

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### 1.1 Latar Belakang

Industri perbankan memegang peranan yang sangat strategis karena kegiatan perekonomian suatu negara tidak terlepas dari sebuah alur lalu lintas pembayaran uang. Dari peranan yang sangat strategis itu dapat dikatakan bahwa industri perbankan sebagai urat nadi dari sistem perekonomian. Kegiatan pokok bank menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat, mempunyai fungsi sebagai intermediary service (Sasongko, 2000).

Secara sederhana pengertian bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya. Dari pengertian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa bank merupakan lembaga yang bertugas menjadi perantara bagi mereka yang memiliki kelebihan modal dengan cara menghimpunnya lalu menyalurkannya kepada mereka yang kekurangan atau membutuhkan dalam bentuk pinjaman modal guna meningkatkan taraf hidup dan dilengkapi dengan produk pelayanan lainnya.

Jasa bank sangat penting dalam pembangunan ekonomi suatu negara. Jasa perbankan pada umumnya terbagi atas dua tujuan. Pertama, sebagai penyedia mekanisme dan alat pembayaran yang efisien bagi nasabah. Untuk ini, bank menyediakan uang tunai, tabungan, dan kartu kredit. Ini adalah peran bank yang paling penting dalam kehidupan ekonomi. Tanpa adanya penyediaan alat pembayaran yang efisien ini, maka barang hanya dapat diperdagangkan dengan cara barter yang memakan waktu. Kedua, dengan menerima tabungan dari nasabah dan meminjamkannya kepada pihak yang membutuhkan dana, berarti bank meningkatkan arus dana untuk investasi dan pemanfaatan yang lebih produktif. Bila peran ini berjalan dengan baik, ekonomi suatu negara akan

meningkat. Tanpa adanya arus dana ini, uang hanya berdiam di saku seseorang, orang tidak dapat memperoleh pinjaman dan bisnis tidak dapat dibangun karena mereka tidak memiliki dana pinjaman.

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Pelanggan umumnya mengharapkan produk berupa barang atau jasa yang dikonsumsi dapat diterima dan dinikmatinya dengan pelayanan yang baik atau memuaskan. Pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Kepuasan dapat membentuk persepsi dan hal ini dapat memposisikan produk perusahaan di mata pelanggannya. Hal tersebut penting sebagai acuan dalam membenahan kualitas pelayanan, sehingga pelayanan yang diberikan bisa memberikan kepuasan pada tingkat yang optimal.

Adhiyanto (2012:11) menyatakan bahwa kualitas layanan yang baik dalam suatu perusahaan akan dapat memberikan rasa puas terhadap pelanggan. Kualitas layanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Pelayanan disini adalah segala macam bentuk pelayanan yang diberikan oleh penyedia layanan selama konsumen tersebut berada di tempat tersebut.

Selain sebagai elemen penting, kualitas juga memiliki pengaruh lain. Ada alasan lain pentingnya kualitas (Heizer, 2005:254) yaitu sebagai reputasi perusahaan, keandalan produk dan keterlibatan global. Sedangkan kualitas pelayanan secara umum dapat dilihat dari kesenjangan pelanggan menggunakan jasa layanan dari perusahaan. Collier (Yamit, 2001:22) mengemukakan bahwa pelayanan terbaik pada pelanggan (*excellent*) dan tingkat kualitas pelayanan merupakan cara terbaik yang konsisten untuk dapat mempertemukan harapan pelanggan.

PT. Bank central Asia sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa layanan perbankan dituntut untuk membeikan pekayanan terbaik kepada nasabah. Riset yang dilakukan oleh majalah *Service Excellence (Member STIE Mandala Jember*

*of Marketing Magazine Group*) tahun 2014, menunjukkan bahwa PT. Bank Central Asia kembali meraih peringkat pertama penghargaan *Service Quality Award* 2014 (Jannah, 2021). Penilaian didasarkan atas 3 dimensi besar yaitu *Perceive Service Best (PSB)* - merupakan persepsi pelanggan tentang keberadaan merek *service* lainnya yang mempunyai pelayanan yang lebih baik, *Perceived Service Value (PSV)* – merupakan persepsi pelanggan tentang kesetaraan antara harga yang dibayarkan dengan pelayanan yang diterimanya, *Perceived Service Quality (PSQ)* – merupakan persepsi pelanggan tentang pelayanan yang diterimanya dengan cakupan *service accessibility* (kemudahan pelanggan untuk mengakses layanan), *service process* (kemudahan, kecepatan, keakurasian dan kenyamanan dalam proses pelayanan), *service solution* (kecepatan, dan ketuntasan dalam penanganan keluhan) dan *people* (kemampuan *hard skill* dan *soft skill* petugas frontline termasuk *grooming* dan *appearance*) (Jannah, 2021).

PT. Bank Central Asia merupakan perusahaan perbankan yang terbesar di Indonesia yang memiliki beragam produk dan layanan yang berkualitas dan tepat sasaran bagi nasabah. Selain itu, PT. Bank Cenra Asia merupakan salah satu bank yang saat ini memiliki banyak jenis layanan produk salah satunya adalah Tabungan Hari Depan yang lebih dikenal dengan Tahapan BCA. Berbagai segmen yang ditawarkan oleh PT. Bank central Asia dalam tabungan tahapan kepada nasabah yang berbeda, tentunya dengan fitur-fitur yang menarik yang disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing segmen. Contohnya Tahapan BCA diperuntukkan bagi nasabah perorangan atau yayasan. Kemudian tahapan Gold untuk segmen bisnis. Sementara itu, untuk menangkap pasar anak muda, PT. Bank Central Asia menawarkan produk Tahapan Xpresi dengan fitur yang disesuaikan dengan kebutuhan generasi muda, termasuk kartu ATM yang dapat di design sesuai dengan keinginan nasabah. Sesuai dengan komitmen “Senantiasa di Sisi Anda” PT. Bank Central Asia terus berupaya memberikan pelayanan dan solusi terbaik bagi pelangganya (Jannah, 2021).

Namun terdapat fenomena permasalahan yang terjadi pada Bank BCA dimana jumlah keluhan pada nasabah BCA terus mengalami kenaikan pada tiap tahunnya. Hal tersebut didasarkan pada survei yang dilakukan pihak BCA tahun 2021. Hasil survei menunjukkan jika pada tahun 2018 terdapat 1.501 keluhan, pada tahun 2019 jumlah keluhan naik menjadi 1.746 dan pada tahun 2020 jumlah keluhan naik menjadi 1.796. Hal ini dapat disebabkan menurunnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Bank BCA. Kualitas layanan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah, sehingga kualitas layanan suatu perusahaan sangat penting untuk menciptakan rasa puas oleh nasabah. Dengan demikian perlu diteliti lebih lanjut mengenai kualitas layanan pada bank BCA, sehingga hasil penelitian ini kemudian dapat menjadi wawasan bagi bank BCA dalam memahami persepsi nasabah terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh pihak BCA.

Konsep layanan telah didefinisikan sejak tahun 1980-an oleh Churchill & Surprenant (1982) bersama dengan Parasuraman *et al.* (1985), yang mempopulerkan teori kepuasan pelanggan melalui pengukuran penyampaian layanan aktual perusahaan sesuai dengan harapan pelanggan, seperti yang didefinisikan oleh pencapaian kualitas yang dirasakan, dan itu memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan di luar aspirasi mereka. Dengan premis ini, Parasuraman *et al.* (1985) memperluas konsep layanan menjadi lima dimensi kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Hal ini telah diidentifikasi sebelumnya dan dievaluasi oleh Parasuraman *et al.* (1988) yang memperkenalkan model kualitas layanan yang dikenal dengan SERVQUAL, yang pertama kali diterapkan di industri jasa khusus untuk mengukur kualitas layanan.

Menurut model SERVQUAL, kualitas layanan telah dijelaskan dengan bantuan lima dimensi kualitas. Dimensi ini mencakup lima bidang, yaitu, bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, meskipun definisi yang berkaitan dengan variabel- variabel ini telah dimodifikasi oleh penulis yang  
STIE Mandala Jember

berbeda. Dimensi bukti fisik dari kualitas layanan telah disebut oleh Fitzsimmons & Fitzsimmons (2014) sebagai bukti fisik dari layanan yang diberikan, dan itu termasuk bahan dan peralatan perusahaan dan fasilitas fisik, kondisi lingkungan fisik, bahan yang digunakan untuk komunikasi, dan sejenisnya. Davis *et al.* (2003) juga menegaskan bahwa kualitas layanan memiliki dampak yang signifikan terhadap penyedia layanan pendidikan tinggi juga.

Dimensi keandalan mencakup kemampuan perusahaan atau bisnis untuk memberikan apa yang dijanjikan (Parasuraman *et al.*, 1988). Mereka menambahkan bahwa keandalan telah memainkan peran penting dalam fungsinya operator layanan tradisional karena terdiri dari: akurasi penagihan, kutipan, catatan, dan komitmen untuk memenuhi pesanan. Korda & Snoj (2010) telah menguji bagaimana keandalan dapat diterapkan di sektor perbankan transisi ekonomi di Eropa, dengan mempertimbangkan konsep kualitas yang dirasakan dan kepuasan pelanggan, dan hasilnya menunjukkan bahwa nilai yang dirasakan berpotensi menjadi variabel mediasi antara kualitas yang dirasakan dan pelanggan. kepuasan.

Dimensi lain dari kualitas layanan adalah daya tanggap, yang biasanya mengukur kemampuan perusahaan atau perusahaan untuk menanggapi pelanggan dengan kemauan dan kecepatan layanan (Parasuraman *et al.*, 1988). Definisi ini telah dimodifikasi oleh Johnston (1997) untuk memasukkan pengiriman layanan yang tepat waktu dengan kecepatan untuk mengatasi masalah antrian panjang dan waktu tunggu. Selanjutnya, dalam dimensi ini, konsep seberapa cepat pekerja harus menanggapi kebutuhan dan keluhan pelanggan dibahas. Dimensi keempat kualitas pelayanan adalah empati, yang didefinisikan oleh Parasuraman *et al.* (1985) sebagai kemampuan perusahaan melalui karyawannya untuk memberikan perhatian kepada pelanggan serta mengatasi masalah individu dan pribadi mereka dan memahami kebutuhan mereka. Unsur-unsur ini telah diterapkan dalam studi Ananth *et al.* (2011), dan temuan menunjukkan hubungan positif terhadap kepuasan nasabah sebagaimana diterapkan pada bank di sektor swasta. (Johnston, STIE Mandala Jember

1997) juga mendukung konsep tersebut dengan mendefinisikan empati sebagai kesediaan karyawan untuk menyambut pelanggan dan memenuhi kebutuhan spesifik mereka. Dimensi terakhir adalah dimensi assurance yang menunjukkan untuk memberikan rasa aman dan nyaman kepada pelanggan sehingga akan mengurangi kekhawatiran dan kecemasan mereka terhadap pelayanan yang diberikan kepada mereka. Dengan kata lain, jaminan atau kepastian bahwa mereka akan menerima manfaat positif dengan memanfaatkan layanan berdasarkan apa yang mereka inginkan tanpa implikasi negatif.

Penelitian mengenai kualitas layanan telah diteliti pada berbagai konteks yang berbeda pada pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Penelitian Hussien & Aziz, (2013) dalam konteks e-banking, meneliti mengenai dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah dari perspektif nasabah dan penyedia layanan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan jika dimensi kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Pada konteks yang sama yaitu perbankan, peneliti sebelumnya juga menemukan pengaruh yang signifikan dimensi kualitas layanan (keandalan, efisiensi, dan kemudahan penggunaan; daya tanggap dan komunikasi; dan keamanan dan privasi) terhadap kepuasan nasabah (Hammoud *et al.*, 2018; Islam *et al.*, 2020; Khatoun *et al.*, 2020; Saqib *et al.*, 2016). Penelitian dengan hasil yang berbeda pada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan yaitu (Andalusi, 2018) pada konteks instrumen penunjang laboratorium yang menemukan jika kualitas layanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu Chen & Tsai (2007) pada konteks tourism juga menemukan perbedaan hasil, dimana kualitas perjalanan wisata tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan restoran.

Berdasarkan beberapa yang telah dijabarkan diatas terkait kualitas layanan dan kepuasan, maka penelitian ini berfokus pada pengaruh dimensi kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, empati, jaminan, dan daya tanggap terhadap kepuasan nasabah BCA cabang Jember.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan, maka penulisan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh secara simultan antara bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan nasabah BCA Jember ?
2. Apakah ada pengaruh secara parsial antara bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan nasabah BCA Jember ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh secara simultan antara bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan nasabah BCA Jember.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh secara parsial antara bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan nasabah BCA Jember.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### a. Bagi peneliti

Peneliti diharapkan memiliki wawasan yang lebih luas tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada dunia pemasaran yang semakin ketat dan peneliti dapat memecahkan masalah yang berhubungan dengan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

### b. Bagi Perusahaan

Diharapkan sebagai bahan pertimbangan pimpinan perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanan dan pemasaran produk.

## 1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Agar penelitian ini terarah dan mencegah meluasnya pembahasan maka lingkup penelitian di batasi pada nasabah PT. Bank Central Asia (BCA) KCP

Trunojoyo Jember. Penelitian dilakukan pada bulan Juni sampai Juli. Nasabah pada penelitian ini merupakan nasabah umum Bank BCA.



