

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Bank adalah organisasi konvensional yang memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran (OJK, 2021). Bank adalah lembaga keuangan yang utamanya menerima simpanan dalam bentuk giro, tabungan, dan deposito. Bank juga dikenal sebagai tempat untuk meminjam uang kepada orang yang membutuhkan, menukar uang, memindahkan uang, dan menerima segala macam setoran dan pembayaran. Secara sederhana, operasi bank ini terdiri dari dua tahap: menerima dan menyalurkan uang.

Industri perbankan memainkan peran penting dalam ekonomi suatu negara (Salama dkk., 2019). Bank harus bekerja secara efisien pada skala mikro maupun makro karena peran mereka sebagai perantara keuangan, yang berarti mereka mempertemukan pemilik dana dengan pengguna dana. Tidak dapat dipungkiri bahwa sektor keuangan memainkan peran yang signifikan dalam perekonomian, terutama dalam hal menyediakan dana untuk pembiayaan ekonomi (terutama investasi). Salah satu sektor keuangan yang diharapkan dapat berperan aktif dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan regional adalah perbankan. Banyak faktor memengaruhi pertumbuhan ekonomi suatu negara, dan sektor perbankan memainkan peran penting sebagai lembaga dana publik, yang mana industri perbankan memainkan peran yang signifikan dan tidak

dapat digantikan dalam ekonomi suatu negara. Bank harus bekerja secara efisien pada skala mikro maupun makro karena peran mereka sebagai perantara keuangan, yang berarti mereka mempertemukan pemilik dana dengan pengguna dana (Shabri, 2022).

Secara umum, perbankan Indonesia beroperasi berdasarkan prinsip kehati-hatian. Perbankan Indonesia berfungsi sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat dengan tujuan membantu pelaksanaan pembangunan nasional dengan tujuan meningkatkan pemerataan pembangunan dan hasil, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional, sehingga meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Berdasarkan undang-undang, perbankan di Indonesia terdiri dari bank umum dan BPR (Badan Perkreditan Rakyat). Beberapa perbedaan utama antara keduanya adalah bank umum dapat memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran sedangkan BPR (Badan Perkreditan Rakyat) tidak, jasa lalu lintas adalah jasa yang diberikan perbankan untuk nasabah seperti jual beli valuta asing dan BPR (Badan Perkreditan Rakyat) tidak dapat melakukan transaksi giral (OJK, 2018).

Seperti yang disebutkan sebelumnya, peran bank dalam perekonomian ini sangat krusial. Oleh karena itu, kepercayaan dan loyalitas masyarakat dalam bank sangat penting untuk dijaga untuk meningkatkan intermediasi dan penggunaan bank serta untuk mencegah bank run dan panic (Ramadhani, 2018). Bank dapat memutar dan mengelola uang untuk dapat diberikan kepada pihak lain dan mendapatkan hasil darinya ketika masyarakat memberikan kepercayaan yang baik kepada mereka untuk menjaga aset mereka. Ini akan

memiliki dampak berkelanjutan pada perekonomian secara keseluruhan jika roda ekonomi dari produksi hingga konsumsi dapat berjalan lancar. Secara garis besar, peran perbankan dalam ekonomi ini adalah menjalankan fungsi transmisi, yang memungkinkan mereka untuk mengendalikan jumlah uang yang beredar. Bank juga bertanggung jawab untuk mengumpulkan dana dari masyarakat, yang mana keterlibatan bank dalam hal pengumpulan dana dan penyalurannya kembali ke masyarakat akan sangat menguntungkan pertumbuhan dan pembangunan ekonomi negara (OJK, 2021). Pertumbuhan ini tidak terlepas dari peran yang dimainkan oleh bank dalam kontribusinya, mulai dari kredit mikro, kecil, dan menengah hingga kredit korporasi.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Bank Indonesia tentang Indeks Keyakinan Konsumen (IKK), industri perbankan mengalami peningkatan kepercayaan terhadap bank-bank yang ada di Indonesia. Dapat dilihat pada tabel 1.1 pada tahun 2020 indeks keyakinan konsumen 96,5 kemudian meningkat secara signifikan pada tahun 2021 diangka 118,5 dan tahun 2022 meningkat pada angka 119,9 Survei ini dilakukan secara rutin oleh Bank Indonesia dengan melibatkan beberapa kota di Indonesia. Ini dapat dikatakan bahwa masyarakat semakin percaya akan industri perbankan.

**Tabel 1.1**  
**Indeks Keyakinan Konsumen (IKK)**

<b>No</b>	<b>Tahun</b>	<b>Indeks</b>
1	2020	96,5
2	2021	118,5
3	2022	119,9

Sumber : Bank Indonesia (2022)

Persaingan industri perbankan di Indonesia semakin ketat untuk itu mereka tengah melakukan perbaikan serta memperkuat berbagai aspek-aspek penting untuk dapat terus bersaing (Ana & Zunaidi, 2022). Penguatan ketahanan dan daya saing perbankan ditempuh Bank Indonesia melalui penataan struktur kepemilikan bank dengan Peraturan Bank Indonesia Nomor 14/24/PBI/2012 dan pengaturan penyesuaian kegiatan usaha dan perluasan jaringan kantor bank berdasarkan modal dengan Peraturan Bank Indonesia Nomor 14/18/PBI/2012.

