

**PENGARUH PENGGUNAAN BCA MOBILE TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH  
(STUDI PADA NASABAH BCA KCP BURANGRANG  
KOTA BANDUNG)**

**SKRIPSI**

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

Disusun oleh:

**Amelia Priskila Yohannes**

**381861013**



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI STAN-INDONESIA MANDIRI  
BANDUNG  
2020**

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**PENGARUH PENGGUNAAN BCA MOBILE TERHADAP KEPUASAN**  
**NASABAH**  
**(STUDI PADA NASABAH BCA KCP BURANGRANG KOTA BANDUNG)**

Oleh

**Amelia Priskila Yohannes**

**381861013**

Tugas akhir ini diterima dan disahkan untuk

Memenuhi persyaratan mencapai gelar

SARJANA EKONOMI

Pada

PROGRAM STUDI MANAJEMEN STIE STAN-INDONESIA MANDIRI

Bandung, Juni 2020

Disahkan Oleh

Ketua Program Studi,

Dosen Pembimbing,

Evan Jaelani, S.T.,M.M.

Novi Rukhviyanti, S.T., M.Si.

NIDN. 0420058401

NIDN. 0423047602

## **SURAT PERNYATAAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Amelia Priskila Yohannes

Nim : 381861013

Jurusan : Manajemen S1

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul :

**“PENGARUH PENGGUNAAN BCA MOBILE TERHADAP KEPUASAN NASABAH (STUDI PADA NASABAH BCA KCP BURANGRANG KOTA BANDUNG)”**

Adalah karya ilmiah yang disusun sendiri oleh penanda tangan 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

Amelia Priskila Yohannes

381861013

**LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR**

**PENGARUH PENGGUNAAN BCA MOBILE TERHADAP KEPUASAN  
NASABAH  
(STUDI PADA NASABAH BCA KCP BURANGRANG KOTA BANDUNG)**

**Oleh :**

**Amelia Priskila Yohannes**

**381861013**

**Telah melakukan sidang tugas akhir pada hari Rabu 03 Juni 2020**

**Bandung, Juni 2020**

Menyetujui

No.	Nama	Keterangan	Tanda Tangan
1	Novi Rukhviyanti, S.T., M.Si.	Pembimbing	
2	Dr. Ivan A. Setiawan, M.M.	Penguji 1	
3	Dr. Hj. Nur Hayati, SE., M.Si.	Penguji 2	

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH PENGGUNAAN BCA MOBILE TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH**

**(Studi Pada Nasabah BCA KCP Burangrang Bandung)**

Oleh

AMELIA PRISKILA YOHANNES

381861013

Tugas akhir ini telah diterima dan disahkan untuk memenuhi persyaratan  
mencapai gelar

**SARJANA EKONOMI**

Pada

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN STIE STAN-INDONESIA MANDIRI**

Bandung, Rabu 3 Juni 2020 Disahkan oleh

Ketua Program Studi,

Dosen Pembimbing,

Evan Jaelani, ST.,M.M.  
NIDN, 0420058401

Novi Rukhviyanti, S.T., M.Si.  
NIDN, 0423047602

Mengetahui,

Wakil Ketua Bidang Akademik,

Patah Herwanto, ST., M.Kom.

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG**

**PENGARUH PENGGUNAAN BCA MOBILE TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH**

**(Studi Pada Nasabah BCA KCP Burangrang Bandung)**

AMELIA PRISKILA YOHANNES

381861013

Telah melakukan sidang tugas akhir pada hari Kamis tanggal Rabu 03 Juni 2020 dan telah melakukan revisi sesuai dengan masukan pada saat sidang tugas akhir.

Bandung, Rabu 3 Juni 2020

Menyetujui,

NO	Nama	Keterangan	Tanda Tangan
1	Novi Rukhviyanti, S.T., M.Si.	Pembimbing	
2	Dr. Ivan A. Setiawan, M.M.	Penguji 1	
3	Dr. Hj. Nur Hayati, SE., M.Si.	Penguji 2	

## **LEMBAR PERNYATAAN PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Amelia Priskila Yohannes

Nim : 381861013

Jurusan : Manajemen S1

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul :

**PENGARUH PENGGUNAAN BCA MOBILE TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH  
(STUDI PADA NASABAH BCA KCP BURANGRANG KOTA 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 ,  
Amelia Priskila Yohannes

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan YME, karena atas ridho dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“PENGARUH PENGGUNAAN BCA MOBILE TERHADAP KEPUASAN NASABAH (STUDI PADA NASABAH BCA KCP BURANGRANG KOTA BANDUNG)”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di STIE STAN IM Bandung. Sepanjang penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis menyadari banyak hambatan-hambatan dan kesulitan-kesulitan yang penulis hadapi, namun berkat doa dan dorongan dari berbagai pihak, skripsi ini dapat diselesaikan. penulis juga mengucapkan terima kasih kepada STIE STAN IM Bandung, khususnya program studi Manajemen atas kesempatan dan didikan yang diberikan selama ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, tentu saja tidak lepas dari doa, bantuan, dorongan dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Novi Rukhviyanti, S.T., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan perhatiannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Evan Jaelani, S.T.,M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE STAN-Indomesia Mandiri Bandung.
3. Bapak Dr. Chairuddin, Ir., M.M., M.T. selaku ketua STMIK dan STIE STAN Indonesia Mandiri Bandung.



4. Seluruh Dosen dan Staf Pengajar di lingkungan STIE-STAN Indonesia Mandiri Bandung yang telah banyak memberikan ilmunya sewaktu penulis mengikuti perkuliahan.
5. Seluruh Staf Administrasi, Perpustakaan, dan Karyawan STIE-STAN Indonesia Mandiri.
6. Kepada dosen penguji 1 dan dosen penguji 2 yang sudah meluangkan waktu untuk memberikan masukan pada skripsi ini.
7. Perusahaan PT Bank Central Asia yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian ini.
8. Ibunda tercinta Lanny Kurniatedja yang telah memberikan dukungan moril dan materiil serta selalu mendoakan, mendukung, dan menyemangati penulis dalam mengerjakan skripsi.
9. Sahabat-sahabat penulis dimasa perkuliahan, Yusup Maulana, Elvana Christina dan Mukhlisin yang selalu mendengarkan keluh kesah dan memberikan saran atas curhatan hati penulis selama perkuliahan, memberikan hiburan dikala penulis sedih dan memberikan semangat luar biasa kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih.
10. Andy Tanujaya selaku pimpinan cabang PT Bank Central Asia Burangrang Kota Bandung yang telah membantu tanpa pamrih serta memberikan data-data yang diperlukan penulis dalam penulisan skripsi ini.

11. Jেসিসca Octaviani selaku Officer yang telah banyak membantu meringankan jadwal kerja penulis selama perkuliahan agar penulis mampu mengikuti perkuliahan dengan semestinya.
12. Para senior yang telah memberikan arahan dan contoh mengenai pengerjaan skripsi.
13. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu yang telah memberikan bantuan baik moril maupun materil kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Karena penyusunan skripsi ini melibatkan banyak pihak, kemungkinan ada pihak yang tidak penulis sebutkan dan melalui ini penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya. Penulis yakin dan sadar bahwa penelitian ini tidak akan berhasil tanpa kerja keras, bantuan banyak orang, doa dari semua pihak dan pertolongan Tuhan .

Penulis berharap semoga Tuhan memberikan kemampuan kepada penulis agar dapat membalas setiap kebaikan mereka yang telah memberikan bantuan dan semoga semua amal baik yang telah di berikan akan menjadi pahala dan mendapat balasan berlipat dari Tuhan. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca sekalian.

Bandung, Juni 2020

Amelia Priskila Yohannes

381861013

**MOTTO**

“Talk Less. Do More”

*~Emy Poehler ~*

“Selesaikan apa yang saya telah mulai.”

*~ Amelia Priskila Yohannes ~*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : Pengaruh Penggunaan BCA *Mobile* Terhadap Kepuasan Nasabah di BCA KCP Burangrang Kota Bandung. Jumlah sample yang digunakan sebanyak 76 orang responden dengan menggunakan teknik *probability sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, sedangkan untuk metode analisis yang digunakan adalah uji instrument validitas, uji reabilitas, hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (*tangible, reability, responsiveness, assurance, empathy*) secara parsial dan simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Kata kunci : kualitas pelayanan, kepuasan nasabah.

## ***ABSTRACT***

*This study aims to determine : the influence of quality BCA Mobile toward customer satisfaction in BCA KCP Burangrang Kota Bandung. This research using a sample of 76 customers with probability sampling method. Data collection techniques using questionnaires, while the data analysis methods used are research instruments include test validity and reliability testing, hypothesis testing. The results showed that tangibles, reliability, responsiveness, assurance and Empathy in partial and simultan has positive influence on customer satisfaction.*

*Keywords : quality of service, customer satisfaction.*

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN PLAGIARISME .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
<b>1.1. Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>1.2. Rumusan Masalah</b> .....	7
<b>1.3. Tujuan Penelitian</b> .....	7
<b>1.4. Kegunaan Penelitian</b> .....	8
1.4.1. Kegunaan Teoritis.....	8
1.4.2. Kegunaan Praktis.....	9

BAB II.....	10
TINJAUAN TEORI.....	10
<b>2.1. Tinjauan Teori</b> .....	10
2.1.1.    Kualitas Pelayanan .....	10
2.1.2.    Kepuasan Pelanggan.....	13
<b>2.2. Pengembangan Hipotesis</b> .....	16
<b>2.3. Model Penelitian</b> .....	19
2.3.1.    Model Analisis .....	19
2.3.2.    Hipotesis Penelitian .....	19
BAB III.....	17
OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	17
<b>3.1. Objek Penelitian</b> .....	17
<b>3.2. Lokasi Penelitian</b> .....	19
<b>3.3. Metode Penelitian</b> .....	20
3.3.1.    Unit Penelitian.....	20
3.3.2.    Populasi dan Sampel.....	21
3.3.3.    Teknik Pengambilan Sampel dan Penentuan Ukuran Sampel .....	21
3.3.2.    Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.3.3.    Jenis Sumber Data .....	24
3.3.4.    Operasionalisasi Variabel .....	25

3.3.5.	Instrumen Pengukuran .....	26
3.3.6.	Pengujian Kualitas Instrumen Pengukuran .....	30
3.3.7.	Teknik Analisis Statistik Deskriptif .....	31
3.3.8.	Rata-Rata dan Deviasi Standar .....	33
3.3.9.	Analisis Korelasi .....	33
3.3.10.	Pengujian Hipotesis .....	33
BAB IV .....		36
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		36
<b>4.1.</b>	<b>Hasil Penelitian .....</b>	<b>36</b>
4.1.1.	Gambaran Responden .....	36
4.1.2.	Uji Validitas Instrumen .....	38
4.1.3.	Uji Realibilitas Instrumen .....	40
4.1.4.	Analisis Deskriptif untuk Jawaban Responden .....	41
4.1.5.	Rata-Rata dan Deviasi Standar .....	68
4.1.6.	Analisis Korelasi .....	70
4.1.7.	Pengujian Hipotesis .....	71
4.1.7.3.	Koefisien Determinasi .....	82
<b>4.2.</b>	<b>Pembahasan .....</b>	<b>83</b>
BAB V .....		87
KESIMPULAN DAN SARAN .....		87



<b>5.1. Kesimpulan</b> .....	87
5.2.1. Saran Teoretis.....	88
5.2.2. Saran Praktis.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....	89

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Instrumen Pengukuran.....	26
Tabel 3.2. Skala Pengukuran Variabel.....	30
Tabel 3.3. Nilai bobot Standar.....	32
Tabel 4.1. Usia Responden.....	36
Tabel 4.2. Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.3. Pendidikan Terakhir.....	37
Tabel 4.4. Apakah saudara menggunakan aplikasi <i>Mobile</i> BCA?.....	37
Tabel 4.5. Transaksi apa yang paling sering saudara gunakan:.....	38
Tabel 4.6. Uji Validitas.....	39
Tabel 4.7. Uji Reliabilitas.....	40
Tabel 4.8. Nilai Bobot Standar.....	41
Tabel 4.9. Jawaban Responden untuk pertanyaan 1.....	42
Tabel 4.10. Jawaban Responden untuk pertanyaan 2.....	43
Tabel 4.11. Jawaban Responden untuk pertanyaan 3.....	43
Tabel 4.12. Jawaban Responden untuk pertanyaan 4.....	44
Tabel 4.13. Rekapitulasi variabel Tangibles.....	45
Tabel 4.14. Jawaban Responden untuk pertanyaan 5.....	45
Tabel 4.15. Jawaban Responden untuk pertanyaan 6.....	46
Tabel 4.16. Jawaban Responden untuk pertanyaan 7.....	47
Tabel 4.17. Jawaban Responden untuk pertanyaan 8.....	48

Tabel 4.18. Jawaban Responden untuk pertanyaan 9 .....	48
Tabel 4.19. Rekapitulasi untuk variabel Reliability .....	49
Tabel 4.20. Jawaban Responden untuk pertanyaan 10 .....	50
Tabel 4.21. Jawaban Responden untuk pertanyaan 11 .....	51
Tabel 4.22. Jawaban Responden untuk pertanyaan 12 .....	51
Tabel 4.23. Jawaban Responden untuk pertanyaan 13 .....	52
Tabel 4.24. Rekapitulasi Variabel Responsiveness .....	53
Tabel 4.25. Jawaban Responden untuk pertanyaan 14 .....	54
Tabel 4.26. Jawaban Responden untuk pertanyaan 15 .....	55
Tabel 4.27. Jawaban Responden untuk pertanyaan 16 .....	55
Tabel 4.28. Jawaban Responden untuk pertanyaan 17 .....	56
Tabel 4.29. Rekapitulasi Variabel Assurance .....	57
Tabel 4.30. Jawaban Responden untuk pertanyaan 18 .....	58
Tabel 4.31. Jawaban Responden untuk pertanyaan 19 .....	59
Tabel 4.32. Jawaban Responden untuk pertanyaan 20 .....	60
Tabel 4.33. Jawaban Responden untuk pertanyaan 21 .....	60
Tabel 4.34. Rekapitulasi Variabel Empathy.....	61
Tabel 4.35. Jawaban Responden untuk pertanyaan 22 .....	62
Tabel 4.36. Jawaban Responden untuk pertanyaan 23 .....	63
Tabel 4.37. Jawaban Responden untuk pertanyaan 24 .....	64
Tabel 4.38. Jawaban Responden untuk pertanyaan 25 .....	65
Tabel 4.39. Jawaban Responden untuk pertanyaan 26 .....	66
Tabel 4.40. Jawaban Responden untuk pertanyaan 27 .....	66

Tabel 4.41. Rekapitulasi Jawaban Kepuasan Nasabah .....	67
Tabel 4.42. Rata-Rata dan Deviasi Standar.....	68
Tabel 4.43. Analisis Korelasi .....	70
Tabel 4.44. Rekapitulasi.....	73
Tabel 4.45. Uji Hipotesis 1.....	75
Tabel 4.46. Uji Koefisien Determinasi Hipotesis 1 .....	76
Tabel 4.47. Uji Hipotesis 2.....	77
Tabel 4.48. Uji Koefisien Determinasi Hipotesis 2 .....	77
Tabel 4.49. Uji Hipotesis 3.....	78
Tabel 4.50. Uji Koefisien Determinasi Hipotesis 3 .....	79
Tabel 4.51. Uji Hipotesis 4.....	80
Tabel 4.52. Uji Koefisien Determinasi Hipotesis 4 .....	80
Tabel 4.53. Uji Hipotesis Tabel 5 .....	81
Tabel 4.54. Uji Koefisien Determinasi Hipotesis 5 .....	82
Tabel 4.55. Uji Koefisien Determinasi Gabungan.....	82

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Analisa .....	19
-------------------------------	----

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 .....	91
Lampiran 2 .....	111
Lampiran 3 .....	116

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Dalam kehidupan modern, Bank merupakan salah satu hal yang tidak terpisahkan dari aktivitas Finansial masyarakat. Dengan adanya Bank, maka seluruh anggota masyarakat dapat memiliki akses terhadap pelayanan finansial, seperti tabungan, deposito, maupun kredit yang berkualitas dan aman. Karena itu, penting bagi setiap usaha perbankan untuk dapat memunculkan kepercayaan masyarakat, melalui pelayanan yang berkualitas. Dengan jumlah masyarakat Indonesia yang mencapai 250 juta orang, layanan perbankan menarik banyak perusahaan untuk memperebutkan pangsa pasar perbankan di masyarakat, dengan layanan dan produk yang kompetitif.

*Institute for Development of Economics and Finance (Indef)* menyebut persaingan industri perbankan kian ketat. Meski demikian, jumlah transaksi dari perbankan semakin tergerus dengan adanya perkembangan *Fintech* di Indonesia. Pada tahun 2019, BPS mencatatkan nilai transaksi uang elektronik, kartu debit, dan kartu kredit yang sempat tumbuh sebesar 13,81 persen di kuartal IV-2018 akan tetapi melambat dengan hanya tumbuh 3,85 persen di kuartal IV-2019. Catatan tersebut sejalan dengan pernyataan Bank Indonesia (BI) yang sempat menyatakan bahwa uang beredar turun karena beralih ke uang elektronik, debit, dan kartu kredit. Akan tetapi, data tersebut juga menunjukkan bahwa transaksi

uang elektronik, kartu debit, dan kartu kredit yang mengalami perlambatan (Medcom.id, 2019). Dengan demikian, perusahaan Perbankan menghadapi tantangan yang semakin besar juga, untuk bersaing dan menarik minat konsumen untuk menggunakan jasa perbankan yang ditawarkan.