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

- a. Penelitian Saputra dan Nurhasanah (2022) bertujuan untuk mengetahui kepuasan nasabah BCA di Cianjur. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah BCA yang menggunakan layanan BCA-mobile. Responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 66 responden dan pengambilan sampel menggunakan metode probability sampling dengan teknik simple random sampling. Dimensi yang digunakan peneliti untuk kualitas layanan (X) yaitu tangible, empathy, responsiveness, reliability, dan assurance. Dimensi pada variabel kepuasan nasabah (Y) yaitu price, service quality, product quality, emotional factor, dan efficiency. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis adalah regresi linier sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara kualitas layanan dan kepuasan nasabah terhadap bank BCA di Cianjur dengan signifikansi 87,76% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti.
- b. Penelitian dari Suryanto (2019) bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di PT. BCA Finance Cabang Bukittinggi. Sampel diambil oleh peneliti sebanyak 150 responden yang merupakan pelanggan PT. BCA Finance Cabang Bukittinggi, teknik analisis yang digunakan dalam penelitian menggunakan analisis Regresi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Kualitas Layanan dengan dimensi Bukti Fisik, Keandalan, Kemampuan Responsif, Jaminan dan Empati memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil

penelitian ini, disarankan kepada manajemen PT. BCA Finance Cabang Bukittinggi untuk melakukan evaluasi dan penelitian berkala untuk meningkatkan kualitas layanan, terutama dalam hal Bukti Fisik dan Responsif untuk memberikan pelatihan dalam kontak langsung dengan pelanggan, sehingga dapat meminimalkan keluhan pelanggan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

- c. Penelitian dari Amalia *et al.* (2017) bertujuan untuk menganalisis pengaruh daya tanggap, jaminan, bukti fisik, empati, dan kehandalan terhadap kepuasan pasien BPJS Kesehatan rawat jalan pada Rumah Sakit Umum Daerah Arifin Achmad di Kota Pekanbaru. Metode statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian adalah regresi berganda dengan menggunakan SPSS 21. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel jaminan, bukti fisik, dan kehandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien, tetapi variabel daya tanggap dan empati tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Berbeda secara simultan, yang menunjukkan bahwa daya tanggap, jaminan, bukti fisik, empati, dan kehandalan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Besarnya pengaruh adjusted R<sup>2</sup> dari daya tanggap, jaminan, bukti fisik, empati, dan kehandalan terhadap kepuasan pasien sebesar 61,2%, sedangkan sisanya 38,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model yang belum termasuk dalam penelitian ini.
- d. Penelitian Imbari dan Saleh (2016) bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada BCA Di Kabupaten Purwakarta. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan di BCA minimal berpendidikan SMA, dan mereka telah menjadi nasabah minimal selama 6 bulan. Jumlah responden dalam penelitian ini ditetapkan 235 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yang disebut Convenience sampling atau Accidental Sampling. Penelitian ini menggunakan analisis Jalur (Path Analysis) dengan bantuan program IBM

SPSS 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, 2) kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, 3) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk memperluas ruang lingkup penelitian tidak hanya pada satu jenis bank tetapi mencakup lembaga keuangan lainnya dan untuk manajemen BCA sebaiknya melakukan evaluasi dan meningkatkan kualitas pelayanan terutama dalam hal daya tanggap dengan memberikan pelatihan khusus kepada customer services untuk meminimalkan keluhan dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah.

- e. Dehans (2015) metode yang digunakan adalah analisis GAP (*service quality*) dan *Importance-Performance Analysis*. Sedangkan metode pengumpulan data dilakukan dengan kuisioner, wawancara, dan studi pustaka. Variabel ini terdiri dari Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*) dan Empati (*emphaty*). Penelitian ini menggunakan metode analisis GAP (analisis *Service Quality*) dan *Importance-Performance Analysis*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan kuisioner, wawancara dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan antara tingkat kepentingan dengan kinerja dan tingkat kepuasan pelanggan dengan rata-rata nilai GAP sebesar -0,9. Berdasarkan diagram kartisius *Importance-performance analysis* terdapat 7 atribut yang berada pada kuadran A, dimana kuadran A inilah yang dinilai mendapatkan perhatian paling penting dari pelanggan, sedangkan pada tingkat pelaksanaannya belum dapat memuaskan pelanggan, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan konsumen sehingga menimbulkan rasa tidak puas.
- f. Mahendra (2014) Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap,

jaminan dan empati terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Griya Sunset Kuta. Penelitian ini menggunakan riset kualitatif yaitu dengan menggunakan *survey* dan kuesioner terhadap 115 pengunjung hotel Griya Sunset Kuta. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Ditemukan hasil bahwa variabel kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Griya Sunset Kuta dan variabel kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Griya Sunset Kuta.

- g. Rahmad (2014) Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskripsi. Jumlah responden yang digunakan sebanyak 30 *members The Body Art* Surabaya yang aktif mengikuti *fitness*. Data diperoleh dengan cara mengisi angket tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang terdiri dari angket persepsi kerja dan harapan konsumen. Analisis yang digunakan adalah analisis *arithmetic means*, analisis *servqual*, analisis *importance performanced* dan diagram kartesius. Kesimpulan penelitian bahwa secara menyeluruh kinerja berada pada kriteria sangat baik dan harapan konsumen berada pada kriteria sangat tinggi. Namun kualitas pelayanan *The Body Art* dirasa sedang atau biasa saja sehingga belum mampu memberikan kepuasan pada konsumen.
- h. Penelitian yang dilakukan oleh Ginting *et all.*, (2013) tentang pengaruh produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada warung-warung makan kaki lima Jl. Sei Deli Medan, menunjukkan bahwa produk dan kualitas pelayanan 17 berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada warung-warung makan kaki lima di Jl. Sei Dei Medan. Metode analisis menggunakan analisis regresi berganda.

- i. Penelitian yang dilakukan oleh Indrawati (2011), tentang pengaruh kualitas layanan lembaga pendidikan terhadap kepuasan konsumen, menyimpulkan bahwa secara parsial dan stimultan dimensi kualitas layanan jasa terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* yang diberikan oleh Lembaga Pendidikan Mental Aritmatika di Kota Malang berpengaruh positif dan signifikan. Metode analisis menggunakan analisis regresi berganda.
- j. Ida Manulang (2008) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*) secara parsial maupun simultan terhadap tingkat kepuasan pelanggan dan untuk mengetahui pengaruh yang lebih dominan dari kualitas pelayanan (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*) terhadap tingkat kepuasan pelanggan jasa penerbangan PT.Garuda Indonesia Airlines di Bandara Polonia Medan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang dilihat dari 5 dimensi: *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* secara simultan maupun parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa penerbangan PT. Garuda Indonesia Airlines di Bandara Polonia Medan. Variabel yang dominan memiliki pengaruh signifikan adalah *reliability*.

**Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu**

No (1)	Peneliti (2)	Hasil (3)	Persamaan (4)	Perbedaan (5)
1.	Saputra dan Nurhasanah (2022)	Melalui uji validitas dan reliabilitas didapatkan hasil bahwa kuisioner dalam penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Melalui uji determinasi didapatkan hasil bahwa bukti disik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh sebesar 46,2% terhadap kepuasan nasabah dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak	Meneliti mengenai kualitas layanan terhadap kepuasan dalam konteks perbankan	Jumlah sampel, objek penelitian

		diteliti dalam penelitian ini.		
2.	Suryanto (2019)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Kualitas Layanan dengan dimensi Bukti Fisik, Keandalan, Kemampuan Responsif, Jaminan dan Empati memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan	Meneliti mengenai kualitas layanan terhadap kepuasan	Jumlah sampel, objek penelitian
3.	Amalia <i>et al.</i> (2017)	Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel jaminan, bukti fisik, dan kehandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien, tetapi variabel daya tanggap dan empati tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien.	Meneliti mengenai kualitas layanan terhadap kepuasan	Jumlah sampel, objek penelitian
4.	Imbari dan Saleh (2016)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, 2) kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, 3) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.	Meneliti mengenai kualitas layanan terhadap kepuasan	Jumlah sampel, objek penelitian
5.	Dehans (2015)	Tingkat kepentingan pelanggan akan ke lima dimensi lebih tinggi dibandingkan Kinerja. PT. Telkom masih perlu mendapat prioritas perbaikan. Karena masih ada beberapa atribut yang dinilai penting dari pelanggan.	1. Variabel yang digunakan yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. 2. Jumlah sampel 3. Tempat penelitian	1. Alat analisis Obyek
6.	Rahmad (2014)	Secara menyeluruh kinerja berada pada kriteria sangat baik dan harapan konsumen berada pada kriteria sangat tinggi. Namun kualitas pelayanan <i>The Body Art</i> dirasa sedang atau biasa saja sehingga belum mampu memberikan kepuasan.	1. Variabel yg di pakai yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. 4. Teknik pengambilan data.	1. Jumlah sampel dan teknik pengambilannya. 2. Teknik analisis data.

7.	Mahedra (2014)	Ditemukan hasil bahwa variabel kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Griya Sunset Kuta dan variabel kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Griya Sunset Kuta.	1. Variabel yang digunakan yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. 2. Teknik pengambilan sampel	1. Jumlah sampel. 2. Teknik analisis data.
8.	Ginting <i>et all.</i> , (2013)	Menunjukkan bahwa produk dan kualitas pelayanan 17 berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada warung-warung makan kaki lima di Jl.Sei Dei Medan.	Meneliti mengenai kualitas layanan terhadap kepuasan	Jumlah sampel
9.	Indrawati (2011)	Secara parsial dan stimultan dimensi kualitas layanan jasa terdiri dari tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty yang diberikan oleh Lembaga Pendidikan Mental Aritmatika di Kota Malang berpengaruh positif dan signifikan.	tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty berpengaruh signifikan	Jumlah sampel, objek penelitian
10.	Manulang (2008)	<i>tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy</i> mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa penerbangan PT. Garuda Indonesia Airlines di Bandara Polonia Medan. Dari ke-5 dimensi kualitas pelayanan yang memberikan pengaruh paling dominan adalah variabel <i>reliability</i> .	1. Teknik pengambilan sampling menggunakan purposive sampling 2. Teknik pengumpulan data 3. Variabel yang digunakan yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.	1. Jumlah sampel.

Sumber: Data diolah (2022)

Kesimpulan dari tabel penelitian terdahulu di atas, mereka sama-sama meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Alat analisis yang dipakai berbeda-beda ada yang menggunakan gap, analisis regresi

linier berganda dan analisis aritmatik mean karena tujuan mereka melihat pengaruh kepuasan pelanggan pun berbeda, namun hampir semua metodologi memiliki persamaan.

Berdasarkan hasil review penelitian terdahulu dan melihat tabel ringkasan penelitian terdahulu maka peneliti meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan dari variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan variabel empati mana yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BCA Jember.

## **2.2 Kajian Teori**

### **2.2.1 Pengertian Jasa**

Definisi jasa menurut Kotler (2000:486) setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun, produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik.

Definisi diatas mengakui bahwa manajemen pemasaran adalah suatu proses yang menyangkut analisa, perencanaan, pelaksanaan dan kontrol bahwa manajemen pemasaran ini mencakup ide-ide barang-barang dan jasa yang berdasarkan pada pemahaman pertukaran dan tujuannya adalah untuk menghasilkan kepuasan bagi pihak-pihak yang terlibat.

### **2.2.2 Ruang Lingkup Jasa**

Jasa mempunyai empat karakteristik berbeda yang sangat mempengaruhi dsain pemasaran. Menurut Kotler (2002:84), karakteristik jasa dapat diartikan sebagai berikut:

- 1) Jasa Tidak Berwujud (*Intangibility*)



Karakteristik tidak berwujud dari jasa tidak seperti produk fisik, jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Pembeli mencari kualitas jasa dengan menarik kesimpulan mengenai kualitas jasa dari tempat, orang, peralatan, alat komunikasi, simbol, dan harga yang mereka lihat. Oleh karena itu tugas dari penyedia jasa adalah mengelola bukti yang ada untuk mewujudkan yang tidak berwujud.

#### 2) Jasa Tidak Terpisahkan (*Inseparability*)

Antara jasa yang dihasilkan dan proses konsumsi terjadi secara bersamaan. Jika melakukan transaksi jasa maka penyediaannya adalah bagian dari jasa tersebut, karena pengguna jasa juga hadir saat konsumsi jasa dilakukan, interaksi antara penjual dan pengguna jasa secara langsung adalah ciri khusus dari pemasaran jasa.

#### 3) Bervariasi (*Variability*)

Jasa sangat bervariasi, tergantung siapa yang menyediakan serta kapan dan dimana jasa itu dilakukan. Adanya variasi dalam jasa, perusahaan dapat melakukan pengendalian kualitas jasa dengan cara seleksi dan pelatihan karyawan dengan baik, menstandarisasi proses pelaksanaan jasa diseluruh organisasi, dan yang terakhir adalah memantau kepuasan konsumen melalui sistem saran, keluhan, survei pelanggan, dan belanja perbandingan sehingga pelayanan yang kurang dapat dideteksi dan diperbaiki.

#### 4) Mudah Lenyap (*Perishability*)

Keberadaan jasa tidak mudah disimpan tetapi mudah lenyap. Mudah lenyapnya jasa tidak masalah jika permintaan tetap karena mudah untuk mengatur dalam proses interaksi jasa. Tetapi jika permintaan fluktuatif perusahaan jasa mengalami masalah karena tidak ada persediaan yang permanen.

### 2.2.3 Pengertian Pemasaran Jasa

Menurut Yazid (1999:19), pemasaran jasa adalah perencanaan yang bergerak dari fokus pada transaksi menjadi hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Sedangkan menurut Lupiyoadi (2006:5), pemasaran jasa adalah setiap tindakan yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip *intangible* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun.

Sedangkan menurut Umar (2003:76), pemasaran jasa adalah pemasaran yang bersifat *intangibel* dan *immaterial* dan dilakukan pada saat konsumen berhadapan dengan produsen. Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran jasa suatu tindakan yang ditawarkan pihak produsen kepada konsumen dalam arti jasa yang diberikan tidak dapat dilihat, dirasa, didengar atau diraba sebelum dibeli atau dikonsumsi.

### 2.2.4 Pengertian dan Karakteristik Jasa

Sedangkan Kotler *dalam* Tjiptono (2011:6), jasa yaitu, "Setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu".

