

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Menurut Andrianto *et al* (2019) Bank merupakan institusi keuangan yang menghimpun dana dari masyarakat melalui berbagai jenis simpanan seperti giro, tabungan dan deposito. Dana yang berhasil terhimpun ini kemudian dapat dialokasikan untuk memberikan pinjaman kepada individu, perusahaan, dan pemerintah. Selain itu, Bank menyediakan dana yang telah terhimpun melalui fasilitas kredit yang dapat dimanfaatkan untuk beragam keperluan seperti investasi, pembelian properti, kendaraan maupun modal dari usaha. Selain menyediakan fasilitas kredit, Bank melayani jasa dalam bentuk pengamanan harta milik baik perorangan, kelompok atau perusahaan (Abdullah & Wahjusaputri, 2018).

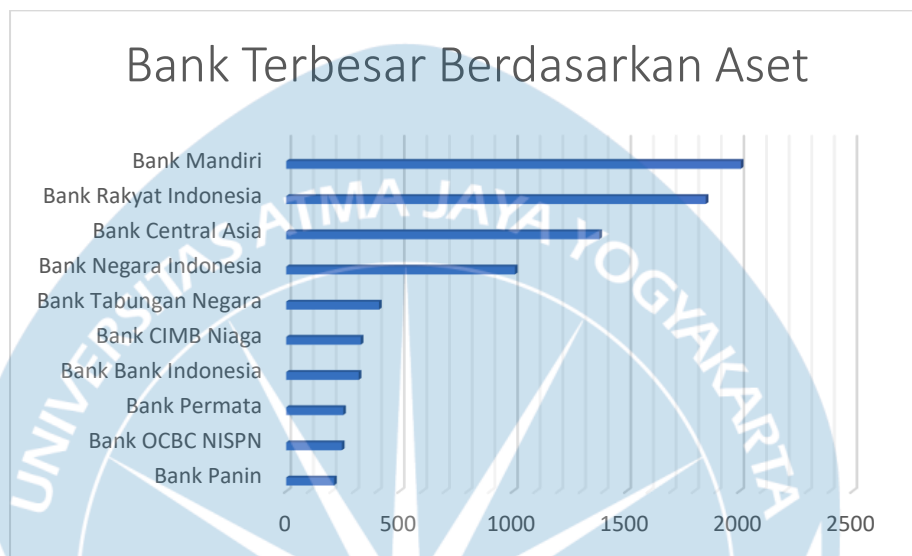
Menurut Maulidya & Afifah (2021) dari waktu ke waktu kondisi perbankan di Indonesia telah mengalami banyak perubahan, perubahan ini harus di respons cepat agar lembaga jasa keuangan siap dalam menghadapi inovasi *digital banking*. Beriringan dengan kemajuan industri menuju digitalisasi, berbagai aktivitas mulai menyesuaikan diri dengan inovasi teknologi. Transformasi digital yang diimplementasikan oleh industri perbankan tidak hanya terbatas pada penyediaan layanan perbankan *online* dan *mobile banking* (Mutiasari, 2020). Pengembangan layanan perbankan digital memungkinkan pelayanan kepada nasabah menjadi lebih cepat, mudah, dan dapat dilakukan secara mandiri dengan tetap memperhatikan aspek keamanan. Layanan seperti *phone banking*, *SMS banking*, *mobile banking*, dan *internet banking* saat ini

semakin umum digunakan bahkan untuk proses membuka rekening bank dapat dilakukan secara mandiri oleh nasabah tanpa perlu kunjungan ke kantor cabang.

Di masa sebelum kemerdekaan, institusi perbankan pertama di Indonesia timbul karena adanya keberadaan kolonial Hindia Belanda khususnya melalui perusahaan dagang Belanda yang dikenal sebagai *Vereenigde Oost-Indische Compagnie* (VOC) di wilayah Indonesia (Andrianto *et al.*, 2019). Pada tahun 1828 De Javasche Bank, yang didirikan sebagai bank Belanda berkembang dengan sukses dan menjadi cikal bakal Bank Sentral Indonesia. Proses nasionalisasi De Javasche Bank dilakukan sesuai dengan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 1951 tentang Nasionalisasi De Javasche Bank, yang disahkan pada tanggal 6 Desember 1951. Undang-undang tersebut disahkan pada tanggal 6 Desember 1951. Pada saat itu terdapat beberapa bank pemerintah yang tidak berasal dari kepemilikan Belanda, Bank-bank pemerintah dan swasta nasional meliputi Bank Negara Indonesia 1946 (BNI), Bank Tabungan Negara (BTN), Bank Sentral, Bank Dagang Negara (BDN), Bank Pembangunan Indonesia (BAPINDO), Bank Bumi Daya (BBD), Bank Rakyat Indonesia (BRI), Bank Ekspor Impor (Bank Eksim), Bank Pembangunan Daerah (BPD), serta Bank Mandiri.

