

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Objek Penelitian**

#### **1.1.1 Profil Perusahaan**

Bank Mega, didirikan pada tahun 1990, adalah salah satu institusi keuangan terkenal di Indonesia. Bank Mega telah mengukir reputasi sebagai bank yang menyediakan berbagai layanan keuangan berkualitas tinggi kepada nasabahnya selama beberapa dekade terakhir. Salah satu produk dan layanan yang ditawarkan Bank Mega adalah tabungan, giro, deposito, kartu kredit, dan layanan perbankan digital. Bank Mega dapat melayani berbagai demografi, mulai dari individu hingga perusahaan besar, melalui jaringan kantor dan cabang yang tersebar di seluruh Indonesia.

Bank Mega terus mengikuti kemajuan teknologi dan terus mengembangkan inovasi perbankan digital, seperti layanan perbankan *daring* dan *mobile* yang mudah diakses untuk kliennya. Selain itu, Bank Mega telah melakukan banyak program sosial dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) untuk membantu masyarakat dan lingkungan. Bank Mega terus berkembang dalam industri perbankan Indonesia dan berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi dan keuangan masyarakat dengan komitmen untuk memberikan layanan berkualitas dan terus berinovasi.



**Gambar 1. 1 Logo Bank Mega**

*Sumber: Bankmega.com*

### **1.1.2 Visi dan Misi**

Manajemen bank mega percaya bahwa keberhasilan organisasi sangat bergantung pada seberapa kuat seluruh jajarannya mempedomani visi, misi, dan nilai-nilai yang ideal yang tumbuh dari dalam organisasi. Nilai-nilai ini telah terbukti menopang kinerja dan menghasilkan karya yang bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat.

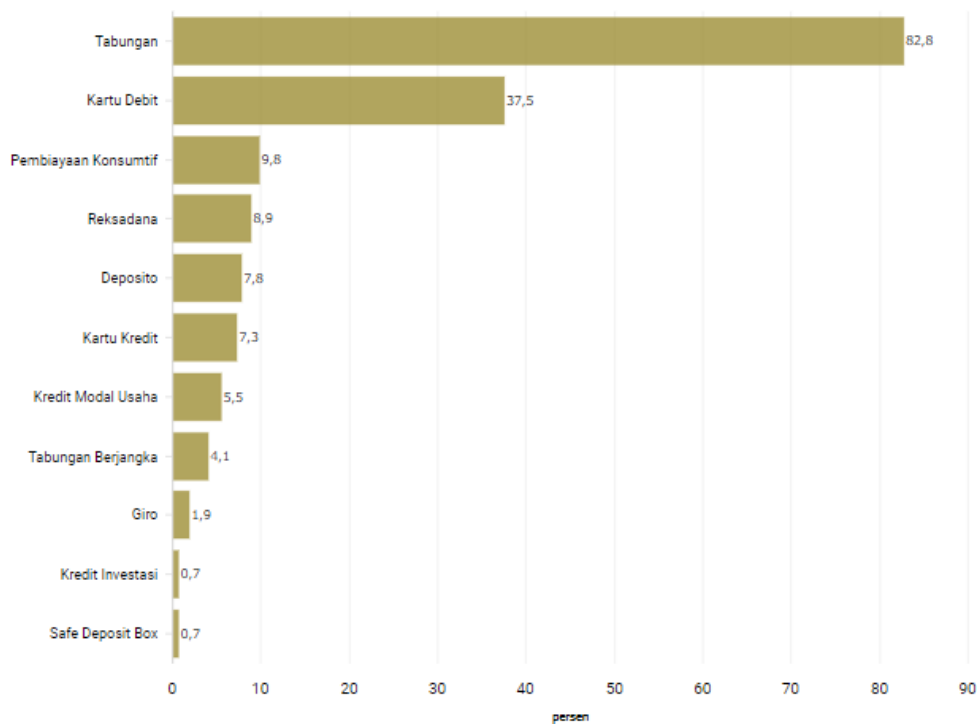
Visi: Menjadi kebanggaan bangsa.

Misi: Menciptakan hubungan baik yang berkesinambungan dengan nasabah melalui pelayanan jasa keuangan dan kemampuan kinerja organisasi terbaik untuk meningkatkan nilai bagi para pemegang saham.