### 2.2.5 Pengertian Pelayanan

Menurut Kotler (2002:83), pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

### 2.2.6 Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Lewis & Booms *dalam* Tjiptono & Chandra (2005:12), kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan. bahwa ada faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu: Jasa yang diharapkan dan jasa yang dirasakan/dipersepsikan. Apabila jasa yang dirasakan sesuai dengan jasa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan tersebut akan dipersepsikan baik atau positif. Jika jasa yang dipersepsikan melebihi jasa yang diharapkan, maka

kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Demikian juga sebaliknya apabila jasa yang dipersepsikan lebih jelek dibandingkan dengan jasa yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan negatif atau buruk. Maka baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Untuk mempermudah penilaian dan pengukuran kualitas pelayanan dikembangkan suatu alat ukur kualitas layanan yang disebut SERVQUAL (*service Quality*). SERVQUAL ini merupakan skala multi item yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi pelanggan atas kualitas layanan yang meliputi lima dimensi menurut Zaithmal, Parasuraman, dan Berry dalam Tjiptono (2011:198) yaitu:

1. *Tangibles* (bukti langsung), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan perusahaan. Indikator untuk mengukur bukti fisik menurut Othman & Owen (2001), yaitu:

1. Memiliki penampilan fisik luar gedung atau kantor yang bagus.
2. Memberikan kecepatan dan efisiensi dalam suatu transaksi
3. Memiliki jam buka operasional kantor yang bagus.
4. Memiliki desain kantor yang baik.

2. *Reliability* (kehandalan) yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketetapan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi. Indikator untuk mengukur bukti fisik menurut Othman & Owen (2001), yaitu:

1. Memberikan layanan cepat dimanapun berada.
2. Memberikan layanan yang sesuai.
3. Menyediakan banyak pilihan produk dan layanan.

3. *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu kemampuan pegawai untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada para pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Indikator untuk mengukur bukti fisik menurut Othman & Owen (2001), yaitu:

1. Mampu memenuhi kebutuhan konsumen.
2. Memberikan pelayanan yang nyaman
3. Cepat dalam menanggapi keluhan konsumen.
4. *Assurance* (jaminan), adanya kepastian yaitu pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada pelayanan perusahaan. Indikator untuk mengukur bukti fisik menurut Othman & Owen (2001), yaitu:

1. Staff bersikap ramah.
2. Menyediakan jasa konsultasi keuangan
3. Kemudahan akses terhadap informasi rekening.
4. Memiliki tim manajemen yang berpengalaman dan berwawasan luas.
5. *Empathy* (empati), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individu atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Indikator untuk mengukur bukti fisik menurut Othman & Owen (2001), yaitu:

1. Memiliki citra yang bagus.
2. Menjaga kerahasiaan data transaksi
3. Memiliki kinerja layanan yang baik.

#### 2.2.7 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Secara *linguistic*, *satisfaction* berasal dari bahasa latin yaitu *satis* yang berarti cukup dan *facare* melakukan atau membuat. Berdasarkan pendekatan *linguistic* ini maka kepuasan dapat diartikan bahwa produk atau jasa yang mampu

memberikan lebih daripada harapan konsumen. Kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli (Kotler & Armstrong, 2001:9).

Kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan pada prinsipnya akan bermuara pada penciptaan nilai superior yang akan diberikan kepada pelanggan. Penciptaan nilai yang superior akan menghasilkan tingkat kepuasan yang merupakan tingkat perasaan dimana seorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk/jasa yang diterima dan yang diharapkan (Kotler, 1997:36).

Berdasarkan pendapat para ahli di atas bahwa kepuasan pelanggan merupakan fungsi harapan dan kinerja yaitu evaluasi pelanggan terhadap kinerja produk/layanan yang sesuai atau melampaui harapan konsumen. Kepuasan pelanggan secara keseluruhan mempunyai tiga *antecedent* yaitu kualitas yang dirasakan, nilai yang dirasakan dan harapan pelanggan. Pada umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan akan keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk/jasa.

#### 2.2.8 Faktor-Faktor yang Menentukan Tingkat Kepuasan

Menurut Lupiyoadi (2006:158), terdapat lima factor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan yaitu:

1. Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Konsumen rasional selalu menuntut produk yang berkualitas untuk setiap pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh produk tersebut. Dalam hal ini, kualitas produk yang baik akan memberikan nilai tambah di benak konsumen.

2. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan terutama dibidang jasa, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan. Pelanggan yang puas akan menunjukkan kemungkinan untuk

kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang puas cenderung akan memberikan persepsi terhadap produk perusahaan.

### 3. Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh. Bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial atau *self esteem* yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merk tertentu.

### 4. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

### 5. Biaya

Pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasanya.

#### 2.2.9 Mengukur Kepuasan Pelanggan

Mengukur kepuasan pelanggan sangat bermanfaat bagi perusahaan dalam rangka mengevaluasi posisi perusahaan saat ini dibandingkan dengan pesaing dan pengguna akhir, serta menemukan bagian mana yang membutuhkan peningkatan. Menurut Kotler, (2000:41), untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan ada empat metode pengukuran yang perlu diperhatikan oleh perusahaan, yaitu: Sistem keluhan dan saran, survei kepuasan pelanggan, *ghost shopping* dan *lost customer analysis*

- a. Sistem keluhan dan saran pelanggan. Setiap perusahaan yang berorientasi terhadap pelanggan memberikan kesempatan yang seluas-luasnya kepada pelanggan untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan. Adapun metode yang digunakan bisa berupa kotak saran ataupun dengan menyediakan saluran telepon khusus.
- b. Survei kepuasan pelanggan. Umumnya banyak penelitian mengenai

kepuasan pelanggan dilakukan dengan metode survei, baik melalui pos, telepon, maupun dengan wawancara langsung. Untuk mengukur kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan cara:

- 1) Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti ungkapan seberapa puas saudara terhadap pelayanan.
  - 2) Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga dimintai untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang merekasarankan.
  - 3) Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mengharapkan atribut tertentu dan seberapa besar merekasasakan.
  - 4) Responden dapat merangking berbagai elemen dan penawaran berdasarkan derajat penting setiap elemen seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing- masingelemen.
- c. *Ghost shopping*. Metode ini dilaksanakan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopping*) berperan sebagai pembeli yang memanfaatkan produk atau jasa perusahaan dan pesaing, sehingga dapat diprediksi tingkat kepuasan pelanggan atas produk tersebut.
- d. *Lost customer analysis*. Dalam metode ini perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah beralih ke perusahaan lain. Hal ini ditujukan untuk memperoleh informasi penyebab terjadinya peralihan pelanggan kepada perusahaan lain, sehingga dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi.

Item pengukuran untuk kepuasan menurut Usman *et al.* (2017), yaitu:

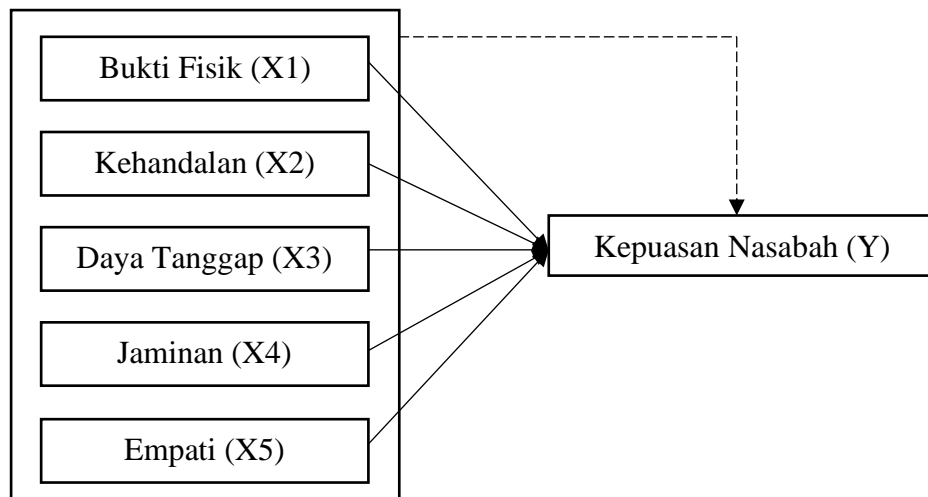
1. Keseluruhan kinerja di BCA Jember memuaskan
2. Kinerja BCA Jember sesuai dengan ekspektasi
3. Standar layanan di BCA Jember sesuai keinginan

### **2.3 Kerangka Konseptual**

Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan eksistensi perusahaan dimasa yang akan datang. Layanan yang diberikan kepada pelanggan akan memacu puas tidaknya seseorang pelanggan

atas pelayanan yang diberikan. Menurut Kotler (1997:36) bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Apabila persepsi terhadap kinerja tidak dapat memenuhi harapan pelanggan maka akan terjadi ketidakpuasan demikian juga sebaliknya.

Untuk menciptakan kepuasan pelanggan dalam penelitian ini sebagai kerangka berpikir mengacu pada pendapat Parasuraman, Zeithmal dan Berry dalam Ferrinadewi (2005:27) dalam penelitian tentang kualitas jasa mengidentifikasi 5 (lima) dimensi kualitas jasa berdasarkan persepsi konsumen yaitu: *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan pertimbangan di atas, maka disusun kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Keterangan :

- a. simultan ( bersama-sama )      - - - - ->
- b. Parsial ( sendiri-sendiri )      ———>



## 2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data yang terkumpul (Arikunto, 1996:179). Dengan mengacu pada rumusan masalah, landasan teori dan kerangka konseptual, maka hipotesis yang di ajukan peneliti adalah :

Kepuasan Nasabah merupakan respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati merupakan faktor penting dalam mempengaruhi kepuasan. Berdasarkan yang dilakukan oleh beberapa penelitian terdahulu Wimonono (2005), Ida Manulang (2008), dan Mahendra (2014) secara simultan terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu penelitian Saputra dan Nurhasanah (2021) meneliti tentang pengaruh dari Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati terhadap Kepuasan Nasabah BCA di Cianjur. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah BCA Cianjur.

**Hipotesis 1: Secara simultan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BCA Jember.**

Bukti fisik dikaitkan dengan penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel dan materi komunikasi (Othman & Owen, 2001). Janahi & Al Mubarak (2017) mengemukakan bahwa tangible meliputi kenyamanan lokasi, desain fasilitas fisik, material dan penggunaan peralatan komunikasi. Al Shemmary, (2010) menyebutkan bahwa aspek dalam ruangan cabang (misalnya kecepatan layanan, privasi, jam buka dan ketersediaan ATM) menilai kepuasan pelanggan secara keseluruhan di perbankan ritel. Selain itu, kualitas layanan dapat berjalan dengan baik di perbankan apabila didukung oleh unsur bukti fisik (Qureshi *et al.*, 2012).

STIE Mandala Jember

Akhirnya, Tangible adalah aspek penting dari perbankan, yang mengarah pada kepuasan pelanggan (Al-Tamimi, 2003). Hasil penelitian lain yang dilakukan oleh Mahendra (2014) menyimpulkan bahwa secara parsial bukti fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan.

**Hipotesis 2 : Secara parsial bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BCA.**

Keandalan adalah kemampuan untuk menawarkan layanan yang dijanjikan, kehandalan dan akurasi kepada nasabah perbankan (Othman & Owen, 2001). Keandalan dianggap sebagai salah satu faktor fundamental kualitas layanan yang secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan (Zhang *et al.*, 2019). Penting bagi perusahaan bisnis memberikan layanan secara akurat di tempat pertama. Dengan demikian, keandalan mencerminkan kapasitas untuk memberikan layanan yang dijanjikan yang dilengkapi dengan akurasi layanan (Ananda & Devesh, 2019). Ketepatan dan kesempurnaan penyampaian layanan di tempat pertama telah dianggap sebagai fitur utama dari layanan yang dapat diandalkan (Blut, 2016). Pelanggan mungkin tidak puas dengan kualitas layanan jika mereka menganggap layanan tersebut tidak dapat diandalkan (Hamzah *et al.*, 2017). Secara khusus, kecepatan transaksi adalah item yang paling penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di industri perbankan (Armstrong & Boon Seng, 2000). Kemudian, kehandalan membuat bank lebih efisien dan secara positif mencerminkan tingkat kepuasan nasabah (Janahi & Al Mubarak, 2017). Juga, (Amin & Isa, 2008; Osman *et al.*, 2009) menemukan bahwa reliabilitas menjadi dimensi yang paling berpengaruh dirasakan oleh nasabah perbankan. Menurut Lee & Moghavvemi (2015), dalam kaitannya dengan mempertahankan nasabah di industri perbankan, faktor penentunya adalah memproses pesanan nasabah tepat waktu, menjaga keamanan catatan keuangan nasabah, memberikan informasi keuangan yang akurat dan memberikan layanan yang terjamin. Ini telah menjadi atribut mendasar dari keandalan. Pakurár *et al.* (2019) melaporkan hubungan positif antara keandalan dan kepuasan nasabah perbankan dalam

STIE Mandala Jember

konteks perbankan Yordania. Hasil penelitian lain yang dilakukan oleh Manulang (2008) menyimpulkan bahwa secara parsial kehandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

**Hipotesis 3 : Secara parsial kehandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BCA Jember.**

Daya tanggap mewujudkan kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat (Othman & Owen, 2001). Janahi & Al Mubarak (2017) menyatakan bahwa frontliner yang cepat dan efisien, ketersediaan cabang bank dan ATM merupakan contoh respon yang baik.

