

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1.Latar Belakang Masalah

Sektor perbankan saat ini dihadapkan dengan persaingan yang semakin tinggi, yang berdampak pada hadirnya tuntutan untuk mampu menghadapi berbagai tantangan dalam dunia perbankan. Banyak aspek yang harus diperhitungkan para pelaku usaha di sektor perbankan agar dapat terus berkembang dan berinovasi dalam mempertahankan usahanya agar menarik para nasabah. Nasabah menjadi poros penting dalam kegiatan pemasaran karena penilaian mereka yang menjadi bahan pertimbangan untuk sebuah usaha (Kotler & Keller, 2007). Para pelaku usaha perbankan harus berorientasi pada kebutuhan dan keinginan nasabah jika ingin usaha mereka tetap mampu bersaing. Demi memenuhi kepuasan nasabah, para pelaku usaha di sektor perbankan harus mampu mengikuti setiap perubahan dan pergeseran antara kebutuhan dan keinginan nasabah yang berubah di setiap saatnya.

Kualitas pelayanan adalah salah satu aspek yang menjadi pertimbangan penting dalam sektor pemasaran. Berhadapan langsung dengan para nasabah menjadi hal yang harus dipertimbangkan dalam menjaga kualitas pelayanan (Syahfitri & Kusnanto, 2021). Setiap usaha atau bisnis harus mampu menciptakan pelayanan yang baik untuk menjaga hubungan yang baik kepada para pelanggannya. Dari hubungan yang baik ini, nasabah akan merasa diprioritaskan. Nasabah akan lebih tertarik dan memilih usaha atau bisnis yang melayani mereka dengan baik. Pelayanan yang baik harus yang konsisten terhadap nasabahnya

(Priscilia D. Rondonuwu, 2013). Selain itu juga pelayanan yang diberikan suatu bank harus mampu memberikan semua solusi yang diminta oleh setiap nasabahnya (Salsabil & Sugiyanto, 2023). Nasabah akan merasa senang dalam memilih bank dengan kualitas pelayanan yang bagus.

Kepercayaan juga merupakan aspek penting yang harus diperhatikan oleh para pelaku usaha di sektor perbankan. Membangun kepercayaan begitu penting karena memberikan efek kepercayaan akan produk atau jasa dalam jangka panjang. Kepercayaan juga menjadi pondasi dalam bisnis sehingga menciptakan kepuasan pelanggan. Sehingga kepercayaan didefinisikan sebagai semua pemahaman dan kesimpulan pelanggan mengenai objek, atribut dan manfaatnya (Mowen & Minor, 2002). Dengan kata lain, bagaimana nasabah mempercayakan sebuah produk atau jasa untuk melaksanakan fungsinya sebagaimana mestinya. Selain itu Rachmah et al.(2022), mendefinisikan kepercayaan sebagai bagaimana kesediaan pelanggan mempercayai hasil dari sebuah produk atau jasa yang mereka rasakan sendiri sehingga akan timbul rasa loyalitas. Maka dari itu, aspek kepercayaan ini juga menjadi pertimbangan penting bagi pengusaha atau pebisnis dalam menciptakan produk atau jasa agar memenuhi keinginan nasabah dan mendapat kepercayaan mereka. Aspek yang perlu diperhatikan dalam membangun kepercayaan nasabah tentu dimulai dari proses dalam menghasilkan sebuah produk atau jasa dan bagaimana pelaku usaha di sektor perbankan memberikan proses dan hasil yang maksimal serta menjaga kualitas. Menarik kepercayaan nasabah memang banyak proses dan pengorbanan yang harus dilakukan di dalam dunia perbankan karena

setiap saatnya ada begitu banyak saingan dengan visi peningkatan kualitas yang berbeda untuk menarik kepercayaan nasabah.

Kepuasan pelanggan menjadi dasar pertimbangan yang krusial di dalam dunia bisnis. Melalui aspek kepuasan pelanggan ini para pelaku usaha berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan terbaik. Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai sebuah perasaan yang muncul antara senang atau kecewa terhadap hasil sebuah produk atau jasa dari apa yang diharapkan (Kotler & Keller, 2007). Definisi lainnya mengenai kepuasan pelanggan ini berorientasi kepada ekspektasi pelanggan akan sebuah produk atau jasa yang memberikan kesan baik atau buruk menurut mereka (Mowen & Minor, 2002). Aspek kepuasan pelanggan ini sangat berpengaruh besar terhadap perkembangan penjualan jangka panjang maupun jangka pendek serta pembelian berulang (Tjiptono & Chandra, 2012). Nasabah yang merasa senang terhadap pelayanan sebuah bank akan berpengaruh terhadap keputusan mereka dalam melakukan transaksi berulang sehingga berdampak terhadap target bank. Kepuasan nasabah akan terbentuk saat proses pembelian terjadi lalu membandingkannya dengan harapan nasabah itu sendiri. Menurut Kotler & Armstrong (2010), kepuasan pelanggan adalah tingkat dimana hasil produk atau jasa yang diterima sesuai harapan pelanggan sama dan perasaan pelanggan yang senang akan produk tersebut dan akan terus membeli produk atau jasa tersebut.