Untuk menghadapi persaingan ini, maka BCA meluncurkan juga aplikasi terpadu untuk dapat membantu nasabah untuk dapat melakukan aktivitas keuangan di lingkungannya. *BCA Mobile* adalah salah satu fitur *mobile banking* yang dimiliki BCA untuk memanjakan nasabahnya dalam melakukan kegiatan perbankan dengan memanfaatkan aplikasi yang bisa dijalankan di berbagai macam jenis smarphone, termasuk Blackberry, Android, Windows Phone, iPhone, dan Nokia X. *BCA Mobile* merupakan layanan aplikasi *smartphone* yang dapat digunakan untuk transaksi perbankan, baik melalui *KlikBCA (internet banking)* maupun *m-BCA (mobile banking)* selama terhubung dengan jaringan internet. Sasaran dari pembuatan aplikasi *mobile banking* membantu para nasabah agar lebih mudah dalam melakukan kegiatan perbankan. Kegiatan perbankan semisal transaksi, cek saldo, ataupun pembelian pulsa menjadi lebih efisien dengan memakai *mobile banking*. Aplikasi ini merupakan bagian dari pelayanan yang diberikan perusahaan pada para konsumen. Dalam penelitian ini, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh dari Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada salah satu cabang BCA Burangrang di Kota Bandung. Cabang ini merupakan salah satu cabang yang cukup besar, yang melayani kebutuhan konsumen.



Pada perusahaan yang bergerak di bidang jasa, khususnya jasa perbankan, kemampuan untuk bersaing sering diupayakan dalam kepuasan konsumen. Majid (2009), mengungkapkan bahwa bahwa pelayanan yang baik dan berkualitas akan mampu memenuhi harapan pelanggan, dan pelanggan yang harapan-harapannya terpenuhi dapat dipastikan pelanggan tersebut merasakan suatu kepuasan. Pernyataan dari Kotler dan Keller (2014), juga menguatkan bahwa pelanggan akan sangat puas, jika mendapatkan pelayanan yang melebihi harapannya. Jika apa yang didapatkan melebihi dari apa yang diharapkan sebelumnya, maka pelanggan akan merasakan sangat puas, namun sebaliknya jika yang didapatkan kurang dari harapan sebelumnya, maka pelanggan akan kecewa sebagai bentuk ketidakpuasan. Bukan hanya itu, kepuasan konsumen merupakan modal dasar untuk membentuk loyalitas yang bisa dijadikan sebagai salah satu modal untuk meningkatkan keunggulan bersaing suatu dalam perusahaan yang bergerak di sektor jasa.

Parasuraman et al dalam Kotler (2016) mendefinisikan kualitas layanan sebagai layanan yang diterima konsumen telah sesuai dengan harapan konsumen akan kualitas. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting bagi keberhasilan bank sebagai perusahaan jasa saat ini. Karena dewasa ini masalah kepuasan nasabah melalui pelayanan telah menjadi komitmen bagi perbankan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Jika pelayanan yang diberikan kepada nasabah merupakan pelayanan yang baik dan mampu memberikan kepuasan yang optimal bagi nasabah, maka nasabah akan merasakan kepuasan. Di sisi lain, jika

konsumen merasakan bahwa pelayanan yang diberikan tidak baik, maka konsumen akan merasakan ketidakpuasan terhadap layanan yang diterima.

Dalam bidang perbankan yang merupakan pelayanan jasa, kualitas pelayanan merupakan hal yang penting. Begitupula fenomena yang terjadi di BCA KCP Burangrang Kota Bandung, dari hasil wawancara dengan pimpinan cabang terkait adanya penurunan kualitas pelayanan dan nasabah enggan bertransaksi dengan rutin. Peningkatan kualitas layanan, merupakan salah satu strategi bisnis yang ditekankan pada untuk memuaskan konsumen. Setiap perusahaan yang memiliki kualitas jasa, memerlukan service excellence atau pelayanan yang unggul, yakni suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan (Tjiptono, 2014). Kualitas layanan yang baik, dapat berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen. Dimensi kualitas jasa yang terdiri dari: 1) Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan, 2) Daya tanggap (*Responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap, 3) Jaminan (*assurance*), yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan, 4) Empati (*Empathy*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan, dan 5) Bukti fisik (*Tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi (Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, dalam Kotler, 2014).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Al-Sayyed, Suifan, dan Alawneh (2015), dengan judul “*Exploring the Effect of Perceived Service quality on Customers Satisfaction: A Study of Banking Sector in Jordan*”, ditemukan bahwa dengan jumlah sampel sejumlah 270 orang, ditemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh pada kepuasan konsumen pada nasabah bank di Yordania. Sementara, dalam penelitian yang dilakukan oleh Prawiramulia berjudul “Pengaruh Kualitas *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri (Studi pada Pengguna Mandiri *Mobile* di Kota Bandung)”, didapat bahwa kualitas Mandiri *Mobile* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Mandiri *Mobile* di kota Bandung sebesar 62,9%. Sementara, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Utami dan Jatra (2015), berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur”, didapat hasil bahwa bahwa keseluruhan variabel kualitas layanan (bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Restoran Baruna Sanur.

Hal ini menunjukkan hal yang tidak konsisten dengan hasil penelitian lain yang dilakukan oleh Yenni (2018), dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT.PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Makassar Selatan. Berdasarkan hasil penelitian ini, tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan secara signifikan. Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bukti fisik (X1) memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, variabel jaminan (X4) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan

pelanggan, dan masing-masing variabel Keandalan (X2), ketanggapan (X3), empati (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, hal ini memperlihatkan adanya inkonsistensi dari berbagai hasil penelitian yang didapat. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya perbedaan, yang menunjukkan adanya berbagai variasi hasil penelitian dari berbagai hasil penelitian yang dilakukan.

Namun, ada juga ahli yang mengungkapkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan tidak memiliki hubungan saling mempengaruhi satu sama lain (Dabholkar, 1995; McAlexander, Kaldenberg dan Koenig, 1994). Dengan demikian, sekalipun ada ketidaksepakatan para ahli mengenai konseptualisasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, terdapat posisi dominan dimana kualitas pelayanan dianggap sebagai hal yang dapat menyebabkan kepuasan konsumen (Minh dan Huu, 2016). Dengan demikian, pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen belum dapat dipastikan, karena bergantung pada kecenderungan fenomena yang terjadi.

Berbagai hal ini, membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul “Pengaruh Antara Kualitas Pelayanan BCA *Mobile* Terhadap Kepuasan Nasabah Di BCA KCP Burangrang Kota Bandung.”

## 1.2. Rumusan Masalah

Peneliti dapat mengungkapkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penggunaan (*reability, responsiveness, assurance, Empathy, Tangibles*) *BCA Mobile* pada nasabah di *BCA KCP Burangrang Kota Bandung*?
2. Bagaimana Kepuasan Nasabah *BCA Mobile* di *BCA KCP Burangrang Kota Bandung*?
3. Bagaimana Pengaruh (*reability, responsiveness, assurance, Empathy, tangibles*) *BCA Mobile* secara parsial Terhadap Kepuasan Nasabah *BCA Mobile* di *BCA KCP Burangrang Kota Bandung*?
4. Bagaimana pengaruh penggunaan (*reability, responsiveness, assurance, Empathy, tangibles*) *BCA Mobile* secara simultan Terhadap Kepuasan nasabah di *BCA KCP Burangrang Kota Bandung*?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui penggunaan (*reability, responsiveness, assurance, Empathy, tangible*) *BCA Mobile* pada nasabah di *BCA KCP Burangrang Kota Bandung*.
2. Untuk mengetahui Kepuasan Nasabah *BCA Mobile* di *BCA KCP Burangrang Kota Bandung*.

3. Untuk mengetahui Pengaruh (*reability, responsiveness, assurance, Empathy, tangibles*) BCA Mobile secara parsial Terhadap Kepuasan Nasabah di BCA KCP Burangrang Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan (*reability, responsiveness, assurance, Empathy, tangibles*) BCA Mobile secara simultan Terhadap Kepuasan nasabah di BCA KCP Burangrang Kota Bandung.

#### **1.4. Kegunaan Penelitian**

##### **1.4.1. Kegunaan Teoritis**

Kegunaan teoritis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan teoritis bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan dapat menjadi bahan evaluasi mengenai pengaruh antara *Service quality* terhadap kepuasan konsumen pada nasabah perbankan.
2. Untuk STIE STAN INDONESIA MANDIRI, yaitu memperkaya hasil-hasil penelitian berkaitan dengan antara *Service quality* terhadap kepuasan konsumen perbankan.
3. Penelitian selanjutnya, digunakan sebagai tambahan bahan referensi. Hasil penelitian ini tentunya masih terdapat kekurangannya. Oleh sebab itu terbuka lebar bagi penelitian sejenis yang akan melakukan penelitian mengenai topik serupa di kemudian hari.

#### **1.4.2. Kegunaan Praktis**

Kegunaan praktis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai pengaruh *Service quality* terhadap kepuasan konsumenserta dapat memperkaya keilmuan dan memberikan masukan bagi perkembangan ilmu manajemen pemasaran. Dalam kegunaan praktis dalam penulisan ini adalah untuk mengetahui *Service quality* terhadap kebiasaan masyarakat Indonesia khususnya masyarakat nasabah BCA cabang Burangrang dalam mencapai kepuasan. Diharapkan, dengan adanya pelayanan yang berkualitas, dapat mendorong adanya konsumen yang puas, sehingga dapat menjadi konsumen yang memunculan perilaku yang loyal di kemudian hari. Penelitian ini diharapkan dapat juga menjadi tambahan ilmu pengetahuan serta referensi bagi perusahaan, sehingga dapat menerapkan pelayanan yang berkualitas di kemudian hari. Diharapkan juga dapat berguna untuk perkembangan teori bagi penelitian serupa di masa yang akan datang.

## **BAB II**

### **TINJAUAN TEORI**

#### **2.1. Tinjauan Teori**

##### **2.1.1. Kualitas Pelayanan**

###### **2.1.1.1. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima. Menurut Lewis dan Boom (2009), kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan. Sedangkan menurut Tjiptono dan Chandra (2011), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa ada faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu : Jasa yang diharapkan dan jasa yang dirasakan atau dipersepsikan. Apabila jasa yang dirasakan sesuai dengan jasa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan tersebut akan dipersepsikan baik atau positif. Jika jasa yang dipersepsikan melebihi jasa yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Demikian juga sebaliknya apabila jasa yang dipersepsikan lebih jelek dibandingkan dengan jasa yang



diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan negatif atau buruk. Maka baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

#### **2.1.1.2. Dimensi Kualitas Pelayanan**

Untuk mempermudah penilaian dan pengukuran kualitas pelayanan dikembangkan suatu alat ukur kualitas layanan yang disebut *SERVQUAL* (service Quality). *SERVQUAL* ini merupakan skala multi item yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi pelanggan atas kualitas layanan yang meliputi lima dimensi (Hardiyansyah, Zeithaml dalam, 2018) yaitu :

- 1. *Tangibles* (bukti langsung)**, yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan perusahaan. Indikator dalam dimensi ini adalah penampilan fisiks aat melakukan pelayanan, ketersediaan sarana-prasarana, peralatan, kedisiplinan pegawai atau personel, kemudahan memperoleh atau melakukan komunikasi dan informasi.
- 2. *Reliability* (kehandalan)**, yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketetapan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi. Indikator pada dimensi ini

adalah kemampuan untuk melaksanakan layanan yang dijanjikan, ketepatan atau keakuratan metode pelayanan, kemampuan mengoperasikan berbagai peralatan dalam pelayanan, dan kemampuan pegawai dalam memberikan solusi terhadap masalah pelayanan.

3. ***Responsiveness (daya tanggap)***, yaitu kemampuan maskapai penerbangan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada para pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan pelanggan menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. Indikator dalam dimensi ini adalah ketanggapan pegawai terhadap berbagai masalah, kecepatan dalam menganggapi, kecepatan dalam memproses.
4. ***Assurance (jaminan)***, adanya kepastian yaitu pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada pelayanan perusahaan yang memiliki beberapa indikator sebagai yaitu keterbukaan prosedur, kepastian waktu dan biaya, pengetahuan dan kesopanan karyawan, dan kemampuan untuk menyampaikan kepercayaan dan keyakinan.
5. ***Empathy (empati)***, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individu atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Dimana suatu

perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Indikator dalam penelitian ini adalah perhatian terhadap masalah, keinginan pegawai untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh pengguna (Hardiansyah, 2018).

### **2.1.2. Kepuasan Pelanggan**

Definisi kepuasan pelanggan menurut (Kotler, 2014) ialah: Perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Dari definisi tersebut dapat dikatakan kepuasan pelanggan dapat dirasakan setelah pelanggan membandingkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian barang atau jasa dari penjual atau penyedia barang atau jasa dengan harapan dari pembeli itu sendiri. Harapan tersebut terbentuk melalui pengalaman pertama mereka dalam membeli suatu barang atau jasa, komentar teman dan kenalan, serta janji dan informasi pemasar dan pesaingnya. Pemasar yang ingin unggul dalam persaingan tentu harus memperhatikan harapan pelanggan serta kepuasan pelanggannya.

Sedangkan definisi kepuasan pelanggan yang dirumuskan oleh Barnes (2013) ialah : Kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhannya. Hal itu berarti penilaian bahwa suatu bentuk keistimewaan dari suatu barang atau jasa ataupun barang/jasa itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk

pemenuhan kebutuhan di bawah harapan atau pemenuhan kebutuhan melebihi harapan pelanggan.

Manfaat menciptakan kepuasan pelanggan membawa dampak yang besar bagi perusahaan. (Hasan, 2013) menyatakan manfaat kepuasan pelanggan meliputi :

1. Pendapatan

Efek kepuasan pelanggan terhadap kinerja pendapatan atau keuntungan jangka panjang (performance measures reflecting long-term profitability) dibentuk oleh berbagai dimensi strategis yang lebih kompetitif melalui kesetiaan merek, mutu produk, asosiasi merek atau perusahaan, sanak keluarga berharga, aktivitas produksi baru, kemampuan capaian karyawan dan manajer.

2. Reaksi Terhadap Produsen Berbiaya Rendah

Pemotongan harga dianggap oleh banyak perusahaan menjadi senjata ampuh untuk meraih pangsa. Banyak pelanggan yang bersedia membayar harga lebih mahal untuk pelayanan dan kualitas produk yang lebih baik. Strategi fokus pada kepuasan pelanggan merupakan alternatif terbaik dalam mempertahankan pelanggan untuk menghadapi para produsen berbiaya rendah.

3. Manfaat Ekonomis

Dengan memertahankan dan memuaskan pelanggan saat ini jauh lebih mudah dibandingkan terus-menerus berupaya menarik atau

memprospek pelanggan baru, biaya memertahankan pelanggan lebih murah dibandingkan biaya mencari pelanggan baru.

#### 4. Reduksi Sensitivitas Harga

Pelanggan yang puas terhadap sebuah perusahaan cenderung lebih jarang menawar harga untuk setiap pembelian individualnya. Kepuasan pelanggan mengalihkan fokus pada harga pelayanan dan kualitas.

#### 5. Key Sukses Bisnis Masa Depan

Dalam hal ini, terdapat tiga hal, yaitu : Kepuasan pelanggan merupakan strategi bisnis jangka panjang, membangun dan memperoleh reputasi produk-perusahaan dibutuhkan waktu yang cukup lama, diperlukan investasi besar pada serangkaian aktivitas bisnis untuk membahagiakan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan indikator kesuksesan bisnis di masa depan yang mengukur kecenderungan reaksi pelanggan terhadap perusahaan di masa yang akan datang. Program kepuasan pelanggan relatif mahal dan hanya mendatangkan laba jangka panjang yang relatif lama. Ukuran kepuasan pelanggan lebih prediktif untuk kinerja masa depan sekalipun tidak mangabaikan data akuntansi.

#### 6. Word-Of-Mouth Relationship

Pelanggan yang puas dapat menjadikan hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, menjadi *advocator* bagi perusahaan terutama ketika reputasi perusahaan atau produk dilecehkan oleh orang lain, serta membentuk rekomendasi

positif dari mulut ke mulut yang sangat menguntungkan bagi perusahaan.

## **2.2. Pengembangan Hipotesis**

Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan bagi perusahaan agar mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan dari pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Tjiptono (2006:59) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Adanya kualitas pelayanan yang baik di suatu perusahaan akan menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Salah satu tindakan untuk memuaskan pelanggan, yaitu dengan memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya. Pelayanan tersebut dapat berupa kecepatan dan ketepatan waktu dalam melayani pelanggan, tanggap terhadap keluhan pelanggan, serta memberikan pilihan solusi yang terbaik.

- H1 : terdapat pengaruh antara penggunaan (*Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangibles*) secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah BCA *Mobile* di BCA KCP Burangrang Kota Bandung.

*Tangibles* (bukti langsung), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan perusahaan. Dengan demikian, adanya

bukti langsung yang baik, dapat mendorong kepuasan nasabah dalam menggunakan pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan.

- H2 : terdapat pengaruh antara Daya tanggap (*Responsiveness*) terhadap kepuasan nasabah BCA *Mobile* di Bank BCA KCP Burangrang Kota Bandung.

*Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketetapan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi. Dengan pelayanan yang handal dan memiliki kecenderungan untuk memiliki ketepatan tinggi, diharapkan dapat memuaskan para nasabah yang menggunakan jasa dari perusahaan.

- H3 : terdapat pengaruh antara Keandalan (*Reliability*) terhadap kepuasan nasabah BCA *Mobile* di BCA KCP Burangrang Kota Bandung.

*Responsiveness* (daya tanggap), yaitu kemampuan perusahaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada para pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Dengan demikian, informasi yang jelas dan membantu diharapkan dapat mendorong kepuasan dari nasabah, yang dapat menggunakan aktivitas.

- H4 : terdapat pengaruh antara Jaminan (*Assurance*) terhadap kepuasan nasabah BCA *Mobile* di BCA KCP Burangrang Kota Bandung

*Assurance* (jaminan), adanya kepastian yaitu pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa

percaya para pelanggan kepada pelayanan perusahaan, dan pada akhirnya membentuk kepuasan untuk menggunakan.

- H5 : terdapat pengaruh antara Empati (*Empathy*) terhadap kepuasan nasabah BCA *Mobile* di BCA KCP Burangrang Kota Bandung.

