

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kabupaten Buleleng adalah kabupaten yang terletak di wilayah paling utara Provinsi Bali dan dengan wilayah terluas diantara 9 kabupaten dan kota madya di Provinsi Bali, yakni memiliki luas wilayah sebesar 1.365,88 Km<sup>2</sup> atau 136.588 Ha, setara dengan 24, 25 % dari luas keseluruhan Pulau Bali. Kabupaten Buleleng memiliki ibu kota dengan sebutan Kota Singaraja, dimana kota ini dikenal sebagai Kota Pendidikan. Menurut data direktorat jenderal kependudukan dan pencatatan sipil (Dukcapil) jumlah penduduk provinsi bali sebanyak 4,92 juta jiwa (Databoks,2022). Kabupaten Buleleng merupakan kabupaten dengan jumlah penduduk terbanyak yaitu sebesar 827,64 ribu jiwa dari total populasi (Databoks,2022).

Berkembangnya perekonomian di Kabupaten Buleleng sangat dipengaruhi oleh adanya Sektor Pertanian, Perkebunan, Peternakan, Perikanan dan lain-lain. Keberadaan sektor tersebut dapat meningkatkan pendapatan daerah dan masyarakatnya serta menjadikan tersedianya lapangan pekerjaan bagi sebagian besar masyarakat di Kabupaten Buleleng. Di sisi lain, sektor pendidikan, kesehatan, ketersediaan fasilitas umum dan lain-lain juga mempengaruhi kehidupan sosial masyarakat di Kabupaten Buleleng. Berdasarkan kondisi sosial dan ekonomi penduduk di Kabupaten Buleleng, tentunya mereka membutuhkan

alat bantu transaksi untuk mempermudah mereka dalam melakukan kegiatan ekonominya.

Pada Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, Bank disebutkan sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat. Bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasarkan asas trust, sehingga dalam memilih tempat berinvestasi masyarakat tentunya haruslah benar-benar menyeleksi dan memilih Bank mana yang akan tepat menjadi tempat untuk menginvestasikan uang yang dimiliki, baik berupa deposito dan tabungan ataupun lainnya (Salilo,2019).

Pada tahun 1957 lalu, bank BCA telah hadir sebagai bank swasta non pemerintah di Indonesia. BCA selalu konsisten menampilkan kinerja terbaik yang membuat bank dengan memiliki hampir 15 juta rekening nasabah ini memperoleh berbagai penghargaan salah satunya yaitu Penghargaan Gold Champion dalam BISRA Award 2022 (Tentang BCA, 2022). Bank BCA memiliki banyak produk diantaranya Tahapan, Tahapan Xpresi, Tahapan Gold, Simpanan Tahapan Berjangka, Simpanan Pelajar, Tapres, TabunganKu BCA Dollar, Deposito Berjangka, e-Deposito, Kredit Sepeda Motor, Kredit Kendaraan Bermotor, Kredit Pemilikan Rumah, Pinjaman Kredit Tanpa Agunan, Kartu Kredit, Kartu Flazz, dan m-BCA (Atmlink.id,2023). Berdasarkan Top Brand Index kategori Banking dan Finance menunjukkan produk-produk setiap bank lain yang juga mendapatkan label Top pada Top Brand Index. Walaupun tidak semua produk Bank BCA masuk kategori Top pada Top Brand Index, Namun nama Bank BCA sering kali

muncul pada data. Melihat kondisi data tersebut, terlihat bahwa memang produk BCA sangat konsisten dan unggul dalam kinerjanya. Berikut adalah produk-produk Bank BCA yang mendapatkan label Top pada Top Brand Index.

Tabel 1.1  
Top Brand Index Award kategori Banking dan Finance

<b>Nama Brand</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
Tahapan BCA	32.90	31.60	29.90	33.60	40.40
Deposito	36.6	37.7	40.2	39.50	44.8
Kartu Kredit	38.50	41.50	44.40	44.00	46.90
Tabungan Berjangka	-	16.10	26.40	30.20	28.30
BCA Syariah	-	-	-	-	16.60
KPR	-	-	-	-	14.40
Mobile Banking (m-BCA)	-	-	-	-	52.20
Internet Banking (Klik BCA)	-	-	-	-	43.60

Sumber: *Top Brand Index Award* kategori *Banking* dan *Finance*

Pada data menunjukkan bahwa terjadi sedikit fluktuasi yang diperoleh Bank BCA sejak tahun 2020 hingga 2024, yang artinya keputusan pemilihan produk oleh nasabah cukup tinggi dan tidak kalah jauh dari pesaingnya yang juga ikut masuk kategori *Top* pada *Top Brand Index*. Bank BCA juga konsisten memperoleh angka survey yang baik meskipun pernah terjadi fluktuasi pada tahun 2021-2024. Maka perlu adanya penelitian untuk melihat berbagai elemen yang mampu mempengaruhi kepada keputusan pemilihan produk Bank BCA.

Keputusan pembelian atau keputusan pemilihan adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap suatu produk (Kotler, 2003). Assael (2001) mendefinisikan pengambilan keputusan konsumen adalah proses

merasa dan mengevaluasi informasi merek, mempertimbangkan bagaimana alternatif merek memenuhi kebutuhan konsumen dan memutuskan pada suatu merek. Konsumen sering dihadapkan dengan beberapa pilihan dalam menggunakan suatu produk. Hal ini menyebabkan konsumen harus mempertimbangkan baik-baik sebelum mengambil keputusan untuk membeli atau menggunakan.