Perbankan di Indonesia telah menyediakan berbagai layanan perbankan seperti *SMS Banking*, *Mobile Banking* dan *Internet Banking* (Moridu *et al.*, 2020). Bank-bank di Indonesia, yang awalnya beroperasi dalam skala kecil atau sebagai bank khusus yang kemudian berkembang menjadi bank umum atau komersial melalui merger dan akuisisi yang menawarkan layanan lengkap dari penghimpunan dana hingga transaksi keuangan lainnya. Perkembangan digitalisasi layanan

perbankan telah mempercepat dan mempermudah akses bagi nasabah dari berbagai lokasi. Perkembangan ini mencerminkan adaptasi terus menerus terhadap dinamika ekonomi dan kebutuhan masyarakat di Indonesia (Utama, 2021).



**Gambar 1. 1 Bank -Bank Besar Indonesia 2023 Berdasarkan Total Aset**

Sumber : <https://www.statista.com/> (Diakses : 12 Maret 2024)

Berdasarkan data dan laporan keuangan survei perbankan Indonesia Triwulan III yang diterbitkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tercatat bahwa Bank Mandiri mendapatkan peringkat pertama aset perbankan terbesar Tanah Air, Bank Mandiri memiliki total aset 2.006.93 triliun atau tumbuh 9,1 persen yoy dibandingkan tahun 2022, Bank Mandiri masih menempati posisi puncak bahkan mencatat rekor sebagai bank pertama di Indonesia dengan aset yang mencapai Rp. 2000 triliun. BRI mendapatkan peringkat kedua, sepanjang 2023 BRI memiliki total aset 1.851.96 triliun tumbuh 5,3 persen yoy dibandingkan tahun 2022. Pada urutan ketiga, BCA mencatat pertumbuhan aset sebesar 7,1 persen yoy atau menjadi c triliun. Pada posisi keempat ditempati oleh BNI yang memiliki total aset 1.009.3

triliun, meskipun pertumbuhan aset BNI tipis namun BNI masih mencatat aset yang baik di atas Rp.1000 triliun.

<i>Description</i>		<i>September 2019</i>	<i>December 2018</i>	<i>September 2018</i>	<i>Growth of September 2019</i>
<i>Total Assets</i>	<i>Commercial Banks in Indonesia (IDR billion)</i>	8.318.280	8.068.346	7.768.873	7,07%
	<i>Bank Mandiri (IDR billion)</i>	1.275.670	1.202.252	1.173.645	8,69%
	<i>Market share (%)</i>	15,34%	14,90%	15,11%	0,23%

**Gambar 1. 2 Pangsa Pasar Bank Mandiri dibandingkan Industri Bank Umum**

Sumber : Statistik Perbankan Indonesia (SPI) (Diakses 12 Maret 2024)

Bank Mandiri menghadapi persaingan ketat, terutama dengan meningkatnya transaksi keuangan non-bank berbasis digital (fintech) dan kompetisi dengan bank-bank lain dalam segmen Retail Banking. Akibatnya, skala bisnis Bank Mandiri, dilihat dari sisi aset, menghadapi tantangan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Berdasarkan total aset yang dimiliki, pertumbuhan aset Bank Mandiri mencapai 8,69% (YoY) atau Rp1.275 triliun pada bulan September 2019, melampaui pertumbuhan industri perbankan nasional yang hanya mencapai 7,07% (YoY). Pada periode tersebut, Bank Mandiri berhasil meningkatkan pangsa pasar asetnya menjadi 15,34% (YoY), naik 0,23% dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya yang mencapai 15,11% (YoY).

PT Bank Mandiri resmi menjadi Perusahaan Perseroan berdasarkan Akta No.