Othman & Owen (2001) menyatakan bahwa daya tanggap mewakili kecenderungan dan potensi perusahaan organisasi untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan pelanggan yang cepat. Dimensi daya tanggap mewujudkan kecepatan personel untuk memberikan bantuan yang dibutuhkan secara memuaskan dan tepat waktu (Endara *et al.*, 2019). Daya tanggap merupakan elemen penting yang harus diperhatikan oleh bank untuk meningkatkan tingkat kepuasan nasabahnya (Misbach *et al.*, 2013). Dimensi ini pada prinsipnya terkait dengan bagaimana penyedia layanan bereaksi terhadap pelanggannya melalui staf mereka. Janahi & Al Mubarak (2017) berpendapat bahwa karyawan garis depan yang terampil, kedekatan cabang dan kehadiran anjungan tunai mandiri yang nyaman dapat dianggap sebagai contoh respons yang tepat di industri perbankan. Misbach *et al.* (2013) mengemukakan bahwa daya tanggap telah menjadi komponen penting yang pada dasarnya akan dipertimbangkan oleh bank sehubungan dengan peningkatan tingkat kepuasan pelanggannya. Vencataya *et al.* (2019) memvalidasi dalam studi mereka bahwa daya tanggap telah menjadi elemen berpengaruh dalam memprediksi kepuasan pelanggan di sektor perbankan Mauritius. Fida *et al.* (2020) juga menemukan hubungan positif antara daya tanggap dan kepuasan nasabah layanan perbankan di Kesultanan Oman. Sardana & Bajpai (2020), dalam studi terbaru mereka menyatakan bahwa daya tanggap

sangat penting dalam memenuhi harapan (kepuasan) pelanggan terhadap layanan e-banking di India. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Manulang (2008) menyimpulkan bahwa secara parsial daya tanggap berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

**Hipotesis 4 : Secara parsial daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BCA Jember.**

Jaminan adalah pengetahuan dan kesopanan staf perbankan dan kemampuan komunikasi verbal dan tertulis mereka untuk memberikan kepercayaan dan keyakinan kepada pelanggan mereka (Othman & Owen, 2001). Hal ini juga mencakup sopan santun, sikap, kesopanan, dan pengetahuan karyawan (Othman & Owen, 2001). Kualitas layanan pada perbankan dipengaruhi oleh tingkat jaminan yang baik (Qureshi *et al.*, 2012). Oleh karena itu, kualitas layanan yang prima menuntut staf bank untuk bersikap sopan kepada nasabah, terampil, kompeten, bekerja dalam memberikan masukan keuangan yang sesuai dan memiliki akses yang mudah ke informasi rekening nasabah (Janahi & Al Mubarak, 2017). Selain itu, jaminan menjadi dimensi penting dari kualitas layanan dalam memuaskan nasabah perbankan (Abdul Rehman, 2012; Janahi & Al Mubarak, 2017). Penelitian yang dilakukan oleh Manulang (2008) menyimpulkan bahwa secara parsial Jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

**Hipotesis 5 : Secara parsial jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BCA Jember.**

Empati mewakili kepedulian, perhatian individual dari bank slam kepada pelanggannya (Othman & Owen, 2001). Dimensi ini adalah profil staf bank, yang dapat menawarkan perhatian khusus kepada nasabah individu. Hal ini bermanfaat bagi bank untuk membangun keakraban antara staf dan nasabah. Beberapa elemen yang menilai kepuasan pelanggan secara keseluruhan di perbankan ritel adalah kepuasan ekonomi (misalnya tingkat biaya dan tarif bank) dan bantuan staf (Al  
STIE Mandala Jember

Shemmary, 2010). (Qureshi *et al.*, 2012) terbukti memiliki hubungan yang kuat antara empati dan kualitas layanan yang mengarah pada kepuasan nasabah di sektor perbankan. Al-Tamimi (2003) menyatakan bahwa empati dan berwujud tampaknya menjadi dimensi yang paling penting dalam perbankan. Empati juga telah terbukti sebagai dimensi substansial dari kualitas layanan dalam perbankan yang menghasilkan kepuasan nasabah (Abdul Rehman, 2012; Al-Tamimi, 2003; Qureshi *et al.*, 2012). Hasil ini diharapkan karena nasabah bank biasanya lebih memperhatikan aspek empati. Oleh karena itu, dimensi empati mengacu pada tingkat kepedulian dan perhatian individual yang dapat diberikan bank kepada nasabahnya. Hasil penelitian lain yang dilakukan oleh Manulang (2008) menyimpulkan bahwa secara parsial empati berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

**Hipotesis 6 : Secara parsial empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BCA Jember.**

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Gambaran Singkat Objek Penelitian**

Penelitian dengan sengaja dilakukan pada kantor perbankan PT. Bank Central Asia yang berlokasi di Jl. Gajah Mada no. 14-18 Kb. Kidul, Jember Kidul, Kecamatan Kaliwates Jember. Perusahaan berskala nasional ini memiliki Kantor Cabang pada setiap wilayah keresidenan dan kantor Cabang pembantu di setiap kabupaten di seluruh wilayah.

Gedung ini terdiri atas 3 lantai dimana lantai 1 terdapat area Banking Hall . Semua layanan mencakup transaksi setor tunai kepada Teller dan transaksi untuk Customer Servis ada pada area lantai 1. Untuk area lantai 2 terdapat ruangan Prioritas dan ruangan untuk AO dan RO. Dan lantai 3 terdapat ruangan untuk BCA Insurance.

##### **3.1.1 Sejarah Perusahaan**

PT. Bank Central Asia merupakan bank swasta terbesar di Indonesia. Pada tahun 1955 NV Perseroan Dagang dan Industri Semarang Knittinh Factory berdiri sebagai cikal bakal Bank Central Asia (BCA). BCA didirikan oleh Sudono Salim pada 21 Februari 1957 dan berkantor pusat di Jakarta. Pada tanggal 1 Mei 1975, pengusaha Mochtar Riady bergabung di BCA. Ia memperbaiki sistem kerja di bank tersebut dan merapikan arsiparsip bank yang kala itu ruangnya jadi sarang laba-laba. BCA melakukan merger dengan dua bank lain pada 1977. Salah satunya Bank Gemari yang dimiliki Yayasan Kesejahteraan Angkatan Bersenjata Republik Indonesia. Kantor Bank Gemari pun dijadikan kantor cabang BCA Merger itu membuat BCA bisa menjadi bank devisa.

Menurut George Junus Aditjondro anak anak Soeharto yang memilikisahan di BCA adalah Siti Hardiyanti (Tutut) dan Sigit Jarjojudanto. Menutunya, kedianya sempat memiliki 32% saham di BCA. Awal tahun 1980'an, BCA mengajukan permohonan kepada Bank Indonesia agar diperbolehkan mengeluarkan dan mengedarkan kartu kredit atas nama BCA yang berlaku internasional. Untuk itu, BCA bekerjasama dengan Mastercard. BCA juga memperluas jaringan kantor cabang secara agresif sejalan dengan deregulasi sektor perbankan di Indonesia. BCA mengembangkan berbagai produk dan layanan maupun pengembangan teknologi informasi, dengan menerapkan online system untuk jaringan kantor cabang, dan meluncurkan Tabungan Hari Depan (Tahapan BCA).

Pada tahun 1990 BCA mengembangkan alternatif jaringan layanan melalui ATM (Anjungan Tunai Mandiri atau Automated Teller Machine). Pada tahun 1991, BCA mulai menempatkan 50 unit ATM di berbagai tempat di Jakarta. Pengembangan jaringan dan fitur ATM dilakukan secara insentif. BCA bekerja sama dengan instusi terkemuka, antara lain PT Telkom untuk pembayaran tagihan tegihan telepon melauli ATM BCA. BCA juga bekerja sama dengan Citibank agar nasabah BCA pemegang kartu kredit Citibank dapat melakukan permbayaran tagihan melalui ATM BCA.

Pada tahun 2002, Darindo Investment (Mauritius) Limited mengambil alih 51% total saham BCA melalui proses tender strategic private placement. Tahun 2004, BPPN melakukan diventasi atas 1,4% saham BCA kepada investor domestik melalui penawaran terbatas dan tahun 2005, Pemerintah Republik Indonesia melalui PT Perusahaan Pengelola Aset (PPA) melakukan disventasi seluruh sisa kepemilikan saham BCA sebesar 5,02%

Pada periode 2022 BCA memperkuat dan mengembangkan produk dan layanan, terutama perbankan elektronik dengan memperkenalkan Debit BCA, Tunai BCA, Internet Banking KlikBCA, Mobile Banking, EDCBIZZ, dan lain-

lain. BCA mendirikan fasilitas Disaster Recovery Center di Singapura. BCA meningkatkan kompetensi di bidang penyaluran kredit, termasuk melalui ekspansi ke bidang pembiayaan mobil melalui anak perusahaannya, BCA Finance. Tahun 2007, BCA menjadi pelopor dalam menawarkan produk kredit kepemilikan rumah dengan suku bunga tetap. BCA meluncurkan kartu prabayar, Flaz Card serta mulai menawarkan layanan Weekend Banking untuk terus membangun keunggulan di bidang perbankan transaksi. BCA secara proaktif mengelola penyaluran kredit dan posisi likuiditas di tengah gejolak krisis global, sekaligus tetap memperkuat kompetensi utama sebagai bank transaksi. Tahun 2008 & 2009, BCA telah menyelesaikan pembangunan mirroring IT system guna memperkuat kelangsungan usaha dan meminimalisasi risiko operasional. BCA membuka layanan Solitaire bagi nasabah high net-worth individual

### 3.1.2 Komposisi Pemegang Saham

Pemegang Saham PT. Bank Central Asia TBK per 31 Oktober 2020, adalah.

<b>Nama</b>	<b>Jumlah saham (dalam jutaan)</b>	<b>Prosentase</b>	<b>Keterangan</b>
<b>PT. Dwimuria Investama Andalan</b>	13,546	54,94%	Robert Budi Hartono 51% dan Michael Bambang Hartono 49%. Merupakan Pemegang Saham Pengendali BCA.
<b>Lain -lain</b>	3,198	45,0%	Terdiri dari 2,49% dimiliki oleh pihak-pihak yang terafiliasi dengan PT. Dwimuria Investama Andalan (Grup Djarum). Dewan Komisaris dan Direksi memiliki 1,95% saham BCA.

Sumber: Jannah (2021)

### 3.1.3 Dewan Komisaris dan Direksi

#### Dewan Komisaris



---

1	Presiden Komisaris	Djohan Emir Setijoso
2	Komisaris	Tonny Kusnadi
3	Komisaris	Cyrellus Harinowo
4	Komisaris	Raden Pardede
5	Komisaris	Sumantri Slamet

---

Sumber: Jannah (2021)

---

#### **Dewan Direksi**

---

1	Presiden Direktur	Jahja Setiaatmadja
2	Wakil Presiden Direktur	Suwignyo Budiman
3	Wakil Presiden Direktur	Armand Wahyudi Hartono
4	Direktur	Subur Tan
5	Direktur	Rudy Susanto
6	Direktur	Lianawaty Suwono
7	Direktur	Santoso
8	Direktur	Vera Eve Lim
9	Direktur	Gregory Hendra Lembong
10	Direktur	Haryanto Tiara Budiman
11	Direktur	Frengky Chandra Kusuma
12	Direktur	John Kosasih

---

#### **3.1.4 Visi dan Misi Perusahaan**

Setiap perusahaan yang didirikan akan mempunyai program sebagai sandaran bagi setiap aktifitasnya, sehingga masing-masing perusahaan mempunyai tolak ukur tersendiri. PT Bank Central Asia membawa misi yang di emban dan visi yang harus di capai dengan membuat kebijakan kebijakan dalam hal produk dan jasa layanan perbankan. Seiring dengan berjalanya waktu, visi dan misi PT. Bank Central Asia memiliki visi dan misi sebagai berikut :

##### 1. Visi Perusahaan

Bank pilihan utama masyarakat, yang berperan sebagai pilar penting perekonomian indonesia

##### 2. Misi Perusahaan

- Membangun institusi yang unggul di bidang penyelesaian pembayaran dan solusi keungan bagi nasabah bisnis dan perseorangan;

- Memahami beragam kebutuhan nasabah dan memberikan layanan finansial yang tepat demi tercapainya kepuasan optimal bagi nasabah;
- Meningkatkan nilai *francais* dan nilai *stakeholders* BCA.

### **3.2 Populasi dan Sampling**

#### **3.2.1 Populasi**

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian. Menurut Sugiyono pengertian populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono,2011:80). Dalam penelitian ini populasi yaitu seluruh nasabah PT.Bank Central Asia di Jember yang melakukan transaksi pembukaan rekening, ataupun melakukan transaksi financial lainnya di PT.Bank Central Asia Jember.

#### **3.2.2 Sampel**

Sampel penelitian diperlukan peneliti untuk memperoleh data. Sampel penelitian merupakan sebagian dari populasi. Sampel menurut Sugiyono (2006, hlm. 91) adalah “bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu”.

Dalam penentuan jumlah responden, peneliti menggunakan pendapat Malhotra (2001:622) yang menyatakan bahwa jumlah responden sebesar paling sedikit 5 atau 10 kali banyaknya faktor yang diteliti. Dalam penelitian ini jumlah indikator yang akan diteliti adalah sebanyak 20 indikator, maka jumlah responden yang diperlukan dalam penelitian ini adalah  $20 \times 5 = 100$  responden.

### **3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik Simple Random Sampling (teknik sampel acak sederhana). Kasmadi dan Sunariah (2013, hlm. 66) berpendapat bahwa “teknik simple random sampling yaitu Teknik sampling sederhana yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi” seperti prinsip dasar pengambilan anggota sampel yang diungkapkan W.Gulo (2005, hlm. 84) yaitu “bahwa setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk ditarik sebagai anggota sampel”.

### **3.3 Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif, data yang diperoleh dari sampel populasi penelitian dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan kemudian diinterpretasikan.

### **3.4 Identifikasi Variabel**

Identifikasi variabel dimaksudkan untuk mengetahui apa saja yang digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel tidak bebas (Y) adalah kepuasan pelanggan dan variabel bebas (variabel X) adalah dimensi kualitas jasa. Variabel bebas ini terdiri dari lima sub variabel antara lain: bukti fisik ( $X_1$ ), keandalan ( $X_2$ ), daya tanggap ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ) dan empati ( $X_5$ ).

### **3.5 Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel yang terdapat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **3.5.1 Bukti Fisik**

Bukti fisik dikaitkan dengan penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel dan materi komunikasi BCA Jember (Othman & Owen, 2001). Item pengukuran

untuk mengukur variabel bukti fisik menggunakan item pengukuran dari penelitian (Othman & Owen, 2001), yaitu:

1. Memiliki penampilan fisik luar gedung atau kantor yang bagus.
2. Memberikan kecepatan dan efisiensi dalam suatu transaksi
3. Memiliki jam buka operasional kantor yang bagus.
4. Memiliki desain kantor yang baik.

