang berkualitas agar menciptakan citra perusahaan yang baik, sehingga masyarakat tertarik untuk menjadi nasabah dan yang sudah menjadi nasabah, tingkat loyalitasnya semakin tinggi. Menurut Sasongko, (2021) loyalitas merupakan komitmen pelanggan terhadap suatu merek, perusahaan, atau pemasok berdasarkan sikap positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Nasabah yang loyal ialah mereka yang memiliki komitmen untuk senantiasa melakukan pembelian secara berulang tanpa adanya paksaan dari pihak manapun. Perilaku tersebut dilakukan atas dasar rasa puas dan percaya terhadap perusahaan penyedia jasa.

Rasa puas disini dapat dikaitkan dengan kualitas pelayanan yang sesuai harapan nasabah. Sedangkan rasa percaya dapat dikaitkan dengan citra perusahaan yang baik sehingga masyarakat mempercayai kinerja perusahaan dan memilih untuk bertransaksi dengan perusahaan. Menurut Putri et al., (2021) dijelaskan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas nasabah. Kualitas pelayanan yaitu memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi hal yang penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar perusahaan mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh pelanggan. Pada Bank KB Bukopin, berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa nasabahnya diperoleh hasil bahwa kualitas pelayanannya masih kurang seperti, kurangnya kursi tempat duduk diruang tunggu, lamanya menunggu antrian, dan kurangnya jumlah karyawan untuk melayani nasabah.

Menurut Saputro & Laura, (2020) citra perusahaan berpengaruh untuk membentuk loyalitas pelanggan. Adanya citra perusahaan yang baik juga dapat memberikan nilai tersendiri dihati pelanggan. Nasabah akan lebih memilih untuk bertransaksi pada bank tersebut. Hal ini karena mereka yakin bahwa ketika bertransaksi akan ada rasa puas dan nyaman. Kepuasan pelanggan merupakan hal penting bagi eksistensi suatu bisnis serta, memuaskan pelanggan juga dapat meningkatkan kualitas bisnis dalam bersaing dengan bisnis-bisnis sejenis. Menurut Nurhalimah & Nurhayati, (2019) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja nyata yang

dipersepsikan terhadap produk, dibandingkan ekspektasi pelanggan sebelum penggunaan produk.

Pada Bank Bank KB Bukopin meskipun dengan kurangnya kualitas pelayanan dan juga anggapan kurang baik terkait citra perusahaan tidak mempengaruhi perkembangan jumlah nasabah yang menggambarkan loyalitas nasabahnya. Akan tetapi meskipun demikian bukan tidak mungkin akan terjadi penurunan jumlah nasabah di kemudian hari jika hal tersebut tidak diperhatikan. Berikut ini data perkembangan jumlah nasabah dari tahun 2020-2022.

**Tabel 1.1 Data Perkembangan Jumlah Nasabah Dari Tahun 2020-2022**

Bulan	Tahun		
	2020	2021	2022
Januari	9	12	6
Februari	18	8	8
Maret	20	13	18
April	13	7	13
Mei	7	7	8
Juni	18	8	9
Juli	14	7	7
Agustus	61	25	20
September	25	7	12
Oktober	16	25	14
November	24	18	10
Desember	10	20	13
Total	235	157	138

Sumber : Bank KB Bukopin MT Haryono Jakarta

Berdasarkan dari hasil tabel di atas, dapat diketahui bahwa jumlah nasabah dari tahun 2020, 2021 dan 2022 terdapat penurunan dari tahun ke tahun. Dimana, pada tahun 2020 jumlah nasabah mencapai 235 orang, lalu mengalami penurunan di tahun 2021 menjadi 157 orang dan di tahun 2022 menjadi 138 orang. Penurunan yang cukup drastis terjadi di tahun 2020 ke tahun 2021 berkurang sebanyak 78 orang. Dapat diketahui bahwa di tahun 2020 terjadi pandemi Covid-19 yang

melanda di Indonesia yang berdampak pada bagian keuangan salah satunya bank di seluruh Indonesia. Dari tahun 2020 ke tahun 2021 masih terdapat penurunan pada jumlah nasabah yang menabung, namun di akhir tahun 2021, terjadi sedikit peningkatan pada jumlah nasabah yang menabung.

**Tabel 1.2 Hasil Pra-survei terhadap 30 responden**

No	Keterangan	Jumlah		Jumlah Responden	Persentase
		Bagus	Tidak Bagus		
<b>Kualitas Pelayanan</b>					
1	Saya Merasa <i>Customer Service</i> Selalu Merespon Keluhan Pelanggan Dengan Cepat	10	20	30	100%
<b>Citra Perusahaan</b>					
1	Bank KB Bukopin memiliki citra yang positif dimata pelanggan	19	11	30	100%
<b>Loyalitas Pelanggan</b>					
1	Saya Akan Mengatakan Hal Positif Ke Orang Lain Tentang Layanan Yang Telah Diberikan Oleh Bank KB Bukopin	25	5	30	100%
<b>Kepuasan Pelanggan</b>					
1	Saya merasa profesionalitas karyawan dalam memberikan tanggapan terhadap konsumen sesuai yang diharapkan	20	10	30	100%