Nasabah menjadi poros penting yang diprioritaskan bagi para pelaku usaha dalam memberikan kepuasan terhadap nasabah dan membangun kepercayaan mereka. Berawal dari kepuasan nasabah dan kepercayaan akan merujuk pada loyalitas pelanggan. Sucihati & Suhartini (2022) mendapatkan hasil kepuasan

pelanggan berpengaruh positif signifikan akan loyalitas. Tuntutan terhadap bank untuk selalu menempatkan nasabah dalam setiap aktivitas bisnis akan memberikan rasa memprioritaskan dan puas bagi mereka. Dari rasa puas tersebut dampaknya terhadap nasabah akan menjadi loyal dan tidak berpindah ke industri yang lainnya. Tantangan perubahan zaman yang sangat cepat dan tren-tren yang bermunculan di setiap saatnya harus mampu diadaptasi oleh pelaku usaha di sektor perbankan demi mendapatkan loyalitas nasabah. Selain itu, loyalitas nasabah juga dipengaruhi oleh kepercayaan nasabah akan produk atau jasa yang dihasilkan (Rachman & Oktavianti, 2021). Secara sederhananya, jika tingkat kepercayaan nasabah tinggi maka loyalitasnya juga akan mengikutinya. Kedua aspek kepuasan pelanggan dan kepercayaan ini menjadi aspek dasar yang penting untuk mendapatkan loyalitas nasabah.

BRI (Bank Rakyat Indonesia) merupakan bank yang terbesar di Indonesia ke 4 saat ini. Bank ini memiliki fokus utama pada pelayanan perbankan kepada masyarakat Indonesia, terutama kepada sektor-sektor ekonomi yang berkaitan dengan rakyat kecil dan juga usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Salah satu fitur utama dari BRI adalah fokusnya pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Bank ini berperan penting untuk mendukung kemajuan UMKM di Indonesia dalam meningkatkan penyediaan berbagai produk, barang, jasa, dan layanan keuangan dengan disesuaikan dengan kebutuhan UMKM. BRI memiliki jaringan cabang yang begitu banyak di seluruh Indonesia. Jaringan cabang yang luas ini membantu bank ini untuk lebih dekat dengan nasabahnya, terutama yang berada di daerah pedesaan dan wilayah terpencil. BRI menawarkan berbagai

produk dan layanan perbankan, termasuk tabungan, kredit, kartu kredit, layanan perbankan digital, serta produk-produk inovatif seperti KUR (Kredit Usaha Rakyat) yang dirancang khusus untuk UMKM (Pratama, 2021). Selain berperan dalam dunia perbankan, BRI juga aktif dalam kegiatan sosial dan mengambil peran dalam berbagai program pemberdayaan masyarakat, terutama yang terkait dengan UMKM dan pertanian. BRI mempunyai andil besar untuk meningkatkan perkembangan ekonomi Indonesia, terutama dengan memberikan akses perbankan kepada segmen masyarakat yang kurang terlayani oleh bank-bank komersial besar. BRI merupakan salah satu bank yang memiliki dampak sosial dan ekonomi yang besar di Indonesia, dan terus berupaya untuk menjadi bank yang lebih modern dan efisien dalam menyediakan layanan keuangan kepada masyarakat Indonesia (Septiana et al., 2021).

BRI banyak diminati oleh para nasabah karena pelayanannya sebagai bank pemerintah Indonesia. Menjadi bank yang melayani banyak nasabah di seluruh pelosok Indonesia, kualitas pelayanan yang diberikan harus konsisten agar menjaga nama baik BRI tetap baik di mata para nasabah (Saputra et al., 2023). Selain itu, menjadi salah satu bank terbesar di Indonesia menuntut BRI untuk selalu memprioritaskan kepuasan para nasabahnya. Nasabah menjadi poros penting untuk mempertahankan eksistensi BRI sehingga semua dipusatkan pada bagaimana memprioritaskan nasabah (Rhamdhani, 2020). Dalam mendapatkan kepercayaan nasabah, BRI memberikan berbagai jaminan serta program-program yang baru setiap waktu agar para nasabah tetap percaya memilih BRI (Tumbel et al., 2022). Namun di tengah-tengah eksistensi BRI sebagai bank pemerintah Indonesia tentu

ada banyak bank lainnya yang menawarkan program serta jaminan yang mirip demi menarik nasabah. Hal inilah yang menjadi tantangan bagi BRI yang harus mampu menjaga loyalitas nasabah untuk tetap menjadi nasabah BRI. Sehingga diperlukannya banyak inovasi dan peningkatan di berbagai sektor untuk menjaga loyalitas pelanggan.