### 3.5.2 Keandalan

Keandalan adalah kemampuan BCA Jember untuk menawarkan layanan yang dijanjikan, kehandalan dan akurasi kepada nasabah (Othman & Owen, 2001). Item pengukuran untuk Keandalan menggunakan item pengukuran dari penelitian (Othman & Owen, 2001), yaitu:

1. Memberikan layanan cepat.
2. Memberikan layanan yang sesuai.
3. Menyediakan banyak pilihan produk dan layanan.

### 3.5.3 Daya tanggap

Daya tanggap mewujudkan kemauan BCA Jember untuk membantu nasabahnya dan memberikan layanan yang cepat (Othman & Owen, 2001). Item pengukuran untuk daya tanggap menggunakan item pengukuran dari penelitian (Othman & Owen, 2001), yaitu:

1. Mampu memenuhi kebutuhan nasabah.
2. Memberikan pelayanan yang nyaman.
3. Cepat dalam menanggapi keluhan nasabah.

### 3.5.4 Jaminan

Jaminan adalah pengetahuan dan kesopanan staf BCA Jember dan kemampuan komunikasi verbal dan tertulis mereka untuk memberikan

kepercayaan dan keyakinan kepada pelanggan mereka (Othman & Owen, 2001). Item pengukuran untuk Jaminan menggunakan item pengukuran dari penelitian (Othman & Owen, 2001) yaitu:

1. Staff bersikap ramah.
2. Menyediakan jasa konsultasi keuangan.
3. Kemudahan akses terhadap informasi rekening.
4. Memiliki tim manajemen yang berpengalaman dan berwawasan luas.

### 3.5.5 Empati

Empati mewakili kepedulian, perhatian individual dari BCA Jember kepada nasabahnya (Othman & Owen, 2001). Item pengukuran untuk Empati menggunakan item pengukuran dari penelitian (Othman & Owen, 2001), yaitu:

1. Memiliki citra yang bagus.
2. Menjaga kerahasiaan data transaksi.
3. Memiliki kinerja layanan yang baik.

### 3.5.6 Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan pemenuhan harapan nasabah terhadap produk dan layanan yang ditawarkan oleh BCA Jember. Item pengukuran untuk kepuasan menggunakan item pengukuran dari penelitian Usman *et al.* (2017), yaitu:

1. Keseluruhan kinerja di BCA Jember memuaskan nasabah
2. Kinerja BCA Jember sesuai dengan ekspektasi nasabah
3. Standar layanan di BCA Jember sesuai keinginan nasabah

## 3.6 Metode Pengumpulan Data

1. Observasi adalah aktivitas terhadap suatu proses atau objek dengan maksud merasakan dan kemudian memahami pengetahuan dari sebuah

fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sudah diketahui sebelumnya, untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan untuk melanjutkan suatu penelitian seperti data nasabah, fenomena umum dan gambaran perusahaan.

2. Kuisisioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan atau memberikan daftar pertanyaan kepada responden terkait dengan permasalahan yang diteliti. Penyebaran kuisisioner menggunakan google form.
3. Wawancara yaitu dengan mengajukan pertanyaan pada pihak yang berkaitan langsung dengan masalah yang diteliti baik dengan responden maupun dengan pihak PT. Bank Central Asia Jember.
4. Studi Pustaka adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan studi literatur yang bertujuan untuk mencari referensi-referensi penunjang lain dari kepustakaan yang tertulis dan didapatkan dari instansi-instansi terkait lainnya.

### **3.7 Teknik Pengukuran Data**

Skala Likert menurut Sujarweni (2015:104) digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang Fenomena sosial. Dengan skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator tersebut dijadikan sebagai tolok ukur untuk menyusun butir – butir pertanyaan. Jawaban setiap butir pertanyaan yang menggunakan skala likert dapat berupa kata – kata antara lain : Sangat Penting (SP), Penting (P), Ragu – Ragu (R), - Tidak Penting (TP), Sangat tidak penting (STP), Dapat juga berupa kata-kata Sangat Setuju (ST), Setuju (S), Ragu – Ragu (R), Tidak setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan pemberian Skoring Sangat Setuju (SS) = 5, Setuju (S) = 4, Ragu – Ragu (R) = 3, Tidak Setuju (TS) = 2, Sangat Tidak Setuju (STS) = 1.

### 3.8 Metode Analisis Data

#### 3.8.1 Uji Instrumental

##### a. Uji Validitas

Uji Validitas menurut Sujawerni dan Endrayanto (2012:177) digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Dasar pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut:

(a) Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka dikatakan valid.

(b) Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka dikatakan tidak valid

##### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relative konsisten apabila pengukuran dilakukan dua kali atau lebih (Umar, 2003:176). Menurut Prayitno (2010:75) uji reliabilitas digunakan untuk menguji kemampuan suatu hasil pengukuran yang relatif konsisten apabila pengukurannya diulangi dua kali atau lebih. Reliabilitas dapat dikatakan menunjukkan kekonsistensian dari suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Makin kecil kesalahan pengukuran, makin reliable alat pengukur, dan begitu pula sebaliknya. Uji reliabilitas menggunakan *Cronbach Alpha* dengan menggunakan bentuk skala likert 1-5 (Arifin,2003:28). Suatu instrumen dikatakan reliable apabila *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0.60 (Santoso,2001:280). Dalam penelitian ini, pengujian reabilitas menggunakan bantuan software SPSS versi 24.

### 3.8.1 Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas data digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas data pada penelitian ini menggunakan metode *kolmogorov-smirnov test* dengan menetapkan derajat keyakinan sebesar 5%. Uji normalitas data dilakukan pada setiap variabel dengan ketentuan bahwa jika secara individual masing-masing variabel memenuhi asumsi normalitas, maka secara simultan variabel-variabel tersebut juga bisa dinyatakan memenuhi asumsi normalitas (Prayitno, 2010:71). Kriteria pengujian dengan melihat besaran *kolmogorov-smirnov test* adalah:

- a. Jika signifikansi  $\geq 0,05$  maka data tersebut berdistribusi normal.
- b. Jika signifikansi  $\leq 0,05$  maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

#### b. Uji Multikolinieritas

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah pola model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel *independent*. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terjadi masalah multikolinieritas (multikol). Metode Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi adanya multikol (Santoso, 2002:208): Besaran VIF (*Variance Information Factor*) dan *Tolerance*.

- a. Mempunyai nilai VIF lebih kecil dari 10
- b. Mempunyai angka *Tolerance* mendekati 1.

#### c. Uji Heteroskedastisitas

Asumsi ini menyatakan bahwa apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan yang lain. Jika varians satu residual satu pengamatan yang lain tetap maka disebut homokesdastisitas. Namun jika varian residual satu pengamatan lain berbeda, disebut heterokesdastisitas



(Santoso, 2002:2010). Dalam perhitungan melalui SPSS, dasar pengambilan keputusannya adalah:

- 1) Jika ada pola tertentu, titik membentuk pola (melebar, bergelombang, menyempit) maka terjadi heteroskedasitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, titik titik penyebaran di atas dan bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedasitas.

### 3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Model Analisis data agresi linier berganda Digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel bebas yang terdiri dari *tangibles* ( $X_1$ ), *reliability* ( $X_2$ ), *responsiveness* ( $X_3$ ), *assurance* ( $X_4$ ), *empathy* ( $X_5$ ) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Persamaan Model analisis regresi berganda dalam penelitian ini dapat dirumuskan (Kazmier, 2005:187) :

$$Y_i = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana :

$Y$  = kepuasan pelanggan

$X_1$  = bukti fisik

$X_2$  = kehandalan

$X_3$  = daya tanggap

$X_4$  = jaminan

$X_5$  = empati

$B_0$  = konstanta

$E$  = kesalahan (estimasi)

### 3.8.3 Uji Hipotesis

#### a. Uji F (Simultan)

Menurut Sugiyono (2007:218) Uji F digunakan untuk membuktikan apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Kriteria pengambilan keputusan yaitu:

STIE Mandala Jember

- a. Jika nilai signifikan  $t < 0,05$  maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel bebas.
- b. Jika nilai signifikan  $t > 0,05$  maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel bebas.

b. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk membuktikan adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan yang dilihat dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan pelanggan secara parsial. kriteria pengujian adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2007:184) :

1. Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, yang artinya bahwa variabel bebas yang terdiri dari bukti fisik ( $X_1$ ), kehandalan ( $X_2$ ), daya tanggap ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ) dan empati ( $X_5$ ), tidak punya pengaruh secara signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan pelanggan ( $Y$ ).
2. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang artinya bahwa variabel bebas yang terdiri dari bukti fisik ( $X_1$ ), kehandalan ( $X_2$ ), daya tanggap ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ) dan empati ( $X_5$ ), mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan pelanggan ( $Y$ ).

c. Analisis Koefisien determinasi

Menurut Ghazali (2013;97) Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi dapat dilihat *pada adjust r square* dan dinyatakan dalam presentase.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN INTERPRETASI

#### 4.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan peneliti untuk memberikan sebuah informasi mengenai data demografi responden. Responden yang dijadikan sampel adalah nasabah yang melakukan transaksi di Bank Central Asia (BCA) Jember KCP Trunojoyo. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *random sampling*. Berdasarkan data 100 responden melalui daftar pernyataan yang diajukan didapat responden berdasarkan jenis kelamin dan usia responden yang dimiliki oleh responden. Penggolongan ini bertujuan untuk mengetahui secara akurat gambaran responden. Berikut ini adalah uraian tentang karakteristik responden:

##### 4.1.1 Jenis Kelamin

Hasil distribusi jawaban yang dibagikan kepada 100 responden menunjukkan data tentang jenis kelamin responden. Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 4.1. Berikut data responden berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	Pria	62	56 %
2	Wanita	38	44 %
	Jumlah	100	100%

Sumber: Lampiran 2a

Berdasarkan data tabel diatas diketahui persentase terbesar responden jenis kelamin laki-laki yang terlihat lebih banyak menjadi nasabah BCA yaitu 56% atau 62 orang, sedangkan jenis kelamin perempuan nasabah perempuan hanya mencapai 44% atau 38 orang. Data pada tabel menunjukkan bahwa jumlah responden yang menjadi nasabah BCA Jember lebih didominasi oleh kaum laki-

laki. Jumlah responden pria yang dominan dipengaruhi karena lebih banyak ditemui nasabah pria yang melakukan transaksi perbankan di BCA Jember seperti menabung untuk kepentingan pribadi, perusahaan maupun keluarga.

#### 4.1.2 Usia

Hasil distribusi jawaban yang dibagikan kepada 100 responden menunjukkan data tentang usia responden. Deskripsi responden berdasarkan umur dapat dilihat pada Tabel 4.2 Berikut data responden:

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	17-20	10	6.67 %
2	21-30	50	53.3 %
3.	> 30	40	40 %
	Jumlah	75	100%

Sumber: Lampiran 2a

Berdasarkan data tabel diatas, terlihat bahwa usia responden penelitian untuk usia 17-20 tahun sebanyak 10 orang sehingga berada pada persentase 6.67%, untuk responden dengan usia 21-30 tahun sebanyak 50 orang atau mencapai persentase 53.3%, responden yang berusia > 30 tahun sebanyak 40 orang atau berada pada persentase yaitu 40%. Berdasarkan data responden tersebut dapat dijelaskan bahwa masyarakat yang menjadi nasabah BCA Jember di usia 21 tahun dan lebih. Hal ini dikarenakan pada usia tersebut seseorang telah mencapai usia produktif dan telah memiliki penghasilan serta jenjang karir, sehingga kebutuhan untuk memiliki rekening di BCA Jember semakin tinggi.

#### 4.2 Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi variabel dalam penelitian ini menjelaskan distribusi frekuensi jawaban responden tentang indikator-indikator yang terdapat dalam pernyataan kuesioner penelitian ini, yaitu bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), empati (X5), dan kepuasan nasabah (Y). Skor yang diberikan responden pada masing-masing pernyataan yang ada di dalam kuesioner

mencerminkan bagaimana persepsi mereka terhadap variabel penelitian serta bagaimana pola hubungan antar variabel yang ada dalam penelitian.

#### 4.2.1 Hasil Penyebaran Kuesioner Variabel Bukti fisik

Penilaian responden terhadap variabel bukti fisik ( $X_1$ ) menurut klasifikasi tingkatan skor dari masing-masing pernyataan efisiensi dijelaskan pada Tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4.3 Data Responden Variabel Bukti Fisik

Item	Frekuensi										Total
	1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	
$X_{1.1}$	0	0,0	2	2,7	1	1,3	22	29,3	50	66,7	100
$X_{1.2}$	0	0,0	2	2,7	1	1,3	35	46,7	37	49,3	100
$X_{1.3}$	0	0,0	2	2,7	3	4,0	28	37,3	42	56,0	100
$X_{1.4}$	0	0,0	2	2,7	4	5,3	31	41,3	38	50,7	100
Total	0	0,0	8	10,7	9	12	116	154,7	167	222,7	

Sumber: Lampiran 2b

Tabel 4.3 menyajikan data hasil penilaian responden pada variabel transparansi yang dapat diukur dengan 4 indikator. Berdasarkan data Tabel 4.9 di atas, menyajikan data hasil penilaian responden pada variabel Bukti Fisik yang diukur dengan 4 indikator. Pada indikator pertama, mayoritas responden memberikan tanggapan sangat setuju sebanyak 50 responden (66.7%) yang berarti bahwa responden sangat setuju jika BCA Jember memiliki penampilan fisik luar gedung atau kantor yang bagus. Pada indikator kedua mayoritas responden memberikan tanggapan sangat setuju sebanyak 37 responden (49.3%) yang berarti bahwa responden setuju jika BCA Jember memberikan kecepatan dan efisiensi dalam suatu transaksi. Pada indikator ketiga mayoritas responden memberikan tanggapan sangat setuju sebanyak 42 responden (56%) yang berarti bahwa responden setuju jika BCA Jember memiliki jam buka operasional kantor yang bagus. Pada indikator keempat mayoritas responden memberikan tanggapan sangat setuju sebanyak 38 responden (50.7%) yang berarti bahwa responden setuju jika nasabah merasa senang dengan desain kantor-kantor layanan pada

BCA Jember. Sedangkan pada keseluruhan indikator, mayoritas responden memberikan tanggapan sangat setuju dengan total 167 (222.7%) dan paling rendah memberikan tanggapan sangat tidak setuju dengan total 0 (0%). Hal ini menjelaskan jika bukti fisik pada Bank BCA dinilai sangat baik oleh mayoritas responden pada penelitian ini.