## **1.2 Latar Belakang Penelitian**

Saat ini, bisnis perbankan Indonesia telah mengalami pertumbuhan pesat sebagai akibat dari pertumbuhan ekonomi dan persaingan yang semakin ketat pada sektor perbankan. Perbankan memainkan peran penting sebagai perantara yang menghubungkan masyarakat dengan berbagai jenis layanan keuangan. Oleh karena itu, hubungan yang baik dan kualitas layanan antara bank dengan pelanggan sangat penting untuk mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga perbankan. Kepala Eksekutif Pengawas Perbankan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Dian Ediana Rae, menyatakan bahwa sektor perbankan Indonesia telah menunjukkan ketahanan yang luar biasa dalam perkembangan sektor perbankan di dalam negeri pada bulan Mei 2023 (Khairunisa, 2023). Bahkan ketika ekonomi di beberapa negara mitra dagang utama melemah, negara maju menerapkan kebijakan moneter ketat dengan fungsi intermediasi perbankan yang tetap ada. Sebagai lembaga intermediasi, perbankan membutuhkan kepercayaan dari masyarakat yang ingin melakukan investasi dalam dunia perbankan. Sektor perbankan telah berkembang untuk menyediakan berbagai jenis produk dan layanan yang dapat disesuaikan dengan berbagai kebutuhan. Dapat dilihat pada gambar 1.2 yang dilansir dari situs databoks (2023), bahwa produk perbankan yang paling banyak digunakan di Indonesia adalah

tabungan, kartu debit dan biaya konsumtif.



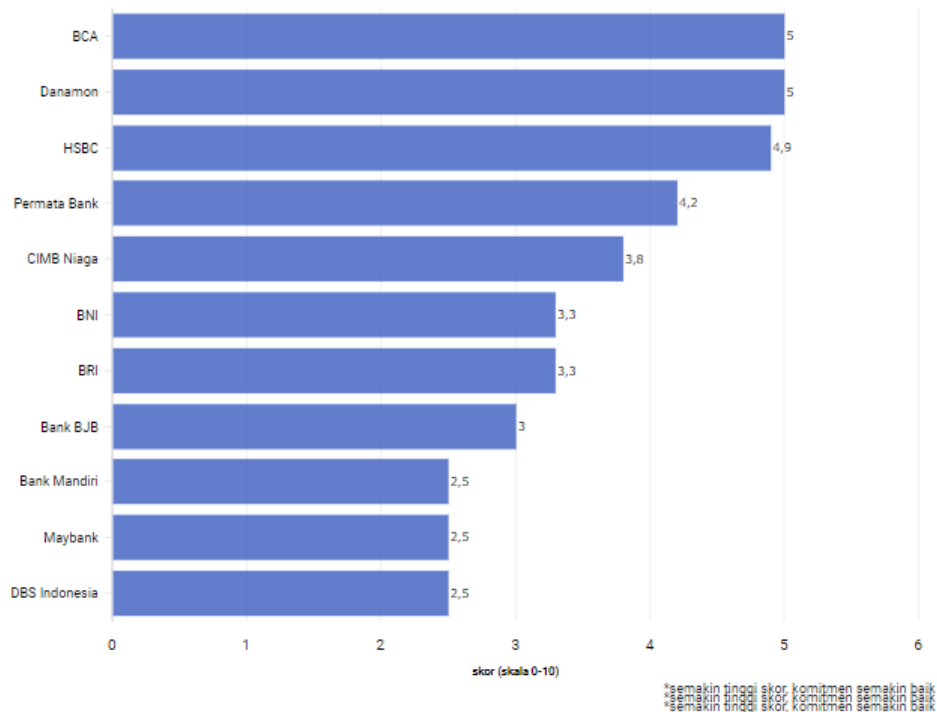
**Gambar 1. 2 Produk Perbankan yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia**

*Sumber: databoks.katadata.id (2022)*

Agar memperoleh kepercayaan tersebut perbankan dikelola secara profesional, mulai dari pelayanan yang baik, strategi pemasaran yang efektif, dan aspek keuangan yang harus dikelola dengan kehati-hatian. Selain itu, sektor perbankan juga harus menjadi kreatif dalam melakukan bisnisnya. Hal tersebut dibuktikan dengan data sementara Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bahwa adanya pertumbuhan kredit perbankan sebesar 11,16% secara tahunan, sedangkan penghimpunan Dana Pihak Ketiga (DPK) tumbuh sebesar 8,78% secara tahunan (Anam, 2023). Akibat pertumbuhan kredit yang tinggi, menunjukkan bahwa bank masih mampu memberikan kredit untuk mendukung pertumbuhan ekonomi, dan peningkatan DPK menunjukkan bahwa bank masih mampu menarik dana masyarakat untuk membiayai operasinya. Sudah menjadi keharusan bagi perusahaan keuangan yang memberikan layanan perbankan untuk memahami dan memenuhi kebutuhan nasabahnya untuk tetap kompetitif di pasar saat ini. Agar

memenuhi kebutuhan pelanggan, seringkali disarankan untuk memberikan layanan perbankan yang lebih baik kepada nasabah mereka.

