

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
NASABAH YANG BERTRANSAKSI SETORAN TUNAI  
TAHAPANDI BCA KCP TAMIM BANDUNG**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Menempuh Ujian Akhir Program Strata(S1)  
Program Manajemen STIE STAN-Indonesia Mandiri

oleh:

Elvana Christina

381861014



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI STAN-INDONESIA MANDIRI

BANDUNG

2020

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
NASABAH YANG BERTRANSAKSI SETORAN TUNAI TAHAPAN DI BCA  
KCP TAMIM BANDUNG

Penulis : Elvana Christina

NIM : 381861014

Bandung, Juni 2020

Mengesahkan,

Pembimbing,

Ketua Program Studi,

(Dede Suryana, Ir., M.Si..)

(Evan Jaelani, S.T., M.M..)

Mengetahui

Wakil Ketua I

(Patah Herwanto, S.T., M.Kom.)

## **LEMBAR PERNYATAAN PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Elvana Christina

Nim : 381861014

Jurusan: Manajemen S1

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
YANG BERTRANSAKSI SETORAN TUNAI TAHAPAN  
DI BCA KCP TAMIM BANDUNG**

Adalah karya ilmiah yang disusun sendiri oleh penandatanganan dan bukan plagiat atas penulisan dan penelitian lain.

Dengan demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Bandung, Juni 2020

Yang membuat pernyataan ,

Elvana Christina

## **MOTTO**

“Life is like riding a bicycle to keep your balance,  
you must keep moving.”

*~Albert Einstein ~*

“Usaha tidak akan mengkhianati hasil.”

*~ Elvana Christina ~*

“Visi tanpa eksekusi adalah halusinasi”

*~ Henry Ford ~*

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : pengaruh kualitas pelayanan ditinjau dari dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* terhadap kepuasan nasabah yang melakukan bertransaksi setoran tunai tahapan di BCA KCP Tamim Bandung. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 nasabah yang melakukan transaksi setoran tunai jenis tabungan tahapan. Metode sampel yang digunakan *probablity sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, sedangkan metode analisis data yang digunakan adalah uji instrument meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, pengujian hipotesis meliputi metode uji parsial(uji-t) dan analisi koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (*tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah

Kata kunci : kualitas pelayanan, *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*,  
*emphaty*, kepuasan nasabah

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine : the influence of service quality dimensions in terms of tangibles, reliability, responsiveness, assurance and emphaty trust toward customer who did a cash transaction type saving stages in BCA KCP Tamim Bandung. This research using a sample of 100 customer cash transactions type saving stages. Sample method with probablity sampling method. Data collection techniques using questionnaires, while the data analysis methods used are research instruments include test validity and reliability testing, hypothesis testing methods include path partial analysis, analysis coefficient of determination. The results showed that tangibles, reliability, responsiveness, assurance and emphaty has positive influence on customer satisfaction.*

*Keywords : quality of service, tangible, reliability, responsivenss, assurance, emphaty, trust*

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
KATA PENGANTAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1    Latar Belakang.....	1
1.2    Identifikasi Masalah.....	4
1.3    Tujuan Penelitian.....	5
1.4    Kegunaan Penelitian.....	6
1.4.1 Kegunaan Secara Praktis.....	6
1.4.2 Kegunaan Secara Teoritis.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	8
2.1    Tinjauan Pustaka.....	8
2.2    Pengertian Kualitas Layanan.....	8
2.2.1 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	9
2.3    Pengertian Kepuasan Konsumen.....	10
2.3.1 Elemen Kepuasan Konsumen.....	12
2.3.2 Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	13

2.3.3	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	14
2.4	Penelitian Terdahulu .....	15
2.5	Kerangka Teoritis .....	17
2.6	Model Analisis.....	18
	<b>Gambar 2.1. Model analisis penelitian .....</b>	<b>18</b>
2.7	Hipotesis .....	18
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN .....</b>		<b>20</b>
3.1	Objek Penelitian.....	20
3.2	Lokasi Penelitian .....	20
3.3	Metode Penelitian .....	21
3.3.1	Unit Penelitian .....	22
3.3.2	Populasi dan Sampel.....	22
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel dan Penentuan Ukuran Sampel.....	23
3.3.3.1	Teknik Pengambilan Sampel .....	23
3.3.3.2	Penentuan Ukuran Sampel.....	23
3.3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.3.5	Jenis Sumber Data.....	25
3.3.6	Operasionalisasi Variabel .....	26
	Tabel 3.1.Variabel dan Indikator .....	27
3.3.7	Instrumen Pengukuran .....	29
	Tabel 3.2. Skala Pengukuran Variabel .....	29
3.3.8	Pengujian Kualitas Instrumen Pengukuran.....	30
3.3.8.1	Uji Validitas Instrumen.....	30
3.3.9	Teknik Analisis Statistik Deskriptif .....	31
	Tabel 3.3.Kriteria Pengukuran Variabel.....	32



3.3.10 Rata-Rata dan Deviasi Standar .....	32
3.3.11 Analisis Korelasi.....	33
3.3.12 Pengujian Hipotesis .....	34
3.3.12.1 Uji Parsial (Uji-t) .....	35
3.3.12.2 Koefisien Determinasi .....	37
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>38</b>
4.1 Profil Responden .....	38
4.1.1 Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	38
Tabel 4.1. Profil berdasarkan Jenis Kelamin .....	38
4.1.2 Profil Responden berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.2. Profil berdasarkan Usia .....	39
4.1.3 Profil Responden berdasarkan Pekerjaan .....	39
Tabel 4.3. Profil berdasarkan Status Pekerjaan .....	40
Tabel 4.4. Profil berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	40
4.2 Pengujian Kualitas Instrumen Pengukuran.....	41
4.2.1 Uji Validitas.....	41
Tabel 4.5. Uji Validitas <i>Tangible</i> .....	42
Tabel 4.6. Uji Validitas <i>Reliability</i> .....	43
Tabel 4.7. Uji Validitas <i>Responsiveness</i> .....	44
Tabel 4.8. Uji Validitas <i>Assurance</i> .....	45
Tabel 4.9. Uji Validitas <i>Emphaty</i> .....	46
Tabel 4.10. Uji Validitas Kepuasan Nasabah .....	47
4.2.2 Uji Reliabilitas .....	47
Tabel 4.11. Uji Reliabilitas .....	48
4.3 Analisis Deskriptif.....	49

Tabel 4.12. Kriteria Pengukuran Variabel .....	49
4.3.1. Tanggapan Responden.....	49
4.3.1.1. Tanggapan Responden terhadap <i>Tangible</i> .....	49
Tabel 4.13. Tampilan gedung dan desain interior .....	50
Tabel 4.14. Ruang tunggu terasa nyaman.....	50
Tabel 4.15. Lokasi BCA Tamim Bandung mudah dijangkau .....	51
Tabel 4.16. Fasilitas umum yang baik dan bersih .....	51
Tabel 4.17. Penampilan karyawan.....	52
Tabel 4.18. Total Skor <i>Tangibles</i> .....	53
4.3.1.2. Tanggapan Responden terhadap <i>Reliability</i> .....	54
Tabel 4.19. Memberikan pelayanan yang terbaik.....	54
Tabel 4.20. Mampu memberikan informasi kepada nasabah sesuai .....	55
Tabel 4.21. Melayani nasabah secara adil .....	55
Tabel 4.22. Memberikan informasi tentang biaya atau tarif.....	56
Tabel 4.23. memberikan pelayanan dengan (3S).....	56
Tabel 4.24. Total Skor <i>Reliability</i> .....	57
4.3.1.3. Tanggapan Responden terhadap <i>Responsiveness</i> .....	58
Tabel 4.25 Mampu menanamkan rasa kepercayaan pada nasabah.....	58
Tabel 4.26. Menangani nasabah dengan cepat dan tanggap.....	59
Tabel 4.27. Menyambut nasabah nasabah secara sigap dan adil.....	59
Tabel 4.28. Mudah melakukan setoran tunai tahapan .....	60
Tabel 4.29. Total Skor <i>Responsiveness</i> .....	61
4.3.1.4. Tanggapan Responden terhadap <i>Assurance</i> .....	62
Tabel 4.30. Merasa Nyaman Saat Bertransaksi .....	62

Tabel 4.31. Mampu berkomunikasi dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami .....	63
Tabel 4.32. Pelayanan yang diberikan sudah memenuhi harapan .....	63
Tabel 4.33. Total Skor <i>Assurance</i> .....	64
4.3.1.5. Tanggapan Responden terhadap <i>Emphaty</i> .....	65
Tabel 4.34. Memberikan perhatian atau kesan kepada nasabah .....	65
Tabel 4.35. Menjadi bank yang tepat .....	65
Tabel 4.36 Menjaga intensitas komunikasi .....	66
Tabel 4.37. Mampu memahami kebutuhan para nasabah .....	67
Tabel 4.38 Mudah dalam menanggapi keluhan nasabah .....	67
Tabel 4.39. Total Skor <i>Emphaty</i> .....	68
4.3.1.6. Tanggapan Responden terhadap Kepuasan Nasabah .....	69
Tabel 4.40. Konfirmasi Transaksi Setoran Tunai Pada Nasabah .....	69
Tabel 4.41. Memberikan pelayanan secara cepat, tepat, akurat .....	70
Tabel 4.42 Nasabah merasa puas saat di layani .....	70
Tabel 4.43. Total Skor Kepuasan Nasabah .....	71
4.4 Rata-Rata, Deviasi Standar, dan Korelasi antar Variabel .....	72
4.4.1 Rata-Rata dan Deviasi Standar .....	72
Tabel 4.44. Statistik Deskriptif .....	72
4.4.2 Korelasi Antar Variabel .....	73
Tabel 4.46 Korelasi Antar Variabel .....	74
4.5 Pengujian Hipotesis .....	76
Tabel 4.46 Uji parsial (Uji-t) .....	76
4.5.1 Koefisien Determinasi .....	78
Tabel 4.47. Koefisien Determinasi .....	78

4.5.2 Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	79
Tabel 4.48. Uji F.....	80
4.6 Pembahasan, Implikasi, dan Ketertasan.....	80
4.6.1 Pembahasan .....	80
4.6.2 Implikasi .....	82
4.6.2.1 Implikasi Teoritis.....	82
4.6.2.2 Implikasi Praktis .....	82
4.6.3 Keterbatasan .....	83
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>83</b>
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Saran.....	85
5.2.1 Saran Teoritis.....	85
5.2.2 Saran Praktis .....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN I.....</b>	<b>xiii</b>
<b>LAMPIRAN II.....</b>	<b>xxvi</b>
<b>LAMPIRAN III.....</b>	<b>xxxiii</b>

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1. Model analisis penelitian .....	18
---	----

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Variabel dan Indikator .....	27
Tabel 3.2. Skala Pengukuran Variabel.....	29
Tabel 3.3. Kriteria Pengukuran Variabel .....	32
Tabel 4.1. Profil berdasarkan Jenis Kelamin .....	32
Tabel 4.2. Profil berdasarkan Usia.....	32
Tabel 4.3. Profil berdasarkan Status Pekerjaan .....	40
Tabel 4.4. Profil berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	40
Tabel 4.5. Uji Validitas <i>Tangible</i> .....	42
Tabel 4.6. Uji Validitas <i>Reliability</i> .....	43
Tabel 4.7. Uji Validitas <i>Responsiveness</i> .....	44
Tabel 4.8. Uji Validitas <i>Assurance</i> .....	45
Tabel 4.9. Uji Validitas <i>Emphaty</i> .....	46
Tabel 4.10. Uji Validitas Kepuasan Nasabah .....	47
Tabel 4.11. Uji Reliabilitas .....	48
Tabel 4.12. Kriteria Pengukuran Variabel .....	49
Tabel 4.13. Tampilan gedung dan desain interior.....	50
Tabel 4.14. Ruang tunggu terasa nyaman.....	50
Tabel 4.15. Lokasi BCA Tamim Bandung mudah dijangkau.....	51
Tabel 4.16. Fasilitas umum yang baik dan bersih.....	51
Tabel 4.17. Penampilan karyawan .....	52

Tabel 4.18. Total Skor <i>Tangibles</i> .....	53
Tabel 4.19. Memberikan pelayanan yang terbaik.....	54
Tabel 4.20. Mampu memberikan informasi kepada nasabah sesuai.....	55
Tabel 4.21. Melayani nasabah secara adil .....	55
Tabel 4.22. Memberikan informasi tentang biaya atau tarif.....	56
Tabel 4.23. memberikan pelayanan dengan (3S).....	56
Tabel 4.24. Total Skor <i>Reliability</i> .....	57
Tabel 4.25 Mampu menanamkan rasa kepercayaan pada nasabah.....	58
Tabel 4.26. Menangani nasabah dengan cepat dan tanggap .....	59
Tabel 4.27. Menyambut nasabah nasabah secara sigap dan adil	59
Tabel 4.28. Mudah melakukan setoran tunai tahapan.....	60
Tabel 4.29. Total Skor <i>Responsiveness</i> .....	61
Tabel 4.30. Merasa Nyaman Saat Bertransaksi .....	62
Tabel 4.31.Mampu berkomunikasi dengan menggunakan .....	63
Tabel 4.32. Pelayanan yang diberikan sudah memenuhi harapan .....	63
Tabel 4.33. Total Skor <i>Assurance</i> .....	64
Tabel 4.34. Memberikan perhatian atau kesan kepada nasabah .	65
Tabel 4.35. Menjadi bank yang tepat.....	65
Tabel 4.36 Menjaga intensitas komunikasi.....	66
Tabel 4.37. Mampu memahami kebutuhan para nasabah.....	67

Tabel 4.38 Mudah dalam menanggapi keluhan nasabah .....	67
Tabel 4.39. Total Skor <i>Emphaty</i> .....	68
Tabel 4.40. Konfirmasi Transaksi Setoran Tunai Pada Nasabah	69
Tabel 4.41. Memberikan pelayanan secara cepat, tepat, akurat..	70
Tabel 4.42 Nasabah merasa puas saat di layani .....	70
Tabel 4.43. Total Skor Kepuasan Nasabah .....	71
Tabel 4.44. Statistik Deskriptif .....	72
Tabel 4.45 Korelasi Antar Variabel .....	74
Tabel 4.46 Uji parsial (Uji-t) .....	76
Tabel 4.47. Koefisien Determinasi .....	78
Tabel 4.47. Uji Anova (F).....	78



## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ‘Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Yang Bertransaksi Setoran Tunai Tahapan Di BCA KCP Tamim Bandung. Skripsi ini disusun sebagai suatu persyaratan kelulusan pada Program Studi Manajemen Sarjana Fakultas Ekonomi Sekolah Tinggi Ilmu.

Sepanjang penelitian dan penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa penelitian ini banyak kekurangan baik itu dalam penyajian maupun penyusunannya. Karena itu, penulis memohon maaf atas berbagai kekurangan tersebut, dan penulis dengan senang hati menerima kritik serta saran dari pembaca sekalian.

Penulis juga menghadapi banyak hambatan serta kesulitan dalam penyusunan skripsi ini dikarenakan keterbatasan waktu dan kemampuan yang dimiliki dalam pengalaman maupun teori ilmu. Namun terdorong oleh tekad yang besar serta berkat doa dan dorongan dari berbagai pihak, skripsi ini dapat terselesaikan.

