

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dalam era globalisasi, persaingan sektor jasa perbankan menjadi semakin ketat. Seluruh bank perlu mengadopsi strategi untuk mempertahankan nasabah. Salah satunya adalah dengan memberikan kualitas pelayanan yang unggul, pelayanan yang baik mencakup aspek kecepatan, keramahan, dan tingkat empati yang tinggi terhadap nasabah. Sebuah pelayanan yang kurang memuaskan dapat menyebabkan nasabah beralih ke bank lain yang menawarkan layanan yang lebih baik. Menurut Harianto dan Subagiarto (2013), tingkat kepuasan konsumen berhubungan erat dengan tingkat loyalitas konsumen. Dengan kata lain, semakin puas nasabah terhadap pelayanan bank, semakin tinggi kemungkinan mereka akan tetap setia menggunakan jasa bank tersebut. Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi faktor krusial dalam upaya untuk memenuhi kepuasan pelanggan.

Lembaga keuangan seperti perbankan memiliki peran penting dalam mendukung kemajuan suatu bangsa. Menurut UU Perbankan No. 10 Tahun 1998, bank diartikan sebagai institusi yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dan kemudian mengalirkan dana tersebut kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya guna meningkatkan taraf hidup banyak orang. Dengan adanya lembaga perbankan, pandangan masyarakat tentang menyimpan uang di rumah telah berubah. Saat ini,

masyarakat lebih cenderung memiliki rekening bank pribadi sebagai tempat untuk menyimpan dan mengelola uang mereka. Hal ini merupakan salah satu prestasi dari sektor perbankan dalam memperkenalkan konsep perbankan yang modern kepada masyarakat. Persepsi utama perusahaan dalam menciptakan kebahagiaan dan kepuasan pelanggan adalah melalui standar pelayanan yang diberikan. Penting bagi perusahaan untuk mengarahkan perhatian pada faktor-faktor krusial yang dihargai oleh pelanggan, agar pelanggan merasakan kepuasan sejalan dengan harapan yang ada (Sugiarti et al., 2021).

Dalam sector perbankan, variabel kualitas layanan telah menjadi perhatian utama dalam pengembangan teori pemasaran layanan, Menurut Anderson, (2008) menggaris bawahi bahwa pemberian kualitas layanan kepada pelanggan dapat mempertahankan pelanggan yang setia. Oleh karena itu, penting untuk membuatnya menjadi prioritas utama dalam upaya membentuk dan mempertahankan pelanggan yang menguntungkan. Kualitas layanan dipandang sebagai keunggulan kompetitif bagi organisasi, membedakan dirinya dari pesaing lainnya. Factor ini menjadi kunci bagi keberlanjutan jangka Panjang organisasi dalam sector jasa. Pelayanan yang baik akan menarik calon pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

Kesadaran yang tinggi dari konsumen mengenai identitas merek akan berdampak pada kesetiaan pelanggan. Munculnya citra merek di pasar dalam berbagai bentuk akan mendukung bank dalam meningkatkan pemahaman mengenai citra merek dan mendorong para nasabah untuk tetap setia. Hal tersebut berkaitan dengan penelitian dari Onyancha & Kenyatta, n.d.(2013)

bagaimana interaksi antara individu, kelompok dan organisasi dalam konteks citra merek, kepuasan pelanggan, serta loyalitas di bank komersial. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa kepuasan terhadap layanan memiliki peranan penting dalam membentuk loyalitas. Terdapat kaitan positif antara tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah, yang berarti bahwa kepuasan pengguna layanan perbankan akan menghasilkan nasabah yang setia. Hasil temuan ini menunjukkan pentingnya citra merek bagi nasabah perbankan yang meliputi factor-faktor seperti kualitas pelayanan yang berkontribusi pada kepuasan nasabah dan akhirnya membentuk tingkat loyalitas merek (Narotama, n.d.).

Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, yang lebih dikenal sebagai Bank BNI 46, merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di sektor perbankan nasional. Bank ini selalu berupaya mengutamakan kepuasan nasabahnya (pelanggan) dengan meningkatkan kinerja setiap karyawannya dalam menjalankan misi perusahaan. Salah satu misi tersebut adalah memberikan pelayanan prima kepada nasabah melalui jaringan kerja yang tersebar luas. Upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah dilakukan dengan fokus pada peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) atau karyawan, terutama pada mereka yang langsung berhubungan dengan nasabah. Hal ini bertujuan agar pelayanan jasa yang diberikan kepada nasabah dapat berjalan dengan optimal dan memenuhi harapan nasabah.