Semua bisnis pasti memiliki rencana untuk meningkatkan kepuasan pelanggan mereka. Mereka berusaha untuk menciptakan citra positif tentang perusahaan melalui penyediaan layanan berkualitas tinggi dan peningkatan kinerja karyawan untuk memberikan layanan yang lebih baik kepada pelanggan. Menurut data dari [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id) (2023) bahwa berdasarkan analisis laporan tahunan, laporan keberlanjutan, informasi di situs web perusahaan, dokumen kebijakan, dan informasi lain yang diungkapkan kepada publik, sebelas bank di Indonesia memiliki komitmen antikorupsi. Bank-bank yang dipilih mewakili kelompok bank umum terbesar nasional, bank asing, dan bank pembangunan daerah. Berdasarkan gambar 1.3, dapat dilihat bahwa pada tahun 2022, Bank Central Asia (BCA) dan Bank Danamon dinobatkan sebagai bank dengan komitmen pencegahan korupsi tertinggi di Indonesia.



**Gambar 1. 3 Bank dengan Komitmen Pencegahan Korupsi Terbaik di Indonesia**

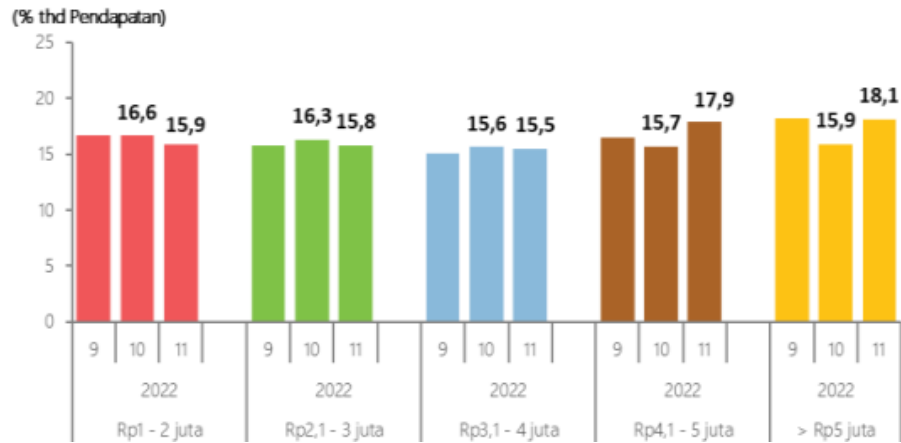
*Sumber: databoks.katadata.id (2023)*

(Indrasari, 2019) mengidentifikasi pentingnya dimensi kualitas layanan, seperti bukti nyata, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan pelanggan. Menurut penelitian ini, empati memiliki pengaruh terbesar terhadap kepuasan pelanggan, diikuti oleh daya tanggap dan keandalan. Hal ini telah menjadi strategi utama dalam industri perbankan saat ini.

Salah satu strategi yang dapat membantu bisnis perbankan di masa kini adalah menawarkan jasa berkualitas tinggi dengan kinerja yang tinggi. Perusahaan perbankan hanya dapat membedakan diri dari pesaingnya dengan menawarkan layanan kelas atas. Namun, berkat kemajuan teknologi, bisnis sekarang dapat menawarkan layanan yang lebih baik yang memuaskan pelanggan. Model bisnis berbasis elektronik mengambil alih sistem perbankan konvensional, dan sebagian besar bank mengevaluasi ulang strategi manajemen hubungan pelanggan dan proses bisnis mereka. Para peneliti telah menyarankan bahwa kualitas layanan elektronik adalah faktor utama dalam membedakan penawaran layanan dan memberikan keunggulan kompetitif karena biaya yang rendah untuk membandingkan pilihan secara online. Manajemen perbankan yang berkualitas diperlukan untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Seiring dengan era persaingan global baru-baru ini, organisasi diminta untuk dapat meningkatkan kinerja mereka melalui peningkatan kualitas. Keberhasilan suatu perbankan sangat bergantung pada kualitas layanan. Hal ini dapat dilihat pada gambar 1.4, yang dilansir menurut data dari (bi.go.id, 2022) bahwa porsi tabungan terhadap pendapatan, terindikasi menurun pada sebagian besar kategori pengeluaran responden (kecuali responden dengan pengeluaran bulanan lebih dari 4,1 juta rupiah).