Sumber: Olah data peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 1.3 kualitas pelayanan menyatakan bahwa 10 responden merasa *customer service* selalu merespon keluhan pelanggan dengan cepat, akan tetapi 20 responden menyatakan bahwa merasa *customer service* tidak selalu merespon keluhan pelanggan dengan cepat terkadang terlambat. Kemudian citra perusahaan menyatakan bahwa 19 responden merasa Bank KB Bukopin memiliki citra yang positif dimata pelanggan, akan tetapi 11 responden menyatakan bahwa merasa *customer service* tidak selalu merespon keluhan pelanggan dengan cepat

terkadang terlambat Bank KB Bukopin merasa citra yang positif dimata pelanggan masih kurang dibanding dengan bank yang lain. Kemudian loyalitas pelanggan menyatakan bahwa 25 responden akan mengatakan hal positif ke orang lain tentang layanan yang telah diberikan oleh Bank KB Bukopin, akan tetapi 5 responden menyatakan bahwa pelayanan yang telah diberikan oleh Bank KB Bukopin sudah merasa bagus tetapi terkadang lambat akan responnya. Kemudian kepuasan pelanggan menyatakan bahwa 20 responden merasa profesionalitas karyawan dalam memberikan tanggapan terhadap konsumen sesuai yang diharapkan, akan tetapi 10 responden menyatakan terkadang tidak ada respon dari Bank KB Bukopin dan terkadang jawaban dari hasil permasalahan hanya diulang-ulang saja tanpa adanya solusi.

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan yang dilakukan, terlihat ada beberapa permasalahan yang muncul. Dengan kata lain, perlu adanya promosi produk tabungan dan pemberian informasi yang lebih intensif kepada masyarakat mengenai produk tabungan iB Siaga. Bank mempromosikan produknya melalui brosur, media, dan acara di beberapa daerah, tidak banyak ATM. Ketika nasabah membuka rekening tabungan, mereka mempertimbangkan fasilitas yang disediakan bank, seperti ATM. Menemukan ATM mungkin agak sulit karena hanya terdapat sedikit ATM di beberapa daerah, dan Anda akan dikenakan biaya jika menarik uang tunai dari ATM bank lain. Dalam hal ini, perbankan perlu melakukan upaya edukasi dan rekrutmen yang lebih intensif untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang Bank KB Bukopin. Calon nasabah yang tidak hanya memberikan informasi kepada masyarakat tentang Bank KB Bukopin, namun juga menyelamatkan dan

meningkatkan citra perusahaan, dengan menginformasikan dan memahami apa yang dilakukan bank terhadap masyarakat.

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan di atas, maka penulis meneliti ke dalam sebuah judul skripsi yaitu “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Bank KB Bukopin MT Haryono Jakarta”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Bank KB Bukopin MT Haryono?
2. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Bank KB Bukopin MT Haryono?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Bank KB Bukopin MT Haryono?
4. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Bank KB Bukopin MT Haryono?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Bank KB Bukopin MT Haryono?
6. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Bank KB Bukopin MT Haryono?

7. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Bank KB Bukopin MT Haryono?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Bank KB Bukopin MT Haryono
2. Untuk mengetahui apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Bank KB Bukopin MT Haryono
3. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Bank KB Bukopin MT Haryono
4. Untuk mengetahui apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Bank KB Bukopin MT Haryono
5. Untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Bank KB Bukopin MT Haryono
6. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Bank KB Bukopin MT Haryono
7. Untuk mengetahui apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Bank KB Bukopin MT Haryono



#### 1.4 Manfaat Penelitian

Sebagaimana layaknya penelitian ini, hasil yang diperoleh diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan dan berhubungan dengan obyek penelitian antara lain :

1. Bagi perguruan tinggi

penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran atau referensi di masa mendatang, terutama dalam bidang manajemen pemasaran yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, citra perusahaan, loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan.

2. Bagi penulis

penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai manajemen pemasaran tentang kualitas pelayanan, citra perusahaan, loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan yang bisa dijadikan sarana untuk menerapkan teori yang telah diterima. Selain itu dengan melakukan penelitian ini diharapkan akan menambah pengetahuan serta wawasan peneliti yang dapat digunakan sebagai bekal dalam memasuki dunia kerja.

3. Bagi perusahaan atau instansi

penelitian yang penulis lakukan bertujuan memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai pengaruh kualitas pelayanan, citra perusahaan, loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan. Sebagai sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan perusahaan untuk meningkatkan perusahaan.

### **1.5 Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis membatasi permasalahan penelitian supaya lebih terarah. Penelitian ini terfokus pada variabel kualitas pelayanan, citra perusahaan, loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Penulisan pada pembuatan proposal skripsi ini menggunakan sistematika penulisan agar mudah dipahami dan memudahkan dalam penyusunan. Di bawah ini adalah bentuk sistematika penulisan skripsi sebagai berikut :

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

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah yang menjadi dasar pemikiran atau latar belakang penelitian ini untuk selanjutnya di susun rumusan masalah dan di uraikan tentang tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta batasan masalah kemudian diakhiri dengan sistematika penulisan.

#### **BAB II : TELAAH PUSTAKA**

Pada bab ini berisi tentang landasan teori yang menjadi dasar dalam perumusan hipotesis dalam penelitian ini. Lalu diuraikan juga dan digambarkan kerangka pemikiran dan terakhir hipotesis.

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

Pada bab ini menguraikan tentang variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, kerangka konseptual serta metode

analisis yang di gunakan dalam menganalisis data yang telah di peroleh.

#### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini menguraikan tentang gambaran atau profil perusahaan, responden dalam objek penelitian, hasil analisis data dan pembahasan analisis

#### **BAB V : PENUTUP**

Pada bab ini berisi kesimpulan hasil analisis penelitian serta saran