Selama proses penyusunan skripsi ini penulis banyak sekali mendapat bantuan dari berbagai pihak, baik bantuan secara materi maupun bantuan secara dukungan moril. Maka atas bantuan tersebut, dengan segala kerendahan hati, perkenankanlah penulis untuk menyampaikan banyak-banyak ucapan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa. yang senantiasa memberi rahmat, kasih sayang, petunjuk serta kemudahan selama masa penulisan skripsi ini dan sepanjang masa hidup penulis.
2. Mamah, Papah, Benaya, Joshua dan semua keluarga yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil, serta doa, perhatian, dan kasih sayang yang tiada henti sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dede Suryana, IR., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan waktu, bantuan, arahan, ilmu, juga motivasi kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
4. Bapak Evan Jaelani, ST., M.M. selaku Ketua Prodi Studi Manajemen STIE STAN-IM Bandung.
5. Dr. Chairuddin, IR, MM, M.T. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi STAN-Indonesia Mandiri.
6. Bapak Ferdiansyah, S.E., M.Ak. selaku Ketua Yayasan Indonesia Mandiri.
7. Bapak Patah Herwanto, S.T., M.Kom. selaku wakil ketua I Bidang Akademik STIMIK dan STIE STAN-IM Bandung.
8. Seluruh dosen STIE STAN-IM Bandung yang telah mengajarkan ilmunya, memberikan nasehat-nasehat, dan berbagi pengalaman hidup kepada penulis selama belajar pendidikan di STIE STAN-IM Bandung.
9. Teman-teman seperjuangan dalam menyusun skripsi ini Farina, Aprika, Wahyu dan semua teman yang tidak bisa disebutkan satu per satu, yang selalu memberikan semangat, motivasi, bantuan, doa, tawa canda hingga kebahagiaan.

10. Sahabat –sahabat yang selalu memberi semangat serta doa.
11. Teman-teman satu perjuangan dalam bimbingan yang selalu berjuang dan berusaha menghadapi segala kesulitan serta rintangan.
12. Rekan kantor yang memberi dukungan, pengertian, dan toleransi selama masa waktu penyusunan skripsi ini.
13. Teman-teman yang membantu mengenai pertanyaan skripsi, dan yang mendokan serta memberi semangat, Yusup, Firda, Kang Ilham
14. Teman-teman terbaik yang penulis kenal dari awal pertama kali kuliah di STIE STAN-IM Bandung.
15. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung, memberikan semangat, kasih sayang, motivasi, inspirasi, terutama doa yang teramat tulus, hingga skripsi ini dapat penulis selesaikan dalam tepat waktu.

Semoga semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis akan menjadi berkat bagi yang akan menolong kelak dikehidupan yang lain, dan semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas dengan berlipat ganda. Aamiin. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Bandung, Juni 2020

Elvana Christina

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dunia bisnis merupakan dunia yang paling ramai dibicarakan diberbagai forum, baik yang bersifat nasional maupun internasional. Ramainya pembicaraan masalah ini disebabkan salah satu tolak ukur kemajuan suatu negara adalah dari kemajuan ekonominya dan tulang punggung dari kemajuan suatu negara adalah dunia bisnis. Masalah pokok yang paling sering dihadapi oleh setiap perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha apapun selalu tidak terlepas dari kebutuhan akan dana untuk membiayai usahanya. Kebutuhan akan dana ini diperlukan baik untuk perusahaan yang baru berdiri maupun sudah berjalan bertahun-tahun.

Usaha keuangan dilaksanakan oleh perusahaan yang bergerak di bidang keuangan atau sering disebut lembaga keuangan. Bank merupakan lembaga keuangan yang memberikan jasa keuangan paling lengkap. Usaha keuangan yang dilakukan disamping menyalurkan dana atau memberik pinjaman (*kredit*) juga melakukan usaha menghimpun dana dari masyarakat luas dalam bentuk simpanan. Bank adalah satu bentuk bisnis yang memiliki prospek dinamis dengan tingkat persaingan yang cukup tinggi. Kini nasabah semakin pintar dan selektif dalam setiap pengambilan keputusan penggunaan layanan. Untuk itulah bank dituntut memberikan pelayanan

yang optimal untuk mempertahankan kepuasan nasabah. Bagi nasabah pelayanan yang bermutu sangat penting.

Kualitas pelayanan publik menurut Ibrahim (2008) adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan publik tersebut. Untuk dapat menilai sejauh mana kualitas pelayanan publik, ada kriteria yang menunjukkan apakah suatu pelayanan yang diberikan sudah dikatakan baik atau buruk, berkualitas atau tidak. Menurut Zeithaml *et al.*, (1990) SERVQUAL merupakan suatu metode yang diturunkan secara empiris yang dapat digunakan oleh organisasi pelayanan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Metode ini meliputi pengembangan pemahaman mengenai kebutuhan layanan yang dirasakan oleh pelanggan. Tentunya dalam perbankan kualitas layanan menjadi satu bagian terpenting untuk memberikan kepuasan kepada nasabah. Menurut Zeithaml *et al.*, (1990), kualitas pelayanan dapat diukur melalui 5 dimensi, yaitu *tangible* (berwujud), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), dan *emohaty* (empati).

Menurut Kotler dan Keller (2014 : 138) Secara umum kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan tidak akan puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan

akan puas atau senang. Perusahaan akan bertindak bijaksana dengan mengukur kepuasan pelanggan secara teratur, karena salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan untuk datang kembali adalah kepuasan pelanggan. Pelanggan yang sangat puas akan setia untuk datang kembali dalam waktu yang lebih lama.

Perusahaan dapat meningkatkan kepuasan nasabah dimana perusahaan harus bisa memaksimalkan pengalaman nasabah yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman nasabah yang kurang menyenangkan. Hal ini sesuai dengan pendapat Lupiyoadi dan Hamdani dalam Respati *et al.*, (2016) bahwa “ Dengan meningkatnya kualitas atribut produk dan pelayanan, maka kepuasan nasabah juga akan meningkat.” Dengan meningkatnya atribut produk dan pelayanan, maka kepuasan nasabah juga akan meningkat. Dengan meningkatnya kepuasan nasabah maka diharapkan nasabah yang bertahan juga meningkat, yang akhirnya akan menghasilkan laba yang lebih besar.

Mengenai hubungan antara kualitas layanan dengan kepuasan disampaikan oleh Croin dan Taylor dalam Suwandi (2015) yang menemukan adanya hubungan yang kuat dan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Berbeda dengan hasil penelitian Jamal dan Naser dalam Siddiqi (2011) mengatakan bahwa tidak ada hubungan antara kepuasan konsumen terhadap aspek *tangible* (bukti fisik) .

Salah satu tempat yang tepat untuk melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah Bank BCA. Bank Central Asia KCP Tamim Bandung memiliki lokasi yang berbeda dengan bank-bank yang lainnya. BCA KCP Tamim Bandung berdiri pada satu lokasi yang sulit ditemukan karena posisi bank tersebut ada pada gang yang hanya bisa dilalui oleh kendaraan sepeda motor. Unik, karena belum ada saat ini perusahaan perbankan yang berani membuka cabang dalam gang. Hal ini menjadi tantangan baru bagi BCA KCP Tamim Bandung untuk bersaing dan memperkenalkan cabangnya kepada nasabah-nasabah baru dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang terbaik guna meningkatkan kepuasan nasabah agar BCA KCP Tamim Bandung bisa diketahui dan dikenal oleh seluruh nasabah BCA dan *Walk In Customer* (WIC) BCA.

Berdasarkan latar belakang masalah, teoritis dan praktis penulis tertarik untuk mengkaji ulang dalam skripsi yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Yang Bertransaksi Setoran Tunai Tahapan Di BCA KCP Tamim Bandung**”

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka penulis akan membahas mengenai permasalahan-permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana karakteristik nasabah yang bertransaksi setoran tunai berjenis tabungan tahapan di PT. Bank Central Asia KCP Tamim Bandung ?
2. Bagaimana tingkat kepuasan nasabah yang bertransaksi setoran tunai berjenis tabungan tahapan terhadap pelayanan di PT. Bank Central Asia KCP Tamim Bandung?
3. Apakah kualitas pelayanan, yaitu *Tangible*, *Reability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yang bertransaksi setoran tunai berjenis tabungan tahapan di PT. Bank Central Asia KCP Tamim Bandung?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang hendak diambil dalam penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui bagaimana karakteristik nasabah yang bertransaksi setoran tunai berjenis tabungan tahapan di PT. Bank Central Asia KCP Tamim Bandung.
2. Untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan nasabah yang bertransaksi setoran tunai berjenis tabungan tahapan terhadap pelayanan di PT. Bank Central Asia KCP Tamim Bandung.
3. Untuk mengetahui Apakah kualitas pelayanan, yaitu *Tangible*, *Reability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* berpengaruh



terhadap kepuasan nasabah yang bertransaksi setoran tunai berjenis tabungan tahapan di PT. Bank Central Asia KCP Tamim Bandung.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan mampu memberikan kontribusi positif yang berguna dan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

##### **1.4.1 Kegunaan Secara Praktis**

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, serta dapat memperkaya keilmuan dan memberikan masukan bagi perkembangan ilmu manajemen khususnya bagian sumber daya manusia. Dalam bertransaksi kegunaan praktis dalam penulisan ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah yang bertransaksi setoran tunai dengan jenis tabungan tahapan di BCA KCP Tamim Bandung.

##### **1.4.2 Kegunaan Secara Teoritis**

1. Kegunaan teoritis bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan dapat menjadi bahan evaluasi mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di BCA KCP Tamim Bandung.

2. Kegunaan teoritis bagi STIE STAN INDONESIA MANDIRI, memperkaya hasil-hasil penelitian berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.
3. Penelitian ini juga sebagai tambahan bahan referensi. Hasil penelitian ini tentu masih banyak kekurangannya. Oleh karena itu, penulis terbuka lebar bagi penelitian lain untuk melakukan kajian lanjutannya di masa yang akan datang.

## **BAB II**

# **TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **2.1 Tinjauan Pustaka**

Pada tinjauan pustaka ini, penulis memaparkan konsep-konsep berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Konsep-konsep serta studi, mengenai keterkaitan antara pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah.

### **2.2 Pengertian Kualitas Layanan**

Pengertian kualitas menurut Tjiptono (1997) dalam buku Kualitas Pelayanan Publik adalah kesesuaian dengan persyaratan ; kecocokan untuk pemakaian; perbaikan berkelanjutan; bebas dari kerusakan atau cacat; pemenuhan kebutuhan pelanggan sejak awal dan setiap saat; melakukan segala sesuatu secara benar; sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan. Menurut Ibrahim (2008), kualitas pelayanan public merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan publik tersebut.

Menurut Bates dan Hoffman dalam Sasongko *et al.*, (2013) Kualitas layanan adalah penilaian pelanggan terhadap suatu proses penyediaan jasa. Dengan demikian pengevaluasian kualitas layanan dapat diartikan sebagai pengevaluasian terhadap proses produksi jasa. Kualitas pelayanan adalah suatu hal mutlak yang harus dimiliki oleh perusahaan atau instansi yang menawarkan jasa, karena dengan kualitas pelayanan kepada konsumen, perusahaan atau instansi dapat mengukur tingkat kinerja yang telah dicapai. Menurut Lewis dan Boom sebagaimana dikutip dalam Lubis (2013), kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang dapat diberikan sesuai dengan harapan pelanggan. Sedangkan menurut Tjiptono dalam Lubis (2013) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

### **2.2.1 Dimensi Kualitas Pelayanan**

Menurut Parasuraman dalam Sasongko *et al.*, (2013) Terdapat lima dimensi kualitas layanan yang dapat digunakan untuk melakukan evaluasi terhadap kualitas jasa

- a. *Tangibles* (bukti langsung), yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, pegawai, dan material yang dipasang. Dimensi ini menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang akan diterima oleh konsumen. Contohnya dalam jasa restoran, maka karyawannya

memakai seragam yang rapi, jumlah meja makan, dan peralatan makan yang lengkap.

- b. *Reability* (kehandalan), yaitu yaitu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat. Dalam arti luas, keandalan berarti bahwa perusahaan memberikan janji-janjinya tentang penyediaan, penyelesaian masalah dan harga.
- c. *Responsiveness* ( daya tanggap), yaitu yaitu kesadaran dan keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan ketepatan ketika berurusan dengan permintaan, pertanyaan, dan keluhan pelanggan.
- d. *Assurance* (jaminan), yaitu untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. Dimensi ini mungkin akan sangat penting pada jasa layanan yang memerlukan tingkat kepercayaan cukup tinggi dimana pelanggan akan merasa aman dan terjamin.
- e. *Empathy* (empati) yaitu kepedulian, dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan. Inti dari dimensi empati adalah menunjukkan kepada pelanggan melalui layanan yang diberikan bahwa pelanggan itu special, dan kebutuhan mereka dapat dipahami.

### **2.3 Pengertian Kepuasan Konsumen**

Menurut Kotler dan Keller (2014 : 138) Secara umum kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul

karena membandingkan kinerja yang yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan tidak akan puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas atau senang. Perusahaan akan bertindak bijaksana dengan mengukur kepuasan pelanggan secara teratur, karena salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan untuk datang kembali adalah kepuasan pelanggan. Pelanggan yang sangat puas akan setia untuk datang kembali dalam waktu yang lebih lama.

Banyak pakar yang berusaha mengidentifikasi kepuasan konsumen berdasarkan perspektifnya masing-masing. Meskipun tidak terdapat satu definisi tunggal yang menjadi rujukan bersama mengenai kepuasan konsumen, namun pada intinya mereka menyatakan substansi yang sama tentang kepuasan konsumen. Kotler dan Keller (2012) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Zeithaml dan Bitner (2008) menyatakan bahwa secara tradisional pengertian kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan perbedaan antara harapan (*expectation*) dan persepsi atau kinerja yang dirasakan (*perceived performance*). Pengertian ini didasarkan pada “*disconfirmation paradigm*” dari Oliver (1980) yaitu kinerja pemberi jasa sekurang-kurangnya sama dengan yang diharapkan konsumen. Juran (1992) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan keadaan yang dicapai bila produk sesuai

dengan kebutuhan atau harapan konsumen dan bebas dari kekurangan. Crow *et. all.*, (2003) menyatakan bahwa kepuasan berasal dari Bahasa latin “*satis*”, yang berarti cukup dan sesuatu yang memuaskan akan secara pasti memenuhi harapan, kebutuhan atau keinginan, dan tidak menimbulkan keluhan. Salomo (2011) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah suatu perasaan keseluruhan konsumen mengenai produk atau jasa yang telah dibeli oleh konsumen. Berdasarkan berbagai pendapat tersebut, maka yang dimaksud dengan kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh dengan harapan yang dimiliki oleh konsumen. Jika barang dan jasa yang dibeli oleh konsumen sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen tersebut puas, begitupun juga sebaliknya.

### **2.3.1 Elemen Kepuasan Konsumen**

Menurut Priansa (2017 : 210) ada lima elemen yang menyangkut kepuasan konsumen adalah sebagai berikut :

1. Harapan (*Expectations*).

Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat proses pembelian dilakukan, konsumen berharap bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan dan keyakinan mereka. Barang atau jasa sesuai dengan harapan konsumen akan menyebabkan konsumen merasa puas.

2. Kinerja (*Performance*)

Pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Ketika kinerja aktual barang atau jasa berhasil maka konsumen akan merasa puas.

3. Perbandingan (*Comparison*)

Hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut. Konsumen akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual produk.

4. Pengalaman (*Experience*)

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dengan orang lain.