Grafik 20

## Rasio Tabungan per Kelompok Pengeluaran

**Gambar 1. 4 Rasio Tabungan per Kelompok Pengeluaran**

*Sumber: bi.go.id (2022)*

Hal tersebut disebabkan karena pelanggan yang merasa tidak puas dan tidak nyaman dengan layanan perbankan yang buruk, yang pada gilirannya dapat mendorong mereka untuk membelanjakan lebih banyak uang untuk kebutuhan konsumtif mereka, membuat mereka kehilangan uang untuk ditabung. Oleh karena itu, fenomena ini terjadi hampir di seluruh bank, di mana pelanggan selalu menginginkan pelayanan terbaik saat menggunakan layanan yang tersedia. Namun, kenyataannya terkadang masih jauh dari harapan atau keinginan pelanggan, karena berbagai hal tentang kepuasan pelanggan yang semakin tidak terbatas. Menurut (Armstrong & Kotler, 2018) menjelaskan kepuasan sebagai tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan hasil atau kinerja yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Selain dipengaruhi oleh layanan, kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh kinerja karyawan individu. Kinerja adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan tingkat pencapaian pelaksanaan program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan target, tujuan, visi, dan misi organisasi, yang dituangkan dalam perencanaan strategis organisasi

(Kompri, 2020). Tingkat kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Oleh karena itu, tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan. Jika kinerja tidak memenuhi harapan, pelanggan akan kecewa, tetapi jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan akan sangat puas (Oliver, 2019 dalam Zikri & Harahap, 2022). Banyak organisasi yang menghadapi masalah tentang kepuasan pelanggan (Supriyanto et al., 2021). Ketika kepuasan pelanggan dicapai, organisasi dapat mengatakan bahwa itu berhasil. Pelanggan yang puas biasanya memberitahu tentang kualitas organisasi. Sebaliknya, pelanggan yang tidak puas mengingatkan perusahaan tentang kinerja yang rendah. Akibat adanya penilaian kinerja memungkinkan karyawan untuk dipromosikan, dikembangkan, dan diberi penghargaan atas prestasi mereka, sedangkan karyawan yang tidak berprestasi akan diberi peringatan atau sanksi. (Rantesalu, 2022) Penilaian rutin membantu perusahaan mencapai tujuannya. Menurut (Tjiptono, 2019), menyatakan bahwa memenuhi ekspektasi kualitas layanan pelanggan adalah kunci untuk memberikan kualitas layanan yang lebih baik. Karena hal tersebut dapat meningkatkan kualitas layanan yang menunjukkan sejauh mana kinerja memenuhi atau tidak memenuhi harapan pelanggan. Dan di sisi lain, penilaian kinerja karyawan dapat memperlihatkan sejauh mana mereka mencapai target kualitas dan kuantitas saat mengerjakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

PT Bank Mega, Tbk adalah salah satu bank swasta terbesar di Indonesia yang beroperasi di sektor jasa keuangan, mereka berkomitmen untuk memberikan layanan berkualitas tinggi kepada pelanggan mereka. Kesuksesan institusi perbankan sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan dan kinerja karyawan. Hal ini tertulis dalam (Bank Mega, 2022) bahwasanya Bank Mega meraih penghargaan *Best of the Best Award 2022—The Best 50 Public Listed Companies 2022* dari Forbes Indonesia pada tanggal 10 November 2022. dari Forbes Indonesia pada tanggal 10 November 2022.

Perusahaan-perusahaan yang menerima penghargaan ini diakui memiliki kinerja yang luar biasa dan telah berhasil melewati proses seleksi ketat dari Forbes Indonesia. Selain itu, PT Bank Mega, Tbk telah menerapkan berbagai keunggulan layanan, termasuk berbagai opsi tabungan, proses pembukaan rekening secara *online*, bank internet dan *mobile*, dan promosi menarik, terutama untuk pelanggan Trans Studio Mall.