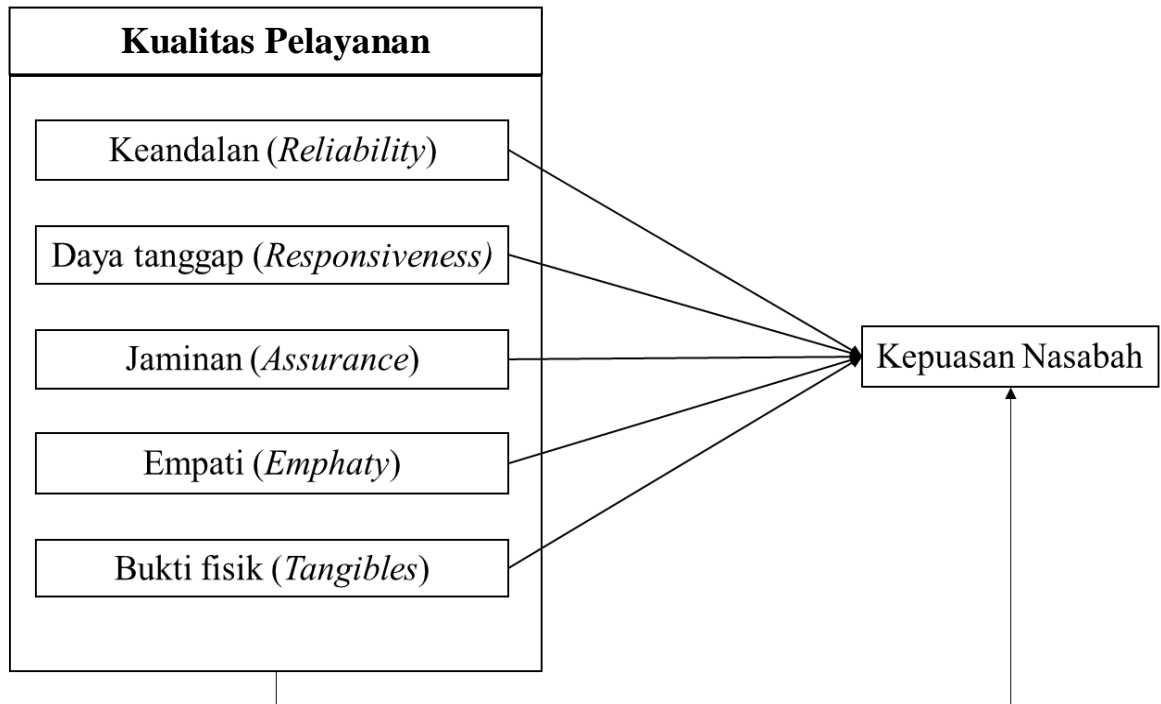
*Empathy* (empati), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individu atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Dengan adanya empati yang baik, para nasabah diharapkan dapat memiliki kecenderungan untuk dapat membentuk kepuasan nasabah, yang dapat membuat mereka puas terhadap layanan yang dilakukan.

- H6 : terdapat pengaruh antara Bukti fisik (*Tangibles*) terhadap kepuasan nasabah BCA *Mobile* di BCA KCP Burangrang Kota Bandung.



## 2.3. Model Penelitian

### 2.3.1. Model Analisis



**Gambar 1. Model Analisa**

### 2.3.2. Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 : terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan (*Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangibles*) secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah BCA *Mobile* di BCA KCP Burangrang Kota Bandung.
- H2 : terdapat pengaruh antara Daya Tanggap (*Responsiveness*) terhadap kepuasan nasabah BCA *Mobile* di Bank BCA KCP Burangrang Kota Bandung.

- H3 : terdapat pengaruh antara Keandalan (*Reliability*) terhadap kepuasan nasabah BCA *Mobile* di BCA KCP Burangrang Kota Bandung.
- H4 : terdapat pengaruh antara Jaminan (*Assurance*) terhadap kepuasan nasabah BCA *Mobile* di BCA KCP Burangrang Kota Bandung.
- H5: terdapat pengaruh antara Empati (*Empathy*) terhadap kepuasan nasabah pengguna BCA *Mobile* di BCA KCP Burangrang Kota Bandung.
- H6 : terdapat pengaruh antara Bukti Fisik (*Tangibles*) terhadap kepuasan nasabah BCA *Mobile* di BCA KCP Burangrang Kota Bandung.

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Objek Penelitian**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk meneliti mengenai pengaruh antara Kualitas Pelayanan (*Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*) terhadap kepuasan nasabah *BCA Mobile* di *BCA KCP Burangrang*. Dengan demikian, Objek penelitian ini adalah *BCA Mobile* di *BCA KCP Burangrang*. Fokus dari penelitian adalah *BCA Mobile*, yaitu fitur *mobile banking* yang dimiliki *BCA* untuk memanjakan nasabahnya dalam melakukan kegiatan perbankan dengan memanfaatkan aplikasi yang bisa dijalankan di berbagai macam jenis *smarthone*, termasuk *Blackberry, Android, Windows Phone, iPhone, dan Nokia X*. *BCA Mobile* merupakan layanan aplikasi *smartphone* yang dapat digunakan untuk transaksi perbankan, baik melalui *KlikBCA (internet banking)* maupun *m-BCA (mobile banking)* selama terhubung dengan jaringan internet. Menggunakan layanan aplikasi ini sangat mudah dan praktis. Untuk menggunakan aplikasi ini, nasabah tidak perlu mengganti kartu *SIM*. Cukup dengan *mendownload* aplikasi tersebut di *smartphone* dengan terlebih dahulu melakukan pendaftaran dan aktivasi melalui Kantor Cabang *BCA* ataupun melalui *ATM BCA*. Nasabah banyak menggunakan layanan *BCA Mobile* karena memiliki fitur lengkap dan sejumlah keuntungan.

1. Aplikasi *BCA Mobile* dapat digunakan untuk melakukan transaksi perbankan melalui menu *m-BCA* via operator GSM, seperti Indosat, Telkomsel, Axis, XL Axiata, dan *Three* tanpa perlu mengganti kartu SIM.
2. Karena aplikasi ini memanfaatkan jaringan internet berupa *GPRS/3G/EDGE/Wi-Fi*, transaksi melalui *BCA Mobile* tergolong sangat hemat. Anda tidak perlu keluar rumah.
3. Adanya fitur-fitur layanan yang lengkap.
4. Adanya fasilitas daftar transfer yang memungkinkan Anda untuk menyimpan nomor rekening tujuan transfer sehingga akan lebih mudah untuk melakukan transfer berikutnya.
5. *Layout* dan menu yang sangat *user-friendly* memudahkan untuk digunakan oleh orang awam sekalipun.
6. Pengguna Android dan Apple memiliki kemudahan untuk menikmati fitur-fitur baru.
7. *BCA Mobile Banking* sudah dilengkapi dengan aplikasi Info BCA yang sangat membantu untuk mengetahui informasi terkini tentang promo BCA dan lain sebagainya.
8. Pengguna kartu *Flazz* dapat langsung cek saldo serta cek informasi 10 transaksi terakhir dengan *smartphone nfc*.

### **3.2. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini adalah BCA KCP Burangrang, yang beralamat di Jl. Burangrang No.44 Burangrang, Kec. Lengkong, Kota Bandung.

BCA didirikan pada tanggal 21 Februari 1957 oleh Sudono Salim dan memiliki kantor pusat yang beralamat di Menara BCA, Grand Indonesia, Jl. M.H Thamrin No. 1, Jakarta 10310. BCA mengembangkan berbagai produk dan layanan maupun pengembangan teknologi informasi, dengan menerapkan online system untuk jaringan kantor cabang, dan meluncurkan Tabungan Hari Depan (Tahapan) BCA. Pada tahun 1990-an BCA mengembangkan alternatif jaringan layanan melalui ATM (Anjungan Tunai Mandiri atau Automated Teller Machine). ATM pada masa itu pertama kali memang dikembangkan oleh Bank BCA. Pada tahun 1991, BCA mulai menempatkan 50 unit ATM di berbagai tempat di Jakarta. Pengembangan jaringan dan fitur ATM dilakukan secara intensif. BCA bekerja sama dengan institusi terkemuka, antara lain PT Telkom untuk pembayaran tagihan telepon melalui ATM BCA. BCA juga bekerja sama dengan Citibank agar nasabah BCA pemegang kartu kredit Citibank dapat melakukan pembayaran tagihan melalui ATM BCA. Saat ini, Bank BCA memiliki 989 kantor cabang di seluruh Indonesia serta 2 kantor perwakilan luar negeri yang berlokasi di Hong Kong dan Singapura.

BCA KCP Burangrang Kota Bandung terletak di persimpangan jalan dengan arus dua arah yang memungkinkan nasabah dari berbagai cabang lain untuk bertransaksi di BCA Burangrang. Hal ini terjadi dikarenakan letak BCA KCP Burangrang yang strategis. KCP BCA Burangrang memiliki 1 pimpinan cabang, 1

kepalaya layanan, 2 *supervisor*, 5 *customer service*, 5 *teller* dan 3 *back office* dengan total staf 17 orang. BCA KCP Burangrang memiliki jam layanan dari pukul 08.00 – 15.00 dan jam operasional pukul 08.00 – 17.00 WIB. Namun dikarenakan kondisi pandemi, jam layanan di BCA KCP Burangrang dari pukul 08.15 – 14.00 WIB.

### **3.3. Metode Penelitian**

Metode penelitian ini, merupakan Metode verifikatif. menurut Sugiyono (2016:11) adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori dan mencoba menghasilkan metode ilmiah yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan, apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak, Sugiyono. Metode penelitian verifikatif digunakan penulis untuk menjawab perumusan masalah, untuk mengetahui pengaruh antara Kualitas Pelayanan (*Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*) secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah BCA *Mobile* di BCA KCP Burangrang.

#### **3.3.1. Unit Penelitian**

Penulis melakukan penelitian mengenai Kualitas Pelayanan (*Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*) terhadap kepuasan nasabah BCA *Mobile* di BCA KCP Burangrang. Dengan demikian unit analisis dalam penelitian ini adalah individual, yaitu pada nasabah BCA KCP Burangrang.

### **3.3.2. Populasi dan Sampel**

#### **3.3.2.1. Populasi**

Populasi menurut Sugiyono (2016:117) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh nasabah BCA KCP Burangrang.

#### **3.3.2.2. Sampel**

Populasi memiliki jumlah yang cukup banyak, sehingga peneliti menggunakan sampel untuk memudahkan penenliti dalam melakukan olah data penelitian. Sampel merupakan jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sehingga jumlah sampel yang diambil harus mewakili populasi pada penelitian yang dilakukan. Menurut Sugiyono (2016:118) dalam penelitian tergantung pada tingkat kesalahan yang dikehendaki. Semakin besar jumlah sampel dari populasi yang diteliti, maka peluang kesalahan semakin kecil dan begitu sebaliknya. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna BCA *Mobile* di BCA KCP Burangrang.

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

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

Teknik sampling adalah teknik menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Teknik sampling yang

digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

*Probability sampling* terdiri dari *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling*, dan *cluster sampling* atau area sampling. Pada laporan penelitian ini peneliti menggunakan *simple random sampling*, menurut Sugiyono (2016:122) “*simple random sampling*” yaitu adalah teknik untuk mendapatkan sampel yang langsung dilakukan pada unit sampling. Maka setiap unit sampling sebagai unsur populasi yang terampil memperoleh peluang yang sama untuk menjadi sampel atau untuk mewakili populasinya.”

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

Menurut Prasetyo (2005) menyatakan bahwa “Teknik acak sederhana dapat dipakai jika populasi dari suatu populasi penelitian bersifat homogen dan tidak banyak jumlahnya”. Menurut pernyataan diatas maka pengambilan sampel menggunakan rumus *Slovin* dengan tingkat kesalahan 10% dapat digunakan dan dikemukakan kembali oleh Prasetyo (2006:138 dalam Dr. Hardiansyah ,2018) sebagai berikut :



$$n = \frac{N}{1 + N (e^2)}$$

$$n = \frac{303}{1 + 303 (0.1^2)}$$

$$n = 75.186 = 76 \text{ orang sampel}$$

dimana:

n = ukuran sampel N = ukuran populasi

Dengan demikian, jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian adalah sejumlah 76 orang responden.

### 3.3.2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan informasi yang mendukung penelitian yang sedang dilakukan. Dalam melaksanakan penelitian ini, penulis melakukan pengumpulan data melalui penelitian lapangan (*field research*) yaitu melihat kenyataan sebenarnya dari masalah yang dibahas, maka diperlukan penelitian lapangan untuk memperoleh data primer secara langsung dari responden.

Langkah-langkah untuk memperoleh data primer adalah dengan menggunakan kuesioner atau angket yang merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di

jawabannya (Sugiyono, 2017:135). Peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden dengan menggunakan daftar pertanyaan.

### **3.3.3. 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).

Teknik pengumpulan data terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

#### **1. Data primer**

Merupakan data yang diperoleh secara langsung pada objek penelitian dengan cara observasi dan kuisisioner:

##### **a. Observasi**

Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar (Sugiyono, 2013:139).

b. Kuisisioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabannya (Sugiyono, 2013:135).

2. Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh dari buku, website, dan sumber-sumber lain yang memiliki kecenderungan yang dapat digunakan dalam pengolahan data.

**3.3.4. Operasionalisasi Variabel**

Definisi operasional variabel merupakan indikator yang digunakan dalam penyusunan penelitian.

Sugiyono (2013:64) mendefinisikan variabel independen adalah sebagai berikut :”Variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen terikat”. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan.

Sugiyono (2013:64) mendefinisikan variabel terikat (variabel dependen) adalah : “variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.” Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah.

### 3.3.5. Instrumen Pengukuran

Instrumen pengukuran menurut Sugiyono (2012:92) 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.

**Tabel 3.1. Instrumen Pengukuran**

Variabel	Definisi	Indikator	Skala	no
Kualitas Pelayanan	Menurut Tjiptono dan Chandra (2011) Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.			
Tangibles (bukti langsung)	kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya	• Kemudahan dalam proses pelayanan	Ordinal	1
			Ordinal	2
			Ordinal	3

	<p>kepada pihak eksternal.</p> <p>Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan perusahaan.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemudahan akses pelanggan dalam pelayanan</li> <li>• Penggunaan alat bantu dalam pelayanan</li> </ul>	Ordinal	4
Reliability (kehandalan)	<p>kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memiliki standar pelayanan yang jelas</li> <li>• Kemampuan aplikasi dalam menggunakan alat bantu</li> <li>• Keahlian aplikasi dalam menggunakan alat bantu</li> </ul>	Ordinal	5
			Ordinal	6
			Ordinal	7
			Ordinal	8
			Ordinal	9
Responsiveness	kemampuan maskapai	• Merespon setiap	Ordinal	10

(daya tanggap)	penerbangan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada para pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.	pelanggan	Ordinal	11
		• Melakukan pelayanan dengan cepat	Ordinal	12
		• Melakukan pelayanan dengan tepat	Ordinal	13
Assurance (jaminan)	kepastian yaitu pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada pelayanan perusahaan	• Jaminan tepat waktu dalam pelayanan	Ordinal	14
		• Jaminan legalitas dalam pelayanan	Ordinal	15
		• Jaminan kepastian biaya dalam pelayanan	Ordinal	16
		• Jaminan kepastian biaya dalam pelayanan	Ordinal	17
Empathy (empati)	memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individu atau pribadi yang diberikan	• Mendahulukan kepentingan pelanggan	Ordinal	18
			Ordinal	19
			Ordinal	20

	kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melayani dengan tidak diskriminatif</li> <li>• Melayani dan menghargai setiap pelanggan</li> </ul>	Ordinal	21
Kepuasan Konsumen	Menurut Kotler (2016) ialah: Perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.	1) Kinerja Produk  2) Kinerja yang diharapkan	Ordinal	1
			Ordinal	2
			Ordinal	3
			Ordinal	4
			Ordinal	5
			Ordinal	6

kuesioner yang digunakan di dalam penelitian ini diadaptasi dari kuesioner yang digunakan dalam jurnal ilmiah yang menggunakan variabel dan indikator yang sama dari peneliti, dengan judul "*exploring the effects of perceived service quality on customer satisfaction: A study of Banking Sector in Jordan*", yang dilakukan oleh Al Sayyed, *et al.*, (2015).

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.

Melalui kuesioner ini akan dikumpulkan data yang berupa jawaban tertulis dari responden atas sejumlah pertanyaan yang diajukan di dalam kuesioner tersebut.

**Tabel 3.2. Skala Pengukuran Variabel**

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Buruk	1
Buruk	2
Sedang	3
Baik	4
Sangat Baik	5

### **3.3.6. Pengujian Kualitas Instrumen Pengukuran**

#### **3.3.6.1. Uji Validitas Instrumen**

Menurut Sugiyono (2016), validitas merupakan derajat ketepatan antara data digunakan metode Validitas internal dan eksternal, yang dimana validitas internal ini berkenaan dengan derajat akurasi desain penelitian yang akan dicapai (Sugiyono, 2016). Validitas eksternal digunakan agar penelitian ini dapat diterapkan pada populasi di mana sampel tersebut diambil. Alat uji yang akan digunakan untuk uji validitas ini dengan cara teknik Uji Analisis Butir (Korelasi). Korelasi yang digunakan adalah korelasi *Pearson Moment*.



Uji Validitas di sini dilakukan dengan cara mengkorelasi skor pada item dengan skor total itemnya. Skor item dianggap sebagai nilai X, sedangkan skor total dianggap sebagai nilai Y. Data dapat dikatakan valid bila koefisien korelasi sama dengan 0,3, atau lebih (paling kecil 0,3). Maka butir instrumen dinyatakan valid (Sugiyono,2016).

#### **3.3.6.2. Uji Realibilitas Instrumen**

Menurut (Sekaran.2009, dalam Sugiyono. 2016) reliabilitas adalah suatu pengukur menunjukkan stabilitas dan konsistensi dari suatu instrumen yang mengukur suatu konsep dan berguna untuk mengakses “kebaikan” dari suatu pengukur. Teknik pengukuran reliabilitas menggunakan uji statistik Cronbach Alpha dalam SPSS. Kriteria dalam pengujian reliabilitas jika cronbach alpha  $> 0,6$  maka variabel dikatakan reliabel (Ghozali. 2016).

#### **3.3.7. Teknik Analisis Statistik Deskriptif**

Uraian dari hasil tanggapan responden terhadap butir-butir pernyataan yang telah diajukan dalam kuesioner merupakan deskripsi variabel penelitian. Penulis menggunakan tabel distribusi frekuensi yang di dalamnya terdapat skor aktual dan nilai rata-rata. Nilai rata-rata setiap kuesioner dapat dihitung dengan rumus :

$$\text{nilai rentang} = \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{jumlah rentang}}$$

$$\text{nilai rentang} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Dari perhitungan nilai rata-rata tersebut dapat diperoleh besarnya kategori (panjang interval) yaitu 0.8 untuk setiap kategori. Tanggapan responden akan dibagi 5 yaitu tanggapan mengenai *variable*.