#### 4.2.2 Hasil Penyebaran Kuesioner Variabel Keandalan

Penilaian responden terhadap variabel Keandalan ( $X_2$ ) menurut klasifikasi tingkatan skor dari masing-masing pernyataan efisiensi dijelaskan pada Tabel 4.4 berikut ini:

Tabel 4.4 Data Responden Variabel Keandalan

Item	Frekuensi										Total
	1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	
$X_{2.1}$	0	0,0	1	1,3	1	1,3	25	33,3	48	64,0	100
$X_{2.2}$	1	1,3	1	1,3	4	5,3	31	41,3	38	50,7	100
$X_{2.3}$	0	0,0	3	4,0	5	6,7	29	38,7	38	50,7	100
Total	1	1,3	5	6,7	10	13,3	85	113,3	124	165,3	

Sumber: Lampiran 2b

Berdasarkan data Tabel 4.4 di atas, menyajikan data hasil penilaian responden pada variabel Keandalan yang diukur dengan 3 indikator. Pada indikator pertama, mayoritas responden memberikan tanggapan sangat setuju sebanyak 48 responden (64%) yang berarti bahwa responden setuju jika BCA Jember selalu memberikan layanan cepat. Pada indikator kedua mayoritas responden memberikan tanggapan sangat setuju sebanyak 38 responden (50.7%) yang berarti bahwa responden setuju jika BCA Jember menawarkan layanan yang sesuai kepada nasabahnya. Pada indikator ketiga mayoritas responden memberikan tanggapan sangat setuju sebanyak 38 responden (50.7%) yang berarti bahwa responden setuju jika BCA Jember menyediakan banyak pilihan produk dan layanan. Sedangkan pada keseluruhan indikator, mayoritas responden memberikan tanggapan sangat setuju dengan total 124 (165.3%) dan paling rendah memberikan tanggapan sangat tidak setuju dengan total 1 (1.3%). Hal ini

menjelaskan jika keandalan pada Bank BCA dinilai sangat baik oleh mayoritas responden pada penelitian ini.

#### 4.2.3 Hasil Penyebaran Kuesioner Variabel Daya Tanggap

Penilaian responden terhadap variabel Daya Tanggap ( $X_3$ ) menurut klasifikasi tingkatan skor dari masing-masing pernyataan efisiensi dijelaskan pada Tabel 4.5 berikut ini:

Tabel 4.5 Data Responden Variabel Daya Tanggap

Item	Frekuensi										Total
	1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	
$X_{3.1}$	0	0,0	0	0,0	8	10,7	35	46,7	32	42,7	100
$X_{3.2}$	0	0,0	0	0,0	6	8,0	37	49,3	32	42,7	100
$X_{3.3}$	0	0,0	2	2,7	6	8,0	34	45,3	33	44,0	100
Total	0	0,0	2	2,7	20	26,7	106	141,3	97	129,3	

Sumber: Lampiran 2b

Berdasarkan data Tabel 4.5 di atas, menyajikan data hasil penilaian responden pada variabel daya tanggap yang diukur dengan 3 indikator. Pada indikator pertama, mayoritas responden memberikan tanggapan setuju sebanyak 35 responden (46.7%) yang berarti bahwa responden setuju jika BCA Jember mampu memenuhi kebutuhan nasabahnya. Pada indikator kedua mayoritas responden memberikan tanggapan setuju sebanyak 37 responden (49.3%) yang berarti bahwa responden setuju jika nasabah merasa nyaman dengan cara staf BCA Jember melayani nasabahnya. Pada indikator ketiga mayoritas responden memberikan tanggapan setuju sebanyak 34 responden (45.3%) yang berarti bahwa responden setuju jika BCA Jember cepat dalam menanggapi keluhan nasabah. Sedangkan pada keseluruhan indikator, mayoritas responden memberikan tanggapan setuju dengan total 106 (141.3%) dan paling rendah memberikan tanggapan sangat tidak setuju dengan total 0 (0%). Hal ini menjelaskan jika daya tanggap pada Bank BCA dinilai baik oleh mayoritas responden pada penelitian ini.

#### 4.2.4 Hasil Penyebaran Kuesioner Variabel Jaminan

Penilaian responden terhadap variabel Jaminan ( $X_4$ ) menurut klasifikasi tingkatan skor dari masing-masing pernyataan efisiensi dijelaskan pada Tabel 4.6 berikut ini:

Tabel 4.6 Data Responden Variabel Jaminan

Item	Frekuensi										Total
	1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	
$X_{4.1}$	0	0,0	2	2,7	8	10,7	39	52,0	26	34,7	100
$X_{4.2}$	0	0,0	2	2,7	11	14,7	39	52,0	23	30,7	100
$X_{4.3}$	0	0,0	0	0,0	11	14,7	33	44,0	31	41,3	100
$X_{4.4}$	0	0,0	1	1,3	5	6,7	34	45,3	35	46,7	100
Total	0	0,0	5	6,7	35	46,7	145	193,3	115	153,3	

Sumber: Lampiran 2b

Berdasarkan data Tabel 4.6 di atas, menyajikan data hasil penilaian responden pada variabel Jaminan yang dapat diukur dengan 4 indikator. Pada indikator pertama, mayoritas responden memberikan tanggapan setuju sebanyak 39 responden (52%) yang berarti bahwa responden setuju jika Staff BCA Jember bersikap ramah. Pada indikator kedua mayoritas responden memberikan tanggapan sangat setuju sebanyak 39 responden (52%) yang berarti bahwa responden setuju jika BCA Jember menyediakan jasa konsultasi keuangan kepada nasabahnya. Pada indikator ketiga mayoritas responden memberikan tanggapan setuju sebanyak 33 responden (44%) yang berarti bahwa responden setuju jika akses terhadap informasi rekening di BCA Jember mudah. Pada indikator keempat mayoritas responden memberikan tanggapan sangat setuju sebanyak 35 responden (46.7%) yang berarti bahwa responden setuju jika BCA Jember memiliki tim manajemen yang berpengalaman dan berwawasan luas. Sedangkan pada keseluruhan indikator, mayoritas responden memberikan tanggapan sangat setuju dengan total 145 (193.3%) dan paling rendah memberikan tanggapan sangat tidak setuju dengan total 0 (0%). Hal ini menjelaskan jika jaminan pada Bank BCA dinilai baik oleh mayoritas responden pada penelitian ini.



#### 4.2.5 Hasil Penyebaran Kuesioner Variabel Empati

Penilaian responden terhadap variabel Empati ( $X_5$ ) menurut klasifikasi tingkatan skor dari masing-masing pernyataan efisiensi dijelaskan pada Tabel 4.7 berikut ini:

Tabel 4.7 Data Responden Variabel Empati

Item	Frekuensi										Total
	1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	
$X_{5.1}$	0	0,0	2	2,7	6	8,0	40	53,3	27	36,0	100
$X_{5.2}$	0	0,0	2	2,7	5	6,7	38	50,7	30	40,0	100
$X_{5.3}$	0	0,0	0	0,0	9	12,0	36	48,0	30	40,0	100
Total	0	0,0	4	5,3	20	26,7	114	152,0	87	116,0	

Sumber: Lampiran 2b

Berdasarkan data Tabel 4.7 di atas, menyajikan data hasil penilaian responden pada variabel Empati yang diukur dengan 3 indikator. Pada indikator pertama, mayoritas responden memberikan tanggapan setuju sebanyak 40 responden (53.3%) yang berarti bahwa responden setuju jika BCA Jember memiliki citra yang bagus. Pada indikator kedua mayoritas responden memberikan tanggapan setuju sebanyak 38 responden (50.7%) yang berarti bahwa responden setuju jika BCA Jember menjaga kerahasiaan data transaksi nasabahnya. Pada indikator ketiga mayoritas responden memberikan tanggapan setuju sebanyak 36 responden (48%) yang berarti bahwa responden setuju jika BCA Jember memiliki kinerja layanan yang baik. Sedangkan pada keseluruhan indikator, mayoritas responden memberikan tanggapan setuju dengan total 114 (152%) dan paling rendah memberikan tanggapan sangat tidak setuju dengan total 0 (0%). Hal ini menjelaskan jika empati pada Bank BCA dinilai baik oleh mayoritas responden pada penelitian ini.

#### 4.2.6 Hasil Penyebaran Kuesioner Variabel Kepuasan Nasabah

Penilaian responden terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y) menurut klasifikasi tingkatan skor dari masing-masing pernyataan efisiensi dijelaskan pada Tabel 4.8 berikut ini:

Tabel 4.8 Data Responden Variabel Kepuasan Nasabah

Item	Frekuensi										Total
	1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	
<b>Y<sub>1.1</sub></b>	0	0,0	3	4,0	6	8,0	38	50,7	28	37,3	100
<b>Y<sub>1.2</sub></b>	0	0,0	2	2,7	12	16,0	35	46,7	26	34,7	100
<b>Y<sub>1.3</sub></b>	0	0,0	0	0,0	3	4,0	31	41,3	41	54,7	100
<b>Total</b>	0	0,0	5	6,7	21	28,0	104	138,7	95	126,7	

Sumber: Lampiran 2b

Berdasarkan data Tabel 4.9 di atas, menyajikan data hasil penilaian responden pada variabel Empati yang diukur dengan 3 indikator. Pada indikator pertama, mayoritas responden memberikan tanggapan setuju sebanyak 38 responden (50.7%) yang berarti bahwa responden setuju jika keseluruhan kinerja di BCA Jember memuaskan. Pada indikator kedua mayoritas responden memberikan tanggapan setuju sebanyak 35 responden (46.7%) yang berarti bahwa responden setuju jika kinerja BCA Jember sesuai dengan ekspektasi. Pada indikator ketiga mayoritas responden memberikan tanggapan sangat setuju sebanyak 41 responden (54.7%) yang berarti bahwa responden setuju jika standar layanan di BCA Jember sesuai keinginan. Sedangkan pada keseluruhan indikator, mayoritas responden memberikan tanggapan setuju dengan total 104 (138.7%) dan paling rendah memberikan tanggapan sangat tidak setuju dengan total 0 (0%). Hal ini menjelaskan jika kepuasan pada Bank BCA dinilai baik oleh mayoritas responden pada penelitian ini.

### 4.3 Hasil Analisis Data

#### 4.3.1 Uji Instrumen

##### 4.3.1.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana validitas data yang diperoleh berdasarkan kuesioner yang dibagikan kepada responden. Data dikatakan valid apabila nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05. Hasil pengolahan data menggunakan SPSS dapat dilihat pada Tabel 4.10 berikut ini:

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Sig.	Hasil Uji
Bukti Fisik	Pernyataan 1	0.811	0.291	0.000	Valid
	Pernyataan 2	0.875	0.291	0.000	Valid
	Pernyataan 3	0.850	0.291	0.000	Valid
	Pernyataan 4	0.789	0.291	0.000	Valid
keandalan	Pernyataan 1	0.837	0.291	0.000	Valid
	Pernyataan 2	0.886	0.291	0.000	Valid
	Pernyataan 3	0.877	0.291	0.000	Valid
Daya Tanggap	Pernyataan 1	0.923	0.291	0.000	Valid
	Pernyataan 2	0.881	0.291	0.000	Valid
	Pernyataan 3	0.910	0.291	0.000	Valid
Jaminan	Pernyataan 1	0.892	0.291	0.000	Valid
	Pernyataan 2	0.899	0.291	0.000	Valid
	Pernyataan 3	0.889	0.291	0.000	Valid
	Pernyataan 4	0.805	0.291	0.000	Valid
Empati	Pernyataan 1	0.891	0.291	0.000	Valid
	Pernyataan 2	0.910	0.291	0.000	Valid
	Pernyataan 3	0.866	0.291	0.000	Valid
Kepuasan Nasabah	Pernyataan 1	0.849	0.291	0.000	Valid
	Pernyataan 2	0.879	0.291	0.000	Valid
	Pernyataan 3	0.803	0.291	0.000	Valid

Sumber: Lampiran 3

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa semua item pernyataan memiliki nilai  $\leq 0,05$  dan  $r$  hitung  $> r$  tabel, maka dapat disimpulkan bahwa setiap item pernyataan dalam kuesioner dapat dibuktikan validitasnya.

##### 4.3.1.2 Uji Reliabilitas

Menguji reliabilitas dilakukan dengan cara mencari angka reliabilitas dari butir-butir pernyataan dari kuesioner dengan rumus standar item alpha. Setelah diperoleh nilai alpha, selanjutnya membandingkan nilai tersebut dengan angka

kritis yang telah ditentukan. Pada pengujian ini uji reliabilitas menggunakan metode Cronbach Alpha. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila variabel tersebut memberikan nilai Cronbach Alpha  $\geq 0,60$  (Nunnally & Bernstein, 1994). Hasil pengolahan data uji reliabilitas yang dilakukan dengan menggunakan SPSS dapat dilihat pada Tabel 4.10 berikut ini:

Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Bukti Fisik (X <sub>1</sub> )	0.850	Reliabel
Keandalan (X <sub>2</sub> )	0.828	Reliabel
Daya Tanggap (X <sub>3</sub> )	0.887	Reliabel
Jaminan (X <sub>4</sub> )	0.895	Reliabel
Empati (X <sub>5</sub> )	0.867	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0.792	Reliabel

Sumber: Lampiran 3

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa nilai  $\alpha$  setiap variabel lebih besar dari nilai  $\alpha$  ketetapan yaitu 0,60. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa semua item pernyataan dalam kuesioner dapat dipercaya sebab hasil pengukuran relatif konsisten meskipun pernyataan tersebut diberikan dua kali atau lebih pada responden yang berbeda, sehingga kuesioner ini dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya dengan menggunakan variabel yang sama.