Menurut data dari majalah info bank dan marketing research Indonesia, terdiri dari 21 bank diantaranya 9 bank umum konvensional (BUKU), 3 bank

umum Syariah (BUS) 3 bank digital dan 6 bank pembangunan daerah (BPD). Bank Negara Indonesia (BNI) menjadi salah satu bank yang sukses meraih penghargaan *Satisfaction, Loyalty & Engagement Awards 2023* (SLE Awards 2023) bank yang dipimpin oleh Royke Tumilaar sebagai direktur utamanya tercatat BNI berhasil menempati posisi teratas untuk kelompok KBMI IV yang terdiri dari 5 bank kelompok bank modal inti (KBMI) IV yakni BNI, Mandiri, BRI, Panin bank BCA. BNI tercatat berhasil menjadi yang terbaik selama dua tahun berturut-turut total skor BNI di survei SLE 2023 yang sebesar 64,79% itu menjadi yang tertinggi diantara bank-bank yang sekelas dengannya. BNI unggul dalam empat kategori survei yang meliputi : Engagement index BNI, loyalty index BNI, satisfaction index BNI dan marketing index BNI dan penghargaan yang bergengsi ini diberikan kepada BNI, sebuah bank yang dimiliki oleh negara (BUMN) karena dianggap sebagai yang paling sukses dalam mengalami perubahan digital dengan mengembangkan jaringan dan layanan digital, serta berhasil memenuhi kebutuhan para nasabahnya (Rezki Nisaputra, 2023). Berikut data table dari penghargaan bank SLE 2023:

Tabel 1.1

Data bank SLE 2023

No.	Perusahaan	Kategori	Title
1.	Bank Negara Indonesia (BNI)	KBMI IV	Top Bank in Kbmi IV SLE 2023
2.	Bank Mandiri	KBMI IV	Top Bank in Kbmi IV SLE 2023
3.	Panin Bank	KBMI IV	Top Bank in Kbmi IV SLE 2023

4.	Bank Central Asia (Bca)	KBMI IV	Top Bank in Kbmi IV SLE 2023
5.	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	KBMI IV	Top Bank in Kbmi IV SLE 2023
6.	Bank Permata	KBMI III	Top Bank in Kbmi III SLE 2023
7.	Bank Maybank Indonesia	KBMI III	Top Bank in Kbmi III SLE 2023
8.	Bank Tabungan Negara (BTN)	KBMI III	Top Bank in Kbmi III SLE 2023
9.	Bank OCBC NISP	KBMI III	Top Bank in Kbmi III SLE 2023
10.	Bank Cimb Niaga	KBMI III	Top Bank in Kbmi III SLE 2023
11.	Bank Muamalat	Bank umum syariah	Top Bank in Bank Umum Syariah SLE 2023
12.	Bank Syariah Indonesia (BSI)	Bank umum Syariah	Top Bank in Bank Umum Syariah SLE 2023
13.	Bank Central Asia (BCA) Syariah	Bank umum Syariah	Top Bank in Bank Umum Syariah SLE 2023
14.	Bak Jago	Bank digital	Top Bank in Bank Digital SLE 2023
15.	Bank Neo Commerce (BNC)	Bank digital	Top Bank in Bank Digital SLE 2023
16.	Jenius (BTPN)	Bank digital	Top Bank in Bank Digital SLE 2023
17.	Bank Sulselbar	BPD	Top Bank in Bpd SLE 2023
18.	Bank Sumselbabel	BPD	Top Bank in Bpd SLE 2023

19.	Bank Jatim	BPD	Top Bank in Bpd SLE 2023
20.	Bank Sumut	BPD	Top Bank in Bpd SLE 2023
21.	Bank DKI	BPD	Top Bank in Bpd SLE 2023
22.	Bankaltimtara	BPD	Top Bank in Bpd SLE 2023

Sumber: *infobanknews.com 2023*

Layanan prima yang melahirkan nasabah loyal berhasil mendongkrak kinerja BNI pada saptember 2022, laba bersih BNI tumbuh 77,58% secara tahunan atau menjadi Rp 13,80 triliun. Loyalitas dan keterikatan nasabah menjadi salah satu factor pendukung bank dalam meningkatkan pendapatan dari *fee based income* dengan biaya yang rendah. Oleh karena itu, bank harus memiliki kemampuan untuk mengalami perubahan digital yang mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi, dengan tujuan membuat mereka tetap setia sebagai nasabah dan terlibat secara aktif.