Berdasarkan rentang tersebut, maka dapat didapatkan nilai bobot standar sebagai berikut :

**Tabel 3.3. Nilai bobot Standar**

Nilai Rata-rata Skor	Kategori
75-135	Sangat Buruk
136-195	Buruk
196-255	Sedang
256-315	Baik
315-375	Sangat Baik

### **3.3.8. Rata-Rata dan Deviasi Standar**

### **3.3.9. Analisis Korelasi**

### **3.3.10. Pengujian Hipotesis**

Secara umum, analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (bebas), dengan tujuan untuk peramalan (Ghozali, 2009). Hasil analisis regresi adalah berupa koefisien untuk masing-masing independen (X). Koefisien ini diperoleh dengan cara memprediksi nilai variabel dependen (Y) dengan suatu persamaan yang dinamakan persamaan regresi, yaitu suatu formula yang mencari nilai variabel dependen dari nilai variabel independen yang diketahui. Koefisien regresi merupakan nilai yang mengukur besarnya pengaruh X terhadap Y jika X naik satu satuan.

Uji F dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah sebesar 5%, dengan derajat kebebasan  $df = (n-k-1)$ , dimana (n) adalah jumlah observasi dan (k) adalah jumlah variabel.

Menurut Imam Ghozali (2012:121), uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel independen secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen. Hasil uji F pada output SPSS dapat dilihat pada tabel ANOVA. Untuk mengetahui variabel-variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen, dilakukan dengan membandingkan *p-value* pada kolom *Sig.* Dengan tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 0,05. Jika *p-value* lebih kecil dari 0,05

maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, sebaliknya jika  $p$ -value lebih besardari 0,05 maka  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima.

#### **3.3.10.1. Uji Parsial (Uji-t)**

Uji t dilakukan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dari variabel independennya. Tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 5%, dengan derajat kebebasan  $df = (n-k-1)$ , dimana (n) adalah jumlah observasi dan (k) adalah jumlah variabel.

Untuk mengetahui variabel-variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen, dilakukan dengan membandingkan  $p$ -value pada kolom *Sig.* Dengan tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 0,05. Jika  $p$ -value lebih kecil dari 0,05 maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, sebaliknya jika  $p$ -value lebih besardari 0,05 maka  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima.

#### **3.3.10.2. Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi adalah suatu pengujian yang digunakan untuk menguji pengaruh besarnya kontribusi antara variabel independen (variabel bebas) yaitu perilaku konsumen terhadap variabel dependen (variabel terikat) yaitu keputusan pembelian biasanya dinyatakan dalam presentase Uma Sekaran (2012:72). Rumus yang digunakan menurut Uma Sekaran (2012:72) adalah :

Kekuatan Koefisien determinasi =  $R^2 \times 100\%$

Dimana:

$R^2$ : nilai koefisien determinasi

Dengan mengetahui nilai koefisien determinasi, maka dapat ditentukan besar pengaruh langsung dari variabel independen terhadap variabel dependen.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini didapatkan dari 76 responden yang mengisi kuesioner yang diberikan kepada nasabah BCA KCP Burangrang Kota Bandung. Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara jelas mengenai gambaran responden sebagai objek penelitian.

##### 4.1.1. Gambaran Responden

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah *BCA Mobile di* BCA KCP Burangrang Kota Bandung yang berjumlah 76 orang.

**Tabel 4.1. Usia Responden**

Usia Responden:	Jumlah
< 21 tahun	5
>50 tahun	2
21-30 tahun	38
31-40 tahun	26
41-50 tahun	5
Total	76

Sesuai dengan tabel di atas, sebagian besar responden memiliki rentang usia <21 tahun sebanyak 5 responden, > 50 tahun sebanyak 2 responden, usia 21-30 tahun sebanyak 38 responden, usia 31-40 tahun sebanyak 26 responden, dan usia 41-50

tahun sebanyak 5 responden. Dengan demikian, rentang usia responden yang berpartisipasi paling banyak adalah usia 21-30 tahun.

**Tabel 4.2. Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin:</b>	Jumlah
Pria	41
Wanita	35
Total	76

Berdasarkan jenis kelamin, ditemukan responden pria sebanyak 41 responden dan wanita sebanyak 35. Dengan demikian, didapat lebih banyak responden pria.

**Tabel 4.3. Pendidikan Terakhir**

<b>Pendidikan terakhir</b>	Jumlah
Diploma (D1/D3)	42
Pasca Sarjana (S2/S3)	2
Sarjana (S1)	30
SMA/SMK/Sederajat	2
Total	76

Berdasarkan pendidikan terakhir, didapat responden diploma dengan persentase sebanyak 42 responden, sebanyak 2 responden memiliki pendidikan Pasca Sarjana, sebanyak 30 responden memiliki pendidikan Sarjana, dan sebanyak 2 responden memiliki pendidikan SMA/SMK/Sederajat.

**Tabel 4.4. Apakah saudara menggunakan aplikasi *Mobile* BCA?**

<b>Apakah saudara menggunakan aplikasi <i>Mobile</i> BCA?</b>	JUMLAH
Ya	76

Berdasarkan pertanyaan apakah saudara menggunakan Aplikasi *Mobile* BCA, seluruh (100%) responden menjawab “ya”.

**Tabel 4.5. Transaksi apa yang paling sering saudara gunakan:**

<b>Transaksi apa yang paling sering saudara gunakan:</b>	<b>JUMLAH</b>
Lain-lain	1
Pembayaran	8
Pembelian pulsa, pln, dll	42
Transfer	25
Total	76

Berdasarkan transaksi yang paling banyak digunakan, dapat dilihat bahwa sebanyak 1.3% memiliki jawaban lain-lain, sebanyak 10.5% memiliki transaksi pembayaran, sebanyak 55.3%, memiliki transaksi pembelian pulsa, pln, dll, dan sebanyak 32.9% memiliki transaksi transfer.

#### **4.1.2. Uji Validitas Instrumen**

Menurut Sugiyono (2016), validitas merupakan derajat ketepatan antara data digunakan metode Validitas internal dan eksternal, yang dimana validitas internal ini berkenaan dengan derajat akurasi desain penelitian yang akan dicapai (Sugiyono, 2016). Validitas eksternal digunakan agar penelitian ini dapat diterapkan pada populasi di mana sampel tersebut diambil. Alat uji yang akan digunakan untuk uji validitas ini dengan cara teknik Uji Analisis Butir (Korelasi). Korelasi yang digunakan adalah korelasi *Pearson Moment*.



Uji Validitas di sini dilakukan dengan cara mengkorelasi skor pada item dengan skor total itemnya. Skor item dianggap sebagai nilai X, sedangkan skor total dianggap sebagai nilai Y. Data dapat dikatakan valid bila koefisien korelasi sama dengan 0,3, atau lebih (paling kecil 0,3). Maka butir instrumen dinyatakan valid (Sugiyono,2016).

**Tabel 4.6. Uji Validitas**

Variabel	Pernyataan	nilai korelasi	nilai kritis	keterangan
Kualitas Pelayanan	01	0.835	0.30	valid
	02	0.644	0.30	valid
	03	0.961	0.30	valid
	04	0.961	0.30	valid
	05	0.754	0.30	valid
	06	0.786	0.30	valid
	07	0.793	0.30	valid
	08	0.694	0.30	valid
	09	0.904	0.30	valid
	10	0.778	0.30	valid
	11	0.836	0.30	valid
	12	0.754	0.30	valid
	13	0.788	0.30	valid
	14	0.784	0.30	valid
	15	0.881	0.30	valid
	16	0.906	0.30	valid
	17	0.802	0.30	valid
	18	0.702	0.30	valid
	19	0.850	0.30	valid
	20	0.806	0.30	valid
	21	0.781	0.30	valid
Kepuasan Nasabah	01	0.867	0.30	valid
	02	0.648	0.30	valid
	03	0.844	0.30	valid
	04	0.665	0.30	valid
	05	0.729	0.30	valid
	06	0.800	0.30	valid

Berdasarkan item di atas, didapat bahwa item-item yang diteliti telah memiliki kecenderungan untuk memiliki nilai korelasi *Pearson's product moment* yang lebih besar dari 0.30. Dengan demikian, didapat bahwa seluruh item yang digunakan telah memiliki validitas yang baik. Dengan demikian, item-item yang diteliti telah valid.

#### 4.1.3. Uji Realibilitas Instrumen

Menurut Sekaran.2009 dalam Sugiyono (2016) reliabilitas adalah suatu pengukur menunjukkan stabilitas dan konsistensi dari suatu instrumen yang mengukur suatu konsep dan berguna untuk mengakses “kebaikan” dari suatu pengukur. Teknik pengukuran reliabilitas menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* dalam SPSS. Kriteria dalam pengujian reliabilitas jika *cronbach alpha* > 0,6 maka variabel dikatakan reliabel (Ghozali. 2016).

**Tabel 4.7. Uji Reliabilitas**

Dimensi	Nilai <i>alpha cronbach</i>	Nilai patokan	Keterangan
Bukti fisik ( <i>Tangibles</i> )	0.882	0.60	reliabel
Keandalan ( <i>Reliability</i> )	0.844	0.60	reliabel
Daya tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	0.782	0.60	reliabel
Jaminan ( <i>Assurance</i> )	0.857	0.60	reliabel
Empati ( <i>Empathy</i> )	0.782	0.60	reliabel
Kepuasan Nasabah	0.854	0.60	reliabel

Berdasarkan tabel di atas, didapatkan nilai *Alpha Cronbach* untuk variabel Bukti fisik (*Tangibles*) memiliki nilai *alpha cronbach* sebesar 0.882, yang berarti reliabel.

Keandalan (*Reliability*) memiliki nilai *alpha cronbach* sebesar 0.844, yang berarti reliabel. Daya tanggap (*Responsiveness*) memiliki nilai *alpha cronbach* sebesar 0.782, yang berarti reliabel. Jaminan (*Assurance*) memiliki nilai *alpha cronbach* sebesar 0.857, yang berarti reliabel. Empati (*Empathy*) memiliki nilai *alpha cronbach* sebesar 0.782, yang berarti reliabel. Kepuasan Nasabah memiliki nilai *alpha cronbach* sebesar 0.854, yang berarti reliabel. Dengan demikian, item-item yang digunakan dapat dianggap reliabel.

#### 4.1.4. Analisis Deskriptif untuk Jawaban Responden

Tanggapan responden akan dibagi 5 yaitu tanggapan mengenai variable.

Berdasarkan rentang tersebut, maka dapat didapatkan nilai bobot standar sebagai berikut:

**Tabel 4.8. Nilai Bobot Standar**

Nilai Rata-rata Skor	Kategori	Keterangan
75-135	Sangat Tidak Setuju	Sangat buruk
136-195	Tidak Setuju	Buruk
196-255	Netral	Netral
256-315	Setuju	Baik
316-375	Sangat Setuju	Sangat baik

Jawaban responden untuk setiap item akan didistribusikan sesuai dengan nilai bobot standar sebagai berikut:

**4.1.4.1. Analisis untuk jawaban responden untuk variabel Bukti fisik (Tangibles)**

1. aplikasi *BCA Mobile* memiliki peralatan yang tampak modern.

**Tabel 4.9. Jawaban Responden untuk pertanyaan 1**

<b>Skor (S)</b>	<b>Frekwensi (F)</b>	<b>S x F</b>	<b>Persentase</b>
STS (1)	0	0	0.00%
TS (2)	4	8	2.68%
N (3)	17	51	17.06%
S (4)	30	120	40.13%
SS (5)	24	120	40.13%
<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>299</b>	<b>100.00%</b>

Pada bagian ini pernyataan yang diajukan kepada responden adalah “aplikasi *BCA Mobile* memiliki peralatan yang tampak modern”. mayoritas responden memberikan tanggapan setuju yaitu sebanyak 120 skor atau 40.13%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa bahwa aplikasi *BCA Mobile* memiliki peralatan yang tampak modern. Total skor pernyataan ini adalah 299 menunjukkan bahwa item pernyataan ini termasuk dalam kriteria baik.

2. Fasilitas di aplikasi BCA *Mobile* biasanya menarik.

**Tabel 4.10. Jawaban Responden untuk pertanyaan 2**

<b>Skor (S)</b>	<b>Frekuensi (F)</b>	<b>S x F</b>	<b>Persentase</b>
STS (1)	0	0	0.00%
TS (2)	5	10	3.66%
N (3)	20	60	21.98%
S (4)	47	188	68.86%
SS (5)	3	15	5.49%
<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>273</b>	<b>100.00%</b>

Pada bagian ini pernyataan yang diajukan kepada responden adalah “Fasilitas di aplikasi BCA *Mobile* biasanya menarik”. mayoritas responden memberikan tanggapan setuju yaitu sebanyak 188 skor atau 68.86%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa bahwa Fasilitas di aplikasi BCA *Mobile* biasanya menarik. Total skor pernyataan ini adalah 273 menunjukkan bahwa item pernyataan ini termasuk dalam kriteria baik.

3. aplikasi BCA *Mobile* tampak rapi.

**Tabel 4.11. Jawaban Responden untuk pertanyaan 3**

<b>Skor (S)</b>	<b>Frekwensi (F)</b>	<b>S x F</b>	<b>Persentase</b>
STS (1)	4	4	1.32%
TS (2)	1	2	0.66%
N (3)	12	36	11.84%
S (4)	28	112	36.84%
SS (5)	30	150	49.34%
<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>304</b>	<b>100.00%</b>

Pada bagian ini pernyataan yang diajukan kepada responden adalah “aplikasi BCA *Mobile* tampak rapi”. mayoritas responden memberikan tanggapan setuju yaitu sebanyak 150 skor atau 49.34%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa bahwa aplikasi BCA *Mobile* tampak rapi. Total skor pernyataan ini adalah 304 menunjukkan bahwa item pernyataan ini termasuk dalam kriteria baik.

4. Materi yang terkait dengan bank (seperti situs web, form, dan lainnya) menarik.

**Tabel 4.12. Jawaban Responden untuk pertanyaan 4**

<b>Skor (S)</b>	<b>Frekwensi (F)</b>	<b>S x F</b>	<b>Persentase</b>
STS (1)	4	4	1.32%
TS (2)	1	2	0.66%
N (3)	12	36	11.84%
S (4)	28	112	36.84%
SS (5)	30	150	49.34%
<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>304</b>	<b>100.00%</b>

Pada bagian ini pernyataan yang diajukan kepada responden adalah “Materi yang terkait dengan bank (seperti situs web, form, dan lainnya) menarik”. mayoritas responden memberikan tanggapan setuju yaitu sebanyak 150 skor atau 49.34%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa Materi yang terkait dengan bank (seperti situs web, form, dan lainnya) menarik”. Total skor pernyataan ini adalah 304 menunjukkan bahwa item pernyataan ini termasuk dalam kriteria baik.

Dengan demikian, skor responden untuk variabel ini adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.13. Rekapitulasi variabel Tangibles**

Nomor Item	Pernyataan	Skor	Kriteria
01	Aplikasi BCA <i>Mobile</i> memiliki peralatan yang tampak modern.	299	Baik
02	Fasilitas di aplikasi BCA <i>Mobile</i> biasanya menarik.	273	Baik
03	aplikasi BCA <i>Mobile</i> tampak rapi.	304	Baik
04	Materi yang terkait dengan bank (seperti situs web, form, dan lainnya menarik).	304	Baik
TOTAL		1180	Baik
Rata-Rata		295	Baik

Dengan demikian, untuk variabel *Tangibles*, didapat rata sebanyak 295, yang berarti bahwa jawaban responden untuk variabel ini berada dalam rentang “baik”.

#### **4.1.4.2. Analisis untuk jawaban responden untuk variabel Keandalan**

##### ***(Reliability)***

1. Ketika aplikasi BCA *Mobile* berjanji untuk melakukan sesuatu pada waktu tertentu, mereka melakukannya.

**Tabel 4.14. Jawaban Responden untuk pertanyaan 5**

Skor (S)	Frekwensi (F)	S x F	Persentase
STS (1)	1	1	0.36%
TS (2)	5	10	3.56%
N (3)	12	36	12.81%
S (4)	51	204	72.60%
SS (5)	6	30	10.68%
<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>281</b>	<b>100.00%</b>

Pada bagian ini pernyataan yang diajukan kepada responden adalah “Ketika aplikasi *BCA Mobile* berjanji untuk melakukan sesuatu pada waktu tertentu, mereka melakukannya”. mayoritas responden memberikan tanggapan setuju yaitu sebanyak 204 skor atau 72.60%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa Ketika aplikasi *BCA Mobile* berjanji untuk melakukan sesuatu pada waktu tertentu, mereka melakukannya. Total skor pernyataan ini adalah 281 menunjukkan bahwa item pernyataan ini termasuk dalam kriteria baik.

2. Ketika nasabah memiliki masalah, aplikasi *BCA Mobile* menunjukkan minat yang tulus untuk menyelesaikannya.

**Tabel 4.15. Jawaban Responden untuk pertanyaan 6**

Skor (S)	Frekwensi (F)	S x F	Persentase
STS (1)	1	1	0.33%
TS (2)	1	2	0.66%
N (3)	18	54	17.76%
S (4)	28	112	36.84%
SS (5)	27	135	44.41%
<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>304</b>	<b>100.00%</b>

Pada bagian ini pernyataan yang diajukan kepada responden adalah “Ketika nasabah memiliki masalah, aplikasi *BCA Mobile* menunjukkan minat yang tulus untuk menyelesaikannya”. mayoritas responden memberikan tanggapan setuju yaitu sebanyak 135 skor atau 44.41%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa ketika nasabah memiliki masalah, aplikasi *BCA*



*Mobile* menunjukkan minat yang tulus untuk menyelesaikannya. Total skor pernyataan ini adalah 304 menunjukkan bahwa item pernyataan ini termasuk dalam kriteria baik.

3. aplikasi *BCA Mobile* menyediakan layanan sesuai janji.