Penelitian ini menganalisis PT Bank Mega, Tbk kantor cabang Trans Studio Mall Bandung, yang terletak di tengah kota Bandung tentang pengaruh kualitas layanan dan kinerja karyawan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Bank Mega kantor cabang Trans Studio Mall telah berdiri sejak tahun 1999. Karena kualitas layanan yang baik telah diberikan oleh bank sejak awal berdirinya, PT Bank Mega, Tbk kantor cabang Trans Studio Mall Bandung telah membangun loyalitas pelanggan dan telah mempertahankan banyak pelanggan yang bertahan hingga saat ini. Dibuktikan dengan PT Bank Mega, Tbk merilis fitur chatbot *Mila-Mega Intelligent Assistant*, yang bertujuan untuk meningkatkan akses klien terhadap layanan Bank Mega, terutama bagi pelanggan yang lebih muda dan terbiasa dengan teknologi. (Bankmega.com, 2020). Didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh (Arifuddin & Ilahi, 2023) salah satu kunci keberhasilan bank sebagai perusahaan jasa adalah kualitas layanan yang merupakan faktor penting dalam keberhasilan bisnis. Ini adalah fakta yang tidak dapat dipungkiri dalam dunia bisnis saat ini, karena penting bagi suatu perusahaan perbankan untuk menempatkan kepuasan pelanggan sebagai salah satu komitmen utama mereka.

Kepuasan pelanggan dapat memicu komitmen dan loyalitas tinggi terhadap layanan perbankan. Jika bank dapat dipercaya, berkomitmen untuk layanan, dapat diandalkan dan efisien dalam berkomunikasi dengan pelanggan, dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan, yang terjadi adalah loyalitas konsumen terhadap bank akan muncul. Faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas layanan dan kinerja karyawan. (Rahmawati et al., 2022) menyatakan bahwasannya kualitas



layanan suatu perusahaan, terutama loyalitas pelanggan, dapat memengaruhi reputasinya. Pelayanan yang baik akan memberi pelanggan pengalaman yang menyenangkan, dan kinerja karyawan yang baik akan memberikan layanan yang lebih cepat dan akurat, keduanya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Menurut penelitian sebelumnya (Supriyanto et al., 2021) telah berfokus pada aspek kepuasan pelanggan dan kualitas layanan di sektor perbankan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan menyebabkan kepuasan pelanggan meningkat. Hal ini dibuktikan (Rahmawati et al., 2022) dengan menemukan bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan. Ia menemukan loyalitas karyawan terkait secara signifikan dengan kualitas layanan. Namun, dengan keberhasilan ini, penelitian tersebut belum sepenuhnya memahami hubungan antara kualitas layanan dan kinerja karyawan, dan bagaimana faktor-faktor kinerja juga dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Meskipun demikian, sangat disayangkan bahwa tidak banyak penelitian yang telah mempelajari secara menyeluruh bagaimana elemen kinerja karyawan, seperti motivasi, pelatihan, dan komitmen, memengaruhi persepsi pelanggan tentang kualitas layanan dan kepuasan pelanggan dalam industri perbankan di Indonesia. Oleh karena itu, dengan mencari pengetahuan dan keterampilan karyawan, merupakan salah satu faktor penting dalam memberikan layanan yang berkualitas. Karyawan yang memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai akan dapat memberikan layanan yang tepat, cepat, akurat, dan ramah.

Penelitian ini dapat memberikan rekomendasi untuk pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana kinerja karyawan memengaruhi kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, hal ini dapat membantu bank meningkatkan strategi manajemen SDM mereka. Selain itu, analisis ini dapat membantu organisasi serupa memahami hubungan antara faktor internal (kinerja karyawan) dan eksternal (kepuasan pelanggan), yang keduanya berdampak langsung pada keberhasilan bisnis. Untuk meningkatkan strategi dan kinerja organisasi, khususnya dalam industri perbankan Indonesia.

Melalui fenomena tersebut, ada ketertarikan untuk melakukan penelitian tentang apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan yang diberikan oleh PT Bank Mega, Tbk cabang Trans Studio Mall Bandung dan kinerja karyawan mereka dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan. Keputusan ini didorong oleh kebutuhan untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana komponen internal, seperti kinerja karyawan dan motivasi, dapat memengaruhi persepsi pelanggan terhadap layanan perbankan. Upaya ini bertujuan untuk membantu bank dalam lingkungan bisnis yang kompetitif dalam menemukan area yang membutuhkan perbaikan.