5. Konfirmasi (*Confirmation*) dan Diskonfirmasi (*Disconfirmation*)

Konfirmasi atau terkonfirmasi terjadi jika harapan sesuai dengan kinerja aktual produk. Sebaliknya diskonfirmasi atau tidak terkonfirmasi terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktual produk,

### **2.3.2 Pengukuran Kepuasan Konsumen**

Menurut Kotler dan Keller (2014) dalam buku Perilaku Konsumen menyatakan bahwa kepuasan konsumen dapat diketahui melalui :

1. Sistem Keluhan dan Saran



Dengan cara membuka kontak saran dan menerima keluhan, saran, kritik oleh langganan atau bisa juga disampaikan melalui kartu informasi, *customer hot line*. Ini semua dimaksud agar perusahaan lebih mengantisipasi dan cepat tanggap terhadap kritik dan saran tersebut.

## 2. Survey Kepuasan Konsumen

Biasanya penelitian mengenai kepuasan konsumen dilakukan melalui pos, telepon atau wawancara pribadi atau bisa juga si perusahaan mengirimkan angker ke orang-orang tertentu.

## 3. Pembeli Bayangan

Dalam hal ini perusahaan menyuruh orang-orang tertentu untuk membeli ke perusahaan lain, sehingga pembeli misterius ini dapat melaporkan keunggulan dan kelemahan pelayan-pelayan yang melayani.

## 4. Analisis Konsumen yang Beralih

Perusahaan yang kehilangan langganan mencoba untuk menghubungi konsumen tersebut dan dibujuk kenapa mereka berhenti, pindah ke perusahaan dan lain-lain. Dengan informasi yang diperoleh maka perusahaan dapat lebih meningkatkan kinerjanya dengan cara meningkatkan kepuasan para konsumen.

### **2.3.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen**

Menurut Lupyoadi dalam Lumintang (2015) ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, antara lain :

1. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosi, yaitu 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 sosial yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.
4. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
5. Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

#### **2.4 Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu merupakan dasar dalam penyusunan penelitian, yang berguna sebagai perbandingan dan rujukan bagi penelitian selanjutnya. Penelitian ini masih mengasumsikan bahwa dimensi kualitas layanan terdiri atas *tangible*, *reliability*,

*responsiveness, assurance, empathy* dan kepuasan nasabah. Jurnal dimensi sesungguhnya tergantung pada hasil analisis faktor, oleh karena itu pembangunan hipotesis didasarkan pada hasil-hasil studi, diantaranya :

1. Penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan yang dilakukan oleh Aryani *et al.*, (2010). Penelitian yang mengambil sampel mahasiswa sarjana reguler dan diploma Fisip UI yang pernah makan di KFC, diperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible, reliability, responsiveness, assurance,* dan *emphaty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Indrawati (2011), tentang pengaruh kualitas layanan lembaga pendidikan terhadap kepuasan konsumen, menyimpulkan bahwa secara parsial dan simultan 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.
3. 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

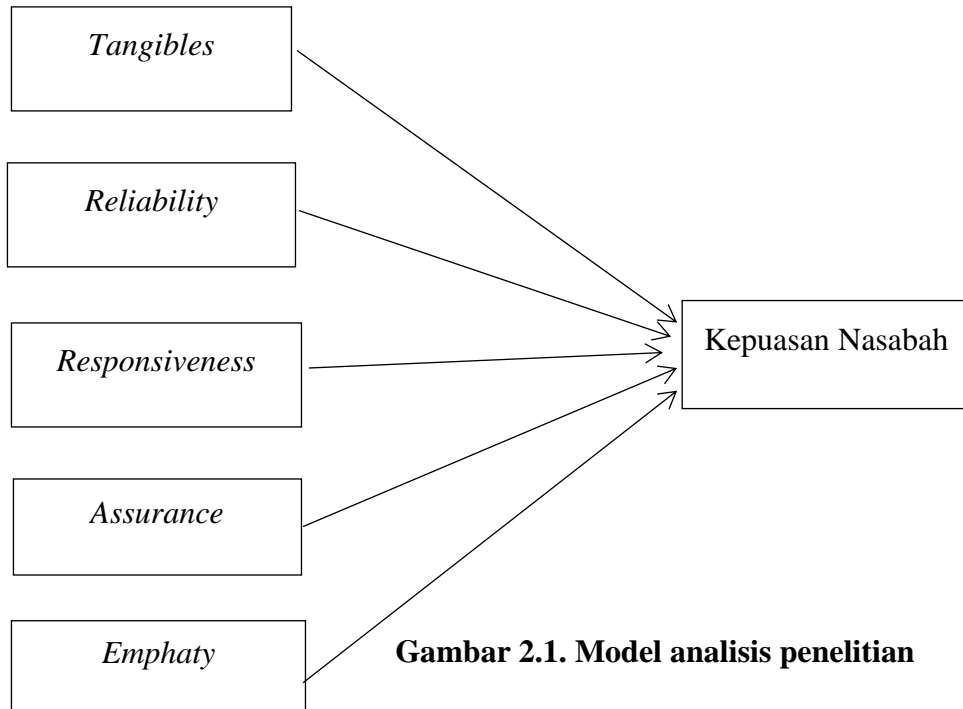
berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada warung-warung makan kaki lima di Jl.Sei Dei Medan.

## **2.5 Kerangka Teoritis**

Berdasarkan telaah pada literatur-literatur terkait dan bukti-bukti empiris terdahulu sebagaimana telah diuraikan sebelumnya, maka selanjutnya disusun sebuah model analisis secara diagramatis dimana kualitas layanan akan di uraikan kedalam 5 dimensi yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* yang merupakan variabel bebas. Sedangkan untuk variabel terikat adalah kepuasan nasabah. Peneliti mengharapkan adanya pengaruh positif pada kualitas pelayanan dengan dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* terhadap kepuasan nasabah.

## 2.6 Model Analisis

Mengacu pada kerangka teoritis yang penulis susun dapat dikemukakan model analisis seperti yang tercantum pada gambar berikut:



**Gambar 2.1. Model analisis penelitian**

## 2.7 Hipotesis

Berdasarkan studi sebelumnya, dan model analisis dapat ditarik hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1 : *Tangible* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

H2 : *Reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

H3 : *Responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

H4 : *Assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

H5 : *Emphaty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Objek penelitian ini adalah kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah yang meliputi variable *Tangible*, *Reability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty*.

#### **3.2 Lokasi Penelitian**

PT Bank Central Asia Tbk. KCP Tamim Bandung, Jl. Hj Pahrudroji No. 10D, Kecamatan Andir, Kota Bandung, Jawa Barat 40181.

PT Bank Central Asia Tbk. adalah bank swasta terbesar di Indonesia. Bank ini didirikan pada 21 Februari 1957 dengan nama Bank Central Asia NV dan pernah menjadi bagian penting dari Salim Group. Sekarang bank ini dimiliki oleh salah satu grup produsen rokok terbesar keempat di Indonesia, Djarum.

PT Bank Central Asia Tbk. dibagi menjadi 12 kantor wilayah dari Sabang sampai Merauke. Jawa Barat merupakan kantor wilayah I dengan kantor cabang utama berjumlah 11, kantor cabang pembantu berjumlah 67 dan kantor kas 12. Kantor wilayah I berlokasi di Jalan Asia Afrika 122-124 Bandung dan salah satu KCP di bawah Kanwil I, yaitu BCA KCP Tamim

Bandung. BCA KCP Tamim Bandung berdiri sejak tahun 2015 dan berlokasi di Jalan Hj. Pahrudji No 10D Kecamatan Andir, Kota Bandung 40181. KCP Tamim Bandung berada di wilayah pusat perbelanjaan kain, yaitu Tamim dan Dulatip. Tidak banyak nasabah mengetahui KCP Tamim Bandung ini karena lokasi yang berada dalam gang dan sulit dilalui oleh mobil. Nasabah utama yang sering bertransaksi di KCP Tamim Bandung adalah nasabah yang melakukan aktivitas jual beli kain di sekitar Tamim dan Dulatip. KCP Tamim Bandung memiliki 9 staff dalam satu gedung, diantaranya 1 pimpinan, 1 kepala bagian layanan *customer service*, 2 staff *customer service*, 1 kepala bagian layanan teller, 3 staff teller dan 1 staff *back office*. Jam layanan BCA KCP Tamim Bandung dari hari Senin sampai Jumat mulai dari pukul 08.00 – 15.00 WIB .

### **3.3 Metode Penelitian**

Menurut Sugiyono (2017:1) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian ini didasarkan pada ciri-ciri keiknuan, yaitu rasional, empiris dan sistematis.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono . (2017:15) pendekatan kuantitatif , yaitu dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisi data bersifat



kuantitatif atau statistic, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini dilakukan untuk menguji adanya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dengan variabel *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty*. Sebagai catatan mengenai seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan antar variabel.

### **3.3.1 Unit Penelitian**

Penulis melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah yang melakukan transaksi setoran tunai pada jenis tabungan tahapan di BCA KCP Tamim Bandung, maka unit analisisnya adalah nasabah yang melakukan transaksi setoran tunai dengan jenis tabungan tahapan di BCA KCP Tamim Bandung.

### **3.3.2 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.2.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2017 : 130) populasi adalah keseluruhan element yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Elemen populasi adalah keseluruhan subyek yang akan diukur, yang merupakan unit yang akan diteliti. Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah seluruh nasabah yang melakukan transaksi setoran tunai dengan jenis tabungan tahapan di BCA KCP Tamim Bandung

### **3.3.2.2 Sampel**

Menurut Sugiyono (2017:131)) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

### **3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel dan Penentuan Ukuran Sampel**

#### **3.3.3.1 Teknik Pengambilan Sampel**

Pada penelitian ini, sampel diambil dengan metode *probability sampling*. Menurut Sugiyono (2017 : 134) metode *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik pengambilan sampel, yaitu menggunakan sample berstrata (*stratified random sampling*) dilakukan pada suatu populasi yang terbagi atas beberapa strata atau sub kelompok dan dari masing-masing sub kelompok diambil sampel-sampel terpisah. Sampel yang diambil adalah nasabah yang melakukan transaksi setoran tunai jenis tabungan tahapan yang datang sendiri maupun yang datang diwakilkan oleh karyawannya.

#### **3.3.3.2 Penentuan Ukuran Sampel**

Menurut Roscoe dan Sugiyono (2017:149) memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian sebagai berikut :

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.

2. Bila sample dibagi dalam kategori (misalnya ; pria – wanita) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitian ada 5 (*independen* dan *dependen*), maka jumlah anggota sampel  $10 \times 5 = 50$
4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara sampai dengan 20.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka ukuran sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden di BCA KCP Tamim Bandung.

#### **3.3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai *setting*, berbagai sumber dan berbagai cara (Sugiyono, 2017 :224).

Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber *primer*, dan sumber *sekunder*. Sumber *primer* adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul

data dan sumber *sekunder* merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang atau dokumen (Sugiyono, 2017:225)

Kuesioner digunakan sebagai alat untuk pengumpulan data. Kemudian diyakini lagi menurut pendapat Sugiyono (2017:14), yaitu kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara dengan memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

### **3.3.5 Jenis Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono 2017:7)

Sumber data primer merupakan data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2017 :137). Proses perolehan data berasal dari kuesioner yang disebar dan diisi langsung oleh responden.

Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2017 : 137). Data yang diperoleh melalui arsip,internet, studi pustaka penelitian terdahulu dan artikel yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti.

### 3.3.6 Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2017:3) Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

Menurut Sugiyono (2017 : 57) macam-macam variabel dalam penelitian :

1. Variabel *Independen* (pengaruh, bebas, stimulus, *predikor*, *antecedent*) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel ini merupakan kondisi-kondisi atau karakteristik-karakteristik yang oleh peneliti dimanipulasi dalam rangka untuk menerangkan hubungannya dengan fenomena yang diobservasi.
2. Variabel *Dependen* (dipengaruhi, terikat, output, kriteria, konsekuensi, *indogen*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau akibat, karena adanya variabel bebas.

Variabel ini merupakan kondisi atau karakteristik yang berubah atau muncul ketika penelitian mengintroduksi, mengubah atau mengganti variabel bebas.

Tabel 3.1. Variabel dan Indikator

No	Variabel	Indikator	Skala	Item
1.	<i>Tangibles</i> (X1) Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan karyawan dan sarana komunikasi, (Pasuraman dan Zeithaml Simamora : 2012;186)	Penampilan petugas atau aparatur dalam melayani pelanggan Kenyamanan tempat melakukan pelayanan Kemudahan akses pelanggan dalam permohonan pelayanan	Ordinal	1
2.	<i>Reliability</i> (X2) Kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan . (Pasuraman dan Zeithaml Simamora : 2012;186)	Memiliki standar pelayanan yang jelas Kecermatan petugas dalam melayani pelanggan Keahlian petugas dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan	Ordinal	2
3.	<i>Responsiveness</i> (X3) Kemampuan untuk menolong pelanggan dan ketersediaan untuk melayani pelanggan dengan baik. (Pasuraman dan Zeithaml Simamora : 2012;186)	Merespon setiap pelanggan / pemohon yang ingin mendapatkan pelayanan Petugas melakukan pelayanan dengan cepat, tepat dan cermat Semua keluhan pelanggan direspon oleh petugas	Ordinal	3

4.	Assurance (X4) Pengetahuan, kesopanan petugas serta sifatnya yang dapat dipercaya sehingga pelanggan terbatas dari resiko. (Pasuraman dan Zeithaml Simamora : 2012;186)	Petugas memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan Petugas memberikan jaminan biaya dalam pelayanan	Ordinal	4
5.	<i>Emphaty</i> (X5) Rasa peduli untuk memberikan perhatian secara invidual kepada pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan, serta pengetahuan untuk dihubungi. (Pasuraman dan Zeithaml Simamora : 2012;186)	Mendahulukan kepentingan pelanggan Petugas melayani dengan ramah Petugas melayani dengan sikap sopan santun Petugas melayani dengan tidak diskriminatif Petugas melayani dan menghargai setiap pelanggan	Ordinal	5
6.	Kepuasan Nasabah (Y) Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan	Ketepatan Pelayanan Keterbukaan Informasi Komunikasi Dengan Nasabah	Ordinal	6

	harapannya. (Kotler dkk, 2000 :52)			
--	------------------------------------	--	--	--

### 3.3.7 Instrumen Pengukuran

Instrumen pengukuran menurut Sugiyono (2017:92) menjelaskan dalam penelitian kuantitatif, penelitian akan menggunakan instrument untuk mengumpulkan data. Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variable yang diteliti. Karena instrument penelitian akan digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap instrumen harus mempunyai skala.

Dalam penelitian ini menggunakan instrument pengukuran skala ordinal. Skala ordinal digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomenal sosial. Jawaban setiap instrument yang menggunakan skala ordinal mempunyai gradasi dari sangat positif sampai negatif. Setiap pertanyaan tersebut diberi bobot nilai sebagai berikut :

Tabel 3.2. Skala Pengukuran Variabel

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5



### **3.3.8 Pengujian Kualitas Instrumen Pengukuran**

Instrumen penelitian yang disusun secara mandiri wajib ditentukan kualitasnya. Hal ini dilakukan untuk menjamin kualitas data yang diperoleh. Pengujian kualitas data, yaitu menguji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, baik secara manual maupun *elektronik*.

#### **3.3.8.1 Uji Validitas Instrumen**

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2017:121). Korelasi yang digunakan adalah *Korelasi Pearson Moment*, bila korelasi koefisien sama dengan 0,3 atau lebih (paling kecil 0,3), maka butir instrumen dinyatakan valid (Sugiyono, 2017:209).