Tabel 4.16. **Jawaban Responden untuk pertanyaan 7**

<b>Skor (S)</b>	<b>Frekwensi (F)</b>	<b>S x F</b>	<b>Persentase</b>
STS (1)	1	1	0.36%
TS (2)	4	8	2.91%
N (3)	17	51	18.55%
S (4)	50	200	72.73%
SS (5)	3	15	5.45%
<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>276</b>	<b>100.00%</b>

Pada bagian ini pernyataan yang diajukan kepada responden adalah “aplikasi *BCA Mobile* menyediakan layanan sesuai janji”. mayoritas responden memberikan tanggapan setuju yaitu sebanyak 200 skor atau 72.73%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa aplikasi *BCA Mobile* menyediakan layanan sesuai janji. Total skor pernyataan ini adalah 276 menunjukkan bahwa item pernyataan ini termasuk dalam kriteria baik.

4. aplikasi *BCA Mobile* melakukan layanan dengan benar pertama kali.

**Tabel 4.17. Jawaban Responden untuk pertanyaan 8**

<b>Skor (S)</b>	<b>Frekwensi (F)</b>	<b>S x F</b>	<b>Persentase</b>
STS (1)	1	1	0.36%
TS (2)	3	6	2.17%
N (3)	15	45	16.30%
S (4)	56	224	81.16%
SS (5)	0	0	0.00%
<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>276</b>	<b>100.00%</b>

Pada bagian ini pernyataan yang diajukan kepada responden adalah “aplikasi *BCA Mobile* melakukan layanan dengan benar pertama kali”. mayoritas responden memberikan tanggapan setuju yaitu sebanyak 224 skor atau 81.16%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa aplikasi *BCA Mobile* melakukan layanan dengan benar pertama kali. Total skor pernyataan ini adalah 276 menunjukkan bahwa item pernyataan ini termasuk dalam kriteria baik.

5. aplikasi *BCA Mobile* biasanya melakukan aktivitas tanpa kesalahan.

**Tabel 4.18. Jawaban Responden untuk pertanyaan 9**

<b>Skor (S)</b>	<b>Frekwensi (F)</b>	<b>S x F</b>	<b>Persentase</b>
STS (1)	3	3	0.98%
TS (2)	2	4	0.65%
N (3)	14	42	13.68%
S (4)	25	100	32.57%
SS (5)	32	160	52.12%
<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>307</b>	<b>100.00%</b>

Pada bagian ini pernyataan yang diajukan kepada responden adalah “aplikasi *BCA Mobile* biasanya melakukan aktivitas tanpa kesalahan”. mayoritas responden memberikan tanggapan setuju yaitu sebanyak 160 skor atau 52.12%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa aplikasi *BCA Mobile* biasanya melakukan aktivitas tanpa kesalahan. Total skor pernyataan ini adalah 307 menunjukkan bahwa item pernyataan ini termasuk dalam kriteria baik.

Rekapitulasi dari variabel Reliability adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.19. Rekapitulasi untuk variabel Reliability**

Nomor Item	Pernyataan	Skor	Kriteria
05	Ketika aplikasi <i>BCA Mobile</i> berjanji untuk melakukan sesuatu pada waktu tertentu, mereka melakukannya.	281	Baik
06	Ketika nasabah memiliki masalah, aplikasi <i>BCA Mobile</i> menunjukkan minat yang tulus untuk menyelesaikannya.	304	Baik
07	aplikasi <i>BCA Mobile</i> menyediakan layanan sesuai janji.	275	Baik
08	aplikasi <i>BCA Mobile</i> melakukan layanan dengan benar pertama kali.	276	Baik
09	aplikasi <i>BCA Mobile</i> biasanya melakukan aktivitas tanpa kesalahan.	307	Baik
TOTAL		1443	Baik
Rata-Rata		288.6	Baik

Dengan demikian, untuk variabel Reliability, didapat rata sebanyak 288.6, yang berarti bahwa jawaban responden untuk variabel ini berada dalam rentang “baik”

#### 4.1.4.3. Analisis untuk jawaban responden untuk variabel Daya tanggap

##### (Responsiveness)

1. aplikasi *BCA Mobile* memberi tahu nasabah kapan tepatnya layanan akan dilakukan.

**Tabel 4.20. Jawaban Responden untuk pertanyaan 10**

Skor (S)	Frekwensi (F)	S x F	Persentase
STS (1)	0	0	0.00%
TS (2)	3	6	1.41%
N (3)	15	45	15.85%
S (4)	55	220	77.46%
SS (5)	3	15	5.28%
<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>284</b>	<b>100.00%</b>

Pada bagian ini pernyataan yang diajukan kepada responden adalah “aplikasi *BCA Mobile* memberi tahu nasabah kapan tepatnya layanan akan dilakukan”. mayoritas responden memberikan tanggapan setuju yaitu sebanyak 220 skor atau 77.46%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa aplikasi *BCA Mobile* biasanya melakukan aktivitas tanpa kesalahan. Total skor pernyataan ini adalah 284 menunjukkan bahwa item pernyataan ini termasuk dalam kriteria baik.

2. aplikasi *BCA Mobile* memberikan layanan cepat kepada nasabah.

**Tabel 4.21. Jawaban Responden untuk pertanyaan 11**

Skor (S)	Frekwensi (F)	S x F	Persentase
STS (1)	0	0	0.00%
TS (2)	2	4	0.65%
N (3)	19	57	18.57%
S (4)	27	108	35.18%
SS (5)	28	140	45.60%
<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>307</b>	<b>100.00%</b>

Pada bagian ini pernyataan yang diajukan kepada responden adalah “aplikasi *BCA Mobile* memberikan layanan cepat kepada nasabah”. mayoritas responden memberikan tanggapan setuju yaitu sebanyak 140 skor atau 45.60%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa aplikasi *BCA Mobile* memberikan layanan cepat kepada nasabah. Total skor pernyataan ini adalah 307 menunjukkan bahwa item pernyataan ini termasuk dalam kriteria baik.

3. aplikasi *BCA Mobile* selalu bersedia membantu nasabah.

**Tabel 4.22. Jawaban Responden untuk pertanyaan 12**

Skor (S)	Frekwensi (F)	S x F	Persentase
STS (1)	0	0	0.00%
TS (2)	3	6	1.41%
N (3)	14	42	14.84%
S (4)	58	232	81.98%
SS (5)	1	5	1.77%
<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>283</b>	<b>100.00%</b>

Pada bagian ini pernyataan yang diajukan kepada responden adalah “aplikasi BCA *Mobile* selalu bersedia membantu nasabah”. mayoritas responden memberikan tanggapan setuju yaitu sebanyak 232 skor atau 81.98%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa aplikasi BCA *Mobile* selalu bersedia membantu nasabah. Total skor pernyataan ini adalah 283 menunjukkan bahwa item pernyataan ini termasuk dalam kriteria baik.

4. aplikasi BCA *Mobile* tidak pernah terlalu sibuk untuk menanggapi permintaan nasabah.

**Tabel 4.23. Jawaban Responden untuk pertanyaan 13**

<b>Skor (S)</b>	<b>Frekwensi (F)</b>	<b>S x F</b>	<b>Persentase</b>
STS (1)	0	0	0.00%
TS (2)	2	4	0.70%
N (3)	17	51	17.96%
S (4)	54	216	76.06%
SS (5)	3	15	5.28%
<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>284</b>	<b>100.00%</b>

Pada bagian ini pernyataan yang diajukan kepada responden adalah “aplikasi BCA *Mobile* tidak pernah terlalu sibuk untuk menanggapi permintaan nasabah”. mayoritas responden memberikan tanggapan setuju yaitu sebanyak 216 skor atau 76.06%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa aplikasi BCA *Mobile* tidak pernah terlalu sibuk untuk

menanggapi permintaan nasabah. Total skor pernyataan ini adalah 284 menunjukkan bahwa item pernyataan ini termasuk dalam kriteria baik.

Berdasarkan hasil tersebut, jawaban dapat direkapitulasi sebagai berikut:

**Tabel 4.24. Rekapitulasi Variabel Responsiveness**

Nomor Item	Pernyataan	Skor	Kriteria
10	aplikasi <i>BCA Mobile</i> memberi tahu nasabah kapan tepatnya layanan akan dilakukan.	284	Baik
11	aplikasi <i>BCA Mobile</i> memberikan layanan cepat kepada nasabah.	307	Baik
12	aplikasi <i>BCA Mobile</i> selalu bersedia membantu nasabah.	283	Baik
13	aplikasi <i>BCA Mobile</i> tidak pernah terlalu sibuk untuk menanggapi permintaan nasabah.	284	Baik
TOTAL		1158	Baik
Rata-Rata		289.5	Baik

Dengan demikian, untuk variabel Responsiveness, didapat rata sebanyak 289.5, yang berarti bahwa jawaban responden untuk variabel ini berada dalam rentang “baik”

#### 4.1.4.4. Analisis untuk jawaban responden untuk variabel Jaminan (Assurance)

1. aplikasi *BCA Mobile* menanamkan kepercayaan pada nasabah.

**Tabel 4.25. Jawaban Responden untuk pertanyaan 14**

<b>Skor (S)</b>	<b>Frekwensi (F)</b>	<b>S x F</b>	<b>Persentase</b>
STS (1)	3	3	1.09%
TS (2)	4	6	1.45%
N (3)	13	39	14.18%
S (4)	56	224	81.45%
SS (5)	1	5	1.82%
<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>275</b>	<b>100.00%</b>

Pada bagian ini pernyataan yang diajukan kepada responden adalah “aplikasi *BCA Mobile* menanamkan kepercayaan pada nasabah”. mayoritas responden memberikan tanggapan setuju yaitu sebanyak 224 skor atau 81.45%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa aplikasi *BCA Mobile* menanamkan kepercayaan pada nasabah. Total skor pernyataan ini adalah 275 menunjukkan bahwa item pernyataan ini termasuk dalam kriteria baik.



2. Nasabah aplikasi BCA *Mobile* merasa aman dalam transaksi mereka.

**Tabel 4.26. Jawaban Responden untuk pertanyaan 15**

Skor (S)	Frekwensi (F)	S x F	Persentase
STS (1)	2	2	0.33%
TS (2)	3	6	1.95%
N (3)	14	42	13.68%
S (4)	27	108	35.18%
SS (5)	30	150	48.86%
<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>307</b>	<b>100.00%</b>

Pada bagian ini pernyataan yang diajukan kepada responden adalah “Nasabah aplikasi BCA *Mobile* merasa aman dalam transaksi mereka”. mayoritas responden memberikan tanggapan setuju yaitu sebanyak 150 skor atau 48.86%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa Nasabah aplikasi BCA *Mobile* merasa aman dalam transaksi mereka. Total skor pernyataan ini adalah 307 menunjukkan bahwa item pernyataan ini termasuk dalam kriteria baik.

3. Customer Service aplikasi BCA *Mobile* konsisten sopan dengan nasabah.

**Tabel 4.27. Jawaban Responden untuk pertanyaan 16**

Skor (S)	Frekwensi (F)	S x F	Persentase
STS (1)	2	2	0.32%
TS (2)	3	6	1.94%
N (3)	13	39	12.58%
S (4)	26	104	33.55%
SS (5)	32	160	51.61%
<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>310</b>	<b>100.00%</b>

Pada bagian ini pernyataan yang diajukan kepada responden adalah “*Customer Service* aplikasi *BCA Mobile* konsisten sopan dengan nasabah”. mayoritas responden memberikan tanggapan setuju yaitu sebanyak 160 skor atau 51.61%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa *Customer Service* aplikasi *BCA Mobile* konsisten sopan dengan nasabah. Total skor pernyataan ini adalah 310 menunjukkan bahwa item pernyataan ini termasuk dalam kriteria baik.

4. *Customer Service* aplikasi *BCA Mobile* memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan nasabah.

**Tabel 4.28. Jawaban Responden untuk pertanyaan 17**

<b>Skor (S)</b>	<b>Frekwensi (F)</b>	<b>S x F</b>	<b>Persentase</b>
STS (1)	2	2	0.35%
TS (2)	1	2	0.71%
N (3)	14	42	14.89%
S (4)	58	232	82.27%
SS (5)	1	5	1.77%
<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>282</b>	<b>100.00%</b>

Pada bagian ini pernyataan yang diajukan kepada responden adalah “*Customer Service* aplikasi *BCA Mobile* memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan nasabah”. mayoritas responden memberikan tanggapan setuju yaitu sebanyak 232 skor atau 82.27%. Hal ini menunjukkan bahwa

mayoritas responden merasa *Customer Service* aplikasi *BCA Mobile* konsisten sopan dengan nasabah. Total skor pernyataan ini adalah 282 menunjukkan bahwa item pernyataan ini termasuk dalam kriteria baik.

Berdasarkan variabel *Assurance*, dapat dilakukan rekapitulasi sebagai berikut:

**Tabel 4.29. Rekapitulasi Variabel Assurance**

Nomor Item	Pernyataan	Skor	Kriteria
14	aplikasi <i>BCA Mobile</i> menanamkan kepercayaan pada nasabah.	275	Baik
15	Nasabah aplikasi <i>BCA Mobile</i> merasa aman dalam transaksi mereka.	307	Baik
16	<i>Customer Service</i> aplikasi <i>BCA Mobile</i> konsisten sopan dengan nasabah.	310	Baik
17	<i>Customer Service</i> aplikasi <i>BCA Mobile</i> memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan nasabah.	282	Baik
TOTAL		1174	Baik
Rata-Rata		293.5	Baik

Dengan demikian, untuk variabel *Assurance*, didapat rata sebanyak 293.5, yang berarti bahwa jawaban responden untuk variabel ini berada dalam rentang “baik”.

#### 4.1.4.5. Analisis untuk jawaban responden untuk variabel Empati (Empathy)

1. aplikasi *BCA Mobile* memberikan perhatian individual kepada nasabah.

**Tabel 4.30. Jawaban Responden untuk pertanyaan 18**

<b>Skor (S)</b>	<b>Frekwensi (F)</b>	<b>S x F</b>	<b>Persentase</b>
STS (1)	1	1	0.00%
TS (2)	2	4	1.40%
N (3)	14	42	14.74%
S (4)	56	224	78.60%
SS (5)	3	15	5.26%
<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>285</b>	<b>100.00%</b>

Pada bagian ini pernyataan yang diajukan kepada responden adalah “aplikasi *BCA Mobile* memberikan perhatian individual kepada nasabah”. mayoritas responden memberikan tanggapan setuju yaitu sebanyak 224 skor atau 78.60%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa aplikasi *BCA Mobile* memberikan perhatian individual kepada nasabah. Total skor pernyataan ini adalah 285 menunjukkan bahwa item pernyataan ini termasuk dalam kriteria baik.

2. aplikasi *BCA Mobile* memiliki jam operasional yang nyaman untuk semua nasabah mereka.

**Tabel 4.31. Jawaban Responden untuk pertanyaan 19**

<b>Skor (S)</b>	<b>Frekwensi (F)</b>	<b>S x F</b>	<b>Persentase</b>
STS (1)	2	2	0.33%
TS (2)	3	6	1.97%
N (3)	16	48	15.74%
S (4)	25	100	32.79%
SS (5)	30	150	49.18%
<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>305</b>	<b>100.00%</b>

Pada bagian ini pernyataan yang diajukan kepada responden adalah “aplikasi *BCA Mobile* memiliki jam operasional yang nyaman untuk semua nasabah mereka”. mayoritas responden memberikan tanggapan setuju yaitu sebanyak 150 skor atau 49.18%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa aplikasi *BCA Mobile* memiliki jam operasional yang nyaman untuk semua nasabah mereka. Total skor pernyataan ini adalah 305 menunjukkan bahwa item pernyataan ini termasuk dalam kriteria baik.

3. Aplikasi BCA *Mobile* memiliki minat terbaik nasabah.

**Tabel 4.32. Jawaban Responden untuk pertanyaan 20**

Skor (S)	Frekwensi (F)	S x F	Persentase
STS (1)	2	2	0.70%
TS (2)	1	2	0.00%
N (3)	14	42	14.79%
S (4)	55	220	77.46%
SS (5)	4	20	7.04%
<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>284</b>	<b>100.00%</b>

Pada bagian ini pernyataan yang diajukan kepada responden adalah “aplikasi BCA *Mobile* memiliki minat terbaik nasabah”. mayoritas responden memberikan tanggapan setuju yaitu sebanyak 220 skor atau 77.46%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa aplikasi BCA *Mobile* memiliki minat terbaik nasabah. Total skor pernyataan ini adalah 284 menunjukkan bahwa item pernyataan ini termasuk dalam kriteria baik.

4. aplikasi BCA *Mobile* memahami kebutuhan khusus nasabah mereka.

**Tabel 4.33. Jawaban Responden untuk pertanyaan 21**

Skor (S)	Frekwensi (F)	S x F	Persentase
STS (1)	2	2	0.36%
TS (2)	3	6	2.15%
N (3)	15	45	16.13%
S (4)	53	212	75.99%
SS (5)	3	15	5.38%
<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>279</b>	<b>100.00%</b>

Pada bagian ini pernyataan yang diajukan kepada responden adalah “aplikasi *BCA Mobile* memahami kebutuhan khusus nasabah mereka”. mayoritas responden memberikan tanggapan setuju yaitu sebanyak 212 skor atau 75.99%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa aplikasi *BCA Mobile* memahami kebutuhan khusus nasabah mereka. Total skor pernyataan ini adalah 279 menunjukkan bahwa item pernyataan ini termasuk dalam kriteria baik.

Berdasarkan rekapitulasi untuk variabel *Empathy*, dapat didapat hasil sebagai berikut.

**Tabel 4.34. Rekapitulasi Variabel *Empathy***

Nomor Item	Pernyataan	Skor	Kriteria
18	aplikasi <i>BCA Mobile</i> memberikan perhatian individual kepada nasabah.	285	Baik
19	aplikasi <i>BCA Mobile</i> memiliki jam operasional yang nyaman untuk semua nasabah mereka.	305	Baik
20	aplikasi <i>BCA Mobile</i> memiliki minat terbaik nasabah.	284	Baik
21	aplikasi <i>BCA Mobile</i> memahami kebutuhan khusus nasabah mereka.	279	Baik
TOTAL		1153	Baik
Rata-Rata		288.25	Baik

Dengan demikian, untuk variabel *Empathy*, didapat rata sebanyak 288.25, yang berarti bahwa jawaban responden untuk variabel ini berada dalam rentang “baik”.