#### 4.3.2 Uji Normalitas Data

Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak yang digunakan dalam penelitian adalah data yang berdistribusi normal. Untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan menggunakan Kolmogorov Smirnov (KS). Kuesioner penelitian terdistribusi normal apabila nilai Asymp. Sig. Lebih besar dari 0,05 (5%). Berdasarkan hasil analisis menunjukkan nilai Asymp. Sig. Adalah  $0,090 \geq 0,05$ . Maka dapat disimpulkan jika data berdistribusi normal. Uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.11 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.11464142
Most Extreme Differences	Absolute	.134
	Positive	.094
	Negative	-.134
Test Statistic		.134
Asymp. Sig. (2-tailed)		.090 <sup>c</sup>

Sumber: Lampira 3

### 4.3.3 Uji Asumsi Klasik

#### 4.3.3.1 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti terjadi interkorelasi antar variabel bebas yang menunjukkan adanya lebih dari satu hubungan linear yang signifikan. Apabila koefisien korelasi variabel yang bersangkutan nilainya terletak diluar batas penerimaan (*critical value*), maka koefisien korelasi bermakna dan terjadi multikolinearitas. Apabila koefisien korelasi terletak di dalam batas penerimaan, maka koefisien korelasinya tidak bermakna dan tidak terjadi multikolinearitas. Gejala multikolinearitas yang dapat dideteksi dengan melihat VIF (*Variance Inflation Factor*) yang diperoleh dengan ketentuan apabila nilai  $VIF \geq 10$ , maka terjadi multikolinearitas. Namun apabila diketahui bahwa nilai  $VIF \leq 10$ , maka tidak terjadi multikolinearitas. Hasil dari pengujian multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 4.12 berikut ini:

Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.890	1.243		.717	.476		
	X1	.323	.186	.356	2.430	.017	.471	2.124
	X2	.271	.118	.282	2.300	.024	.373	2.681
	X3	.337	.132	.344	2.560	.013	.310	3.223
	X4	.360	.153	.284	2.394	.014	.124	8.047
	X5	.359	.179	.361	2.329	.043	.164	6.105

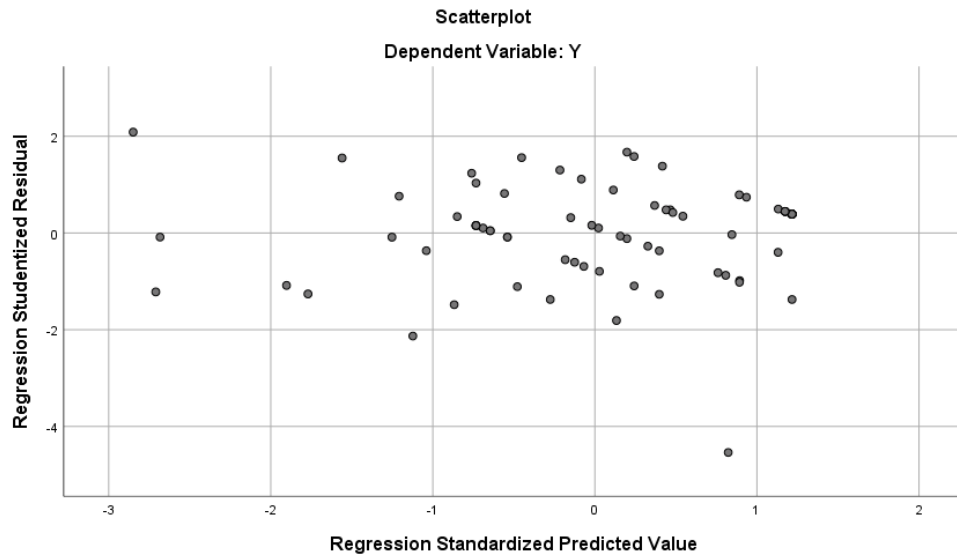
a. Dependent Variable: Y

Sumber: Lampiran 4

Dapat dilihat pada Tabel 4.12, diketahui bahwa model tidak terjadi multikolinieritas. Hal ini dapat terlihat dari hasil pengujian multikolinieritas, dimana nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) masing-masing variabel kurang dari 10 dan nilai tolerance  $\geq 0.1$ .

#### 4.3.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah model yang homoskedastisitas bukan heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas adalah proses untuk melihat apakah terdapat perbedaan varians antara residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah model yang memiliki kesamaan varians antara residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (homoskedastisitas), jika varians dari residu pengamatan ke pengamatan lain berbeda berarti ada gejala heteroskedastisitas dalam model regresi tersebut. Cara yang dapat dilakukan untuk mendeteksi adanya gejala heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan uji scatter plot. Hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat di Gambar 4.1 berikut ini:



Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Lampiran 4

Berdasarkan hasil analisis uji heteroskedastisitas melalui uji scatter plot pada Tabel 4.1, dapat diketahui bahwa model tidak terjadi heteroskedastisitas. Hal ini berdasarkan titik pada gambar menyebar dan tidak membentuk suatu pola.

#### 4.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui tingkat pengaruh variabel bebas (bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), dan empati (X5)) terhadap variabel terikat (kepuasan nasabah (Y)).

##### 4.4.1 Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  (dengan nilai  $t_{tabel}$  1.99), maka  $H_0$  ditolak, jadi variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat. Apabila  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima, jadi variabel bebas secara parsial tidak memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat. Selain itu signifikansi pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) juga dapat dilihat dari nilai signifikansinya, jika  $< 0.05$  dikatakan

signifikan. Hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t dapat dilihat pada Tabel 4.13 berikut ini:

Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	.890	1.243		.717	.476
	X1	.323	.186	.356	2.430	.017
	X2	.271	.118	.282	2.300	.024
	X3	.337	.132	.344	2.560	.013
	X4	.360	.153	.284	2.394	.014
	X5	.359	.179	.361	2.329	.043

a. Dependent Variable: Y  
Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan hasil pengolahan data maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0.890 + 0.323x_1 + 0.271x_2 + 0.337x_3 + 0.360x_4 + 0.359x_5$$

Dari persamaan regresi linear berganda dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Pengaruh bukti fisik ( $X_1$ ) terhadap kepuasan nasabah BCA Jember (Y) ditemukan signifikan dengan nilai signifikansi  $0.017 < 0.05$ , nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $2.430 \geq 1.99$ ). Dengan demikian hipotesis dapat diterima. Nilai koefisien regresi variabel bukti fisik ( $X_1$ ) sebesar 0,356 (bernilai positif) yang artinya apabila bukti fisik BCA Jember meningkat maka kepuasan nasabah BCA Jember akan meningkat.
- b. Pengaruh keandalan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan nasabah BCA Jember (Y) ditemukan signifikan dengan nilai signifikansi  $0.024 < 0.05$ , nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $2.30 \geq 1.99$ ). Dengan demikian hipotesis dapat diterima. Nilai koefisien regresi variabel keandalan ( $X_2$ ) sebesar 0,282 (bernilai positif) yang artinya apabila keandalan BCA Jember meningkat maka kepuasan nasabah BCA Jember akan meningkat.



- c. Pengaruh daya tanggap ( $X_3$ ) terhadap kepuasan nasabah BCA Jember (Y) ditemukan signifikan dengan nilai signifikansi  $0.013 < 0.05$ , nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $2.56 \geq 1.99$ ). Dengan demikian hipotesis dapat diterima. Nilai koefisien regresi variabel daya tanggap ( $X_3$ ) sebesar 0,344 (bernilai positif) yang artinya apabila daya tanggap BCA Jember meningkat maka kepuasan nasabah BCA Jember akan meningkat.
- d. Pengaruh jaminan ( $X_4$ ) terhadap kepuasan nasabah BCA Jember (Y) ditemukan signifikan dengan nilai signifikansi  $0.014 < 0.05$ , nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $2.394 \geq 1.99$ ). Dengan demikian hipotesis dapat diterima. Nilai koefisien regresi variabel jaminan ( $X_4$ ) sebesar 0,284 (bernilai positif) yang artinya apabila jaminan BCA Jember meningkat maka kepuasan nasabah BCA Jember akan meningkat.
- e. Pengaruh empati ( $X_5$ ) terhadap kepuasan nasabah BCA Jember (Y) ditemukan signifikan dengan nilai signifikansi  $0.043 < 0.05$ , nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $2.329 \geq 1.99$ ). Dengan demikian hipotesis dapat diterima. Nilai koefisien regresi variabel empati ( $X_5$ ) sebesar 0,461 (bernilai positif) yang artinya apabila empati BCA Jember meningkat maka kepuasan nasabah BCA Jember akan meningkat.

#### 4.4.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk melihat pengaruh dari variabel independen (bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan) secara bersama-sama. Caranya adalah dengan membandingkan antara F hitung dengan F tabel. Jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, Namun jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima. Hasil pengujian uji f dapat dilihat pada Tabel 4.15 berikut ini:

**Tabel 4.14 Uji F**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	145.447	5	29.089	21.831	.000 <sup>b</sup>
	Residual	91.939	69	1.332		
	Total	237.387	74			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X5, X1, X3, X2, X4

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan tabel diatas diketahui F hitung (21,831) > F tabel (4,43) dan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya adalah bahwa bukti fisik, kehandalan, daya tanggap dan empati secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BCA Jember.

#### 4.4.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah  $0 < R^2 < 1$  dimana nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi-variabel dependen.

**Tabel 4.15 Uji Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.783 <sup>a</sup>	.613	.585	1.15432

a. Predictors: (Constant), X5, X1, X3, X2, X4

Sumber: Lampiran 5

Dilihat dari tabel diatas, koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) yang diperoleh sebesar 0,585. Hal ini berarti 58,5% telah menyatakan bahwa variabel

bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati telah menjelaskan kepuasan nasabah BCA Jember.

## **4.5 Interpretasi**

4.5.1 Pengaruh simultan variabel bebas (bukti, fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) terhadap Kepuasan.

Berdasarkan hasil pembahasan bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BCA Jember. Hal ini kemudian menjelaskan bahwa daya tanggap, jaminan, bukti fisik, empati, dan kehandalan yang biasa disebut dengan kualitas pelayanan, apabila menjalankan perannya bersama-sama secara baik maka akan mempengaruhi kepuasan nasabah BCA Jember. Daya tanggap yang cepat akan memberikan jaminan yang aman pada pasien, lalu akan membentuk bukti fisik yang sesuai dengan keadaan tersebut dimana empati akan memberikan keinginan yang diharapkan nasabah BCA Jember, sehingga kehandalan akan tercipta dan memuaskan para nasabah BCA Jember. Hasil yang diperoleh peneliti mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wimono (2005), Manulang (2008), Mahendra (2014), dan Kaenge (2022) yang menemukan bahwa bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Penelitian ini menolak hasil penelitian dari Rahmad (2014) dan Dehans (2015). Hasil penelitian ini juga mendukung teori dari Lewis & Booms *dalam* Tjiptono & Chandra (2005:12) yaitu apabila jasa yang dirasakan sesuai dengan jasa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik atau positif yang kemudian akan menciptakan kepuasan.

4.5.2 Pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan nasabah BCA Jember

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bukti fisik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah BCA Jember. Dengan demikian hasil analisis tersebut berarti jika semakin baik bukti fisik pada BCA Jember, maka akan semakin meningkatkan kepuasan nasabah BCA Jember, dan sebaliknya jika

bukti fisik pada BCA Jember kurang baik, maka akan mengurangi kepuasan nasabah BCA Jember.

Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wimono (2005) yang meneliti mengenai pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan PT. Alfa Retailindo TBK., di Surakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bukti fisik memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Alfa Retailindo TBK. Penelitian Manulang (2008) juga mendukung hasil penelitian ini, dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa bukti fisik secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan jasa penerbangan PT.Garuda Indonesia Airlines di Bandara Polonia Medan. Penelitian Kaenge (2022) yang dilakukan di Bank BRI unit Tateli juga menemukan bahwa bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah yang kemudian juga mendukung hasil penelitian ini.

Bukti fisik BCA Jember pada penelitian ini diukur menggunakan 4 indikator yaitu, BCA Jember memiliki penampilan fisik luar gedung atau kantor yang bagus, BCA Jember memberikan kecepatan dan efisiensi dalam suatu transaksi, BCA Jember memiliki jam buka operasional kantor yang bagus, nasabah merasa senang dengan desain kantor-kantor layanan pada BCA Jember dan cabang cabangnya. Rata-rata responden memberi tanggapan sangat setuju untuk masing-masing indikator. Indikator dengan jumlah responden terbanyak yaitu pada indikator pertama dengan tanggapan sangat setuju. Hal ini menjelaskan jika mayoritas nasabah BCA Jember pada penelitian ini menilai jika BCA Jember memiliki penampilan fisik luar gedung atau kantor yang bagus. Dengan demikian pihak bank BCA Jember perlu mempertahankan penampilan luar gedung sehingga hal ini dapat menciptakan kepuasan pada nasabah bank BCA Jember.

#### 4.5.3 Pengaruh keandalan terhadap kepuasan nasabah BCA Jember

Dari hasil penelitian diperoleh bahwa keandalan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah BCA Jember. Dengan demikian hasil analisis tersebut berarti jika semakin baik keandalan pada BCA Jember, maka

akan semakin meningkatkan kepuasan nasabah BCA Jember, dan sebaliknya jika keandalan pada BCA Jember kurang baik, maka akan mengurangi kepuasan nasabah BCA Jember.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang juga menemukan pengaruh signifikan keandalan terhadap kepuasan. Penelitian Amalia (2017) menunjukkan bahwa variabel keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Pakurár *et al.* (2019) menemukan pengaruh signifikan pada keandalan terhadap kepuasan nasabah perbankan dalam konteks perbankan Yordania. Penelitian Manulang (2008) juga mendukung hasil penelitian ini, dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa keandalan secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan jasa penerbangan PT.Garuda Indonesia Airlines di Bandara Polonia Medan. Penelitian Kaenge (2022) yang dilakukan di Bank BRI unit Tateli juga menemukan bahwa keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah yang kemudian juga mendukung hasil penelitian ini.