#### **3.3.8.2 Uji Realibilitas Instrumen**

Menurut Ghazali (2013:48), uji reabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang mempunyai indikator dari variable. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach* yang menggunakan program SPSS 20.0. Kriteria pengujian adalah jika nilai *Alpha Cronbach* lebih dari 0,60 ( $\alpha > 0,60$ )

### 3.3.9 Teknik Analisis Statistik Deskriptif

Teknik analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian, sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Analisis deskriptif di dasarkan pada skala penilaian yang dicari dengan cara menentukan rentang skala dengan menggunakan rumus rentang skala ( Umar, 2014 : 164) yaitu sebagai berikut :

$$R_s = s \frac{(m-1)}{M}$$

Keterangan :

$R_s$  : Rentang Skala

$N$  : Jumlah Sampel

$M$  : Jumlah alternatif jawaban tiap item atau klasifikasi jawaban.

Rentang skor untuk kualitas layanan dan kepuasan nasabah adalah:

$$R_s = \frac{50(5-1)}{5} = 40$$

Dengan perhitungan diatas dapat diketahui bahwa rentang skala dapat digunakan sebesar 40

Skor paling tinggi adalah  $50 \times 5 = 250$

Skor paling rendah adalah  $50 \times 1 = 50$

Berdasarkan kategori tersebut, maka penulis dapat membuat masing-masing kriteria jawaban setiap variabel sebagai berikut :

Tabel 3.3. Kriteria Pengukuran Variabel

No	Rentang Skor	Kriteria
1	50 – 90	Sangat Rendah
2	91 – 130	Rendah
3	131 – 170	Cukup
4	171 – 210	Tinggi
5	211 – 250	Sangat Tinggi

### 3.3.10 Rata-Rata dan Deviasi Standar

Seberapa jauh nilai pengamatan tersebar di sekitar nilai rata-rata dinamakan variasi atau disperse dari data. Ukuran variasi banyak jenisnya, tetapi yang sering dipergunakan adalah *variance* atau standar deviasi. Standar deviasi adalah akar dari *variance*, yaitu :

$$s = \sqrt{Vx}$$

$$s = \sqrt{\frac{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2}{n(n-1)}}$$

Keterangan :  $Vx$  = Variance

$X_i$  = Nilai pengamatan ke-i

$N$  = Jumlah pengamatan

$S$  = Standar deviasi

### 3.3.11 Analisis Korelasi

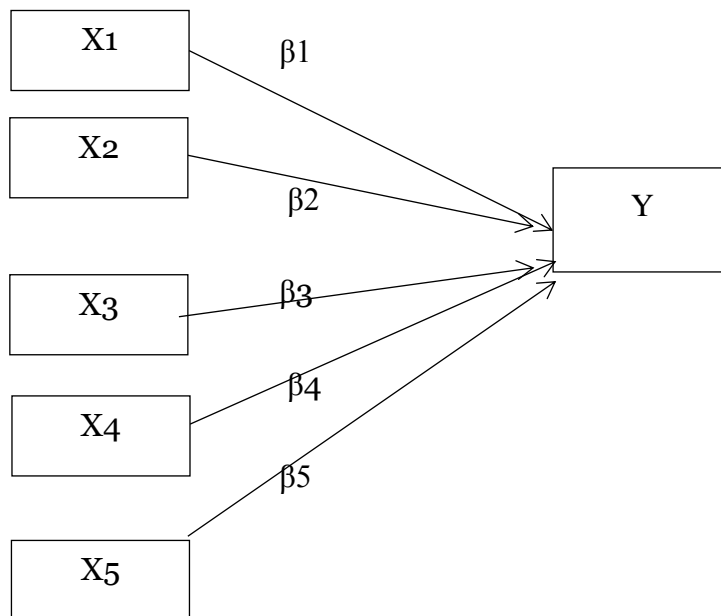
Sugiyono (2017:224) memaparkan analisis korelasi merupakan angka yang menunjukkan hubungan antara dua variabel atau lebih. Arah dinyatakan dalam bentuk hubungan positif atau negatif, sedangkan kuatnya hubungan dinyatakan dalam bentuk besarnya koefisien korelasi. Nilai koefisien korelasi akan terdapat dalam baris  $-1 \leq r \leq +1$ , yang akan menghasilkan kemungkinan sebagai berikut :

1.  $r$  bernilai positif, menunjukan adanya pengaruh yang positif atau adanya korelasi langsung antara dua variabel yang diuji. Artinya bila variabel X bernilai kecil, maka akan berpasangan dengan variabel Y yang bernilai kecil juga, dan sebaliknya jika variabel X bernilai besar, maka akan berpasangan dengan variabel Y yang besar pula. Jika  $r = +1$  atau mendekati  $+1$ , dua variabel yang diteliti akan sangat kuat secara positif.
2.  $r$  bernilai negatif, ini menyatakan bahwa terjadi korelasi negatif atau korelasi invers antar dua variabel yang diteliti. Artinya bila variabel X bernilai kecil, maka akan berpengaruh dengan variabel Y yang bernilai kecil juga, dan sebaliknya jika variabel X bernilai lebih besar, maka akan berpasangan dengan variabel Y yang besar pula. Jika  $r = -1$  atau mendekati  $-1$ , maka korelasi tiga variabel yang diteliti akan sangat kuat secara negatif.
3.  $r = 0$ , atau mendekati 0, artinya bahwa korelasi antara tiga variabel yang diteliti lemah atau bahkan tidak ada korelasi sama sekali.

### 3.3.12 Pengujian Hipotesis

Model pemecahan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda. Regresi berganda merupakan analisis regresi, di mana beberapa variabel eksplanatori digunakan untuk memprediksi nilai variabel dependent (Setiawan dan Ritonga, 2011:50).

Berdasarkan pada keterangan di atas, maka dapat digambarkan model analisis sebagai berikut:



Keterangan :

X1 = *Tangible*

X2 = *Realibility*

X5 = *Emphaty*

X3 = *Responsiveness*

X4 = *Assurance*

Y = *Kepuasan Nasabah*

Data diuji menggunakan model regresi berganda yaitu dimana beberapa variabel eksplanatori digunakan untuk memprediksi nilai variabel dependent (Setiawan dan Ritonga, 2011:50). Pada penelitian ini persamaan regresi berganda yang digunakan yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5$$

Keterangan:             $Y$  = Kepuasan kerja  
                               $a$  = Konstanta  
                               $X_1$  = *Tangible*  
                               $X_2$  = *Realibility*  
                               $X_3$  = *Responsiviness*  
                               $X_4$  = *Assurance*  
                               $X_5$  = *Emphaty*  
                               $b_1 - b_5$  = Koefisien regresi

### 3.3.12.1 Uji Parsial (Uji-t)

Uji t-test melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengamsusikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan. Uji beda t-test digunakan untuk menguji seberapa jauh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial (Ghozali, 2012:98).

Hipotesis statistik yang diajukan sebagai berikut :

1.  $H_0 : \beta_1 = 0$  *Tangible* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah  
 $H_a : \beta_1 > 0$  *Tangible* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah
2.  $H_0 : \beta_2 = 0$  *Realibility* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.  
 $H_a : \beta_2 > 0$  *Realibility Motive* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.
3.  $H_0 : \beta_3 = 0$  *Responsiveness* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.  
 $H_a : \beta_3 > 0$  *Responsiveness* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.
4.  $H_0 : \beta_4 = 0$  *Assurance* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.  
 $H_a : \beta_4 > 0$  *Assurance Motive* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.
5.  $H_0 : \beta_5 = 0$  *Emphaty* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.  
 $H_a : \beta_5 > 0$  *Emphaty* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah

Dasar pengambilan keputusan digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas signifikansi  $> 0,05$ , maka hipotesis ditolak.  
Hipotesis ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2. Jika nilai probabilitas signifikansi  $< 0,05$ , maka hipotesis diterima. Hipotesis tidak dapat ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

### 3.3.12.2 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu ( $0 < R^2 < 1$ ). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel independen dalam menjalankan variasi variabel dependen sangat terbatas (Riduwan, 2015:228). Rumus yang digunakan untuk menghitung koefisien determinasi yaitu sebagai berikut :

$$Kd = R^2 \times 100$$

Dimana :  $Kd$  = Koefisien determinasi

$R^2$  = Koefisien korelasi ganda

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah :

- a. Jika  $Kd$  mendekati nol (0), maka pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* lemah
- b. Jika  $Kd$  mendekati satu (1), maka pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* kuat.



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Profil Responden

Kuesioner yang dibagikan pada nasabah BCA Tamim Bandung yang melakukan transaksi setoran tunai dengan jenis tabungan tahapan melalui *google form* sebesar 100 kuesioner dan dijadikan sampel sebanyak 100 responden. Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara jelas mengenai gambaran responden sebagai objek penelitian.

##### 4.1.1 Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Penyajian data responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.1. berikut ini :

Tabel 4.1. Profil berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Persen (%)
Laki-laki	43	43.0
Perempuan	57	57.0
Total	100	100,0

Sumber : Data diolah peneliti 2020

Tabel 4.1. di atas, menunjukkan profil responden penelitian berdasarkan jenis kelamin pada nasabah BCA KCP Tamim Bandung

diketahui bahwa 43,0% atau 43 orang responden berjenis kelamin laki-laki dan 57,0% atau 57 orang responden berjenis kelamin perempuan.

#### **4.1.2 Profil Responden berdasarkan Usia**

Penyajian data responden berdasarkan usia dapat dilihat pada table 4.2 berikut ini:

Tabel 4.2. Profil berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persen (%)
< 20	6	6,0
21 – 35	56	56.0
36 – 50	34	34.0
>51	4	4.0
Total	100	100,0

Sumber : Data diolah peneliti 2020

Tabel 4.2. di atas, menunjukkan profil responden penelitian berdasarkan usia pada nasabah BCA KCP Tamim Bandung diketahui bahwa 6% atau 6 orang responden berusia <20 tahun, 56% atau 56 orang responden berusia 21-35 tahun. 34% atau 34 orang responden berusia antara 36-50 tahun, dan 4% atau 4 orang responden berusia >51 tahun.

#### **4.1.3 Profil Responden berdasarkan Pekerjaan**

Penyajian data responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut ini :

Tabel 4.3. Profil berdasarkan Status Pekerjaan

Profesi	Jumlah	Persentase %
Ibu Rumah Tangga	10	10.0
Kuli Angkut	2	2.0
Mahasiswa	26	26.0
Pegawai Swasta	42	42.0
Wirausaha	20	20.0
Total	100	100,0

Sumber : Data Premier

Tabel 4.3. di atas, menunjukkan profil responden penelitian berdasarkan status pekerjaan pada nasabah BCA KCP Tamim Bandung diketahui bahwa 10% atau 10 orang responden sebagai ibu rumah tangga, 2% atau 2 orang responden sebagai kuli angkut, 26% atau 26 orang responden sebagai mahasiswa, 42% atau 42 orang responden sebagai pegawai swasta, dan 20% atau 20 orang responden sebagai wirausaha .

#### 4.1.4 Profil Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan

Penyajian data responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel 4.4. berikut ini:

Tabel 4.4. Profil berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase%
SMA	58	58.0
Diploma	12	12.0
Sarjana	30	30.0
Total	100	100,0

Sumber : Data diolah peneliti 2020

Tabel 4.4. di atas, menunjukkan profil responden penelitian berdasarkan tingkat pendidikan pada nasabah BCA KCP Tamim Bandung diketahui bahwa 58% atau 58 orang responden dengan tingkat pendidikan SMA, 12% atau 12 orang karyawan dengan tingkat pendidikan diploma. 30% atau 30 orang karyawan dengan tingkat pendidikan sarjana.

## **4.2 Pengujian Kualitas Instrumen Pengukuran**

Pengujian kualitas instrumen berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 100 responden melalui penyebaran kuesioner. Total pernyataan untuk dimensi *tangibles* terdiri dari 5 pernyataan, *reliability* terdiri dari 5 pernyataan, *responsiveness* terdiri dari 4 pernyataan, *assurance* terdiri dari 3 pernyataan, *emphaty* terdiri dari 5 pernyataan dan 4 pernyataan untuk variabel kepuasan nasabah. Uji Validitas dan reabilitas dilakukan pada keenam instrumen pengukuran yakni dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan variabel kepuasan nasabah.

### **4.2.1 Uji Validitas**

Instrumen dikatakan valid jika nilai koefisien korelasi  $> 0,30$ , sedangkan jika nilai koefisien korelasi  $< 0,30$  maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Tabel 4.5. Uji Validitas *Tangible*

Pernyataan	Koefisien	Kriteria	Keterangan
Tampilan gedung dan desain interior pada BCA Tamim Bandung tertata secara menarik	0,369	> 0,30	Valid
Ruang tunggu yang disediakan BCA Tamim Bandung terasa nyaman	0,503	> 0,30	Valid
Lokasi BCA Tamim Bandung mudah dijangkau oleh para nasabah	0,306	> 0,30	Valid
Di BCA Tamim Bandung terdapat fasilitas umum (tempat parkir dan toilet) yang baik dan bersih	0,397	> 0,30	Valid
Penampilan karyawan BCA Tamim Bandung sudah rapi	0,393	> 0,30	Valid

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Tabel 4.5. menunjukkan bahwa keseluruhan pernyataan pada variabel *tangibles* valid dan seluruh pernyataan tersebut dapat digunakan serta dapat dipercaya, karena besar koefisien korelasi item berada pada nilai yang memenuhi persyaratan yaitu lebih besar dari 0,30 dengan rentang koefisien korelasi yaitu 0,306 – 0,503.

Tabel 4.6. Uji Validitas *Reliability*

Pernyataan	Koefesi en	Kriteria	Keterangan
Teller BCA Tamim Bandung selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan yang diharapkan oleh para nasabah	0,540	> 0,30	Valid
Teller BCA Tamim Bandung mampu memberikan informasi kepada nasabah sesuai dengan kebutuhannya	0,504	> 0,30	Valid
Teller BCA Tamim Bandung sudah melayani nasabah secara adil	0,398	> 0,30	Valid
Teller BCA Tamim Bandung sudah memberikan informasi tentang biaya atau tarif terlebih dahulu kepada nasabah secara jelas	0,306	> 0,30	Valid
Teller BCA Tamim Bandung sudah memberikan pelayanandengan (3S) sopan, santun dan senyum	0,458	> 0,30	Valid

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Tabel 4.6. menunjukkan bahwa keseluruhan pernyataan pada variabel *reliability* valid dan seluruh pernyataan tersebut dapat digunakan serta dapat

dipercaya, karena besar koefisien korelasi item berada pada nilai yang memenuhi persyaratan yaitu lebih besar dari 0,30 dengan rentang koefisien korelasi yaitu 0,306 – 0,548

Tabel 4.7. Uji Validitas *Responsiveness*

Pernyataan	Koefesien	Kriteria	Keterangan
Teller BCA Tamim Bandung mampu menanamkan rasa kepercayaan kepada nasabah	0,644	> 0,30	Valid
Teller dan Satpam BCA Tamim Bandung dengan cepat dan tanggap menangani nasabah yang kesulitan dalam pengisian slip setoran	0,719	> 0,30	Valid
Teller dan Satpam BCA Tamim Bandung menyambut nasabah maupun bukan nasabah BCA secara sigap dan adil	0,709	> 0,30	Valid
Nasabah atau bukan nasabah BCA mudah dalam melakukan transaksi setoran tunai berjenis tabungan tahapan di teller	0,686	> 0,30	Valid

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Tabel 4.7. menunjukkan bahwa keseluruhan pernyataan pada variabel *responsiveness* valid dan seluruh pernyataan tersebut dapat digunakan serta

dapat dipercaya, karena besar koefisien korelasi item berada pada nilai yang memenuhi persyaratan yaitu lebih besar dari 0,30 dengan rentang koefisien korelasi yaitu 0,644 – 0,719.