#### 4.1.4.6. Analisis untuk jawaban responden untuk variabel Kepuasan Nasabah

1. Saya puas dengan keputusan saya untuk menggunakan layanan aplikasi BCA *Mobile*.

**Tabel 4.35. Jawaban Responden untuk pertanyaan 22**

<b>Skor (S)</b>	<b>Frekwensi (F)</b>	<b>S x F</b>	<b>Persentase</b>
STS (1)	2	2	0.33%
TS (2)	3	6	1.97%
N (3)	16	48	15.74%
S (4)	25	100	32.79%
SS (5)	30	150	49.18%
<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>305</b>	<b>100.00%</b>

Pada bagian ini pernyataan yang diajukan kepada responden adalah “Saya puas dengan keputusan saya untuk menggunakan layanan aplikasi BCA *Mobile*”. mayoritas responden memberikan tanggapan setuju yaitu sebanyak 150 skor atau 49.18%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa Saya puas dengan keputusan saya untuk menggunakan layanan aplikasi BCA *Mobile*. Total skor pernyataan ini adalah 305 menunjukkan bahwa item pernyataan ini termasuk dalam kriteria baik.



2. Jika saya melakukannya lagi, saya akan merasa berbeda tentang penggunaan aplikasi *BCA Mobile*.

**Tabel 4.36. Jawaban Responden untuk pertanyaan 23**

<b>Skor (S)</b>	<b>Frekwensi (F)</b>	<b>S x F</b>	<b>Persentase</b>
STS (1)	1	1	0.00%
TS (2)	3	6	2.11%
N (3)	13	39	13.68%
S (4)	55	220	77.19%
SS (5)	4	20	7.02%
<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>285</b>	<b>100.00%</b>

Pada bagian ini pernyataan yang diajukan kepada responden adalah “Jika saya melakukannya lagi, saya akan merasa berbeda tentang penggunaan aplikasi *BCA Mobile*”. mayoritas responden memberikan tanggapan setuju yaitu sebanyak 220 skor atau 77.19%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa Jika saya melakukannya lagi, saya akan merasa berbeda tentang penggunaan aplikasi *BCA Mobile*. Total skor pernyataan ini adalah 285 menunjukkan bahwa item pernyataan ini termasuk dalam kriteria baik.

3. Pilihan saya untuk menggunakan aplikasi *BCA Mobile* adalah pilihan yang bijaksana.

**Tabel 4.37. Jawaban Responden untuk pertanyaan 24**

<b>Skor (S)</b>	<b>Frekwensi (F)</b>	<b>S x F</b>	<b>Persentase</b>
STS (1)	2	1	0.33%
TS (2)	2	4	1.30%
N (3)	14	42	13.68%
S (4)	30	120	39.09%
SS (5)	28	140	45.60%
<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>307</b>	<b>100.00%</b>

Pada bagian ini pernyataan yang diajukan kepada responden adalah “Pilihan saya untuk menggunakan aplikasi *BCA Mobile* adalah pilihan yang bijaksana”. mayoritas responden memberikan tanggapan setuju yaitu sebanyak 140 skor atau 45.60%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa Pilihan saya untuk menggunakan aplikasi *BCA Mobile* adalah pilihan yang bijaksana. Total skor pernyataan ini adalah 307 menunjukkan bahwa item pernyataan ini termasuk dalam kriteria baik.

4. Saya senang dengan keputusan saya sebelumnya untuk menggunakan aplikasi *BCA Mobile*.

**Tabel 4.38. Jawaban Responden untuk pertanyaan 25**

<b>Skor (S)</b>	<b>Frekwensi (F)</b>	<b>S x F</b>	<b>Persentase</b>
STS (1)	3	3	0.74%
TS (2)	3	6	2.21%
N (3)	20	60	22.06%
S (4)	46	184	67.65%
SS (5)	4	20	7.35%
<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>272</b>	<b>100.00%</b>

Pada bagian ini pernyataan yang diajukan kepada responden adalah “Saya senang dengan keputusan saya sebelumnya untuk menggunakan aplikasi *BCA Mobile*”. mayoritas responden memberikan tanggapan setuju yaitu sebanyak 184 skor atau 67.65%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa Saya senang dengan keputusan saya sebelumnya untuk menggunakan aplikasi *BCA Mobile*. Total skor pernyataan ini adalah 272 menunjukkan bahwa item pernyataan ini termasuk dalam kriteria baik.

5. Saya pikir saya melakukan hal yang benar dengan memutuskan untuk menggunakan layanan aplikasi *BCA Mobile*.

**Tabel 4.39. Jawaban Responden untuk pertanyaan 26**

<b>Skor (S)</b>	<b>Frekwensi (F)</b>	<b>S x F</b>	<b>Persentase</b>
STS (1)	1	1	0.00%
TS (2)	3	6	1.99%
N (3)	22	66	21.85%
S (4)	20	80	26.49%
SS (5)	30	150	49.67%
<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>302</b>	<b>100.00%</b>

Pada bagian ini pernyataan yang diajukan kepada responden adalah “Saya pikir saya melakukan hal yang benar dengan memutuskan untuk menggunakan layanan aplikasi *BCA Mobile*”. mayoritas responden memberikan tanggapan setuju yaitu sebanyak 150 skor atau 49.67%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa Saya pikir saya melakukan hal yang benar dengan memutuskan untuk menggunakan layanan aplikasi *BCA Mobile*. Total skor pernyataan ini adalah 302 menunjukkan bahwa item pernyataan ini termasuk dalam kriteria baik.

6. Pengalaman saya berurusan dengan aplikasi *BCA Mobile* sangat memuaskan.

**Tabel 4.40. Jawaban Responden untuk pertanyaan 27**

<b>Skor (S)</b>	<b>Frekwensi (F)</b>	<b>S x F</b>	<b>Persentase</b>
STS (1)	2	2	0.36%
TS (2)	5	10	3.56%
N (3)	17	51	18.15%
S (4)	41	164	58.36%
SS (5)	11	55	19.57%
<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>281</b>	<b>100.00%</b>

Pada bagian ini pernyataan yang diajukan kepada responden adalah “Pengalaman saya berurusan dengan aplikasi *BCA Mobile* sangat memuaskan”. mayoritas responden memberikan tanggapan setuju yaitu sebanyak 164 skor atau 58.36%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa Pengalaman saya berurusan dengan aplikasi *BCA Mobile* sangat memuaskan. Total skor pernyataan ini adalah 281 menunjukkan bahwa item pernyataan ini termasuk dalam kriteria baik.

Hasil jawaban responden tersebut dapat direkapitulasi sebagai berikut:

**Tabel 4.41. Rekapitulasi Jawaban Kepuasan Nasabah**

Nomor Item	Pernyataan	Skor	Kriteria
01	Saya puas dengan keputusan saya untuk menggunakan layanan aplikasi <i>BCA Mobile</i> .	305	Baik
02	Jika saya melakukannya lagi, saya akan merasa berbeda tentang penggunaan aplikasi <i>BCA Mobile</i> .	285	Baik
03	Pilihan saya untuk menggunakan aplikasi <i>BCA Mobile</i> adalah pilihan yang bijaksana.	307	Baik
04	Saya senang dengan keputusan saya sebelumnya untuk menggunakan aplikasi <i>BCA Mobile</i> .	272	Baik
05	Saya pikir saya melakukan hal yang benar dengan memutuskan untuk menggunakan layanan aplikasi <i>BCA Mobile</i> .	302	Baik
06	Pengalaman saya berurusan dengan aplikasi <i>BCA Mobile</i> sangat memuaskan.	281	Baik
TOTAL		1752	Baik
Rata-Rata		292	Baik

Dengan demikian, untuk variabel Kepuasan Nasabah, didapat rata sebanyak 292, yang berarti bahwa jawaban responden untuk variabel ini berada dalam rentang “baik”.

#### 4.1.5. Rata-Rata dan Deviasi Standar

**Tabel 4.42. Rata-Rata dan Deviasi Standar**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Daya tanggap (Responsiveness)	76	2.50	4.50	3.8600	.47972
Keandalan (Reliability)	76	1.60	4.60	3.8480	.63403
Jaminan (Assurance)	76	2.00	4.50	3.9133	.67595
Empati (Empathy)	76	2.25	4.50	3.8433	.56169ZD
Bukti fisik (Tangibles)	76	1.75	5.00	3.9333	.79625
Kepuasan Nasabah	76	2.17	4.83	3.8932	.63598
Valid N (listwise)	76				

Berdasarkan tabel di atas, untuk analisis Rata-rata dan Standar Deviasi yang dilakukan, didapat hasil sebagai berikut:

- variabel Daya tanggap (*Responsiveness*) memiliki nilai rata-rata (*means*) sebesar 3.86 dan nilai standar deviasi sebesar 0.48. Dengan demikian, dapat diartikan bahwa data untuk variabel ini telah cukup homogen.
- variabel Keandalan (*Reliability*) memiliki nilai rata-rata (*means*) sebesar 3.85 dan nilai standar deviasi sebesar 0.63. Dengan demikian, dapat diartikan bahwa data untuk variabel ini telah cukup homogen.

- variabel Jaminan (*Assurance*) memiliki nilai rata-rata (*means*) sebesar 3.91 dan nilai standar deviasi sebesar 0.68. Dengan demikian, dapat diartikan bahwa data untuk variabel ini telah cukup homogen.
- variabel Empati (*Empathy*) memiliki nilai rata-rata (*means*) sebesar 3.84 dan nilai standar deviasi sebesar 0.56. Dengan demikian, dapat diartikan bahwa data untuk variabel ini telah cukup homogen.
- variabel Bukti fisik (*Tangibles*) memiliki nilai rata-rata (*means*) sebesar 3.93 dan nilai standar deviasi sebesar 0.80. Dengan demikian, dapat diartikan bahwa data untuk variabel ini telah cukup homogen.
- variabel Kepuasan Nasabah memiliki nilai rata-rata (*means*) sebesar 3.89 dan nilai standar deviasi sebesar 0.64. Dengan demikian, dapat diartikan bahwa data untuk variabel ini telah cukup homogen.

#### 4.1.6. Analisis Korelasi

**Tabel 4.43. Analisis Korelasi**

Correlations		Daya tanggap (Responsiveness)	Keandalan (Reliability)	Jaminan (Assurance)	Empati (Empathy)	Bukti fisik (Tangibles)	Kepuasan Nasabah
Daya tanggap (Responsiveness)	Pearson Correlation	1	.902**	.858**	.921**	.853**	.917**
	Sig. (2- tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76
Keandalan (Reliability)	Pearson Correlation	.902**	1	.946**	.934**	.876**	.940**
	Sig. (2- tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76
Jaminan (Assurance)	Pearson Correlation	.858**	.946**	1	.918**	.907**	.923**
	Sig. (2- tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76
Empati (Empathy)	Pearson Correlation	.921**	.934**	.918**	1	.881**	.936**
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76
Bukti fisik (Tangibles)	Pearson Correlation	.853**	.876**	.907**	.881**	1	.904**
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	76	76	76	76	76	76
Kepuasan Nasabah	Pearson Correlation	.917**	.940**	.923**	.936**	.904**	1
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	76	76	76	76	76	76

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel di atas, maka hasil analisis korelasi dapat diartikan sebagai berikut

- besar hubungan (korelasi) dari variabel Daya tanggap (*Responsiveness*) terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 0.917. Dengan demikian, hubungan yang ada memiliki tingkatan sangat tinggi.



- besar hubungan (korelasi) dari variabel Keandalan (*Reliability*) terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 0.949. Dengan demikian, hubungan yang ada memiliki tingkatan sangat tinggi.
- besar hubungan (korelasi) dari variabel Jaminan (*Assurance*) terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 0.923. Dengan demikian, hubungan yang ada memiliki tingkatan sangat tinggi.
- besar hubungan (korelasi) dari variabel Empati (*Empathy*) terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 0.936. Dengan demikian, hubungan yang ada memiliki tingkatan sangat tinggi.
- besar hubungan (korelasi) dari variabel Bukti fisik (*Tangibles*) terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 0.904. Dengan demikian, hubungan yang ada memiliki tingkatan sangat tinggi.

#### **4.1.7. Pengujian Hipotesis**

Secara umum, analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (bebas), dengan tujuan untuk peramalan (Ghozali. 2009). Hasil analisis regresi adalah berupa koefisien untuk masing-masing independen (X). Koefisien ini diperoleh dengan cara memprediksi nilai variabel dependen (Y) dengan suatu persamaan yang dinamakan persamaan regresi, yaitu suatu formula yang mencari nilai variabel dependen dari nilai variabel independen yang diketahui. Koefisien

regresi merupakan nilai yang mengukur besarnya pengaruh X terhadap Y jika X naik satu satuan.

#### **4.1.7.1. Uji F (Uji Regresi Linier Berganda)**

Uji F dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah sebesar 5%, dengan derajat kebebasan  $df = (n-k-1)$ , dimana (n) adalah jumlah observasi dan (k) adalah jumlah variabel.

Menurut Imam Ghozali (2012:121), uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel independen secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen. Hasil uji F pada output SPSS dapat dilihat pada tabel ANOVA. Untuk mengetahui variabel-variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen, dilakukan dengan membandingkan *p-value* pada kolom *Sig.* Dengan tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 0,05. Jika *p-value* lebih kecil dari 0,05 maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, sebaliknya jika *p-value* lebih besar dari 0,05 maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima.

- $H_{01}$  : tidak terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan (*Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangibles*) secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah BCA Mobile di BCA KCP Burangrang Kota Bandung.
- $H_1$  : terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan (*Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangibles*) secara bersama-sama

terhadap kepuasan nasabah *BCA Mobile* di *BCA KCP Burangrang Kota Bandung*.

Hasil perhitungan menunjukkan hasil sebagai berikut :

**Tabel 4.44.**  
**Uji F**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	27.838	5	5.568	183.547	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2.093	69	.030		
	Total	29.931	75			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Bukti fisik (*Tangibles*), Daya tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*), Keandalan (*Reliability*)

Berdasarkan tabel di atas, didapatkan nilai *p-value* sebesar 0.000, yang berarti bahwa *p-value* lebih kecil dari 0,05 maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Dengan demikian, terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan (*Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangibles*) secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah *BCA Mobile* di *BCA KCP Burangrang Kota Bandung*.

#### 4.1.7.2. Uji Parsial (Uji-t)

Uji t dilakukan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dari variabel independennya. Tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 5%, dengan derajat kebebasan  $df = (n-k-1)$ , dimana (n) adalah jumlah observasi dan (k) adalah jumlah variabel.

Untuk mengetahui variabel-variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen, dilakukan dengan membandingkan *p-value* pada kolom *Sig.* Dengan tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 0,05. Jika *p-value* lebih kecil dari 0,05 maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, sebaliknya jika *p-value* lebih besardari 0,05 maka  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima.

Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H2 : terdapat pengaruh antara Daya tanggap (*Responsiveness*) terhadap kepuasan nasabah BCA *Mobile* di Bank BCA KCP Burangrang Kota Bandung.
- H3 : terdapat pengaruh antara Keandalan (*Reliability*) terhadap kepuasan nasabah BCA *Mobile* di BCA KCP Burangrang Kota Bandung.
- H4 : terdapat pengaruh antara Jaminan (*Assurance*) terhadap kepuasan nasabah BCA *Mobile* di BCA KCP Burangrang Kota Bandung.
- H5: terdapat pengaruh antara Empati (*Empathy*) terhadap kepuasan nasabah BCA *Mobile* di BCA KCP Burangrang Kota Bandung.
- H6 : terdapat pengaruh antara Bukti fisik (*Tangibles*) terhadap kepuasan nasabah BCA *Mobile* di BCA KCP Burangrang Kota Bandung.

**4.1.7.2.1. Uji Hipotesis 2: pengaruh antara Daya tanggap (*Responsiveness*) terhadap kepuasan nasabah BCA Mobile di Bank BCA KCP Burangrang Kota Bandung**

Hipotesis statistik yang diuji dengan taraf kepercayaan 95% adalah:

- H02 :Tidak terdapat pengaruh antara Daya tanggap (*Responsiveness*) terhadap kepuasan nasabah BCA *Mobile* di Bank BCA KCP Burangrang Kota Bandung.
- H2 : terdapat pengaruh antara Daya tanggap (*Responsiveness*) terhadap kepuasan nasabah BCA *Mobile* di Bank BCA KCP Burangrang Kota Bandung.

**Tabel 4.45. Uji Hipotesis 1**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.802	.240		-3.340	.001
1 Daya tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	1.216	.062	.917	19.705	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tabel di atas, didapatkan nilai p-value sebesar 0.000, yang berarti bahwa *p-value* lebih kecil dari 0,05 maka H2 diterima dan Ho2 ditolak. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh antara Daya tanggap (*Responsiveness*) terhadap kepuasan nasabah BCA *Mobile* di Bank BCA KCP Burangrang Kota Bandung.

**Tabel 4.46. Uji Koefisien Determinasi Hipotesis 1**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.917 <sup>a</sup>	.842	.840	.25473

a. Predictors: (Constant), Daya tanggap (*Responsiveness*)

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tabel di atas, besar pengaruh antara Daya tanggap (*Responsiveness*) adalah sebesar  $(0.842 \times 100\% = 84.2\%)$ .

**4.1.7.2.2. Uji Hipotesis 3: pengaruh antara Keandalan (*Reliability*) terhadap kepuasan nasabah BCA Mobile di BCA KCP Burangrang Kota Bandung**

Hipotesis statistik yang diuji dengan taraf kepercayaan 95% adalah :

- H03 : tidak terdapat pengaruh antara Keandalan (*Reliability*) terhadap kepuasan nasabah BCA *Mobile* di BCA KCP Burangrang Kota Bandung.
- H3 : terdapat pengaruh antara Keandalan (*Reliability*) terhadap kepuasan nasabah BCA *Mobile* di BCA KCP Burangrang Kota Bandung.