Sebanyak 32 bank berhasil meraih 163 penghargaan “Infobank 20th Banking Service Excellence Awards (BSEA) 2023”. Survei bertajuk (BSEA) 2023 untuk mengukur kualitas atau layanan bank di mata nasabahnya, baik nasabah yang datang ke kantor cabang secara tatap muka, maupun nasabah yang memanfaatkan layanan digital banking. Pemberiaan penghargaan BSEA 2023 merupakan suatu bentuk penghargaan kepada

bank-bank yang berhasil melakukan peningkatan layanan dengan inovasi teknologi digital (Rezkiana Nisaputra, 2023).

Berikut ini data penghargaan bank BNI pada *Banking Service Excellence Awards* (BSEA) 2023. Bank BNI merupakan bank pemerintah terbaik dalam keunggulan layanan 2023.

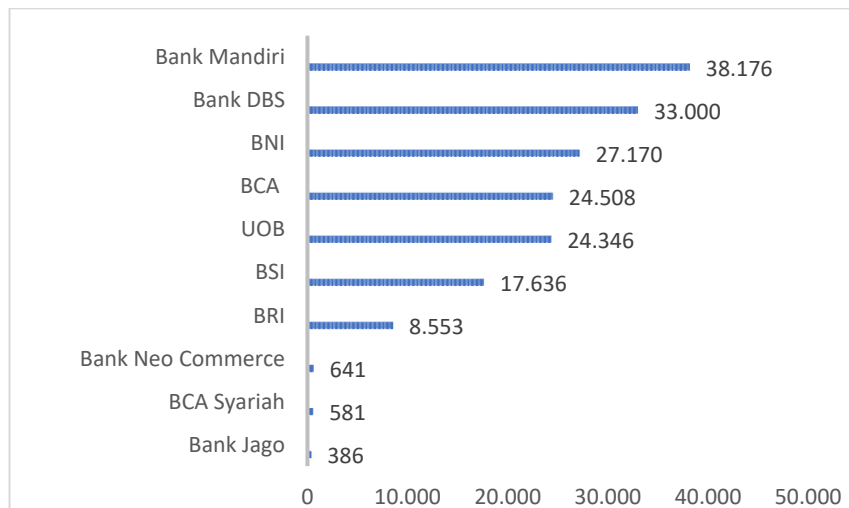
Tabel 1.2
Penghargaan BSEA 2023

No	Peringkat	Penghargaan
1.	Titanium recognition	15 tahun berturut-turut dalam keunggulan layanan.
2.	1 st	Keunggulan layanan saluran digital terbaik.
3.	1 st	Keunggulan layanan pusat kontak terbaik
4.	1 st	Cabang yang nyaman dalam layanan prioritas
5.	1 st	Pusat panggilan
6.	1 st	Banking telepon
7.	2 st	Keunggulan layanan
8.	2 st	Keunggulung E-banking
9.	2 st	Mobile banking
10.	2 st	Chatbot

Sumber data: infobanknews.com 2023

Lemabaga Forbes melakukan penilaian mengenai bank-bank terbaik ini melalui kolaborasi dengan Statista, dengan mengumpulkan data dari hasil survei terhadap 48 ribu nasabah dari 32 negara, termasuk Indonesia. Selain itu, Forbes juga melakukan penilaian dengan

mempertimbangkan beberapa indikator, seperti layanan digital, layanan kepada nasabah, penasihat keuangan, dan tingkat kepercayaan nasabah. Pada tahun 2023, hasil penilaian menunjukkan bahwa terdapat 415 bank dari seluruh dunia yang berhasil masuk ke dalam daftar bank terbaik yang dikenal sebagai "*World's Best Banks.*" *Parijat Banerjee, Global Head of Business Services di LatentView Analytics*, menyatakan bahwa bank-bank yang menawarkan layanan online menduduki posisi terbaik di banyak negara. Menurutnya, hal ini menggambarkan dampak pandemi terhadap perilaku nasabah yang semakin beralih ke transaksi secara digital Rezkiana Nisaputra, (2023). Dan bank BNI menjadi salah satu bank terbaik di Indonesia versi forbes. Berikut data 10 bank terbaik di Indonesia versi forbes yang diurutkan berdasarkan jumlah karyawan pada tahun 2023.