9 pada tanggal 2 Oktober 1998, yang kemudian dikenal sebagai PT Bank Mandiri (Persero). Pendirian PT Bank Mandiri (Persero) merupakan bagian dari program restrukturisasi perbankan yang dirancang oleh pemerintah Indonesia. Pada Juli 1999, empat bank pemerintah digabung menjadi Bank Mandiri, yang di mana masing-masing bank memiliki peran yang tidak terpisahkan dalam proses pembangunan perekonomian di Indonesia. Bank Mandiri mempertahankan dan terus menerus meningkatkan kinerjanya dengan melakukan revitalisasi visi untuk “Menjadi Lembaga Keuangan yang paling dikagumi dan selalu progresif”. Pada Tahun 2014 Bank Mandiri ditargetkan mampu mencapai nilai kapitalisasi pasar terbesar di Indonesia dan masuk dalam jajaran Top 5 Bank di Asean, Bank Mandiri telah berhasil mempertahankan gelar sebagai "bank terbaik dalam keunggulan layanan" selama tujuh tahun berturut-turut dari *Marketing Research Indonesia* (MRI) dan terus mendapatkan predikat sebagai "Perusahaan Sangat Terpercaya" selama tujuh tahun berturut-turut dari *Indonesian Institute for Corporate Governance* (IICG).

Kepuasan pelanggan memiliki signifikansi yang besar bagi bisnis karena dapat membantu dalam mengenali potensi pasar yang ada (Jawaad *et al.*, 2019). Bank Mandiri mampu memuaskan nasabah dengan memberikan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang terbaik seperti yang diharapkan nasabah agar nasabah dapat merasa puas dengan produk dan layanan yang diberikan oleh Bank Mandiri. Bank Mandiri pernah mengalami permasalahan yaitu beberapa layanan Bank Mandiri sempat eror dan berdampak pada saldo nasabah yang berubah, namun hal tersebut dapat di selesaikan Bank Mandiri dengan baik. Bank Mandiri telah

mengambil langkah untuk menjaga keamanan dan privasi data nasabah dengan menggunakan pendekatan berlapis yang melibatkan aspek *people*, *process*, dan *technology* serta melakukan peningkatan pengetahuan karyawan mengenai bagaimana menangani keamanan informasi nasabah agar nasabah merasa aman dan puas terhadap pelayanan dan kualitas produk, dengan nasabah yang merasa puas hal tersebut merupakan aset bagi perusahaan karena nasabah yang merasa puas cenderung untuk tetap setia dan tidak mudah beralih (Harzaviona & Syah, 2020). Fokus utama perusahaan jasa adalah memprioritaskan kepuasan pelanggan karena hal ini memiliki manfaat jangka panjang seperti rekomendasi positif dari mulut ke mulut, tingkat loyalitas pelanggan yang tinggi, dan peningkatan profitabilitas. (El-Adly, 2019).

Loyalitas pelanggan merujuk pada kesediaan pelanggan untuk menjaga hubungan dengan perusahaan dan terus menggunakan layanan serta produknya. Loyalitas merupakan fase di mana konsumen secara berulang memilih untuk membeli produk, layanan, atau merek tertentu (Khajeheian & Ebrahimi, 2021). Ketika nasabah merasa puas dengan pengalaman pada layanan dan produk Bank Mandiri mungkin nasabah memilih untuk merekomendasikannya kepada orang lain. Nasabah yang merasa puas dengan pelayanan dan produk yang diberikan oleh Bank Mandiri lebih cenderung memilih Bank Mandiri berdasarkan pengalaman positif yang dirasakan oleh nasabah. Ketika nasabah merasa puas dengan layanan dan produk Bank Mandiri kemungkinan besar akan memberikan testimoni positif tentang Bank Mandiri, dengan adanya pengalaman positif nasabah dan dapat mendorong nasabah untuk berbagi pengalaman mereka dengan orang lain serta

merekomendasikan agar menggunakan layanan tersebut. Nasabah yang merasa puas dan setia memberikan keuntungan bagi perusahaan dengan menyumbangkan nilai melalui pembelian yang dilakukan secara berulang. Dengan demikian, loyalitas pelanggan sangat berharga karena memungkinkan bisnis untuk meningkatkan penjualan melalui basis nasabah yang dapat diandalkan dan kuat (Rasoolimanesh *et al.*, 2019).