Penelitian sebelumnya yang terkait adalah dari Saputra et al. (2023) yang meneliti tentang pengaruh kepercayaan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah BRI di Jambi. Pada penelitian ini ditemukan bahwa kepercayaan dan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas nasabah. Selain itu kepercayaan juga berpengaruh signifikan parsial terhadap loyalitas nasabah. Namun pada kepuasan nasabah tidak ditemukan pengaruh simultan maupun parsial terhadap loyalitas nasabah. Penemuan dalam penelitian ini yaitu nasabah tidak selalu merasa puas akan pelayanan yang telah diberikan oleh pihak bank sehingga kepuasan nasabah dalam penelitian ini bukan sebagai tolak ukur dalam loyalitas nasabah. Pada aspek kepercayaan, nasabah BRI memberikan respon emosional yang positif akan kepercayaan menjadi nasabah yang setia terhadap BRI dengan memilih BRI di setiap proses transaksinya. Kualitas pelayanan yang telah diberikan BRI di Jambi memberikan kesan positif dengan mengistimewakan setiap nasabahnya. Sehingga para nasabah merasa senang dan puas akan pelayanan yang diberikan yang mendorong mereka untuk menjadi nasabah yang loyal.

Penelitian lainnya yang terkait juga adalah dari Asan et al. (2022) yang meneliti tentang pengaruh kualitas jasa, kepercayaan, kepuasan nasabah terhadap

loyalitas nasabah BRI di Manado. Adapun hasil akhir yang ditemukan dalam penelitian ini adalah kualitas jasa, kepercayaan, dan kepuasan nasabah menghasilkan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah BRI. Namun ditemukan kualitas pelayanan jasa hasilnya tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan kepuasan nasabah tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Variabel kualitas jasa, kepercayaan, dan kepuasan nasabah memiliki keterkaitan yang kuat karena mampu berkontribusi besar dalam memengaruhi loyalitas nasabah. Pada aspek hubungan kualitas jasa terhadap loyalitas nasabah adalah bagaimana dampak dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank tidak terlalu memberikan pengaruh terhadap nasabahnya dalam meningkatkan loyalitas nasabah.

Penelitian lainnya yaitu dari Septiana et al. (2021) yang meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah BRI Banjarmasin Samudera. Adapun hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Selain itu kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah menjadi aspek penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Memberikan pelayanan terbaik tidak selalu dinilai memberikan pelayanan maksimal bagi nasabah sehingga hasil yang didapatkan tidak terlalu signifikan pengaruh kualitas pelayanan dengan kepuasan

nasabah. Namun memberikan kualitas pelayanan dengan memberikan pelayanan terbaik cenderung berdampak terhadap loyalitas nasabah untuk selalu memilih BRI.

Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya berkaitan dengan kualitas pelayanan, kepuasan dan kepercayaan yang memengaruhi loyalitas nasabah BRI mendapatkan hasil rata-rata aspek kualitas pelayanan, kepuasan dan kepercayaan pelanggan berpengaruh akan loyalitas mereka. Namun dalam aspek kepuasan pelanggan masih rata-rata mendapatkan hasil tidak berpengaruh signifikan akan loyalitas nasabah akibat tolak ukur kepuasan nasabah yang berbeda beda. Penelitian ini akan meneliti tentang aspek kualitas, kepuasan pelanggan dan kepercayaan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan dengan sampel serta lokasi yang berbeda. Studi kasus akan dilaksanakan pada BRI Kanca Singaraja dengan nasabah yang tersebar di Kabupaten Buleleng. Menjadi salah satu bank terbesar di Indonesia sangat penting untuk memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah agar tetap terjalin hubungan yang baik. Selain itu juga berkaitan dengan menjaga kepuasan dan kepercayaan nasabah harus diperhatikan dengan baik aspek-aspek penting dalam menjaganya karena berdampak terhadap loyalitas nasabah dan penambahan nasabah tiap waktunya bagaimana BRI mampu tetap menjaga eksistensinya sebagai pilihan nasabah. Sebagai salah satu bank besar, bank pertumbuhan nasabah BRI di Kabupaten Buleleng selalu mengalami peningkatan di tiap tahunnya dengan jumlah total nasabah 336.182 dalam kurun 5 tahun terakhir hingga tahun 2021. Hal ini tentu disebabkan oleh banyak faktor dan target yang dibentuk oleh pihak bank. Dari hal tersebut, peneliti ingin menguji peningkatan pertumbuhan nasabah BRI di Buleleng dari aspek kualitas pelayanan, kepercayaan,



dan kepuasan yang memengaruhi loyalitas mereka sebagai nasabah. Berkaitan dengan loyalitas nasabah ini peneliti bermaksud untuk meneliti aspek loyalitas yang ditumbuhkan apakah banyak berasal dari transaksi yang dilakukan oleh nasabah yang sudah lama atau nasabah baru. Peneliti juga ingin mengetahui apakah ada kesenjangan dari penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, kepuasan, dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah BRI karena hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan mendapatkan hasil yang tidak signifikan dalam memengaruhi loyalitas pelanggan karena tolak ukur kepuasan nasabah yang berbeda-beda. Maka dalam hal ini peneliti berkeinginan untuk melakukan penelitian lanjutan mengenai **“Peran Kepuasan Pelanggan dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah BRI Di Buleleng”**