Tabel 4.8. Uji Validitas Assurance

Pernyataan	Koefesien	Kriteria	Keterangan
Nasabah merasakan suasana nyaman saat melakukan transaksi setoran tunai berjenis tabungan tahapan di teller	0,767	> 0,30	Valid
Teller BCA Tamim Bandung mampu berkomunikasi dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami	0,755	> 0,30	Valid
Pelayanan yang diberikan oleh teller BCA Tamim Bandung sudah memenuhi harapan para nasabah	0,703	> 0,30	Valid

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Tabel 4.8. menunjukkan bahwa keseluruhan pernyataan pada variabel assurance valid dan seluruh pernyataan tersebut dapat digunakan serta dapat dipercaya, karena besar koefisien korelasi item berada pada nilai yang memenuhi persyaratan yaitu lebih besar dari 0,30 dengan rentang koefisien korelasi yaitu 0,703 – 0,767.



Tabel 4.9. Uji Validitas *Emphaty*

Pernyataan	Koefesien	Kriteria	Keterangan
Teller BCA Tamim Bandung mampu memberikan perhatian atau kesan yang baik terhadap nasabah kepada nasabah sesuai dengan kebutuhannya	0,667	> 0,30	Valid
Bank BCA Tamim Bandung sudah menjadi Bank yang tepat untuk nasabah	0,565	> 0,30	Valid
Teller BCA Tamim Bandung mampu menjaga intensitas komunikasi kepada nasabah dengan baik	0,612	> 0,30	Valid
Teller BCA Tamim Bandung mampu memahami kebutuhan para nasabah	0,524	> 0,30	Valid
Teller BCA Tamim Bandung mudah dalam menanggapi keluhan nasabah	0,614	> 0,30	Valid

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Tabel 4.9. menunjukkan bahwa keseluruhan pernyataan pada variabel *emphaty* valid dan seluruh pernyataan tersebut dapat digunakan serta dapat dipercaya, karena besar koefisien korelasi item berada pada nilai yang memenuhi persyaratan yaitu lebih besar dari 0,30 dengan rentang koefisien korelasi yaitu 0,524 – 0,667.

Tabel 4.10. Uji Validitas Kepuasan Nasabah

Pernyataan	Koefesien	Kriteria	Keterangan
Teller BCA Tamim melakukan konfirmasi saat penginputan (cross check) pada nasabah saat melakukan transaksi setoran tunai berjenis tabungan tahapan	0,795	> 0,30	Valid
Teller BCA Tamim Bandung memberikan pelayanan secara cepat, tepat dan akurat	0,784	> 0,30	Valid
Nasabah sudah merasa puas saat di layani oleh teller BCA Tamim Bandung	0,828	> 0,30	Valid

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Tabel 4.10. menunjukkan bahwa keseluruhan pernyataan pada variabel kepuasan kerja valid dan seluruh pernyataan tersebut dapat digunakan serta dapat dipercaya, karena besar koefisien korelasi item berada pada nilai yang memenuhi persyaratan yaitu lebih besar dari 0,30 dengan rentang koefisien korelasi yaitu 0,784 – 0,828.

#### 4.2.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada tingkat keandalan, pengujian reliabilitas dengan teknik *Cronbach Alpha* mengacu pada kriteria bahwa nilai koefisien yang diperoleh harus lebih besar dari pada 0,60. Hasil analisis

untuk uji reliabilitas terhadap instrumen data kuesioner dapat dilihat dibawah ini.

Tabel 4.11. Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Kriteria	Keterangan
<i>Tangibles</i>	0,797	> 0,60	Reliabel
<i>Reliability</i>	0,810	> 0,60	Reliabel
<i>Responsiveness</i>	0,734	> 0,60	Reliabel
<i>Assurance</i>	0,724	> 0,60	Reliabel
<i>Emphaty</i>	0,733	> 0,60	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0,749	> 0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Hasil perhitungan pada pengujian tabel di atas menunjukkan bahwa nilai koefisien untuk instrumen *tangibles* yaitu sebesar 0,797, nilai koefisien untuk instrumen *reliability* sebesar 0,810, nilai koefisien untuk instrumen *responsiveness* sebesar 0,734, nilai koefisien untuk instrumen *assurance* sebesar 0,724, nilai koefisien untuk instrumen *emphaty* sebesar 0,733 dan nilai koefisien untuk instrumen kepuasan nasabah yaitu sebesar 0,749. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen pengukuran *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan kepuasan nasabah memiliki nilai *cronbach alpha* di atas 0,60 yang berarti keenam instrumen tersebut reliabel.

### 4.3 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif pada penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui secara jelas gambaran mengenai variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan variabel kepuasan nasabah.berdasarkan responden. Adapun rentang skor yang digunakan untuk penilaian tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.12. Kriteria Pengukuran Variabel

Skor	Kriteria
100 – 180	Sangat Rendah
181- 260	Rendah
261- 340	Cukup
341 – 420	Tinggi
421 – 500	Sangat Tinggi

Dengan membandingkan nilai bobot jawaban responden dengan nilai bobot standar tersebut, maka diketahui gambaran responden berdasarkan masing-masing variabel baik itu variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan variabel kepuasan nasabah.apakah tergolong sangat rendah, rendah, cukup, tinggi atau sangat tinggi.

#### 4.3.1. Tanggapan Responden

##### 4.3.1.1. Tanggapan Responden terhadap *Tangible*

Pernyataan yang diajukan dalam kuesioner *tangibles* adalah sebanyak 5 pernyataan. Hasil atas pernyataan-pernyataan tersebut diuraikan pada bagian berikut.

Tabel 4.13. Tampilan gedung dan desain interior

Skor (S)	Frekuensi (F)	Persentase (%)	S x F
1	0	0	0
2	0	0	0
3	4	4	12
4	74	74	296
5	22	22	110
Total	100	100	418
Kriteria		Tinggi	

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Tabel 4.13 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap tampilan gedung dan desain interior pada BCA Tamim Bandung tertata secara menarik termasuk ke dalam ukuran nilai “Tinggi” dengan rata-rata skor sebesar 418 .

Tabel 4.14. Ruang tunggu terasa nyaman

Skor (S)	Frekuensi (F)	Persentase (%)	S x F
1	0	0	0
2	0	0	0
3	12	12	36
4	72	72	288
5	16	16	80
Total	100	100	404
Kriteria		Tinggi	

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Tabel 4.14 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap ruang tunggu yang disediakan BCA Tamim Bandung terasa nyaman termasuk ke dalam ukuran nilai “Tinggi” dengan rata-rata skor sebesar 404.

Tabel 4.15. Lokasi BCA Tamim Bandung mudah dijangkau

Skor (S)	Frekuensi (F)	Persentase (%)	S x F
1	0	0	0
2	0	0	20
3	58	58	174
4	38	38	152
5	4	4	20
Total	100	100	346
Kriteria		Tinggi	

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Tabel 4.15 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap lokasi BCA Tamim Bandung mudah dijangkau oleh para nasabah termasuk ke dalam ukuran nilai “Tinggi” dengan rata-rata skor sebesar 346 .

Tabel 4.16. Fasilitas umum yang baik dan bersih

Skor (S)	Frekuensi (F)	Persentase (%)	S x F
1	0	0	0
2	1	1	2
3	36	36	108
4	55	55	220
5	8	8	40
Total	100	100	370
Kriteria		Tinggi	

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Tabel 4.16 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap fasilitas umum (tempat parkir dan toilet) di BCA Tamim Bandung yang baik dan bersih termasuk ke dalam ukuran nilai “Tinggi” dengan rata-rata skor sebesar 370.

Tabel 4.17. Penampilan karyawan

Skor (S)	Frekuensi (F)	Persentase (%)	S x F
1	0	0	0
2	0	0	0
3	18	18	54
4	60	60	240
5	22	22	110
Total	100	100	404
Kriteria		Tinggi	

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap penampilan karyawan BCA Tamim Bandung sudah rapi termasuk ke dalam ukuran nilai “Sangat Tinggi” dengan rata-rata skor sebesar 404.

Tabel 4.18. Total Skor *Tangibles*

Item	Skor	Kriteria
Tampilan gedung dan desain interior pada BCA Tamim Bandung tertata secara menarik	418	Tinggi
Ruang Tunggu yang disediakan BCA Tamim terasa nyaman	404	Tinggi
Lokasi BCA Tamim Bandung mudah dijangkau oleh para nasabah	346	Tinggi
Di BCA Tamim Bandung terdapat fasilitas umum (tempat parkir dan toilet) yang baik dan bersih	370	Tinggi
Penampilan karyawan BCA Tamim Bandung sudah rapi	404	Tinggi
Rata-rata	388,4	Tinggi

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Sesuai dengan data tabel 4.18. dapat dilihat skor tertinggi untuk dimensi *tangibles* adalah sebesar 418 pada item tampilan gedung dan desain interior pada BCA Tamim Bandung tertata secara menarik. Skor terendah sebesar 346 yaitu pada lokasi BCA Tamim Bandung mudah dijangkau oleh para nasabah. Hasil perhitungan rata-rata adalah 388,4 maka dapat dikatakan bahwa kualitas layanan dimensi *tangibles* memiliki kriteria yang tinggi.



#### 4.3.1.2. Tanggapan Responden terhadap *Reliability*

Pernyataan yang diajukan dalam kuesioner *reliability* adalah sebanyak 5 pernyataan. Hasil atas pernyataan-pernyataan tersebut diuraikan pada bagian berikut.

Tabel 4.19. Memberikan pelayanan yang terbaik

Skor (S)	Frekuensi (F)	Persentase (%)	S x F
1	0	0	0
2	0	0	0
3	10	10	30
4	74	74	296
5	16	16	80
Total	100	100	406

Kriteria

Tinggi

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Tabel 4.19 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap teller BCA Tamim Bandung selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan yang diharapkan oleh para nasabah termasuk ke dalam ukuran nilai “Tinggi” dengan rata-rata skor sebesar 406 .

Tabel 4.20. Mampu memberikan informasi kepada nasabah sesuai

Skor (S)	Frekuensi (F)	Persentase (%)	S x F
1	0	0	0
2	0	0	0
3	17	17	18
4	70	70	88
5	13	13	110
Total	100	100	396
Kriteria		Tinggi	

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Tabel 4.20 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap teller BCA Tamim Bandung mampu memberikan informasi kepada nasabah sesuai dengan kebutuhannya termasuk ke dalam ukuran nilai “Tinggi” dengan rata-rata skor sebesar 396.

Tabel 4.21. Melayani nasabah secara adil

Skor (S)	Frekuensi (F)	Persentase (%)	S x F
1	0	0	0
2	0	0	0
3	60	60	180
4	37	37	148
5	3	3	15
Total	100	100	343
Kriteria		Tinggi	

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Tabel 4.21 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap teller BCA Tamim Bandung sudah melayani nasabah secara adil termasuk ke dalam ukuran nilai “Tinggi” dengan rata-rata skor sebesar 343.

Tabel 4.22. Memberikan informasi tentang biaya atau tarif

Skor (S)	Frekuensi (F)	Persentase (%)	S x F
1	0	0	0
2	1	1	2
3	45	45	135
4	50	50	200
5	4	4	20
Total	100	100	357
Kriteria		Tinggi	

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Tabel 4.22 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap teller BCA Tamim Bandung sudah memberikan informasi tentang biaya atau tarif terlebih dahulu kepada nasabah secara jelas termasuk ke dalam ukuran nilai “Tinggi” dengan rata-rata skor sebesar 357.

Tabel 4.23. memberikan pelayanan dengan (3S)

Skor (S)	Frekuensi (F)	Persentase (%)	S x F
1	0	0	0
2	0	0	0
3	24	24	72
4	56	56	224
5	20	20	100

Total	100	100	396
Kriteria		Tinggi	

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Tabel 4.23 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap teller BCA Tamim Bandung sudah memberikan pelayanan dengan (3S) sopan, santun dan senyum termasuk ke dalam ukuran nilai “Tinggi” dengan rata-rata skor sebesar 396.

Tabel 4.24. Total Skor *Reliability*

Item	Skor	Kriteria
Teller BCA Tamim Bandung selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan yang diharapkan oleh para nasabah	406	Tinggi
Teller BCA Tamim Bandung mampu memberikan informasi kepada nasabah sesuai dengan kebutuhannya	396	Tinggi
Teller BCA Tamim Bandung sudah melayani nasabah secara adil	343	Tinggi
Teller BCA Tamim Bandung sudah memberikan informasi tentang biaya atau tarif terlebih dahulu kepada nasabah secara jelas	357	Tinggi
Teller BCA Tamim Bandung sudah memberikan pelayanandengan (3S) sopan, santun dan senyum	396	Tinggi
Rata-rata	379,6	Tinggi

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Sesuai dengan data tabel 4.24. dapat dilihat skor tertinggi untuk dimensi *reliability* adalah sebesar 406 pada item teller BCA Tamim Bandung selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan yang diharapkan oleh para nasabah. Skor terendah sebesar 343 yaitu pada teller BCA Tamim Bandung sudah melayani nasabah secara adil. Hasil perhitungan rata-rata adalah 379,6 maka dapat dikatakan bahwa kualitas layanan dimensi *reliability* memiliki kriteria yang tinggi.

#### 4.3.1.3. Tanggapan Responden terhadap *Responsiveness*

Pernyataan yang diajukan dalam kuesioner *responsiveness* adalah sebanyak 4 pernyataan. Hasil atas pernyataan-pernyataan tersebut diuraikan pada bagian berikut.

Tabel 4.25 Mampu menanamkan rasa kepercayaan pada nasabah

Skor (S)	Frekuensi (F)	Persentase (%)	S x F
1	0	0	0
2	0	0	0
3	6	6	18
4	62	62	248
5	32	32	160
Total	100	100	426

Kriteria

Sangat Tinggi

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Tabel 4.25. menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap Teller BCA Tamim Bandung mampu menanamkan rasa kepercayaan kepada nasabah termasuk ke dalam ukuran nilai “Sangat Tinggi” dengan rata-rata skor sebesar 426.

Tabel 4.26. Menangani nasabah dengan cepat dan tanggap

Skor (S)	Frekuensi (F)	Persentase (%)	S x F
1	0	0	0
2	0	0	0
3	7	7	21
4	61	61	244
5	32	32	160
Total	100	100	425

Kriteria

Sangat Tinggi

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Tabel 4.26 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap teller dan satpam BCA Tamim Bandung dengan cepat dan tanggap menangani nasabah yang kesulitan dalam pengisian slip setoran termasuk ke dalam ukuran nilai “Sangat Tinggi” dengan rata-rata skor sebesar 425.

Tabel 4.27. Menyambut nasabah nasabah secara sigap dan adil

Skor (S)	Frekuensi (F)	Persentase (%)	S x F
1	0	0	0
2	0	0	0
3	4	4	12
4	66	66	264

5	30	30	150
Total	100	100	426
Kriteria		Sangat Tinggi	

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Tabel 4.27 menunjukkan bahwa tanggapan responden teller dan atpam BCA Tamim Bandung menyambut nasabah maupun bukan nasabah BCA secara sigap dan adil termasuk ke dalam ukuran nilai “Sangat Tinggi” dengan rata-rata skor sebesar 426.