Citra suatu perusahaan dipandang sebagai cermin sejarah bisnis yang menyampaikan informasi kepada pelanggan sasaran mengenai kualitas layanan dan produk dibandingkan dengan pesaingnya (De Leaniz & Del Bosque Rodríguez, 2016). Bank Mandiri dianggap sebagai salah satu lembaga keuangan terkemuka di Indonesia, yang telah mencapai berbagai prestasi dan inisiatif yang menunjukkan kesuksesan dan keyakinan dalam menjalankan bisnisnya. Bank Mandiri terus berinovasi dan sering menjadi pionir dalam meluncurkan solusi keuangan baru dan inovatif untuk memenuhi kebutuhan nasabah, dari sisi layanan Bank Mandiri berupaya bersikap terbuka dan responsif terhadap kebutuhan nasabah, baik melalui pengembangan produk, layanan digital, maupun interaksi langsung melalui cabang. Bank Mandiri membangun hubungan saling percaya dengan nasabah secara individu maupun bisnis dengan memberikan layanan yang memenuhi standar internasional. Etika bisnis menjadi prioritas Bank Mandiri dan hal ini tercermin dari penerapan prinsip AHLAK dalam seluruh aspek operasionalnya. Prinsip-prinsip tersebut meliputi keandalan, kompetensi, kemampuan beradaptasi, loyalitas, kemampuan beradaptasi dan kolaborasi yang semuanya menunjukkan komitmen Bank Mandiri terhadap integritas dan profesionalisme. Dari sisi konsistensi dan

persuasif, Bank Mandiri berupaya memberikan informasi dan deskripsi produk yang relevan sesuai kebutuhan nasabah sehingga nasabah dapat mengambil keputusan keuangan yang tepat, Bank Mandiri menunjukkan komitmennya dalam memberikan layanan unggul dan menyesuaikan produk perbankan dengan kebutuhan nasabah untuk membuat nasabah puas dengan layanan yang diberikan oleh Bank Mandiri. Secara keseluruhan, Bank Mandiri berupaya mempertahankan posisinya sebagai bank yang inovatif, responsif, beretika dan cerdas yang berhasil melayani nasabahnya. Bank Mandiri menunjukkan citra perusahaan yang baik. Citra perusahaan yang baik ini membantu perusahaan meningkatkan penjualan dan pangsa pasar serta membangun dan memelihara hubungan setia dengan nasabah (Liat *et al.*, 2014).

Menurut Dam & Dam (2021) kualitas layanan sebagai respons terhadap kebutuhan pelanggan dengan mempertimbangkan evaluasi mereka melalui perbandingan antara harapan dan pengalaman yang diperoleh. Pegawai Bank Mandiri dikenal dengan penampilan yang rapi dan mencerminkan standar profesionalisme tinggi yang diharapkan dalam sektor perbankan. Bank Mandiri berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang tepat waktu yang tercermin dari berbagai penghargaan atas keunggulan layanannya. Pegawai Bank Mandiri secara umum memberikan pelayanan yang cepat kepada nasabah untuk memastikan kebutuhan nasabah terpenuhi dengan efisien dan merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh Bank Mandiri, selain itu kesopanan dan sikap hormat merupakan bagian dari etika pelayanan di Bank Mandiri dengan harapan bahwa pegawai selalu bersikap sopan dan menghormati nasabah. Kepercayaan dan kejujuran merupakan



nilai inti yang dijunjung tinggi, pegawai Bank Mandiri diharapkan menjaga integritas dan kejujuran dalam setiap aspek pelayanan mereka. Bank Mandiri terus berupaya untuk meningkatkan kualitas layanan dengan melalui pelatihan berkelanjutan dan penilaian kinerja untuk memastikan standar tinggi layanan pelanggan terus dipertahankan. Bank Mandiri memberikan kualitas layanan yang terbaik untuk pelayanan kepada nasabah, karena kualitas layanan menjadi hal utama yang akan menciptakan keunggulan kompetitif dalam industri layanan (Rahman *et al.*, 2020).