**Tabel 1. 2**  
**Bank dengan Nilai Aset Terbesar di Indonesia**

No	Nama	Nilai Aset (Rp)
1	Mandiri	2.007 triliun
2	BRI	1.852 triliun
3	BCA	1.381 triliun
4	BNI	1009 triliun
5	CIMB Niaga	329 triliun

Sumber : Good Stats (2023)

Bank BCA merupakan salah satu penyedia jasa keuangan yang telah berdiri sejak 1957. Bank BCA menawarkan berbagai jenis jasa keuangan seperti kredit, kartu kredit, asuransi, dll. Menurut data Bank Mandiri memiliki aset sebesar 2.007 triliun kemudian diikuti oleh Bank BRI sebesar 1.852 dan Bank BCA sebesar 1.381 triliun. Nilai asset yang semakin besar menunjukkan bahwa masyarakat percaya untuk menyimpan uang pada bank- bank tersebut.

Kota Yogyakarta merupakan salah satu kota pelajar terbaik di Indonesia menurut QS Best Student Cities 2024 yang menempati peringkat ke 126 dunia. Sebagai kota pelajar, Yogyakarta memiliki 102 perguruan tinggi (Daftar Alamat Perguruan Tinggi, 2023) dengan jumlah mahasiswa 129.855

orang (Yulianti, 2023). Dengan dinobatkannya Yogyakarta sebagai kota pelajar membuat masyarakat terutama para mahasiswa mulai sadar akan keuangan. Pada hasil survei pada tahun 2022 menunjukkan tingkat literasi keuangan dan inklusi di Yogyakarta lebih tinggi dibandingkan dengan provinsi lain yaitu sebesar 54,55% dan 82,08 %, yang di mana masyarakat memiliki wawasan yang cukup mengenai literasi keuangan termasuk perbankan dan juga masyarakat Yogyakarta memiliki akses yang mudah dalam memanfaatkan jasa keuangan (OJK, 2022).

Bank BCA KCU Yogyakarta merupakan kantor cabang utama yang berada di Kawasan Yogyakarta yang di mana merupakan salah satu kantor yang membawahi kantor cabang lain. Sehingga terjadinya penumpukan nasabah disana. banyak nasabah yang menunggu terlalu lama. Menghadapi permasalahan tersebut dan juga persaingan ketat antar bank, dengan itu Bank Central Asia (BCA) melakukan langkah-langkah yang konkrit diantaranya mengembangkan kemampuan sumber daya manusia dan perangkat kerja pendukung dengan menggunakan teknologi yang lebih maju serta memberikan fasilitas yang memadai bagi para nasabah untuk mencapai tujuan.

Dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada Bank BCA KCU Yogyakarta, yang mana alasan peneliti memilih lokasi dan objek penelitian ini didasari oleh beberapa hal. Merujuk pada penjelasan sebelumnya yang menyatakan terdapat masalah yang terjadi di Bank BCA KCU Yogyakarta, dan hal ini jelas saja berdampak pada laju pekerjaan dan kemajuan bank secara rinci. Brand image BCA saat ini dapat diberi nilai cukup baik, sebagai salah satu pelopor bank

swasta terbesar di Indonesia, jadi jelas hal ini merupakan hasil dari kriteria dan feedback baik pelanggan setia bank BCA (Aprilyani & Syah, 2023).

Salah satu keunggulan bersaing yang harus ditingkatkan adalah *service quality*. Kunci keberhasilan dari suatu bank dalam memenangkan persaingan dapat dilihat dengan memberikan layanan kepada pelanggan (Anggraeni, 2019). *Service quality* yang didukung oleh sumber daya manusia yang kompeten menjadi kunci keberhasilan bagi bank dalam bersaing dengan bank lain. Dalam penelitian sebelumnya menyatakan bahwa *service quality* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* (Apriyanti & Surya, 2017).

Loyalitas dapat terus dijaga dengan memberikan layanan yang baik untuk menciptakan *customer loyalty*. Memelihara hubungan yang baik dengan pelanggan merupakan salah satu faktor penting. *Customer loyalty* memiliki peran penting bagi bank untuk menjalankan operasionalnya. Dalam penelitian sebelumnya mengatakan bahwa loyalitas memiliki manfaat bagi pelanggan antara lain : (1) dapat meminimalkan biaya pelayanan, (2) pelanggan yang loyal akan rela membayar lebih mahal, (3) pelanggan yang loyal mampu dijadikan sebagai *marketing* perusahaan, (4) pelanggan akan memberikan informasi-informasi dari perusahaan secara positif (Fanany & Oetomo, 2015).