Tabel 4.28. Mudah melakukan setoran tunai tahapan

Skor (S)	Frekuensi (F)	Persentase (%)	S x F
1	0	0	0
2	1	1	2
3	7	7	21
4	61	61	244
5	31	31	155
Total	100	100	422
Kriteria		Sangat Tinggi	

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Tabel 4.28. menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap nasabah atau bukan nasabah BCA mudah dalam melakukan transaksi setoran tunai berjenis tabungan tahapan di teller termasuk ke dalam ukuran nilai “Sangat Tinggi” dengan rata-rata skor sebesar 422

Tabel 4.29. Total Skor *Responsiveness*

Item	Skor	Kriteria
Teller BCA Tamim Bandung mampu menanamkan rasa kepercayaan kepada nasabah	426	Sangat Tinggi
Teller dan Satpam BCA Tamim Bandung dengan cepat dan tanggap menangani nasabah yang kesulitan dalam pengisian slip setoran	425	Sangat Tinggi
Teller dan Satpam BCA Tamim Bandung menyambut nasabah maupun bukan nasabah BCA secara sigap dan adil	426	Sangat Tinggi
Nasabah atau bukan nasabah BCA mudah dalam melakukan transaksi setoran tunai berjenis tabungan tahapan di teller	422	Sangat Tinggi
Rata-rata	424,75	Sangat Tinggi

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Sesuai dengan data tabel 4.29. dapat dilihat skor tertinggi untuk dimensi *responsiveness* adalah sebesar 426 pada teller BCA Tamim Bandung mampu menanamkan rasa kepercayaan kepada nasabah. dan teller serta Satpam BCA Tamim Bandung menyambut nasabah maupun bukan nasabah BCA secara sigap dan adil. Skor terendah sebesar 422 yaitu nasabah atau bukan nasabah BCA mudah dalam melakukan transaksi



setoran tunai berjenis tabungan tahapan di teller. Hasil perhitungan rata-rata adalah 424,75 maka dapat dikatakan bahwa kualitas layanan dimensi *responsiveness* memiliki kriteria yang sangat tinggi.

#### 4.3.1.4. Tanggapan Responden terhadap Assurance

Pernyataan yang diajukan dalam kuesioner *assurance* adalah sebanyak 3 pernyataan. Hasil atas pernyataan-pernyataan tersebut diuraikan pada bagian berikut:

Tabel 4.30. Merasa Nyaman Saat Bertransaksi

Skor (S)	Frekuensi (F)	Persentase (%)	S x F
1	0	0	0
2	0	0	0
3	2	2	6
4	69	69	276
5	29	29	145
Total	100	100	427

Kriteria

Sangat Tinggi

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Tabel 4.30. menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap nasabah merasakan suasana nyaman saat melakukan transaksi setoran tunai berjenis tabungan tahapan di teller termasuk ke dalam ukuran nilai “Sangat Tinggi” dengan rata-rata skor sebesar 427.

Tabel 4.31. Mampu berkomunikasi dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami

Skor (S)	Frekuensi (F)	Persentase (%)	S x F
1	0	0	0
2	0	0	0
3	8	8	24
4	69	69	276
5	23	23	115
Total	100	100	415

Kriteria

Sangat Tinggi

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Tabel 4.31. menunjukkan bahwa teller BCA Tamim Bandung mampu berkomunikasi dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami termasuk ke dalam ukuran nilai “Sangat Tinggi” dengan rata-rata skor sebesar 415.

Tabel 4.32. Pelayanan yang diberikan sudah memenuhi harapan

Skor (S)	Frekuensi (F)	Persentase (%)	S x F
1	0	0	0
2	0	0	0
3	7	7	21
4	64	64	256
5	29	29	145
Total	100	100	422
Kriteria		Sangat Tinggi	

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Tabel 3.2 menunjukkan bahwa tanggapan responden pelayanan yang diberikan oleh teller BCA Tamim Bandung sudah memenuhi harapan para nasabah termasuk ke dalam ukuran nilai “Sangat Tinggi” dengan rata-rata skor sebesar 422.

Tabel 4.33. Total Skor *Assurance*

Item	Skor	Kriteria
Nasabah merasakan suasana nyaman saat melakukan transaksi setoran tunai berjenis tabungan tahapan di teller	427	Sangat Tinggi
Teller BCA Tamim Bandung mampu berkomunikasi dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami	415	Sangat Tinggi
Pelayanan yang diberikan oleh teller BCA Tamim Bandung sudah memenuhi harapan para nasabah	422	Sangat Tinggi
Rata-rata	421,3	Sangat Tinggi

Sesuai dengan data tabel 4.33. dapat dilihat skor tertinggi untuk dimensi *assurance* adalah sebesar 427 pada nasabah merasakan suasana nyaman saat melakukan transaksi setoran tunai berjenis tabungan tahapan di teller. Skor terendah sebesar 415 yaitu teller BCA Tamim Bandung mampu berkomunikasi dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami. Hasil perhitungan rata-rata adalah 421,3 maka dapat dikatakan bahwa kualitas layanan dimensi *assurance* memiliki kriteria yang sangat tinggi.

#### 4.3.1.5. Tanggapan Responden terhadap *Emphaty*

Pernyataan yang diajukan dalam kuesioner *emphaty* adalah sebanyak 5 pernyataan. Hasil atas pernyataan-pernyataan tersebut diuraikan pada bagian berikut.

Tabel 4.34. Memberikan perhatian atau kesan kepada nasabah

Skor (S)	Frekuensi (F)	Persentase (%)	S x F
1	0	0	0
2	0	0	0
3	6	6	18
4	71	71	284
5	23	23	110
Total	100	100	412
Kriteria		Tinggi	

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Tabel 4.34. menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap teller BCA Tamim Bandung mampu memberikan perhatian atau kesan yang baik terhadap nasabah sesuai dengan kebutuhannya termasuk ke dalam ukuran nilai “Tinggi” dengan rata-rata skor sebesar 412.

Tabel 4.35. Menjadi bank yang tepat

Skor (S)	Frekuensi (F)	Persentase (%)	S x F
1	0	0	0
2	0	0	0
3	12	12	36

4	71	71	284
5	17	17	85
Total	100	100	405
Kriteria		Tinggi	

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Tabel 4.35 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap Bank BCA Tamim Bandung sudah menjadi Bank yang tepat untuk nasabah termasuk ke dalam ukuran nilai “Tinggi” dengan rata-rata skor sebesar 405.

Tabel 4.36 Menjaga intensitas komunikasi

Skor (S)	Frekuensi (F)	Persentase (%)	S x F
1	0	0	0
2	0	0	0
3	9	9	27
4	74	74	296
5	17	17	85
Total	100	100	408

Kriteria

Tinggi

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Tabel 4.36 menunjukkan bahwa tanggapan responden teller BCA Tamim Bandung mampu menjaga intensitas komunikasi kepada nasabah dengan baik termasuk ke dalam ukuran nilai “Tinggi” dengan rata-rata skor sebesar 408.

Tabel 4.37. Mampu memahami kebutuhan para nasabah

Skor (S)	Frekuensi (F)	Persentase (%)	S x F
1	0	0	0
2	0	0	0
3	15	15	45
4	61	61	244
5	24	24	110
Total	100	100	399
Kriteria		Tinggi	

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Tabel 4.37 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap teller BCA Tamim Bandung mampu memahami kebutuhan para nasabah termasuk ke dalam ukuran nilai “Tinggi” dengan rata-rata skor sebesar 399.

Tabel 4.38 Mudah dalam menanggapi keluhan nasabah

Skor (S)	Frekuensi (F)	Persentase (%)	S x F
1	0	0	0
2	0	0	0
3	18	18	54
4	63	63	252
5	19	19	95
Total	100	100	401

Kriteria

Tinggi

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Tabel 4.38 menunjukkan bahwa tanggapan responden Teller BCA Tamim Bandung mudah dalam menanggapi keluhan nasabah termasuk ke dalam ukuran nilai “Tinggi” dengan rata-rata skor sebesar 401.

Tabel 4.39. Total Skor *Emphaty*

Item	Skor	Kriteria
Teller BCA Tamim Bandung mampu memberikan perhatian atau kesan yang baik terhadap nasabah sesuai dengan kebutuhannya	412	Tinggi
Bank BCA Tamim Bandung sudah menjadi Bank yang tepat untuk nasabah	405	Tinggi
Teller BCA Tamim Bandung mampu menjaga intensitas komunikasi kepada nasabah dengan baik	408	Tinggi
Teller BCA Tamim Bandung mampu memahami kebutuhan para nasabah	399	Tinggi
Teller BCA Tamim Bandung mudah dalam menanggapi keluhan nasabah	401	Tinggi
Rata-rata	405	Tinggi

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Sesuai dengan data tabel 4.39. dapat dilihat skor tertinggi untuk dimensi *emphaty* adalah sebesar 408 pada Teller BCA Tamim Bandung mampu menjaga intensitas komunikasi kepada nasabah dengan baik. Skor terendah sebesar 399 yaitu Teller BCA Tamim Bandung mampu memahami

kebutuhan para nasabah Hasil perhitungan rata-rata adalah 405 maka dapat dikatakan bahwa kualitas layanan dimensi *emphaty* memiliki kirteria yang tinggi.

#### 4.3.1.6. Tanggapan Responden terhadap Kepuasan Nasabah

Pernyataan yang diajukan dalam kuesioner kepuasan nasabah adalah sebanyak 3 pernyataan. Hasil atas pernyataan-pernyataan tersebut diuraikan pada bagian berikut.

Tabel 4.40. Konfirmasi Transaksi Setoran Tunai Pada Nasabah

Skor (S)	Frekuensi (F)	Persentase (%)	S x F
1	0	0	0
2	0	0	0
3	6	6	18
4	77	77	308
5	17	17	85
Total	100	100	411
Kriteria		Tinggi	

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Tabel 4.40. menunjukan bahwa tanggapan responden terhadap teller BCA Tamim melakukan konfirmasi saat penginputan (cross check) pada nasabah saat melakukan transaksi setoran tunai berjenis tabungan tahapan termasuk ke dalam ukuran nilai “ Tinggi” dengan rata-rata skor sebesar 411.



Tabel 4.41. Memberikan pelayanan secara cepat, tepat, akurat

Skor (S)	Frekuensi (F)	Persentase (%)	S x F
1	0	0	0
2	1	1	2
3	6	6	18
4	77	77	308
5	16	16	80
Total	100	100	408
Kriteria		Tinggi	

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Tabel 4.41 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap teller BCA Tamim Bandung memberikan pelayanan secara cepat, tepat dan akurat termasuk ke dalam ukuran nilai “Tinggi” dengan rata-rata skor sebesar 408..

Tabel 4.42 Nasabah merasa puas saat di layani

Skor (S)	Frekuensi (F)	Persentase (%)	S x F
1	0	0	0
2	1	1	2
3	8	8	24
4	67	67	268
5	24	24	120
Total	100	100	414
Kriteria		Tinggi	

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Tabel 4.42 menunjukkan bahwa tanggapan responden nasabah sudah merasa puas saat di layani oleh teller BCA Tamim Bandung termasuk ke dalam ukuran nilai “Tinggi” dengan rata-rata skor sebesar 414.

Tabel 4.43. Total Skor Kepuasan Nasabah

Item	Skor	Kriteria
Teller BCA Tamim melakukan konfirmasi saat penginputan (cross check) pada nasabah saat melakukan transaksi setoran tunai berjenis tabungan tahapan	411	Tinggi
Teller BCA Tamim Bandung memberikan pelayanan secara cepat, tepat dan akurat	408	Tinggi
Nasabah sudah merasa puas saat di layani oleh teller BCA Tamim Bandung	414	Tinggi
Rata-rata	411	Tinggi

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Sesuai dengan data tabel 4.43. dapat dilihat skor tertinggi untuk dimensi kepuasan nasabah adalah sebesar 414 pada nasabah sudah merasa puas saat di layani oleh teller BCA Tamim Bandung . Skor terendah sebesar 408 yaitu teller BCA Tamim Bandung memberikan pelayanan secara cepat, tepat dan akurat. Hasil perhitungan rata-rata adalah 411 maka dapat dikatakan bahwa kualitas layanan dimensi kepuasan nasabah memiliki kriteria yang tinggi.

#### 4.4 Rata-Rata, Deviasi Standar, dan Korelasi antar Variabel

##### 4.4.1 Rata-Rata dan Deviasi Standar

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan, didapatkan hasil dari perhitungan rata-rata dan deviasi standar yang disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 4.44. Statistik Deskriptif

Variabel	N	Mean	Standar Deviation
<i>Tangibles</i>	100	3,88	0,199
<i>Reliability</i>	100	3,80	0,218
<i>Responsiveness</i>	100	4,26	0,394
<i>Assurance</i>	100	4,21	0,392
<i>Emphaty</i>	100	4,08	0,332
Kepuasan Nasabah	100	4,11	0,419

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Pada tabel 4.44. dapat dilihat bahwa nilai rata-rata tertinggi dalam penelitian ini yaitu variabel *responsiveness* sebesar 4,26 dan terendah yaitu variabel *reliability* sebesar 3,80. Nilai standar deviasi angka tertinggi dimiliki oleh variabel kepuasan nasabah yaitu sebesar 0,419 dan angka terendah dimiliki oleh variabel *tangible* yaitu sebesar 0,199. Dengan ini menunjukkan semakin tinggi nilai deviasi standar maka semakin tidak stabil variabel tersebut.

#### **4.4.2 Korelasi Antar Variabel**

Perhitungan korelasi digunakan untuk melihat keeratan hubungan antara variabel yang dikaji. Adapun teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *person correlation*. Hasil dari perhitungan adalah sebagai berikut

Tabel 4.46 Korelasi Antar Variabel

		X1	X2	X3	X4	X5	Y
X1	Pearson Correlation	1	,602(**)	,239(**)	,328(*)	,386(**)	,090
	Sig. (2-tailed)		,000	,017	,001	,000	,374
	N	100	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	,602 (**)	1	,135	,230(*)	,211(*)	,115
	Sig. (2-tailed)	,000		,180	,021	,035	,253
	N	100	100	100	100	100	100
X3	Pearson Correlation	239(*)	,135	1	,581(**)	,565(**)	,604(**)
	Sig. (2-tailed)	,017	,180		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X4	Pearson Correlation	,328(**)	,230(*)	,581(**)	1	,556(**)	,587(**)
	Sig. (2-tailed)	,001	,021	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X5	Pearson Correlation	,386(**)	,211(*)	,565(**)	,556(**)	1	,538(**)
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y	Pearson Correlation	,090	,115	,604(**)	,587(**)	,538(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,374	,253	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

Sumber : Data diolah peneliti 2020

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 4.45. didapat koefisien korelasi antara variabel kualitas pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy*) diukur dengan variabel kepuasan nasaba sebagai berikut:

1. Besar korelasi antara variabel *tangibles* dengan kepuasan nasabah adalah 0,090 dan signifikansi pada level 0,374. Angka signifikan tersebut menunjukkan  $0,374 > 0,05$ , maka dapat dikatakan bahwa korelasi antara variabel *tangibles* dengan variabel kepuasan nasabah adalah tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2. Besar korelasi antara variabel *reliability* dengan kepuasan kerja adalah 0,115 dan signifikansi pada level 0,253. Angka signifikan tersebut menunjukkan  $0,253 > 0,05$ , maka dapat dikatakan bahwa korelasi antara variabel *reliability* dengan variabel kepuasan nasabah adalah tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.
3. Besar korelasi antara variabel *responsiveness* dengan keputusan pembelian adalah 0,604 dan signifikansi pada level 0,000. Angka signifikan tersebut menunjukkan  $0,000 < 0,05$ , maka dapat dikatakan bahwa korelasi antara variabel *responsiveness* dengan variabel kepuasan nasabah adalah positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
4. Besar korelasi antara variabel *assurance* dengan keputusan pembelian adalah 0,587 dan signifikansi pada level 0,000. Angka signifikan tersebut menunjukkan  $0,000 < 0,05$ , maka dapat dikatakan bahwa

korelasi antara variabel *assurance* dengan variabel kepuasan nasabah adalah positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

5. Besar korelasi antara variabel *emphaty* dengan keputusan pembelian adalah 0,538 dan signifikansi pada level 0,000. Angka signifikan tersebut menunjukkan  $0,000 < 0,05$ , maka dapat dikatakan bahwa korelasi antara variabel *emphaty* dengan variabel kepuasan nasabah adalah positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

#### 4.5 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menguji antara variabel independen yaitu kualitas layanan yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah. Untuk menguji hipotesis yang diajukan, uji statistik yang digunakan adalah uji-t atau uji parsial dan koefisien determinasi sebagai berikut :

Tabel 4.46 Uji parsial (Uji-t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,243	0,663		1,875	0,064
<i>Tangibles</i>	0,515	0,203	0,245	2,541	0,013
<i>Reliability</i>	0,378	0,175	0,174	1,019	0,011
<i>Responsiveness</i>	0,341	0,101	0,321	3,366	0,001
<i>Assurance</i>	0,339	0,102	0,318	3,314	0,001
<i>Emphaty</i>	0,321	0,122	0,254	2,631	0,010

Sumber: Data diolah peneliti 2020

### 1. *Tangible*

Koefisien regresi untuk variabel *tangible* adalah sebesar 2,541 dan signifikan pada level 0,013. Karena  $0,013 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan hipotesis dapat dikonfirmasi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *tangible* berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

### 2. *Reliability*

Koefisien regresi untuk variabel *reliability* adalah sebesar 1,019 dan signifikan pada level 0,011. Karena  $0,011 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan hipotesis dapat dikonfirmasi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *reliability* berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian..

