

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan industri perbankan di Indonesia saat ini mengalami peningkatan yang cukup pesat seiring dengan bertambahnya kebutuhan masyarakat terhadap berbagai layanan keuangan. Perbankan tidak hanya berfungsi sebagai tempat menyimpan dana, tetapi juga berperan sebagai lembaga yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dalam bentuk kredit (Kasmir, 2018:8). Saat ini, persaingan antarbank menjadi semakin ketat, baik antara bank pemerintah, bank swasta, maupun Bank Pembangunan Daerah (Mutiara & Muchlis, 2024).

Persaingan ini juga terjadi di wilayah Panumbangan, di mana PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk KCP Panumbangan harus bersaing dengan bank-bank besar lainnya. Agar tetap dipilih oleh masyarakat, Bank BJB perlu membangun kepercayaan dan citra yang baik di mata nasabahnya.

Salah satu produk yang ditawarkan adalah TabunganKu, yaitu produk tabungan yang dibuat untuk menjangkau masyarakat luas dengan keunggulan bebas biaya administrasi bulanan dan setoran awal yang sangat murah, dengan biaya yang sangat terjangkau ini, seharusnya produk TabunganKu menjadi pilihan utama masyarakat di Panumbangan yang ingin menabung tanpa potongan saldo setiap bulannya.

Namun, kenyataan di lapangan menunjukkan hal yang berbeda. Berdasarkan data yang diperoleh peneliti selama melaksanakan kegiatan magang di Bank BJB KCP Panumbangan pada bulan Januari hingga Februari 2026, tercatat jumlah nasabah produk TabunganKu hanya sebanyak 1.244 nasabah. Jika dibandingkan dengan produk tabungan lain seperti bjb Tandamata, jumlah nasabah TabunganKu ini tergolong masih sedikit.

Hal ini menunjukkan adanya masalah, di mana produk yang sebenarnya murah dan menguntungkan masyarakat justru kurang diminati. Kondisi ini memberikan gambaran bahwa keputusan masyarakat dalam memilih tabungan tidak hanya melihat dari murahness biaya saja, tetapi juga melihat bagaimana citra merek atau nama baik bank tersebut. Masyarakat di Panumbangan diduga lebih memilih produk bank lain yang mereka anggap lebih terkenal atau memiliki reputasi lebih kuat di mata mereka.

Selain masalah di lapangan, terdapat juga perbedaan dari hasil penelitian sebelumnya. Penelitian oleh Tamba dkk., 2024 menunjukan bahwa citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun, hasil berbeda ditemukan oleh Widyasari, 2022 yang menyatakan bahwa citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Adanya perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya *research gap* sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian, khususnya pada produk TabunganKu di PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Kantor Cabang Pembantu Panumbangan.

Berdasarkan alasan-alasan tersebut, peneliti tertarik untuk menyusun penelitian dengan judul “Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Nasabah Produk TabunganKu di PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Kantor Cabang Pembantu Panumbangan).”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana citra merek PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk KCP Panumbangan?
2. Bagaimana keputusan pembelian nasabah terhadap produk TabunganKu di PT Bank pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk KCP Panumbangan?
3. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian nasabah pada produk TabunganKu di PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk KCP Panumbangan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Citra merek pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk KCP Panumbangan.
2. Keputusan pembelian nasabah terhadap produk TabunganKu di PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk KCP Panumbangan.

3. Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian nasabah pada produk TabunganKu di PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk KCP Panumbangan.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu

Adapun kegunaan pengembangan ilmu dari penelitian ini, yaitu:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang pemasaran jasa dan perbankan yang berkaitan dengan citra merek dan keputusan pembelian.
2. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa mengenai perilaku konsumen dalam memilih produk perbankan.
3. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian akademis mengenai pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian, khususnya pada sektor perbankan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Adapun kegunaan praktis dari penelitian ini, yaitu:

- a. Bagi Penulis
 1. Menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian nasabah.
 2. Sebagai salah satu syarat dalam penyelesaian Program Studi D-3 Perbankan dan Keuangan di Universitas Siliwangi.

3. Mengembangkan kemampuan penulis dalam menerapkan teori yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam penelitian ilmiah.
- b. Bagi PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk KCP Panumbangan
1. Memberikan informasi mengenai persepsi nasabah terhadap citra merek Bank BJB.
 2. Menjadi bahan masukan bagi Bank BJB KCP Panumbangan dalam meningkatkan citra merek dan kualitas pelayanan kepada nasabah.
 3. Menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan strategi pemasaran produk TabunganKu agar dapat menarik lebih banyak nasabah.
- c. Bagi Program Studi
1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya yang berkaitan dengan bidang pemasaran jasa dan perbankan.
 2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur atau bahan kajian bagi mahasiswa dalam mempelajari faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian.
 3. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber informasi yang dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kampus Universitas Siliwangi yang beralamat di Jl. Siliwangi No.24, Kahuripan, Kec. Tawang, Kota Tasikmalaya, Jawa Barat 46115.