**Tabel 4.47. Uji Hipotesis 2**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.263	.156		1.691	.095
Keandalan (Reliability)	.943	.040	.940	23.642	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah  
 Berdasarkan tabel di atas, didapatkan nilai *p*-value sebesar 0.000, yang berarti bahwa *p*-value lebih kecil dari 0,05 maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh antara Keandalan (*Reliability*) terhadap kepuasan nasabah BCA *Mobile* di BCA KCP Burangrang Kota Bandung.\

**Tabel 4.48. Uji Koefisien Determinasi Hipotesis 2**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.940 <sup>a</sup>	.884	.883	.21763

- a. Predictors: (Constant), Keandalan (Reliability)  
 b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tabel di atas, besar pengaruh antara Keandalan (*Reliability*) adalah sebesar  $(0.884 \times 100\% = 88.4\%)$ .

**4.1.7.2.3. Uji Hipotesis 4: Pengaruh antara Jaminan (*Assurance*) terhadap kepuasan nasabah BCA Mobile di BCA KCP Burangrang Kota Bandung**

Hipotesis statistik yang diuji dengan taraf kepercayaan 95% adalah :

- H04 : tidak terdapat pengaruh antara Jaminan (*Assurance*) terhadap kepuasan nasabah BCA *Mobile* di BCA KCP Burangrang Kota Bandung.
- H4 : terdapat pengaruh antara Jaminan (*Assurance*) terhadap kepuasan nasabah BCA *Mobile* di BCA KCP Burangrang Kota Bandung.

**Tabel 4.49. Uji Hipotesis 3**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.496	.169		2.942	.004
Jaminan ( <i>Assurance</i> )	.868	.042	.923	20.451	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tabel di atas, didapatkan nilai *p-value* sebesar 0.000, yang berarti bahwa *p-value* lebih kecil dari 0,05 maka  $H_a$  diterima dan  $H_{04}$  ditolak. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh antara Jaminan (*Assurance*) terhadap kepuasan nasabah BCA *Mobile* di BCA KCP Burangrang Kota Bandung.



**Tabel 4.50. Uji Koefisien Determinasi Hipotesis 3**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.923 <sup>a</sup>	.851	.849	.24684

a. Predictors: (Constant), Jaminan (Assurance)

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tabel di atas, besar pengaruh antara Jaminan (*Assurance*) adalah sebesar (0.851 x 100%=85.1%).

#### **4.1.7.2.4. Uji Hipotesis 5: pengaruh antara Empati (*Empathy*) terhadap kepuasan nasabah BCA Mobile di BCA KCP Burangrang Kota Bandung**

Hipotesis statistik yang diuji dengan taraf kepercayaan 95% adalah :

- H05: tidak terdapat pengaruh antara Empati (*Empathy*) terhadap kepuasan nasabah BCA *Mobile* di BCA KCP Burangrang Kota Bandung.
- H5: terdapat pengaruh antara Empati (*Empathy*) terhadap kepuasan nasabah BCA *Mobile* di BCA KCP Burangrang Kota Bandung.

**Tabel 4.51. Uji Hipotesis 4**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.496	.169		2.942	.004
Jaminan (Assurance)	.868	.042	.923	20.451	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tabel di atas, didapatkan nilai *p-value* sebesar 0.000, yang berarti bahwa *p-value* lebih kecil dari 0,05 maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh antara Empati (*Empathy*) terhadap kepuasan nasabah BCA *Mobile* di BCA KCP Burangrang Kota Bandung.

**Tabel 4.52. Uji Koefisien Determinasi Hipotesis 4**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.923 <sup>a</sup>	.851	.849	.24684

a. Predictors: (Constant), Jaminan (Assurance)

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tabel di atas, besar pengaruh antara Empati (*Empathy*) terhadap kepuasan nasabah BCA *Mobile* di BCA KCP Burangrang Kota Bandung adalah sebesar  $(0.851 \times 100\% = 85.1\%)$ .

**4.1.7.2.5. Uji Hipotesis 6: Pengaruh antara Bukti fisik (*Tangibles*) terhadap kepuasan nasabah BCA Mobile di BCA KCP Burangrang Kota Bandung**

Hipotesis statistik yang diuji dengan taraf kepercayaan 95% adalah :

- H06 : tidak terdapat pengaruh antara Bukti fisik (*Tangibles*) terhadap kepuasan nasabah BCA *Mobile* di BCA KCP Burangrang Kota Bandung.
- H6 : terdapat pengaruh antara Bukti fisik (*Tangibles*) terhadap kepuasan nasabah BCA *Mobile* di BCA KCP Burangrang Kota Bandung.

**Tabel 4.53. Uji Hipotesis Tabel 5**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.181	.181		-1.002	.320
Empati (Empathy)	1.060	.047	.936	22.775	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tabel di atas, didapatkan nilai *p-value* sebesar 0.000, yang berarti bahwa *p-value* lebih kecil dari 0,05 maka  $H_a$  diterima dan  $H_{o6}$  ditolak. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh antara Bukti fisik (*Tangibles*) terhadap kepuasan nasabah BCA *Mobile* di BCA KCP Burangrang Kota Bandung.

**Tabel 4.54. Uji Koefisien Determinasi Hipotesis 5**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.936 <sup>a</sup>	.877	.875	.22491

a. Predictors: (Constant), Empati (Empathy)

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tabel di atas, besar pengaruh antara Bukti fisik (*Tangibles*) terhadap kepuasan nasabah BCA *Mobile* di BCA KCP Burangrang Kota Bandung adalah sebesar  $(0.877 \times 100\% = 87.7\%)$ .

#### 4.1.7.3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah suatu pengujian yang digunakan untuk menguji pengaruh besarnya kontribusi antara variabel independen (variabel bebas) yaitu perilaku konsumen terhadap variabel dependen (variabel terikat) yaitu keputusan pembelian biasanya dinyatakan dalam presentase (Uma Sekaran. 2012:72). Rumus yang digunakan menurut Uma Sekaran (2012:72) adalah :

**Tabel 4.55. Uji Koefisien Determinasi Gabungan**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.964 <sup>a</sup>	.930	.925	.17416

a. Predictors: (Constant), Bukti fisik (*Tangibles*), Daya tanggap (Responsiveness), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*), Keandalan (*Reliability*)

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Kekuatan Koefisien determinasi =  $R^2 \times 100\%$

Kekuatan Koefisien determinasi =  $0.930 \times 100\%$

Kekuatan Koefisien determinasi = 93.0%

Dimana:

$R^2$ : nilai koefisien determinasi

Dengan mengetahui nilai koefisien determinasi, maka dapat ditentukan besar pengaruh langsung dari variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil ini, pengaruh antara Kualitas Pelayanan (*Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangibles*) secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah BCA *Mobile* di BCA KCP Burangrang Kota Bandung adalah sebesar 93.0%, sementara sebesar 7% merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti di dalam penelitian.

#### **4.2. Pembahasan**

Kualitas pelayanan merupakan faktor dan akar penting yang mampu memberikan kepuasan bagi nasabahnya yang terkait dengan hasil perilaku dari mulut ke mulut seperti keluhan, rekomendasi dan pertukaran atau perpindahan Yaves *et al.*, 2004 dalam Sumarto (2007). Sedangkan Oliver (2007:31) menjelaskan kepuasan nasabah merupakan bagian dari pemasaran dan memainkan peran penting di pasar. Strategi pemasaran yang berorientasi pada nasabah membuat perusahaan harus memahami perilaku maupun memenuhi kebutuhan nasabah untuk mencapai kepuasan

nasabah. Untuk Uji Hipotesis 1, didapatkan nilai  $p$ -value sebesar 0.000, yang berarti bahwa  $p$ -value lebih kecil dari 0,05 maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Dengan demikian, terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan (*Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangibles*) secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah BCA Mobile di BCA KCP Burangrang Kota Bandung.

*Responsiveness* (daya tanggap) yaitu kemampuan maskapai penerbangan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada para nasabah dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan nasabah menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. Untuk Uji Hipotesis 2, didapatkan nilai  $p$ -value sebesar 0.000, yang berarti bahwa  $p$ -value lebih kecil dari 0,05 maka  $H_2$  diterima dan  $H_{o2}$  ditolak. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh antara Daya tanggap (*Responsiveness*) terhadap kepuasan nasabah BCA Mobile di Bank BCA KCP Burangrang Kota Bandung.

*Reliability* (kehandalan) yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Kinerja harus sesuai dengan harapan nasabah yang berarti ketetapan waktu, pelayanan yang sama untuk semua nasabah tanpa kesalahan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi. Untuk Uji Hipotesis 3, didapatkan nilai  $p$ -value sebesar 0.000, yang berarti bahwa  $p$ -value lebih kecil dari 0,05 maka  $H_a$  diterima dan  $H_{o3}$  ditolak. Hal ini berarti bahwa terdapat

pengaruh antara Keandalan (*Reliability*) terhadap kepuasan nasabah BCA *Mobile* di BCA KCP Burangrang Kota Bandung.

*Assurance* (jaminan), adanya kepastian yaitu pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para skor perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah kepada pelayanan perusahaan. Untuk Uji Hipotesis 4, didapatkan nilai *p-value* sebesar 0.000, yang berarti bahwa *p-value* lebih kecil dari 0,05 maka  $H_a$  diterima dan  $H_{o4}$  ditolak. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh antara Jaminan (*Assurance*) terhadap kepuasan nasabah BCA *Mobile* di BCA KCP Burangrang Kota Bandung.

*Empathy* (empati), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individu atau pribadi yang diberikan kepada para nasabah dengan berupaya memahami keinginan Nasabah. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang nasabah, memahami kebutuhan nasabah secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi nasabah. Untuk Uji Hipotesis 5, didapatkan nilai *p-value* sebesar 0.000, yang berarti bahwa *p-value* lebih kecil dari 0,05 maka  $H_a$  diterima dan  $H_{o5}$  ditolak. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh antara Empati (*Empathy*) terhadap kepuasan nasabah BCA *Mobile* di BCA KCP Burangrang Kota Bandung.

*Tangibles* (bukti langsung), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan perusahaan. Untuk Uji Hipotesis 6,

didapatkan nilai  $p$ -value sebesar 0.000, yang berarti bahwa  $p$ -value lebih kecil dari 0,05 maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh antara Bukti fisik (*Tangibles*) terhadap kepuasan nasabah BCA *Mobile* di BCA KCP Burangrang Kota Bandung.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, setelah melalui beberapa tahap yaitu, pengumpulan data, pengolahan data, analisis data, dan interpretasi hasil analisis Pengaruh Penggunaan *BCA Mobile* Terhadap Kepuasan Nasabah di KCP *BCA Burangrang Kota Bandung* adalah sebagai berikut :

1. Penggunaan (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*) *BCA Mobile* di *BCA KCP Burangrang Kota Bandung* termasuk dalam kategori baik.
2. Kepuasan nasabah *BCA Mobile* di *BCA KCP Burangrang Kota Bandung* termasuk dalam kategori baik.
3. Pengaruh Penggunaan (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*) *BCA Mobile* secara parsial terhadap kepuasan nasabah berpengaruh positif.
4. Pengaruh Penggunaan (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*) *BCA Mobile* secara simultan terhadap kepuasan nasabah berpengaruh positif.

Dari hasil penelitian masing – masing variabel (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*) menunjukkan bahwa nasabah merasa puas dan baik dalam mengoperasikan *BCA Mobile*.

### **5.2.1. Saran Teoretis**

Saran Praktis yang diberikan pada penelitian selanjutnya, adalah sebagai berikut :

- Pada peneliti selanjutnya yang bermaksud untuk melakukan penelitian sejenis, peneliti menyarankan untuk dapat menambahkan variabel-variabel yang dapat memunculkan kepuasan konsumen, sehingga hasil penelitian yang didapat dapat dikembangkan pada variabel-variabel yang terkait
- Diharapkan pada peneliti selanjutnya untuk menambahkan harapan dan penilaian konsumen terhadap layanan yang diberikan, sehingga peneliti dapat mengetahui pengembangan apa yang dapat dilakukan pada pelayanan yang diberikan.

### **5.2.2. Saran Praktis**

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis dapat memberikan saran praktis yang diharapkan dapat menjadi masukan untuk pelayanan di *BCA KCP Burangrang Kota Bandung*. Saran untuk kedepannya, sebaiknya para customer service di *BCA KCP Burangrang Bandung* lebih detil dalam memberikan informasi dan edukasi fitur-fitur yang terdapat pada *BCA Mobile*. Hal ini diharapkan dapat membantu nasabah agar mudah mengoperasikan *BCA Mobile* dan merasa semakin puas dalam penggunaannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul,Majid. 2016. Pengaruh Service Quality terhadap Satisfaction dan Customer Loyalty Koperasi Dadirah di Dili Timor Leste. Jurnal Ekonomi dan Bisnis.
- Ali, Hasan . 2013. Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Barnes, James G. 2013. Secrets of Customer Relationship Management. Jakarta : Andi.
- Fandy, Tjiptono. 2014. Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian). Yogyakarta. Andi.
- Ghozali, H Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Yogyakarta : Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2009. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang : UNDIP.
- Gregorius, Chandra. 2012. Pemasaran Strategik. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Hardiansyah, Dr., M.Si. 2018. Kualitas Pelayanan Publik. Yogyakarta : Gava Media.
- Husein,Umar. 2013. Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis. Jakarta: Rajawali.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2014. Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1. Jakarta : Erlangga
- Lewis dan Boom. 2005. Service, Quality & Satisfaction.Edisi ke 3. Jakarta : Erlangga.
- Medcom.id, Perbankan Harus Bersiap Hadapi Persaingan Global, <https://www.medcom.id/ekonomi/mikro/4KZ6dVgK-perbankan-harus-bersiap-hadapi-persaingan-global>.

- Minh, N. G. dan Huu, N. H. 2016. The Relationship between Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty : An Investigation in Vietnamese Retail Banking Sector. *Journal of Competitiveness*. Vol. 8, Issue 2, pp. 103 - 116, June 2016.
- Niveen Mazen Alsayyed, Taghrid Suifan, Afnan Alawneh. 2015. Exploring the Effect of Perceived Service Quality on Customers Satisfaction: A Study of Banking Sector in Jordan, *Journal of Management*.
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jamah. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Siregar, Syofian. 2015. *Statistika Terapan untuk Perguruan Tinggi*. Jakarta: PT. Kharisma Putra Utama.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta,
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality and Satisfaction*. edisi 3. Yogyakarta. Andi.
- Zeithaml, V. Parasuraman, A. and L. Berry L. 1985. "Problems and Strategies in Services. Marketing". *Jurnal of Marketing* Vol. 49. Spring.
- Zeithaml, Valarie A., Mary Jo Bitner dan Dwayned D. Gremler. 2006. *Services Marketing. Integrating Customer Focus Across the Firm*. 4th edition. International Edition. Singapore: McGraw-Hill.

**Lampiran 1**

**BUKTI SPSS**

**Usia Responden:**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< 21 tahun	5	6.6	6.6	6.6
>50 tahun	2	2.6	2.6	9.2
Valid 21-30 tahun	38	50.0	50.0	59.2
31-40 tahun	26	34.2	34.2	93.4
41-50 tahun	5	6.6	6.6	100.0
Total	76	100.0	100.0	

**Jenis Kelamin:**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pria	41	53.9	53.9	53.9
Wanita	35	46.1	46.1	100.0
Total	76	100.0	100.0	

**Pendidikan terakhir**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Diploma (D1/D3)	42	55.3	55.3	55.3
Pasca Sarjana (S2/S3)	2	2.6	2.6	57.9
Sarjana (S1)	30	39.5	39.5	97.4
SMA/SMK/Sederajat	2	2.6	2.6	100.0
Total	76	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	

**Apakah saudara menggunakan aplikasi *Mobile* BCA?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	Ya	76	100.0	100.0	100.0
-------	----	----	-------	-------	-------

**Transaksi apa yang paling sering saudara gunakan:**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Lain-lain	1	1.3	1.3
	Pembayaran	8	10.5	10.5
	Pembelian pulsa, pln, dll	42	55.3	55.3
	Transfer	25	32.9	32.9
	Total	76	100.0	100.0

Lampiran Uji Validitas

**Correlations**

		TA_01	TA_02	TA_03	TA_04	Bukti fisik (Tangibles)
TA_01	Pearson Correlation	1	.405**	.719**	.719**	.835**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76
TA_02	Pearson Correlation	.405**	1	.488**	.488**	.644**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76
TA_03	Pearson Correlation	.719**	.488**	1	1.000**	.961**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	76	76	76	76	76
TA_04	Pearson Correlation	.719**	.488**	1.000**	1	.961**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	76	76	76	76	76
Bukti fisik (Tangibles)	Pearson Correlation	.835**	.644**	.961**	.961**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	76	76	76	76	76

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Correlations**

		RE_05	RE_06	RE_07	RE_08	RE_09	Keandalan (Reliability)
RE_05	Pearson Correlation	1	.365**	.627**	.432**	.595**	7654042.000**

	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76
RE_06	Pearson Correlation	.365**	1	.485**	.427**	.717**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76
RE_07	Pearson Correlation	.627**	.485**	1	.465**	.611**	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76
RE_08	Pearson Correlation	.432**	.427**	.465**	1	.543**	.694**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76
RE_09	Pearson Correlation	.595**	.717**	.611**	.543**	1	.904**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	76	76	76	76	76	76
Keandalan (Reliability)	Pearson Correlation	7654042.000**	.786**	.793**	.694**	.904**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	76	76	76	76	76	76

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

#### Correlations

		RES_10	RES_11	RES_12	RES_13	Daya tanggap (Responsiveness)
RES_10	Pearson Correlation	1	.459**	.547**	.537**	.778**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76
RES_11	Pearson Correlation	.459**	1	.470**	.543**	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76
RES_12	Pearson Correlation	.547**	.470**	1	.472**	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	76	76	76	76	76
RES_13	Pearson Correlation	.537**	.543**	.472**	1	.788**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	76	76	76	76	76
Daya tanggap (Responsiveness)	Pearson Correlation	.778**	.836**	7654264.000**	.788**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	76	76	76	76	76

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Correlations**

		AS_14	AS_15	AS_16	AS_17	Jaminan (Assurance)
AS_14	Pearson Correlation	1	.476**	.689**	.516**	.784**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76
AS_15	Pearson Correlation	.476**	1	.730**	.735**	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76
AS_16	Pearson Correlation	.689**	.730**	1	.572**	.906**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	76	76	76	76	76
AS_17	Pearson Correlation	.516**	.735**	.572**	1	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	76	76	76	76	76
Jaminan (Assurance)	Pearson Correlation	.784**	.881**	.906**	.802**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	76	76	76	76	76