### 3. *Responsiveness*

Koefisien regresi untuk variabel personal *responsiveness* adalah sebesar 3,366 dan signifikan pada level 0,001. Karena  $0,001 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan hipotesis dapat dikonfirmasi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *responsiveness* berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja.

### 4. *Assurance*



Koefisien regresi untuk variabel personal *responsiveness* adalah sebesar 3,314 dan signifikan pada level 0,001 Karena  $0,001 < 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan hipotesis dapat dikonfirmasi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *assurance* berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja.

#### 5. *Emphaty*

Koefisien regresi untuk variabel personal *responsiveness* adalah sebesar 2,631 dan signifikan pada level 0,010 Karena  $0,010 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan hipotesis dapat dikonfirmasi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *emphaty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

### 4.5.1 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel dependent dapat dijelaskan oleh variabel independent. Hasil koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.47. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,712 <sup>a</sup>	0,506	0,480	0,302

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Berdasarkan tabel 4.47. nilai koefisien determinasi menyatakan bahwa perubahan-perubahan pada kepuasan kerja dapat dijelaskan oleh

variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* sebesar 0,506 atau 50,60%.

#### 4.5.2 Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F dalam penelitian ini menggunakan ANOVA. Uji ini dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh bersama (simultan) antara variabel *utilitarian motive* (X1) dan *hedonic motive* (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y), yaitu dengan membandingkan antara nilai F (hitung) dengan F (tabel).

Hipotesis yang akan diajukan dan dibuktikan kebenarannya adalah sebagai berikut :

a.  $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$

Artinya *utilitarian motive* dan *hedonic motive* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di BCA KCP Tamim Bandung

b.  $H_a : \beta_1 = \beta_2 = 0$

Artinya *utilitarian motive* dan *hedonic motive* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di BCA KCP Tamim Bandung.

Untuk menentukan nilai F (tabel) maka diperlukan adanya derajat bebas pembilang dan derajat bebas penyebut, dengan rumusan sebagai berikut :

$$Df \text{ (pembilang)} = k-1$$

$$Df \text{ (penyebut)} = n - k$$

Dengan (k) adalah jumlah variabel bebas dan varibael terikat, kemudian (n) adalah jumlah sampel penelitian. Maka dari itu pada penelitian ini diketahui jumlah keseluruhan variabel (k) adalah 3 dan jumlah sampel (n) adalah 100, sehingga diperoleh :

Tabel 4.48. Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.781	5	1.756	19.276	.000 <sup>b</sup>
	Residual	8.564	94	.091		
	Total	17.346	99			

Predictor : (Constant) hedonic motive, utilitarian motive

Dependent Variabel : kepuasan

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Berdasarkan tabel 4.48 diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 19.276. nilai F tabel dengan  $\alpha = 0,05$  dan nilai  $df = 94$  (6,09). Dari nilai tersebut didapatkan hasil F hitung ( $19.276 > F$  tabel (6,09) sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima dengan nilai signifikan pada perhitungan (sig.) sebesar  $0.000 < 0,05$  artinya secara simultan *utilitarian motive* dan *hedonic motive* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di Bank BCA Tamim Bandung.

## 4.6 Pembahasan, Implikasi, dan Ketertasan

### 4.6.1 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan melalui pengujian seperti regresi secara parsial kualitas pelayanan (*tangible, reliability,*

*responsiveness, assurance, empathy*) terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian statistik parsial (Uji- t) dari analisis yang telah dijelaskan di atas terdapat pengaruh yang terjadi diantara kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*) terhadap kepuasan nasabah yang bertransaksi setoran tunai di BCA KCP Tamim Bandung.

Dari hasil beberapa hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah yang bertransaksi setoran tunai di BCA KCP Tamim Bandung. Nilai signifikan dari tabel *tangible* sebesar 0,013 (sig. <0,05), maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen, atau dengan kata lain variabel *tangible* berpengaruh secara positif terhadap variabel kepuasan nasabah.

Nilai signifikan dari tabel *reliability* sebesar 0,011 (sig. <0,05), maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen, atau dengan kata lain variabel *reliability* berpengaruh secara positif terhadap variabel kepuasan nasabah.

Nilai signifikan dari tabel *responsiveness* sebesar 0,001 (sig. <0,05), maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen, atau dengan kata lain variabel *responsiveness* berpengaruh secara positif terhadap variabel kepuasan nasabah.

Nilai signifikan dari tabel *assurance* sebesar 0,001 (sig. <0,05), maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen, atau dengan kata lain variabel *assurance* berpengaruh secara positif terhadap variabel kepuasan nasabah.

Nilai signifikan dari tabel *emphaty* sebesar 0,010 (sig. <0,05), maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen, atau dengan kata lain variabel *emphaty* berpengaruh secara positif terhadap variabel kepuasan nasabah.

#### **4.6.2 Implikasi**

##### **4.6.2.1 Implikasi Teoritis**

Pada pembahasan di atas telah disebutkan bahwa penelitian ini menemukan bahwa kualitas layanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, emphaty*) seluruhnya berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian, maka model teoritis kepuasan nasabah yang relevan untuk BCA KCP Tamim Bandung adalah menggunakan kualitas pelayanan dengan variabel *tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty* sebagai prediktor karena pengaruhnya yang signifikan

##### **4.6.2.2 Implikasi Praktis**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, emphaty*) seluruhnya berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Maka dari itu BCA KCP Tamim

Bandung harus tetap mempertahankan kualitas layanan yang baik agar seluruh nasabah yang bertransaksi dapat dilayani dengan baik guna mendapatkan kepuasan untuk nasabah itu sendiri.

#### **4.6.3 Keterbatasan**

Penulis menyadari bahwa dalam melakukan penelitian ini ada beberapa keterbatasan sebagai berikut:

1. Waktu penelitian yang pendek.
2. Ketersediaan waktu yang terbatas dan situasi pandemic COVID-19 tentunya sulit untuk menyebarkan kuesioner, dalam pengisian kuesioner pun tidak bisa secara langsung, maka dari itu banyak nasabah (responden) yang mengisi kuesioner di luar gedung BCA KCP Tamim Bandung.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas layanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*) terhadap kepuasan nasabah yang melakukan transaksi setoran tunai tahapan di BCA KCP Tamim Bandung, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dalam penelitian ini, menunjukkan hasil bahwa kualitas layanan dengan variabel *tangible* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah yang melakukan transaksi setoran tunai tahapan di BCA KCP Tamim Bandung dengan nilai signifikan sebesar  $0,013 < 0,05$ .
2. Dalam penelitian ini, menunjukkan hasil bahwa kualitas layanan dengan variabel *reliability* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah yang melakukan transaksi setoran tunai tahapan di BCA KCP Tamim Bandung dengan nilai signifikan sebesar  $0,011 < 0,05$ .
3. Dalam penelitian ini, menunjukkan hasil bahwa kualitas layanan dengan variabel *responsiveness* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah yang melakukan transaksi setoran tunai tahapan di BCA KCP Tamim Bandung dengan nilai signifikan sebesar  $0,001 < 0,05$ .
4. Dalam penelitian ini, menunjukkan hasil bahwa kualitas layanan dengan variabel *assurance* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah yang melakukan transaksi setoran tunai tahapan di BCA KCP Tamim Bandung dengan nilai signifikan sebesar  $0,001 < 0,05$ .
5. Dalam penelitian ini, menunjukkan hasil bahwa kualitas layanan dengan variabel *emphaty* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah yang melakukan transaksi setoran tunai tahapan di BCA KCP Tamim Bandung dengan nilai signifikan sebesar  $0,010 < 0,05$ .

## **5.2 Saran**

Dengan adanya keterbatasan-keterbatasan yang telah dikemukakan dalam pembahasan sebelumnya, maka penulis menyadari bahwa tidak ada penelitian yang terbebas dari kesalahan serta kekurangan.

Untuk itu penulis memberikan saran-saran untuk mengatasi keterbatasan-keterbatasan yang ada. Dengan ini penulis menempatkan saran teoritis dan saran praktis pada penelitian sebagai berikut :

### **5.2.1 Saran Teoritis**

Berdasarkan hasil penelitian bahwa kualitas layanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*) secara simultan semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah yang bertransaksi setoran tunai tahapan di BCA KCP Tamim Bandung. Penelitian ini kurang sempurna karena tidak lepas dari keterbatasan-keterbatasan yang telah dikemukakan. Saran-saran yang diberikan penulis untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian mengenai hal yang sama adalah sebagai berikut :

1. Penelitian yang diteliti oleh penulis hanya terbatas kepada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, untuk peneliti selanjutnya sebaiknya dapat menambah variabel lain yang berhubungan seperti variabel loyalitas.



2. Peneliti hanya melakukan penelitian pada BCA KCP Tamim Bandung, untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti pada BCA cabang lain sebagai pembanding.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta kesimpulan yang telah dikemukakan, maka penulis memberikan saran yang diharapkan dapat dijadikan masukan untuk pelayanan BCA KCP Tamim Bandung. Secara keseluruhan nasabah sudah puas akan pelayanan yang diberikan, teringat posisi BCA KCP Tamim Bandung berada dalam gang hal tersebut membuat nasabah kesulitan dalam mencari lokasi bank tersebut. Saran untuk ke depannya, sebaiknya BCA KCP Tamim Bandung memilih lokasi lebih strategis lagi guna mempermudah transaksi dan pelayanan nasabah.

Untuk meningkatkan pelayanan lebih lagi, sebaiknya BCA KCP Tamim Bandung memberi pengarahan dan pelatihan – pelatihan bagaimana caranya melayani nasabah dengan standar ketentuan yang telah ditetapkan, sehingga nasabah yang datang ke bank tidak hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhannya saja, melainkan para nasabah juga akan merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh karyawan-karyawan BCA KCP Tamim Bandung khususnya teller.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati., Yulian Belinda. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Akuntansi*.
- Aryani, Dwi dan Rosinta, F. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Bisnis & Birokrasi. *Jurnal Ilmu Administrasi Vol.17 No.2*, 114-126.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Ginting, Marreta dan Tarwiyah. (2013). Pengaruh Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Kaku Lima Jl. Sei Deli Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Vol.19 No.1*, 112.
- Hardiansyah, Dr., M.Si. (2018). *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gava Media.
- Indrawati, Aniek. (2011). Pengaruh Kualitas Layanan Lembaga Pendidikan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Bisnis Vol.16 No.1*, 25-35.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lubis, Saleh M. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Arumas Hotel Lubuk Sikaping. *Jurnal Ekonomi Vol.1 No.2*.
- Lumintang, Greifie dan Rotinsulu Jopie. (2015). Analisis Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Holland Bakery Boulevard Manado. *Jurnal Ekonomi Management Bussines Vol.3 No.1*.
- Priansa, Donni Juni, S.Pd.,S.E.,M.M. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: ALFABETA.
- Respati., Januarisya, Edy Yulianto, dan Andriani Kusumawati. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol.41 No.1*.

Sasongko., Felita dan Dr. Hartono Subagio, S.E.,M.M. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Ayam Penyet Ria. *Jurnal Manajemen Vol.1 No.2*, 1-7.

Setiawan, Ivan Aries dan Ferdiansyah Ritonga. (2011). *Analisis Jalur (Path Analysis) dengan Menggunakan SPSS*. Tangerang: Suluh Media.

Sugiyono., Prof. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: ALFABETA.

Suwandi, Andi Sularso dan Imam Suraso. (2015). Pengaruh Kualiyas Layanan, Harga, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pos Ekspres di Kantor Pos Bondowoso dan Situbondo. *Jurnal Ekonomi Vol.14 No.1*.

## LAMPIRAN I

### BUKTI SPSS

#### Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <20 tahun	6	6.0	6.0	6.0
21-35 tahun	56	56.0	56.0	62.0
36-50 tahun	34	34.0	34.0	96.0
>51 tahun	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

#### Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ibu rumah tangga	10	10.0	10.0	10.0
kuli angkut	2	2.0	2.0	12.0
Mahasiswa	26	26.0	26.0	38.0
Pegawai Swasta	42	42.0	42.0	80.0
Wirausaha	20	20.0	20.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

#### Jenis\_Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid laki-laki	43	43.0	43.0	43.0
perempuan	57	57.0	57.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

#### Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMA	58	58.0	58.0	58.0
DIPLOMA	12	12.0	12.0	70.0
SARJANA	30	30.0	30.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

### Uji Validitas *Tangible*

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL_X1	AVARAGE_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.091	-.120	-.054	-.090	.369**	.369**
	Sig. (2-tailed)		.370	.234	.596	.371	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.091	1	-.061	-.024	-.035	.503**	.503**
	Sig. (2-tailed)	.370		.548	.811	.731	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	-.120	-.061	1	-.145	.300**	.306**	.306**
	Sig. (2-tailed)	.234	.548		.149	.002	.040	.040
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	-.054	-.024	-.145	1	-.173	.397**	.397**
	Sig. (2-tailed)	.596	.811	.149		.086	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	-.090	-.035	-.300**	-.173	1	.393**	.393**
	Sig. (2-tailed)	.371	.731	.002	.086		.003	.003
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.369**	.503**	.306**	.397**	.393**	1	1.000**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.040	.000	.003		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
AVARAGE_X1	Pearson Correlation	.369**	.503**	.306**	.397**	.393**	1.000**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.040	.000	.003	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

### Uji Validitas *Reliability*

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL_X2	AVARAGE_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.117	.007	-.149	.097	.540**	.540**
	Sig. (2-tailed)		.246	.392	.140	.339	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.117	1	-.142	-.147	.161	.504**	.504**
	Sig. (2-tailed)	.246		.159	.144	.109	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.087	-.142	1	.139	-.336**	.398**	.398**
	Sig. (2-tailed)	.392	.159		.168	.001	.049	.049
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.149	-.147	-.139	1	-.198*	.306**	.306**
	Sig. (2-tailed)	.140	.144	.168		.048	.040	.040
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.097	.161	-.336**	-.198*	1	.458**	.458**
	Sig. (2-tailed)	.339	.109	.001	.048		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.548**	.504**	.398**	.306**	.458**	1	1.000**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.049	.040	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
AVARAGE_X2	Pearson Correlation	.548**	.504**	.398**	.306**	.458**	1.000**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.049	.040	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