Suatu perusahaan pasti memiliki rencana untuk meningkatkan penilaian pelanggan. Agar mencapai citra positif pelanggan terhadap bisnis, perusahaan harus memberikan layanan yang baik dan meningkatkan kinerja karyawan untuk melayani pelanggan dengan lebih baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara kualitas layanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan PT Bank Mega, Tbk di kantor cabang Trans Studio Mall Bandung. Maka penelitian bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI BANK MEGA CABANG TRANS STUDIO MALL BANDUNG DENGAN KINERJA KARYAWAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*”**

### **1.3 Perumusan Masalah**

Kualitas layanan didefinisikan sebagai atribut produk atau layanan yang memiliki keunggulan dalam memenuhi kebutuhan, baik nyata maupun tersirat (Rahmadina & Millanyani, 2022). Dari sudut pandang bisnis perbankan, kualitas layanan merupakan ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan memenuhi harapan pelanggan, yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi pelanggan sebelumnya terhadap layanan dan persepsi mereka tentang kinerja layanan sebenarnya (Sewaka et al., 2023).

Kualitas layanan sangat penting untuk mempertahankan dan

meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap bisnis perbankan. Bank Mega berkomitmen untuk memberikan layanan berkualitas tinggi kepada pelanggannya karena, kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam keberhasilan suatu perusahaan. Tetapi, selain dipengaruhi oleh kualitas layanan, kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh kinerja karyawan. Menurut (Oliver, 2019 dalam Zikri & Harahap, 2022), jika kinerja tidak memenuhi harapan, pelanggan akan kecewa, tetapi jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan akan puas.

Sebenarnya, hubungan antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang kuat untuk kesuksesan suatu bisnis. Tetapi, penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang hanya melihat hubungan langsung antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan saja. Didukung oleh penelitian (Supriyanto et al., 2021) bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, semakin baik layanan yang diberikan oleh bank, semakin tinggi kepuasan pelanggannya.

Oleh karena itu, penelitian ini ingin menambahkan kontribusi baru yaitu diadakannya variabel *intervening* untuk memahami mekanisme hubungan antara kualitas layanan, kinerja karyawan, dan kepuasan pelanggan. Penggunaan variabel *intervening* dalam penelitian ini dapat memperkaya analisis dengan mempertimbangkan faktor internal yang mungkin memengaruhi hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan di Bank Mega cabang Trans Studio Mall Bandung.

Berdasarkan perumusan masalah tersebut. Adapun pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Bank Mega, Tbk di kantor cabang Trans Studio Mall Bandung?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan melalui kinerja karyawan PT Bank Mega, Tbk di kantor cabang Trans Studio Mall Bandung?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh kualitas layanan yang diberikan oleh PT Bank Mega, Tbk di kantor cabang Trans Studio Mall Bandung memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.
2. Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan melalui kinerja karyawan PT Bank Mega, Tbk di kantor cabang Trans Studio Mall Bandung.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

##### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi teoritis ke bidang manajemen pemasaran dan sumber daya manusia. Penemuannya dapat membantu memperkaya literatur tentang hubungan antara kualitas layanan, kinerja karyawan, dan kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman tentang bagaimana variabel internal dan eksternal dapat memengaruhi cara pelanggan melihat layanan perbankan.

##### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini akan bermanfaat bagi PT Bank Mega, Tbk cabang Trans Studio Mall Bandung dan organisasi serupa di sektor perbankan di Indonesia. Melalui pemahaman bagaimana kinerja karyawan, kepuasan pelanggan, dan kualitas layanan berhubungan, perusahaan dapat meningkatkan strategi dan kinerja organisasi mereka untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan keberhasilan bisnis.

##### **1.5.3 Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini mengumpulkan sampel pelanggan PT Bank Mega, Tbk di cabang Trans Studio Mall Bandung untuk menentukan apakah ada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan melalui kinerja

karyawan. Oleh karena itu, penelitian ini terbatas pada perusahaan dan tempat yang diteliti. Namun, hasilnya dapat bermanfaat bagi organisasi serupa di industri perbankan Indonesia.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan sebagai berikut:

### **a. BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penulisan, serta sistematika penulisan tugas akhir.

### **b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini diuraikan tentang tinjauan pustaka, penelitian terdahulu, diantaranya teori tentang kualitas layanan, kinerja karyawan dan kepuasan pelanggan, dengan kerangka pemikiran yang menjelaskan pengaruh dari masing-masing variabel, dan hipotesis penelitian.

### **c. BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini diuraikan tentang jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, serta metode pengumpulan data.

### **d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini diuraikan tentang langkah-langkah analisis dan hasil analisis dari data yang telah diperoleh.

### **e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini membahas mengenai kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian yang dilakukan. Selain itu, disertakan juga saran yang bermanfaat untuk penelitian selanjutnya.