

BAB I

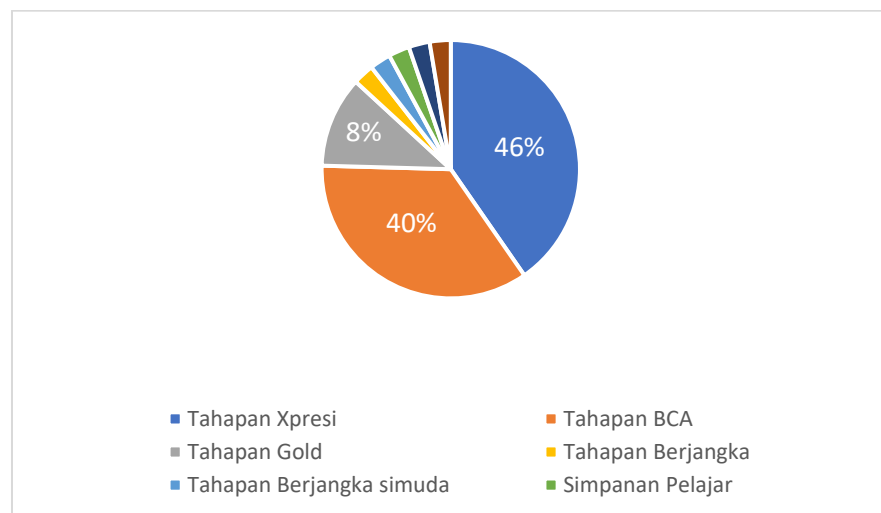
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi modern seperti saat ini, banyak perusahaan yang berkompetisi agar dapat menarik perhatian pelanggan untuk menawarkan produk atau layanan yang bisa memenuhi keinginan mereka. Hal ini menyebabkan persaingan antar perusahaan semakin ketat dalam menawarkan produk atau layanan untuk membuat pelanggan menjadi puas, termasuk dalam dunia perbankan yang ada di Indonesia. Banyak faktor penting yang mempengaruhi sebuah perusahaan jasa perbankan untuk dapat terus bertahan dalam persaingan bisnis, karena apabila nasabah atau pelanggan merasa bahwa produk maupun kualitas layanan yang diterimanya baik atau sesuai harapan, maka pelanggan akan merasa puas, percaya dan mempunyai komitmen menjadi nasabah yang loyal. PT Bank Central Asia Tbk (BCA) hadir di tengah keberagaman stakeholder untuk melayani serta memberi upaya maksimal seiring perkembangan berbagai sektor di Indonesia. Karya dan kerja keras Bank Central Asia Tbk (BCA) selama 66 tahun dalam memberikan produk dan layanan terbaik bagi masyarakat Indonesia dilakukan untuk mewujudkan visi menjadi bank pilihan utama andalan masyarakat yang berperan sebagai pilar utama dalam perekonomian dan memberikan layanan finansial terbaik bagi seluruh nasabah Indonesia. Berbagai segmen ditawarkan oleh Bank BCA dalam sebuah produk untuk nasabah yang berbeda-beda, tentunya dengan fitur-fitur yang menarik yang

disesuaikan dengan masing-masing segmen tersebut. Contohnya Tahapan BCA yang diperuntukkan bagi nasabah perorangan atau yayasan. Kemudian Tahapan Gold diperuntukkan bagi segmen bisnis. Sementara itu, untuk menangkap pasar anak muda, Bank Central Asia (BCA) juga menawarkan Tahapan Xpresi yang pada saat ini banyak menarik perhatian pelanggan, yaitu dengan fitur-fitur yang disesuaikan dengan kebutuhan generasi muda, termasuk kartu ATM yang dapat didesain sesuai dengan selera nasabah. Tahapan Xpresi juga dapat digunakan dengan mudah oleh para penggunanya yaitu proses pembukaan rekening Tahapan Xpresi BCA relatif mudah dan cepat dilakukan, sehingga dapat segera memanfaatkan layanan dan manfaat yang ditawarkan.

Gambar 1. 1 Diagram perbandingan pengguna produk Bank Central Asia



Dari gambar 1.1 menunjukkan diagram pengguna produk Bank Central Asia (BCA) pada tahun 2022 yang dimana pengguna produk Tahapan Xpresi memiliki pengguna terbanyak yaitu 46% karna Tahapan

Xpresi yang diberikan oleh Bank Central Asia diperuntukan untuk kalangan anak muda seperti milenial dan Gen-Z. Produk serta layanan Tahapan Xpresi BCA menawarkan kemudahan akses melalui aplikasi perbankan digital. Hal ini memungkinkan generasi milenial untuk melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja melalui ponsel, tanpa perlu datang ke kantor cabang fisik dan hal ini sangat cocok dengan gaya hidup aktif generasi muda pada saat ini.

Penelitian ini merupakan penelitian replikasi murni dari (Putra & Hasmawaty, 2022) yang dimana memiliki perbedaan pada objek (Bank Negara Indonesia menjadi BCA), subjek (Nasabah Tabungan Prioritas Bank Negara Indonesia menjadi Nasabah Tahapan Xpresi BCA) dan lokasi (Palembang menjadi DIY). Pada persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada variabel (kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan), model penelitian, memiliki 7 hipotesis, teknik pengumpulan data (menggunakan kuesioner dengan skala likert 1-5), dan analisis data menggunakan SEM.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka dapat diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah persepsi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?

3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
4. Apakah persepsi kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
5. Apakah persepsi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
6. Apakah kepuasan pelanggan memediasi persepsi kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan?
7. Apakah kepuasan pelanggan memediasi persepsi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan
5. Mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan

6. Mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi kepuasan pelanggan
7. Mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi kepuasan pelanggan

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta pengetahuan yang dapat dijadikan sebuah rujukan untuk mengembangkan ilmu dan pengetahuan mengenai pengaruh persepsi kualitas produk dan persepsi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Tahapan Xpresi BCA Tbk.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah sarana yang bermanfaat untuk lebih mengerti tentang pentingnya persepsi kualitas produk, persepsi kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan Tahapan Xpresi BCA Tbk
- b. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat membantu dan memberikan kontribusi dalam pengembangan sebuah teori mengenai persepsi kualitas produk, persepsi kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan Tahapan Xpresi BCA Tbk.