Membuat keputusan pemilihan memerlukan strategi pemasaran yang sukses dalam hal pemahaman tentang perilaku pelanggan, sebab tindakan pelanggan memberi pengaruh pada keberlangsungan perusahaan yang menjadi lembaga untuk berupaya memenuhi keinginan maupun kebutuhan pelanggan. Bank BCA selalu mendapatkan posisi terbaik namun berbeda dengan kondisi yang telah berlangsung di kota Singaraja. Mengarah pada hasil observasi serta wawancara yang diterima pada kota Singaraja, bahwa masih cukup banyak masyarakat yang belum mengetahui beberapa produk Bank BCA dan menggunakan setidaknya 3 produk Bank BCA untuk nantinya mereka dapat merasakan kualitas pelayanannya.

Salah satu faktor yang memberi pengaruh pada keputusan pembelian yaitu *Service Quality* atau kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan (SERVQUAL) adalah sejauh mana kemampuan (*ability*) perusahaan untuk menyediakan segala sesuatu yang diharapkan pelanggan untuk memenuhi kebutuhannya (fatimah & patmala,2021). Variabel ini penting pada proses keputusan pembelian sebab layanan kepuasan pelanggan mempengaruhi terjadinya pembelian ulang sehingga penjualan meningkat. Kualitas pelayanan menjadi perhatian utama pelanggan ketika membuat keputusan. Layanan yang berkualitas mendorong pelanggan agar

menjalin hubungan yang erat dengan perusahaan. Pelayanan yang baik juga merupakan kunci penting dalam kesuksesan suatu bisnis atau perusahaan (Aini dan Rahmawati,2018). Menurut Lovelock (dalam Tjiptono, 2001: 58) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh perusahaan jasa dalam rangka memuaskan konsumen dengan cara memberikan atau menyampaikan jasa yang melebihi harapan konsumen.

Selain kualitas pelayanan, *Trust* pelanggan terhadap perusahaan merupakan suatu aset yang tak ternilai bagi perusahaan. Sebab kepercayaan dipandang sebagai dasar dalam hubungan dengan pelanggan (Aini dan Rahmawati,2018). Faktor kepercayaan pelanggan merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Kepercayaan pelanggan menurut (Costabile,2002) didefinisikan sebagai persepsi akan keterhandalan dari sudut pandang konsumen didasarkan pada pengalaman, atau lebih pada urutan transaksi atau interaksi yang dicirikan oleh terpenuhinya harapan akan kinerja produk dan kepuasan.

Hal ini semua sejalan dengan penelitian terdahulu menurut Ulya, dkk (2020) mengemukakan hasil penelitiannya bahwa kualitas pelayanan dan trust berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung nasabah. Hal ini juga sejalan dengan penelitian Amalya dan Yulianthini (2022) dan Ermawati dan Sidiq (2021) yang mengemukakan hasil penelitiannya bahwa Kualitas Pelayanan dan Trust berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung nasabah. Disamping itu peneliti lain juga mengungkapkan hal yang sama, menurut Ayuningtyas dan Siregar (2021) dan Nataly (2022) menyatakan hasil

penelitiannya bahwa kualitas pelayanan dan trust berpengaruh secara simultan dan positif terhadap keputusan penggunaan produk tabungan.

Berbeda dengan hasil penelitian menurut Monica dan Arafah (2018), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pemilihan menggunakan produk tabungan dan Adam (2022) yang juga menyatakan bahwa trust tidak berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan produk tabungan. Berdasarkan pada uraian fenomena dan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka dari itu peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Trust* Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Bank BCA Pada Kantor Cabang Pembantu Singaraja”**

## **1.2 Identifikasi Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka didapatkan identifikasi masalah dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

1. Ditemukan sedikit fenomena fluktuasi pada Top Brand Index Award kategori *Banking* dan *Finance* pada tahun 2021-2024.
2. Adanya ketidaksesuaian teori dengan kondisi lapangan
3. Terjadinya perdebatan antar hasil penelitian terdahulu.

## **1.3 Pembatasan Masalah**

Berdasarkan beberapa masalah terkait dengan penelitian ini, serta mengingat banyaknya faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pemilihan produk tabungan, maka peneliti membatasi masalah dengan hanya menentukan dua faktor yaitu kualitas pelayanan dan *Trust* dengan respondennya adalah nasabah

Bank BCA.

#### 1.4 Perumusan Masalah

Dari latar belakang permasalahan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pemilihan produk Bank BCA?
2. Apakah *Trust* berpengaruh terhadap keputusan pemilihan produk Bank BCA?
3. Apakah kualitas pelayanan dan *Trust* berpengaruh terhadap keputusan pemilihan produk Bank BCA?

#### 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian diatas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pemilihan produk Bank BCA.
2. Untuk menguji pengaruh *Trust* terhadap keputusan pemilihan produk Bank BCA.
3. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan *Trust* terhadap Keputusan pemilihan produk Bank BCA.

#### 1.6 Manfaat Penelitian

##### 1. Manfaat Teoritis

Hasil peneitian ini dapat memberikan manfaat sebagai pengembangan ilmu

pengetahuan di bidang manajemen pemasaran khususnya mengenai kualitas pelayanan, *trust* dan keputusan pemilihan produk Bank BCA yang nantinya dapat dijadikan referensi atau perbandingan pada penelitian selanjutnya.

## **2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi pengetahuan umum bagi masyarakat yang menggunakan produk Bank BCA dan sebagai tambahan informasi masukan bagi pemilik perusahaan untuk mengatasi tingkat fluktuasi serta mampu membangun strategi pemasaran yang baik.