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan di atas, peneliti mengidentifikasi beberapa permasalahan yang berkaitan dengan penelitian ini yang ditemukan beberapa permasalahan yang teridentifikasi sebagai berikut:

1. Sebagian cabang BRI hanya berorientasi pada keuntungan sendiri tanpa mempertimbangkan bagaimana memprioritaskan nasabah dengan cara memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan nasabah khususnya pada proses transaksi nasabah di BRI Singaraja.

2. Nasabah BRI saat ini memilih pelayanan yang mengutamakan keinginan mereka dan memberikan kepuasan namun ukuran kepuasan yang harus dipenuhi berbeda-beda setiap nasabahnya bagaimana mereka menganggap diri mereka puas akan pelayanan BRI Singaraja
3. Mendapatkan kepercayaan nasabah saat ini menjadi faktor utama yang diinginkan BRI dalam mempertahankan nasabah mereka namun tidak semua mampu mempertahankan eksistensi pelayanan dalam mendapatkan maupun mempertahankan kepercayaan nasabah di tengah persaingan.
4. Perkembangan suatu sektor perbankan dilihat dari pertumbuhan nasabahnya di setiap waktu dan loyalnya nasabah mereka namun hal ini menjadi tantangan berat bagi sektor perbankan terutama BRI ditengah persaingan berbagai sektor terkait dengan penawaran yang sama serta pengukuran apakah loyalitas yang terjadi berasal dari nasabah lama atau nasabah baru.

### **1.3. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi dari temuan masalah yang dihadapi oleh sektor perbankan BRI beberapa fokus yang akan dikaji dalam penelitian ini. Maka dalam penelitian ini akan dibatasi pada permasalahan mengenai strategi pemasaran BRI khususnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas nasabah. Para nasabah yang diuji adalah nasabah BRI di Kabupaten Buleleng. Kemudian dari masalah tersebut dikerucutkan kembali menjadi analisis

pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan, dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah BRI di Buleleng.

#### **1.4.Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, peneliti dapat merumuskan beberapa rumusan masalah yang berkaitan dengan penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BRI di Buleleng?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BRI di Buleleng?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BRI di Buleleng?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan BRI di Buleleng?
5. Apakah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan BRI di Buleleng?
6. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui mediasi kepuasan pelanggan BRI di Buleleng?
7. Apakah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui mediasi kepuasan pelanggan BRI di Buleleng?

### 1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan tersebut di atas, maka peneliti merumuskan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah BRI di Buleleng
2. Untuk menguji pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah BRI di Buleleng
3. Untuk menguji pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas nasabah BRI di Buleleng
4. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan BRI di Buleleng
5. Untuk menguji pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan BRI di Buleleng
6. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah melalui mediasi kepuasan pelanggan BRI di Buleleng
7. Untuk menguji pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah melalui mediasi kepuasan pelanggan BRI di Buleleng

### 1.6. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan dari penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti tersebut, maka peneliti dalam penelitian ini dapat memberikan manfaat tentunya bagi

beberapa pihak terkait baik secara langsung maupun tidak langsung sebagai berikut:

#### 1. Manfaat Teoritis

Secara manfaat teoritis yang diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan manfaat ide dan wawasan lebih luas bagi sektor perbankan berkaitan dengan kualitas pelayanan, kepercayaan, kepuasan dan loyalitas nasabah khususnya BRI. Selain itu juga sebagai referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang kemudian dapat dikembangkan lebih jauh dan mendalam.

#### 2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diharapkan dari penelitian ini adalah dapat memberikan masukan dan lebih terbuka dalam menyampaikan kondisi usaha sehingga sektor perbankan khususnya BRI dapat mempertimbangkan berbagai aspek dalam usahanya untuk memenuhi keinginan pelanggan

### **1.7.Rencana Publikasi**

Pada akhir laporan penelitian ini akan direalisasikan menjadi sebuah artikel yang dipublikasikan pada jurnal ilmiah “Jurnal Manajemen Bisnis dan Inovasi” sebuah jurnal yang dikelola oleh Universitas Sam Ratulangi yang terakreditasi Sinta 4.