Sumber: databoks. Katadata 2023

Gambar 1. 1

Berdasarkan gambar 1.1 dapat dilihat urutan 10 bank terbaik di Indonesia versi forbes yang diurutkan berdasarkan jumlah karyawan pada

tahun 2023. 10 bank tersebut seperti BCA, Bank DBS, Bank Jago, Bank Mandiri, United Overseas Bank (UOB), BCA Syariah, BNI, BSI, Bank Neo Commerce (BNC), BRI. Dapat dilihat pada fenomena diatas bahwa bank BNI ada di peringkat ketiga pada tahun 2023 sebagai bank terbaik di Indonesia yang diurutkan berdasarakan jumlah karyawannya. Pada tahun 2023 jumlah karyawan di bank tersebut adalah Bank Mandiri: 38.176 orang karyawan, Bank DBS: 33.000 orang karyawan, BNI: 27.170 orang karyawan, BCA: 24.508 orang karyawan, UOB:24.346 orang karyawan, BSI: 17.636 orang karyawan, BRI: 8.553 orang karyawan, BNC: 641 orang karyawan, BCA Syariah: 581 orang karyawan, dan Bank Jago: 386 orang karyawan.

Dalam konteks persaingan yang semakin ketat di industri perbankan, memahami faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan menjadi krusial bagi Bank BNI untuk mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana kualitas pelayanan, citra merek, dan kepuasan pelanggan berinteraksi dan berdampak pada loyalitas pelanggan di Bank BNI di Kota Yogyakarta.

Penelitian ini merupakan replikasi murni dari penelitian Narotama (2019) dari Fakultas Ekonomi di Universitas Brawijaya Malang dengan judul “Pengaruh Kualitas layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Citra Merek Dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi Pada Bank Rakyat

Indonesia kantor cabang Soekarno Hatta Malang”. Penelitian ini mengikuti penelitian sebelumnya menjadi “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Citra Merek Dan Kepuasan Pelanggan (studi pada Konsumen Bank Negara Indonesia di kota Yogyakarta)”. Pada penelitian sebelumnya mengambil objek tentang Bank Rakyat Indonesia kantor cabang Soekarno Hatta Malang dan subjek yang diambil nasabah pada bank Bank Rakyat Indonesia kantor cabang Soekarno Hatta Malang. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 400 responden dan menggunakan alat analisis SEM *Partial Least Square* (PLS). perbedaan dengan penelitian ini adalah objek yang digunakan yaitu pada Bank Negara Indonesia di kota Yogyakarta, jumlah sampel yang digunakan ada 140 responden dan alat analisis yang digunakan adalah SEM AMOS maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Citra Merek Dan Kepuasan Pelanggan. (studi pada Konsumen Bank Negara Indonesia (BNI) di Kota Yogyakarta)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dijabarkan diatas, maka yang menjadi pokok masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap citra merek?

3. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
4. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
5. Apakah citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
6. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan?
7. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh citra merek?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Menganalisis dan menguji kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. Menganalisis dan menguji kualitas layanan berpengaruh terhadap citra merek.
3. Menganalisis dan menguji kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
4. Menganalisis dan menguji kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
5. Menganalisis dan menguji citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

6. Menganalisis dan menguji kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan.
7. Menganalisis dan menguji kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh citra merek.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan panduan bagi perusahaan dan konsumen terhadap pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan citra merek dan kepuasan pelanggan sebagai mediasi pada Bank Negara Indonesia (BNI) di kota Yogyakarta. Hal ini dapat memberikan gambaran kepada konsumen pada minat beli.

2. Manfaat praktis

a) Bagi perusahaan

Membantu pihak perusahaan untuk meningkatkan kualitas layanan, citra merek dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Bank Negara Indonesia di kota Yogyakarta dan sebagai bahan evaluasi untuk Bank Negara Indonesia (BNI) tersebut.

b) Bagi kosnumen

Penelitian dapat memberikan informasi tambahin kepada konsumen mengenai kualitas layanan (*service quality*), citra merek (*brand image*), kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) dan loyalitas pelanggan (*customer loyalty*).