Uji Validitas *Responsiveness*

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TOTAL_X3	AVARAGE_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.266**	.250	.272**	.644**	.644**
	Sig. (2-tailed)		.008	.012	.006	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.266**	1	.449**	.272**	.719**	.719**
	Sig. (2-tailed)	.008		.000	.006	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.250	.449**	1	.295**	.709**	.709**
	Sig. (2-tailed)	.012	.000		.003	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.272**	.272**	.295**	1	.686**	.686**
	Sig. (2-tailed)	.006	.006	.003		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL_X3	Pearson Correlation	.644**	.719**	.709**	.686**	1	1.000**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
AVARAGE_X3	Pearson Correlation	.644**	.719**	.709**	.686**	1.000**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

Uji Validitas Assurance

		X4.1	X4.2	X4.3	TOTAL_X4	AVARAGE_X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.458**	.297**	.767**	.767**
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	.458**	1	.224	.755**	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000		.025	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	.297**	.224	1	.703**	.703**
	Sig. (2-tailed)	.003	.025		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL_X4	Pearson Correlation	.767**	.755**	.703**	1	1.000**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
AVARAGE_X4	Pearson Correlation	.767**	.755**	.703**	1.000**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

### Uji Validitas *Empathy*

		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5	TOTAL_X5	AVARAGE_X5
X5.1	Pearson Correlation	1	.188	.336**	.300**	.220	.667**	.667**
	Sig. (2-tailed)		.061	.001	.002	.028	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X5.2	Pearson Correlation	.188	1	.281**	.017	.244	.565**	.565**
	Sig. (2-tailed)	.061		.005	.870	.015	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X5.3	Pearson Correlation	.336**	.281**	1	.073	.226	.612**	.612**
	Sig. (2-tailed)	.001	.005		.469	.024	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X5.4	Pearson Correlation	.300**	.017	.073	1	.077	.524**	.524**
	Sig. (2-tailed)	.002	.870	.469		.444	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X5.5	Pearson Correlation	.220	.244	.226	.077	1	.614**	.614**
	Sig. (2-tailed)	.028	.015	.024	.444		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_X5	Pearson Correlation	.667**	.565**	.612**	.524**	.614**	1	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
AVARAGE_X5	Pearson Correlation	.667**	.565**	.612**	.524**	.614**	1.000**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

### Uji Validitas Kepuasan Nasabah

		Y.1	Y.2	Y.3	TOTAL_Y	AVARAGE_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.473**	.494**	.795**	.795**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.473**	1	.438**	.784**	.784**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.494**	.438**	1	.828**	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.795**	.784**	.828**	1	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
AVARAGE_Y	Pearson Correlation	.795**	.784**	.828**	1.000**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

## Uji Reliabilitas

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
AVARAGE_X1	20.45	1.769	.391	.797
AVARAGE_X2	20.54	1.802	.284	.810
AVARAGE_X3	20.08	1.274	.660	.734
AVARAGE_X4	20.12	1.255	.692	.724
AVARAGE_X5	20.26	1.383	.671	.733
AVARAGE_Y	20.23	1.264	.613	.749

### Hasil Tanggapan Responden *Tangible*

#### X1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	4	4.0	4.0	4.0
S	74	74.0	74.0	78.0
SS	22	22.0	22.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

#### X1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	12	12.0	12.0	12.0
S	72	72.0	72.0	84.0
SS	16	16.0	16.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

#### X1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	58	58.0	58.0	58.0
S	38	38.0	38.0	96.0
SS	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	



**X1.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	N	36	36.0	36.0	37.0
	S	55	55.0	55.0	92.0
	SS	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X1.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	18	18.0	18.0	18.0
	S	60	60.0	60.0	78.0
	SS	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## Hasil Tanggapan Responden *Reliability*

### X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	4	4.0	4.0	4.0
	S	66	66.0	66.0	70.0
	SS	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	17	17.0	17.0	17.0
	S	70	70.0	70.0	87.0
	SS	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	60	60.0	60.0	60.0
	S	37	37.0	37.0	97.0
	SS	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	N	45	45.0	45.0	46.0
	S	50	50.0	50.0	96.0
	SS	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	24	24.0	24.0	24.0
	S	56	56.0	56.0	80.0
	SS	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tanggapan Responden Terhadap *Responsiveness*

**X3.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	6	6.0	6.0	6.0
	S	62	62.0	62.0	68.0
	SS	32	32.0	32.0	100.0
	Tota	100	100.0	100.0	

**X3.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	7	7.0	7.0	7.0
	S	61	61.0	61.0	68.0
	SS	32	32.0	32.0	100.0
	Tota	100	100.0	100.0	

**X3.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	N	7	7.0	7.0	8.0
	S	61	61.0	61.0	69.0
	SS	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## Hasil Tanggapan Responden *Assurance*

### X4.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	2	2.0	2.0	2.0
	S	69	69.0	69.0	71.0
	SS	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### X4.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	8	8.0	8.0	8.0
	S	69	69.0	69.0	77.0
	SS	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### X4.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	7	7.0	7.0	7.0
	S	64	64.0	64.0	71.0
	SS	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Hasil Tanggapan Responden *Emphaty*

**X5.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	6	6.0	6.0	6.0
	S	71	71.0	71.0	77.0
	SS	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X5.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	12	12.0	12.0	12.0
	S	71	71.0	71.0	83.0
	SS	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X5.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	9	9.0	9.0	9.0
	S	74	74.0	74.0	83.0
	SS	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X5.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	15	15.0	15.0	15.0
	S	61	61.0	61.0	76.0
	SS	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X5.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	18	18.0	18.0	18.0
	S	63	63.0	63.0	81.0
	SS	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## Hasil Tanggapan Responden Kepuasan Nasabah

### Y.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	6	6.0	6.0	6.0
	S	77	77.0	77.0	83.0
	SS	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Y.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	N	6	6.0	6.0	7.0
	S	77	77.0	77.0	84.0
	SS	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Y.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	N	8	8.0	8.0	9.0
	S	67	67.0	67.0	76.0
	SS	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## Rata-Rata Dan Deviasi Standar

**Descriptive Statistics**

	N	Mean		Std. Deviation
	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic
AVARAGE_X1	100	3.88	.020	.199
AVARAGE_X2	100	3.80	.022	.218
AVARAGE_X3	100	4.26	.039	.394
AVARAGE_X4	100	4.21	.039	.392
AVARAGE_X5	100	4.08	.033	.332
AVARACC_Y	100	4.11	.042	.419
Valid N (listwise)	100			

## Korelasi Antar Variabel

**Correlations**

		AVARAGE_X1	AVARAGE_X2	AVARAGE_X3	AVARAGE_X4	AVARAGE_X5	AVARAGE_Y
AVARAGE_X1	Pearson Correlation	1	.602**	.239*	.328**	.386**	.090
	Sig. (2-tailed)		.000	.017	.001	.000	.374
	N	100	100	100	100	100	100
AVARAGE_X2	Pearson Correlation	.602**	1	.135	.230*	.211*	.115
	Sig. (2-tailed)	.000		.180	.021	.035	.253
	N	100	100	100	100	100	100
AVARAGE_X3	Pearson Correlation	.239*	.135	1	.581**	.565**	.604**
	Sig. (2-tailed)	.017	.180		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
AVARAGE_X4	Pearson Correlation	.328**	.230*	.581**	1	.556**	.587**
	Sig. (2-tailed)	.001	.021	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
AVARAGE_X5	Pearson Correlation	.386**	.211*	.565**	.556**	1	.538**
	Sig. (2-tailed)	.000	.035	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
AVARAGE_Y	Pearson Correlation	.090	.115	.604**	.587**	.538**	1
	Sig. (2-tailed)	.374	.253	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

### Uji t

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.243	.663		1.875	.064
	AVERAGE_X1	.515	.203	.245	2.541	.013
	AVERAGE_X2	.378	.175	.174	1.019	.011
	AVERAGE_X3	.341	.101	.321	3.366	.001
	AVERAGE_X4	.339	.102	.318	3.314	.001
	AVERAGE_X5	.321	.122	.254	2.631	.010

### Uji ANOVA

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.781	5	1.756	19.276	.000 <sup>b</sup>
	Residual	8.564	94	.091		
	Total	17.346	99			

### Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	S:d. Error of the Estimate
1	.712 <sup>a</sup>	.506	.480	.302



## LAMPIRAN II

### DAFTAR PERTANYAAN

- 1 Jenis Kelamin
  - Perempuan
  - Laki-Laki
- 2 Usia
  - < 20 tahun
  - 21 – 35 tahun
  - 36 – 50 tahun
  - > 51 tahun
- 3 Pekerjaan
  - Pegawai Swasta
  - Wirausaha
  - PNS
  - Mahasiswa
  - Lainnya
- 4 Pendidikan
  - SD
  - SMP
  - SMA
  - Diploma
  - Sarjana
- 5 Tampilan gedung dan desain interior pada BCA Tamim Bandung tertata secara menarik
  - Sangat Setuju
  - Setuju
  - Netral
  - Tidak Setuju
  - Sangat Tidak Setuju

- 6 Ruang tunggu yang disediakan BCA Tamim Bandung terasa nyaman
- Sangat Setuju
  - Setuju
  - Netral
  - Tidak Setuju
  - Sangat Tidak Setuju
- 7 Lokasi BCA Tamim Bandung mudah dijangkau oleh para nasabah
- Sangat Setuju
  - Setuju
  - Netral
  - Tidak Setuju
  - Sangat Tidak Setuju
- 8 Di BCA Tamim Bandung terdapat fasilitas umum (tempat parkir dan toilet) yang baik dan bersih
- Sangat Setuju
  - Setuju
  - Netral
  - Tidak Setuju
  - Sangat Tidak Setuju
- 9 Penampilan karyawan BCA Tamim Bandung sudah rapi
- Sangat Setuju
  - Setuju
  - Netral
  - Tidak Setuju
  - Sangat Tidak Setuju

- 10 Teller BCA Tamim Bandung selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan yang diharapkan oleh para nasabah
- Sangat Setuju
  - Setuju
  - Netral
  - Tidak Setuju
  - Sangat Tidak Setuju
- 11 Teller BCA Tamim Bandung mampu memberikan informasi kepada nasabah sesuai dengan kebutuhannya
- Sangat Setuju
  - Setuju
  - Netral
  - Tidak Setuju
  - Sangat Tidak Setuju
- 12 Teller BCA Tamim Bandung sudah melayani nasabah secara adil
- Sangat Setuju
  - Setuju
  - Netral
  - Tidak Setuju
  - Sangat Tidak Setuju
- 13 Teller BCA Tamim Bandung sudah memberikan informasi tentang biaya atau tarif terlebih dahulu kepada nasabah secara jelas
- Sangat Setuju
  - Setuju
  - Netral
  - Tidak Setuju
  - Sangat Tidak Setuju

- 14 Teller BCA Tamim Bandung sudah memberikan pelayanan dengan (3S) sopan, santun dan senyum
- Sangat Setuju
  - Setuju
  - Netral
  - Tidak Setuju
  - Sangat Tidak Setuju
- 15 Teller BCA Tamim Bandung mampu menanamkan rasa kepercayaan kepada nasabah
- Sangat Setuju
  - Setuju
  - Netral
  - Tidak Setuju
  - Sangat Tidak Setuju
- 16 Teller dan Satpam BCA Tamim Bandung dengan cepat dan tanggap menangani nasabah yang kesulitan dalam pengisian slip setoran
- Sangat Setuju
  - Setuju
  - Netral
  - Tidak Setuju
  - Sangat Tidak Setuju
- 17 Teller dan Satpam BCA Tamim Bandung menyambut nasabah maupun bukan nasabah BCA secara sigap dan adil
- Sangat Setuju
  - Setuju
  - Netral
  - Tidak Setuju
  - Sangat Tidak Setuju

- 18 Nasabah atau bukan nasabah BCA mudah dalam melakukan transaksi setoran tunai berjenis tabungan tahapan di teller
- Sangat Setuju
  - Setuju
  - Netral
  - Tidak Setuju
  - Sangat Tidak Setuju
- 19 Nasabah merasakan suasana nyaman saat melakukan transaksi setoran tunai berjenis tabungan tahapan di teller
- Sangat Setuju
  - Setuju
  - Netral
  - Tidak Setuju
  - Sangat Tidak Setuju
- 20 Teller BCA Tamim Bandung mampu berkomunikasi dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami
- Sangat Setuju
  - Setuju
  - Netral
  - Tidak Setuju
  - Sangat Tidak Setuju
- 21 Pelayanan yang diberikan oleh teller BCA Tamim Bandung sudah memenuhi harapan para nasabah
- Sangat Setuju
  - Setuju
  - Netral
  - Tidak Setuju
  - Sangat Tidak Setuju

- 22 Teller BCA Tamim Bandung mampu memberikan perhatian atau kesan yang baik terhadap nasabah
- Sangat Setuju
  - Setuju
  - Netral
  - Tidak Setuju
  - Sangat Tidak Setuju
- 23 Bank BCA Tamim Bandung sudah menjadi Bank yang tepat untuk nasabah
- Sangat Setuju
  - Setuju
  - Netral
  - Tidak Setuju
  - Sangat Tidak Setuju
- 24 Teller BCA Tamim Bandung mampu menjaga intensitas komunikasi kepada nasabah dengan baik
- Sangat Setuju
  - Setuju
  - Netral
  - Tidak Setuju
  - Sangat Tidak Setuju
- 25 Teller BCA Tamim Bandung mampu memahami kebutuhan para nasabah
- Sangat Setuju
  - Setuju
  - Netral
  - Tidak Setuju
  - Sangat Tidak Setuju

- 26 Teller BCA Tamim Bandung mudah dalam menanggapi keluhan nasabah
- Sangat Setuju
  - Setuju
  - Netral
  - Tidak Setuju
  - Sangat Tidak Setuju
- 27 Teller BCA Tamim melakukan konfirmasi saat penginputan (cross check) pada nasabah saat melakukan transaksi setoran tunai berjenis tabungan tahapan
- Sangat Setuju
  - Setuju
  - Netral
  - Tidak Setuju
  - Sangat Tidak Setuju
- 28 Teller BCA Tamim Bandung memberikan pelayanan secara cepat, tepat dan akurat
- Sangat Setuju
  - Setuju
  - Netral
  - Tidak Setuju
  - Sangat Tidak Setuju
- 29 Nasabah sudah merasa puas saat di layani oleh teller BCA Tamim Bandung
- Sangat Setuju
  - Setuju
  - Netral
  - Tidak Setuju
  - Sangat Tidak Setuju

## LAMPIRAN III

### RIWAYAT PENULIS



Nama penulis adalah Elvana Christina. Penulis dilahirkan di Bandung, 16 Juli 1995 sebagai anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan Emil Yusuf dan Devy Sutisna. Saat ini penulis tinggal di Komplek Lembah Sariwangi No.30 Kecamatan Parongpong, Bandung Barat. Penulis menempuh pendidikan dimulai dari SDK Paulus I/II Bandung, melanjutkan SMPK 5 BPK Penabur Bandung, SMAK 3 BPK Penabur Bandung dan Universitas Padjadjaran Fakultas Ilmu Komunikasi jenjang D3. Saat ini penulis bekerja di PT Bank Central Asia Tbk. Cabang Tamim Bandung sebagai teller. Penulis saat ini merintis usaha kecil di bidang fashion , yaitu produksi sepatu sandal untuk wanita.