Ada beberapa studi sebelumnya yang melibatkan kualitas layanan, citra perusahaan, kepuasan pelanggan, dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Christanto & Santoso (2022) menunjukkan bahwa kualitas layanan dan citra perusahaan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun, tidak ada hubungan langsung antara kualitas layanan serta citra perusahaan dengan loyalitas pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Chikazhe *et al.* (2021) mengungkapkan kepuasan pelanggan memiliki dampak positif terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, kualitas layanan secara parsial memediasi efek kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan citra perusahaan merupakan faktor penting yang memengaruhi loyalitas pelanggan dalam industri perbankan. Penelitian yang dilakukan oleh Rusmahafi & Wulandari (2020) menunjukkan bahwa meskipun citra perusahaan tidak berkontribusi secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia, namun kualitas

layanan dan nilai pelanggan memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil dari beberapa penelitian terdahulu tersebut, peneliti ingin menguji menggunakan variabel independen yang telah dipilih, yaitu kualitas layanan, citra perusahaan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi terhadap loyalitas pelanggan. Terdapat beberapa alasan mengapa peneliti memilih Bank Mandiri sebagai objek penelitian yaitu karena Bank Mandiri merupakan salah satu Bank terbesar di Indonesia sejak tahun 1998. Kemudian berdasarkan hasil penjelasan di atas terdapat perbedaan hasil penelitian yang inkonsisten, maka peneliti ingin menguji pengaruh variabel yang telah dipilih menggunakan subjek penelitian nasabah Bank Mandiri. Sehingga, penelitian ini mengangkat judul:

**“PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN, TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI STUDI PADA BANK MANDIRI”**

## **1.2. Rumusan Masalah**

1. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bank Mandiri?
2. Apakah Citra Perusahaan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bank Mandiri?
3. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bank Mandiri?

4. Apakah Citra Perusahaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bank Mandiri?
5. Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bank Mandiri?
6. Apakah Kepuasan Pelanggan memediasi pengaruh antara Kualitas Layanan kepada Loyalitas Pelanggan pada Bank Mandiri?
7. Apakah Kepuasan Pelanggan memediasi pengaruh antara Citra Perusahaan kepada Loyalitas Pelanggan pada Bank Mandiri?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijabarkan, maka dirumuskanlah tujuan dari penelitian:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Bank Mandiri.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada Bank Mandiri.
3. Untuk menganalisis pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan pada Bank Mandiri.
4. Untuk menganalisis citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan pada Bank Mandiri.
5. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Bank Mandiri.

6. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan sebagai mediasi antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada Bank Mandiri.
7. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan sebagai mediasi antara citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan pada Bank Mandiri.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan berguna.

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

Penelitian ini dimanfaatkan untuk memverifikasi atau menguji teori-teori yang sudah ada dalam literatur akademis mengenai manajemen perbankan. Memberikan konfirmasi mengenai kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, citra perusahaan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan.

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

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan kepada bank-bank yang telah lama beroperasi atau yang baru berdiri mengenai urgensi memberikan layanan yang optimal kepada pelanggan atau nasabah. Hal ini bertujuan untuk menjaga kesetiaan pelanggan serta menarik perhatian pelanggan baru, sehingga dapat membentuk loyalitas pelanggan. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang praktik pelayanan pelanggan yang efektif dan memberikan informasi kepada perusahaan akan pentingnya menciptakan reputasi perusahaan yang positif.



analisis yang akan digunakan dalam proses penelitian.

#### **BAB IV**

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menyajikan hasil penelitian secara ringkas dan terorganisir untuk menyajikan data yang dikumpulkan dengan jelas dan terstruktur dalam bentuk tabel, grafis maupun teks. Bagian ini merangkum temuan utama dari penelitian yang relevan dengan rumusan masalah yang telah diajukan sebelumnya. Sehingga akan memperoleh pemahaman yang mendalam dan menyeluruh tentang hasil penelitian yang telah dilakukan.

#### **BAB V**

#### **PENUTUP**

Bab ini akan menguraikan interpretasi data serta menjelaskan signifikansinya, diikuti dengan kesimpulan akan ditarik berdasarkan temuan yang telah dijelaskan yang akan menjawab pertanyaan penelitian atau pernyataan masalah. Dari kesimpulan tersebut, akan dilakukan penyusunan rekomendasi untuk penelitian berikutnya atau implikasi manajerial di masa mendatang.