Pada dasarnya untuk mempertahankan *customer loyalty* merupakan hal yang cukup sulit. Oleh sebab itu *service quality* merupakan salah satu hal yang membuat pelanggan loyal terhadap bank tersebut (Dharmadi & M., 2015).

Penelitian sebelumnya yang meneliti tentang *service quality* terhadap *customer loyalty* menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *service quality* terhadap *customer loyalty* (Triandewo & Yustine, 2020).

Dalam penelitian sebelumnya menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki citra positif bagi konsumen maka akan memiliki konsumen yang loyal, *brand image* juga memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *customer loyalty* (Fanany & Oetomo, 2015). Dalam hal ini menunjukkan bahwa semakin positif *brand image*, akan memperkuat kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut, sehingga konsumen akan semakin loyal.

Untuk memperoleh loyalitas nasabah perlu adanya *customer commitment*. Dalam penelitian sebelum terdahulu menyatakan bahwa *customer commitment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Rinaldy dkk., 2017). Dalam hal ini semakin nasabah berkomitmen akan menggunakan layanan atau barang suatu perusahaan maka tingkat loyalitasnya akan meningkat.

Berdasarkan perihal tersebut di atas dan dengan melihat pentingnya nasabah bagi kelangsungan usaha. Maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Peran *Brand Image* dan *Customer Commitment* dalam Memediasi *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* (Nasabah KCU Bank BCA Yogyakarta)”. Penelitian ini merupakan penelitian replikasi modifikasi di mana dalam penelitian ini menambahkan hipotesis antar variabel yang sudah ada dan mengubah objek dari penelitian sebelumnya. Dimana

penelitian sebelumnya karya Mahatama & Wardana (2022) yang berjudul “*The Role of Brand Image and Customer Commitment in Mediating Service Quality Towards Customer Loyalty*” mengambil objek Lembaga Perkreditan Desa Kedongan yang berada di Bali.

## **B. Rumusan Masalah**

Tingkat kredibilitas industri perbankan berada pada posisi kedua menurut survei Edelman tahun 2022 diantara banyaknya jenis industri keuangan lainnya. Dalam hal ini *brand image*, *customer commitment*, *service quality*, dan *customer loyalty* merupakan faktor penting. Berdasarkan latar belakang tersebut memperoleh rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap *brand image* Bank BCA KCU Yogyakarta?
2. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap *customer commitment* pada nasabah Bank BCA KCU Yogyakarta?
3. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap *customer loyalty* pada nasabah Bank BCA KCU Yogyakarta?
4. Apakah *brand image* berpengaruh terhadap *customer loyalty* pada nasabah Bank BCA KCU Yogyakarta?
5. Apakah *customer commitment* berpengaruh terhadap *customer loyalty* pada nasabah Bank BCA KCU Yogyakarta?
6. Apakah *brand image* berpengaruh terhadap *customer commitment* pada nasabah Bank BCA KCU Yogyakarta?

7. Apakah *service quality* yang dimediasi oleh *brand image* berpengaruh terhadap *customer loyalty* pada nasabah Bank BCA KCU Yogyakarta?
8. Apakah *service quality* yang dimediasi oleh *customer commitment* akan berpengaruh terhadap *customer loyalty* pada nasabah Bank BCA KCU Yogyakarta?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang serta rumusan masalah yang telah diuraikan, penelitian ini memiliki tujuan antara lain:

1. Untuk menjelaskan dan menganalisis pengaruh *service quality* terhadap *brand image* Bank BCA KCU Yogyakarta.
2. Untuk menjelaskan dan menganalisis pengaruh *service quality* terhadap *customer commitment* pada nasabah Bank BCA KCU Yogyakarta.
3. Untuk menjelaskan dan menganalisis pengaruh *service quality* terhadap *customer loyalty* pada nasabah Bank BCA KCU Yogyakarta.
4. Untuk menjelaskan dan menganalisis pengaruh *brand image* terhadap *customer loyalty* pada nasabah Bank BCA KCU Yogyakarta.
5. Untuk menjelaskan dan menganalisis pengaruh *customer commitment* terhadap *customer loyalty* pada nasabah Bank BCA KCU Yogyakarta.
6. Untuk menjelaskan dan menganalisis pengaruh *service quality* terhadap *customer commitment* pada nasabah Bank BCA KCU Yogyakarta.

7. Untuk menjelaskan dan menganalisis pengaruh *service quality* yang dimediasi oleh *brand image* terhadap *customer loyalty* pada nasabah Bank BCA KCU Yogyakarta.
8. Untuk menjelaskan dan menganalisis pengaruh *service quality* yang dimediasi oleh *customer commitment* terhadap *customer loyalty* pada nasabah Bank BCA KCU Yogyakarta.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi, dapat menambah informasi dan menambah pengetahuan bagi peneliti selanjutnya.

##### **2. Manfaat Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pimpinan pemasaran bank dalam upaya meningkatkan *service quality*, *brand image*, *customer commitment*, dan *customer loyalty*