Keandalan BCA Jember pada penelitian ini diukur menggunakan 3 indikator yaitu BCA Jember selalu memberikan layanan cepat, BCA Jember menawarkan layanan yang sesuai kepada nasabahnya, BCA Jember menyediakan banyak pilihan produk dan layanan. Rata-rata responden memberi tanggapan sangat setuju untuk masing-masing indikator. Indikator dengan jumlah responden terbanyak yaitu pada indikator pertama dengan tanggapan sangat setuju. Hal ini menjelaskan jika mayoritas nasabah BCA Jember pada penelitian ini menilai jika BCA Jember selalu memberikan layanan cepat. Dengan demikian pihak bank BCA Jember perlu mempertahankan pelayanan yang cepat sehingga hal ini dapat menciptakan kepuasan pada nasabah bank BCA Jember.

#### 4.5.4 Pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan nasabah BCA Jember

Dari hasil penelitian diperoleh bahwa daya tanggap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah BCA Jember. Dengan demikian hasil analisis tersebut berarti jika semakin baik daya tanggap pada BCA Jember, maka

akan semakin meningkatkan kepuasan nasabah BCA Jember, dan sebaliknya jika daya tanggap pada BCA Jember kurang baik, maka akan mengurangi sat kepuasan nasabah BCA Jember.

Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wimono (2005) yang meneliti mengenai pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan PT. Alfa Retailindo TBK., di Surakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel daya tanggap memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Alfa Retailindo TBK. Penelitian Manulang (2008) juga mendukung hasil penelitian ini, dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa daya tanggap secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan jasa penerbangan PT.Garuda Indonesia Airlines di Bandara Polonia Medan. Penelitian Kaenge (2022) yang dilakukan di Bank BRI unit Tateli juga menemukan bahwa daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah yang kemudian juga mendukung hasil penelitian ini.

Variabel daya tanggap yang diukur dengan 3 indikator. Berdasarkan data tersebut sebagian besar responden memberikan tanggapan setuju terhadap pernyataan dari masing-masing indikator. Hal ini menunjukkan bahwa responden mempunyai persepsi nilai yang baik terhadap variabel Daya Tanggap pada BCA Jember, yang berarti bahwa responden setuju jika BCA Jember mampu memenuhi kebutuhan nasabahnya, nasabah merasa nyaman dengan cara staf BCA Jember melayani nasabahnya, BCA Jember menyediakan pembiayaan yang menguntungkan. Indikator dengan jumlah responden terbanyak yaitu pada indikator kedua dengan tanggapan setuju. Hal ini menjelaskan jika mayoritas nasabah BCA Jember pada penelitian ini menilai jika nasabah merasa nyaman dengan cara staf BCA Jember melayani nasabahnya. Dengan demikian pihak bank BCA Jember perlu mempertahankan pelayanan yang nyaman sehingga hal ini dapat menciptakan kepuasan pada nasabah bank BCA Jember.

#### 4.5.5 Pengaruh jaminan terhadap kepuasan nasabah BCA Jember

Dari hasil penelitian diperoleh bahwa Jaminan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah BCA Jember. Hal tersebut menerima hipotesis keempat yang diajukan. Dengan demikian hasil analisis tersebut berarti jika semakin baik jaminan pada BCA Jember, maka akan semakin meningkatkan kepuasan nasabah BCA Jember, dan sebaliknya jika jaminan pada BCA Jember kurang baik, maka akan mengurangi kepuasan nasabah BCA Jember.

Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wimono (2005) yang meneliti mengenai pengaruh jaminan terhadap kepuasan pelanggan PT. Alfa Retailindo TBK., di Surakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel jaminan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Alfa Retailindo TBK. Penelitian Manulang (2008) juga mendukung hasil penelitian ini, dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa jaminan secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan jasa penerbangan PT. Garuda Indonesia Airlines di Bandara Polonia Medan. Penelitian Kaenge (2022) yang dilakukan di Bank BRI unit Tateli juga menemukan bahwa jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah yang kemudian juga mendukung hasil penelitian ini.

Jaminan BCA Jember pada penelitian ini diukur menggunakan 4 indikator yaitu Staff BCA Jember bersikap ramah, BCA Jember menyediakan jasa konsultasi keuangan kepada nasabahnya, akses terhadap informasi rekening di BCA Jember mudah, BCA Jember memiliki tim manajemen yang berpengalaman dan berwawasan luas. Rata-rata responden memberi tanggapan setuju untuk masing-masing indikator. Indikator dengan jumlah responden terbanyak yaitu pada indikator pertama dan kedua dengan tanggapan setuju. Hal ini menjelaskan jika mayoritas nasabah BCA Jember pada penelitian ini menilai jika Staff BCA Jember bersikap ramah dan BCA Jember menyediakan jasa konsultasi keuangan kepada nasabahnya. Dengan demikian pihak bank BCA Jember perlu

mempertahankan pelayanan staff dan jasa konsultasi keuangan, sehingga hal ini dapat menciptakan kepuasan pada nasabah bank BCA Jember.

#### 4.5.6 Pengaruh empati terhadap kepuasan nasabah BCA Jember

Dari hasil penelitian diperoleh bahwa empati memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah BCA Jember. Hal tersebut mendukung hipotesis kelima yang diajukan. Dengan demikian hasil analisis tersebut mengindikasikan jika empati merupakan faktor yang dapat membangun kepuasan nasabah. Dalam artian semakin baik empati BCA Jember akan meningkatkan kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wimono (2005) yang meneliti mengenai pengaruh empati terhadap kepuasan pelanggan PT. Alfa Retailindo TBK., di Surakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel empati memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Alfa Retailindo TBK. Penelitian Manulang (2008) juga mendukung hasil penelitian ini, dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa empati secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan jasa penerbangan PT.Garuda Indonesia Airlines di Bandara Polonia Medan. Penelitian Kaenge (2022) yang dilakukan di Bank BRI unit Tateli juga menemukan bahwa empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah yang kemudian juga mendukung hasil penelitian ini.

Variabel Empati dalam penelitian ini diukur dengan 3 indikator, yaitu BCA Jember memiliki citra yang bagus, BCA Jember menjaga kerahasiaan data transaksi nasabahnya, BCA Jember memiliki kinerja layanan yang baik. Rata-rata responden memberi tanggapan setuju untuk masing-masing indikator. Indikator dengan jumlah responden terbanyak yaitu pada indikator pertama dengan tanggapan setuju. Hal ini menjelaskan jika mayoritas nasabah BCA Jember pada penelitian ini menilai jika BCA Jember memiliki citra yang bagus. Dengan demikian pihak bank BCA Jember perlu mempertahankan citra yang baik, sehingga hal ini dapat menciptakan kepuasan pada nasabah bank BCA Jember.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi kepuasan nasabah BCA Jember.
2. Bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BCA Jember. Hal ini menjelaskan jika semakin baik bukti fisik bank BCA Jember akan meningkatkan kepuasan nasabah BCA Jember.
3. Keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BCA Jember. Hal ini menjelaskan jika semakin baik keandalan bank BCA Jember akan meningkatkan kepuasan nasabah BCA Jember.
4. Daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BCA Jember. Hal ini menjelaskan jika semakin baik daya tanggap bank BCA Jember akan meningkatkan kepuasan nasabah BCA Jember.
5. Jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BCA Jember. Hal ini menjelaskan jika semakin baik jaminan bank BCA Jember akan meningkatkan kepuasan nasabah BCA Jember.
6. Empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BCA Jember. Hal ini menjelaskan jika semakin baik empati bank BCA Jember akan meningkatkan kepuasan nasabah BCA Jember.

## **5.2 Implikasi**

### **5.2.1 Implikasi Teoritis**

Studi ini telah memberikan wawasan mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah perbankan. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah perbankan secara signifikan. Dengan demikian hasil ini dapat menjadi sumber rujukan bagi para akademisi terkait faktor-faktor kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati yang kemudian dapat mempengaruhi kepuasan nasabah perbankan.

### **5.2.1 Implikasi Praktis**

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi BCA Jember untuk mempertahankan nasabah maupun untuk menarik nasabah baru, dengan mempertahankan kualitas pelayanan berdasarkan bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Meningkatkan bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati akan meningkatkan juga kepuasan pada nasabah BCA Jember, sehingga pihak manajemen BCA Jember perlu untuk memperhatikan faktor-faktor ini sehingga akan tercapai tujuan perusahaan melalui kepuasan nasabah.

## **5.3 Saran**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak, antara lain:

### **5.3.1 Bagi peneliti**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu rujukan atau referensi bagi peneliti lain, yang berminat melakukan penelitian empiris mengenai jaminan, keandalan, bukti fisik, empati, daya tanggap, dan kepuasan nasabah. Penelitian selanjutnya dapat meneliti variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah seperti fasilitas, lokasi, iklan, *store atmosphere* pada bank BCA.

### 5.3.2 Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi empiris kepada manajemen BCA Jember, mengenai pengaruh dimensi kualitas layanan yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan nasabah BCA Jember. Informasi tersebut diharapkan dapat menjadi masukan guna meningkatkan kualitas layanan BCA Jember. Pihak BCA Jember dapat menerapkan hasil penelitian ini pada konteks kualitas pelayanan, sehingga nasabah akan semakin puas dan loyal terhadap BCA Jember dikarenakan

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhiyanto, Mochlas, 2012, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Balai Latihan Kerja Industri (BLKI) Semarang*, Jurnal; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang.
- Arikunto, Suharsimi. 2003. *Prosedur Penelitian, Suatu Praktek*. Jakarta:Bina Aksara.
- Dehans , Laura. 2015. Analisis Tingkat Kepentingan (*Importance*) dan Kinerja (*Performance*) Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Telkom Jember. Skripsi.Jember : STIE Mandala.
- Djarwanto dan Pangestu Subagyo. 2006. *Statistik Induktif*. Yogyakarta: BPFE-UGM.
- Ferrinadewi, Erna, 2005, *Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pembelian Kosmetik dan Pengaruhnya pada Kepuasan Konsumen di Surabaya, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Volume Ketujuh, No. 2. September 2005.
- Ghozali, Imam. 2011. “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heizer, J. dan R. Barry.2005. *Manajemen Operasi* (terjemahan).Edisi 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Husein, Umar, 2003, *Riset Pemasaran dan Prilaku Konsumen*, PT Gramedia, Jakarta
- Jannah, N. A. Al. (2021). Profil PT Bank Central Asia Tbk. <https://dataindonesia.id/>. <https://dataindonesia.id/arsip/detail/profil-pt-bank-central-asia-tbk>
- Kazmier, Leonard, J. 2005. *Sachau's Easy Outlines*. New York: McGraw-Hill.
- Kotler, Philip, 2004, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kotler, Philip , 2000, *manajemen pemasaran*, Edisi Milenium, Jakarta, Prehallindo
- Kotler, Philip , 2002, *manajemen pemasaran*, Jilid 1, Edisi Milenium, Jakarta, Prehallindo

- Kotler, Philip, 1997, *Marketing Management Analysis, Planning, Implementation and Control*, 9<sup>th</sup> Edition, Prentice-Hall, New Jersey.
- Kotler, Philip, dan Gerry Armstrong 2001, *prinsip-prinsip pemasaran*, jilid 1, Edisi Kedelapan, Erlangga, Jakarta.
- Mahendra, Gede, 2014, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Griya Sunset Kuta*, Jurnal; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia
- Maholtra, Naresh, K. 2001. *Marketing Research : An Applied Orientation* Prentice Hall. New York.
- Manulang, Ida, 2008, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan PT. Garuda Air Lines*. Tesis, Medan : Universitas Sumatra Utara.
- Othman, A., & Owen, L. (2001). Developing an Instrument to measure customer service quality (SQ) in Islamic banking. *International Journal of Islamic Financial Services*, 3(1), 1–26.
- Priyatno, 2012. *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20*. Penerbit Andi.
- Rahmad, Angga, 2014, *Analisis Tingkat Kepuasan konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan di The Body Art Fitness & Aerobic Surabaya*, Jurna Ilmu Keolahragaan, Fakultas Ilmu Keolahragaan, Universitas Negeri Surabaya
- Rambat, Lupiyoadi, 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua, Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Sidik, S. (2019). Transaksi Tinggal 1,8%, Bagaimana Nasib Kantor Cabang BCA. <https://www.cnbcindonesia.com/>  
<https://www.cnbcindonesia.com/market/20191110134023-17-114069/transaksi-tinggal-18-bagaimana-nasib-kantor-cabang-bca>
- Santoso, singgih, 2002, *Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasinya dengan SPSS*, Jakarta: PT. Alex Media Computindo Kelompok.
- Sugiyono, 2003, *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakaan Ke lima : Penerbit CV. Alfabeta: Bandung
- Sugiyono. 2007. Metode Penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: ALFABETA
- Sugiyono, 2011, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Alfabeta: Bandung
- Sujarweni, V dan Poly Endrayanto, 2012. *Statistika untuk Penelitian*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta

- Tjiptono, Fandy, 2011, *Pemasaran jasa*. Banyumedia, Malang.
- Tjiptono, Fandy, 2011, *service management*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, dan Gregorius Chanra, 2005, *Service: Quality Satisfacton*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Wibowo, Ari, 2014, *Jurnal Ilmu & Riset manajemen Vol.3 No. 12*: Surabaya
- Wimono, Yusuf, 2005, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Alfa Retailindo Surakarta*. Tesis : Universitas Muhamadiyah Surakarta.
- Yamit, Z. 2001. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Yazid, 1999, *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*, Cetakan Pertama, Penerbit Ekonisia Fak. Ekonomi UII, Yogyakarta.
- Zeithaml, Valarie A. Mry Jo Bitner. (2000). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm, Second Edition Hill*. . New York: McGraw