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Correlations**

		EM_18	EM_19	EM_20	EM_21	Empati (Empathy)
EM_18	Pearson Correlation	1	.418**	.515**	.437**	.702**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76
EM_19	Pearson Correlation	.418**	1	.559**	.541**	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76
EM_20	Pearson Correlation	.515**	.559**	1	.503**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	76	76	76	76	76
EM_21	Pearson Correlation	.437**	.541**	.503**	1	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	76	76	76	76	76



	Pearson Correlation	.702**	.850**	.806**	.781**	1
Empati (Empathy)	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	76	76	76	76	76

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

#### CORRELATIONS

```

/VARIABLES=KK_01 KK_02 KK_03 KK_04 KK_05 KK_06 AVGGK
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```

#### Correlations

		KK_01	KK_02	KK_03	KK_04	KK_05	KK_06	Kepuasan Nasabah
KK_01	Pearson Correlation	1	.408**	.810**	.517**	.549**	.581**	.867**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76	76
KK_02	Pearson Correlation	.408**	1	.421**	.309**	.402**	.603**	.648**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.007	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76	76
KK_03	Pearson Correlation	.810**	.421**	1	.409**	.586**	.540**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76	76
KK_04	Pearson Correlation	.517**	.309**	.409**	1	.279*	.564**	.665**
	Sig. (2-tailed)	.000	.007	.000		.015	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76	76
KK_05	Pearson Correlation	.549**	.402**	.586**	.279*	1	.424**	.729**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.015		.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76	76
KK_06	Pearson Correlation	.581**	.603**	.540**	.564**	.424**	1	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	76	76	76	76	76	76	76
Kepuasan Nasabah	Pearson Correlation	.867**	.648**	.844**	.665**	.729**	.800**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	76	76	76	76	76	76	76

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Uji Reliabilitas

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.882	4

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.844	5

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.782	4

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.857	4

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.782	4

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.854	6

## Uji Regresi

## Regression

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Bukti fisik (Tangibles), Daya tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance), Empati (Empathy), Keandalan (Reliability) <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. All requested variables entered.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.964 <sup>a</sup>	.930	.925	.17416	1.934

a. Predictors: (Constant), Bukti fisik (Tangibles), Daya tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance), Empati (Empathy), Keandalan (Reliability)

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	27.838	5	5.568	183.547	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2.093	69	.030		
	Total	29.931	74			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Bukti fisik (Tangibles), Daya tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance), Empati (Empathy), Keandalan (Reliability)

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.195	.185		-1.052	.297		
	Keandalan (Reliability)	.299	.122	.298	2.452	.017	.069	4.555
	Daya tanggap (Responsiveness)	.289	.118	.218	2.454	.017	.128	7.799
	Jaminan (Assurance)	.083	.111	.088	.748	.457	.726	3.776

Empati (Empathy)	.224	.124	.197	1.797	.077	.839	1.912
Bukti fisik (Tangibles)	.162	.065	.203	2.495	.015	.153	6.520

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

#### Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>

Model	Dimensi	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions					
				(Constant)	Keandalan (Reliability)	Daya tanggap (Responsiveness)	Jaminan (Assurance)	Empati (Empathy)	Bukti fisik (Tangibles)
1	1	5.967	1.000	.00	.00	.00	.00	.00	.00
	2	.023	16.070	.35	.00	.00	.01	.00	.05
	3	.005	36.301	.20	.08	.01	.02	.03	.78
	4	.003	46.296	.28	.01	.28	.30	.06	.01
	5	.001	67.352	.00	.39	.14	.05	.76	.02
	6	.001	77.449	.17	.51	.57	.63	.15	.13

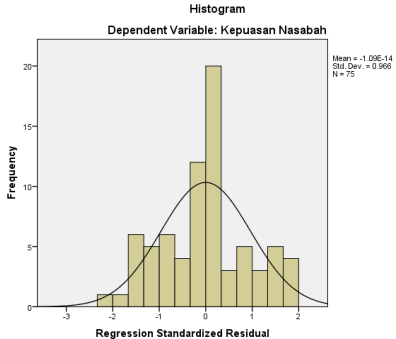
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

#### Residuals Statistics<sup>a</sup>

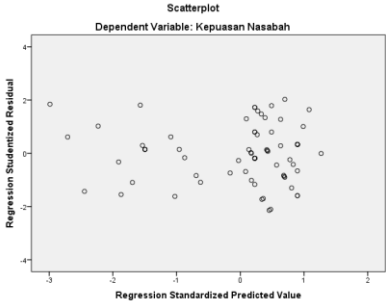
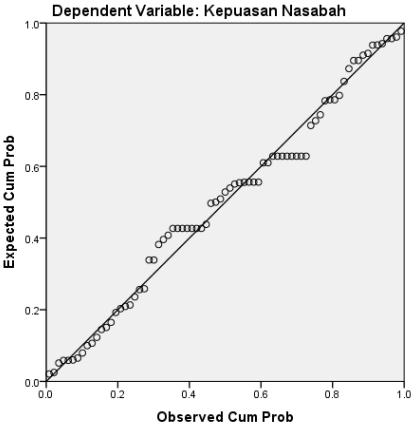
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2.0610	4.6714	3.8932	.61334	76
Std. Predicted Value	-2.987	1.269	.000	1.000	76
Standard Error of Predicted Value	.023	.113	.045	.020	76
Adjusted Predicted Value	1.9463	4.6714	3.8911	.62130	76
Residual	-.35543	.34813	.00000	.16818	76
Std. Residual	-2.041	1.999	.000	.966	76
Stud. Residual	-2.141	2.027	.005	1.024	76
Deleted Residual	-.40746	.41390	.00211	.19074	76
Stud. Deleted Residual	-2.200	2.077	.005	1.036	76
Mahal. Distance	.268	30.232	4.933	5.669	76
Cook's Distance	.000	.397	.025	.059	76
Centered Leverage Value	.004	.409	.067	.077	76

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

# Charts



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



## Regression

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Bukti fisik (Tangibles), Daya tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance), Empati (Empathy), Keandalan (Reliability) <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. All requested variables entered.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.964 <sup>a</sup>	.930	.925	.17416

a. Predictors: (Constant), Bukti fisik (Tangibles), Daya tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance), Empati (Empathy), Keandalan (Reliability)

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	27.838	5	5.568	183.547	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2.093	69	.030		
	Total	29.931	74			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Bukti fisik (Tangibles), Daya tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance), Empati (Empathy), Keandalan (Reliability)

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.195	.185		-1.052	.297
	Keandalan (Reliability)	.299	.122	.298	2.452	.017
	Daya tanggap (Responsiveness)	.289	.118	.218	2.454	.017

Jaminan (Assurance)	.083	.111	.088	.748	.457
Empati (Empathy)	.224	.124	.197	1.797	.077
Bukti fisik (Tangibles)	.162	.065	.203	2.495	.015

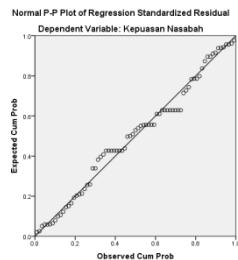
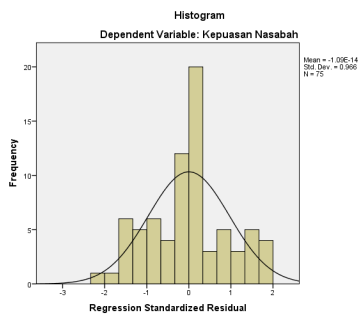
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

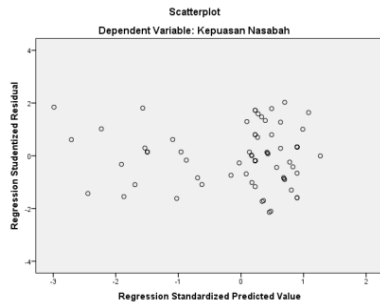
#### Residuals Statistics<sup>a</sup>

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2.0610	4.6714	3.8932	.61334	76
Std. Predicted Value	-2.987	1.269	.000	1.000	76
Standard Error of Predicted Value	.023	.113	.045	.020	76
Adjusted Predicted Value	1.9463	4.6714	3.8911	.62130	76
Residual	-.35543	.34813	.00000	.16818	76
Std. Residual	-2.041	1.999	.000	.966	76
Stud. Residual	-2.141	2.027	.005	1.024	76
Deleted Residual	-.40746	.41390	.00211	.19074	76
Stud. Deleted Residual	-2.200	2.077	.005	1.036	76
Mahal. Distance	.268	30.232	4.933	5.669	76
Cook's Distance	.000	.397	.025	.059	76
Centered Leverage Value	.004	.409	.067	.077	76

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

## Charts





## Regression

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Daya tanggap (Responsiveness) b		Enter

- a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah  
b. All requested variables entered.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.917 <sup>a</sup>	.842	.840	.25473

- a. Predictors: (Constant), Daya tanggap (Responsiveness)  
b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	25.194	1	25.194	388.281	.000 <sup>b</sup>
	Residual	4.737	73	.065		
	Total	29.931	74			

- a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah  
b. Predictors: (Constant), Daya tanggap (Responsiveness)

## Coefficients<sup>a</sup>



Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.802	.240		-3.340	.001
1 Daya tanggap (Responsiveness)	1.216	.062	.917	19.705	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

#### Residuals Statistics<sup>a</sup>

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2.2390	4.6716	3.8932	.58349	76
Std. Predicted Value	-2.835	1.334	.000	1.000	76
Standard Error of Predicted Value	.030	.089	.040	.013	76
Adjusted Predicted Value	2.2264	4.7043	3.8941	.58317	76
Residual	-.84163	.57059	.00000	.25300	76
Std. Residual	-3.304	2.240	.000	.993	76
Stud. Residual	-3.368	2.256	-.002	1.007	76
Deleted Residual	-.87432	.57872	-.00089	.26021	76
Stud. Deleted Residual	-3.639	2.323	-.007	1.030	76
Mahal. Distance	.053	8.037	.987	1.496	76
Cook's Distance	.000	.220	.014	.032	76
Centered Leverage Value	.001	.109	.013	.020	76

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

## Regression

#### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Keandalan (Reliability) <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. All requested variables entered.

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.940 <sup>a</sup>	.884	.883	.21763

a. Predictors: (Constant), Keandalan (Reliability)

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	26.473	1	26.473	558.949	.000 <sup>b</sup>
	Residual	3.457	73	.047		
	Total	29.931	74			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Keandalan (Reliability)

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.263	.156		1.691	.095
	Keandalan (Reliability)	.943	.040	.940	23.642	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	1.7725	4.6026	3.8932	.59812	76
Std. Predicted Value	-3.546	1.186	.000	1.000	76
Standard Error of Predicted Value	.025	.093	.034	.012	76
Adjusted Predicted Value	1.6477	4.6004	3.8925	.60236	76
Residual	-.47057	.67766	.00000	.21615	76
Std. Residual	-2.162	3.082	.000	.993	76
Stud. Residual	-2.184	3.106	.002	1.013	76
Deleted Residual	-.48022	.68254	.00073	.22510	76
Stud. Deleted Residual	-2.244	3.311	.007	1.035	76
Mahal. Distance	.006	12.571	.987	1.858	76
Cook's Distance	.000	.901	.022	.104	76
Centered Leverage Value	.000	.170	.013	.025	76

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

**Regression**

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Jaminan (Assurance) <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. All requested variables entered.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.923 <sup>a</sup>	.851	.849	.24684

a. Predictors: (Constant), Jaminan (Assurance)

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	25.483	1	25.483	418.237	.000 <sup>b</sup>
	Residual	4.448	73	.061		
	Total	29.931	74			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Jaminan (Assurance)

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.496	.169		2.942	.004
	Jaminan (Assurance)	.868	.042	.923	20.451	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2.2322	4.4025	3.8932	.58682	76
Std. Predicted Value	-2.831	.868	.000	1.000	76
Standard Error of Predicted Value	.029	.086	.038	.012	76
Adjusted Predicted Value	2.1023	4.4163	3.8931	.58896	76
Residual	-.57251	.93784	.00000	.24516	76
Std. Residual	-2.319	3.799	.000	.993	76
Stud. Residual	-2.347	4.054	.000	1.017	76
Deleted Residual	-.58629	1.06768	.00011	.25706	76
Stud. Deleted Residual	-2.424	4.574	.008	1.054	76
Mahal. Distance	.016	8.012	.987	1.533	76
Cook's Distance	.000	1.138	.025	.131	76
Centered Leverage Value	.000	.108	.013	.021	76

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

## Regression

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Jaminan (Assurance) <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. All requested variables entered.

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.923 <sup>a</sup>	.851	.849	.24684

a. Predictors: (Constant), Jaminan (Assurance)

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	25.483	1	25.483	418.237	.000 <sup>b</sup>
	Residual	4.448	73	.061		
	Total	29.931	74			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Jaminan (Assurance)

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.496	.169		2.942	.004
	Jaminan (Assurance)	.868	.042	.923	20.451	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

#### Residuals Statistics<sup>a</sup>

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2.2322	4.4025	3.8932	.58682	76
Std. Predicted Value	-2.831	.868	.000	1.000	76
Standard Error of Predicted Value	.029	.086	.038	.012	76
Adjusted Predicted Value	2.1023	4.4163	3.8931	.58896	76
Residual	-.57251	.93784	.00000	.24516	76
Std. Residual	-2.319	3.799	.000	.993	76
Stud. Residual	-2.347	4.054	.000	1.017	76
Deleted Residual	-.58629	1.06768	.00011	.25706	76
Stud. Deleted Residual	-2.424	4.574	.008	1.054	76
Mahal. Distance	.016	8.012	.987	1.533	76
Cook's Distance	.000	1.138	.025	.131	76
Centered Leverage Value	.000	.108	.013	.021	76

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

## Regression

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Empati (Empathy) <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. All requested variables entered.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.936 <sup>a</sup>	.877	.765	.22491

a. Predictors: (Constant), Empati (Empathy)

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	26.238	1	26.238	518.685	.000 <sup>b</sup>
	Residual	3.693	73	.051		
	Total	29.931	74			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Empati (Empathy)

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.181	.181		-1.002	.320
	Empati (Empathy)	1.060	.047	.936	22.777	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2.2041	4.5893	3.8932	.59545	76
Std. Predicted Value	-2.837	1.169	.000	1.000	76
Standard Error of Predicted Value	.026	.079	.035	.012	76

Adjusted Predicted Value	2.1393	4.5867	3.8923	.59836	76
Residual	-.49917	.50569	.00000	.22339	76
Std. Residual	-2.219	2.248	.000	.993	76
Stud. Residual	-2.270	2.272	.002	1.008	76
Deleted Residual	-.52203	.53070	.00085	.23036	76
Stud. Deleted Residual	-2.338	2.340	.000	1.023	76
Mahal. Distance	.028	8.047	.987	1.832	76
Cook's Distance	.000	.340	.016	.042	76
Centered Leverage Value	.000	.109	.013	.025	76

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

## Regression

### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Bukti fisik (Tangibles) <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. All requested variables entered.

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.904 <sup>a</sup>	.817	.815	.27366

a. Predictors: (Constant), Bukti fisik (Tangibles)

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	24.464	1	24.464	326.660	.000 <sup>p</sup>
	Residual	5.467	73	.765		
	Total	29.931	74			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Bukti fisik (Tangibles)

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.053	.160		6.569	.000
	Bukti fisik (Tangibles)	.722	.040	.904	18.074	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2.3166	4.6634	3.8932	.57497	76
Std. Predicted Value	-2.742	1.340	.000	1.000	76
Standard Error of Predicted Value	.032	.093	.043	.014	76
Adjusted Predicted Value	2.2707	4.6632	3.8933	.57698	76
Residual	-.86872	.67286	.00000	.27181	76
Std. Residual	-3.174	2.459	.000	.993	76
Stud. Residual	-3.245	2.582	.000	1.010	76
Deleted Residual	-.90792	.74185	-.00013	.28139	76
Stud. Deleted Residual	-3.484	2.690	-.002	1.030	76
Mahal. Distance	.007	7.519	.987	1.578	76
Cook's Distance	.000	.342	.018	.050	76
Centered Leverage Value	.000	.102	.013	.021	76

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Uji Korelasi

**Correlations**

**Correlations**

		Daya tanggap (Responsiveness)	Keandalan (Reliability)	Jaminan (Assurance)	Empati (Empathy)	Bukti fisik (Tangibles)	Kepuasan Nasabah
Daya tanggap (Responsiveness)	Pearson Correlation	1	.902**	.858**	.921**	.853**	.917**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76
Keandalan (Reliability)	Pearson Correlation	.902**	1	.946**	.934**	.876**	.940**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76
Jaminan (Assurance)	Pearson Correlation	.858**	.946**	1	.918**	.907**	.923**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76
Empati (Empathy)	Pearson Correlation	.921**	.934**	.918**	1	.881**	.936**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76

Bukti fisik (Tangibles)	Pearson Correlation	.853**	.876**	.907**	.881**	1	.904**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	76	76	76	76	76	76
Kepuasan Nasabah	Pearson Correlation	.917**	.940**	.923**	.936**	.904**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	76	76	76	76	76	76

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Uji Means dan Standar Deviasi

### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Daya tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	76	2.50	4.50	3.8600	.47972
Keandalan ( <i>Reliability</i> )	76	1.60	4.60	3.8480	.63403
Jaminan ( <i>Assurance</i> )	76	2.00	4.50	3.9133	.76595
Empati ( <i>Empathy</i> )	76	2.25	4.50	3.8433	.56169
Bukti fisik ( <i>Tangibles</i> )	76	1.76	5.00	3.9333	.79625
Kepuasan Nasabah	76	2.17	4.83	3.8932	.63598
Valid N ( <i>listwise</i> )	76				



**Lampiran 2**  
**DAFTAR PERTANYAAN**

**IDENTITAS RESPONDEN**

Usia Responden :

- a. < 21 tahun
- b. 21-30 tahun
- c. 31-40 tahun
- d. 41-50 tahun
- e. >50 tahun

Jenis Kelamin:

- a. Pria
- b. Wanita

Pendidikan terakhir

- a. SMA/SMK/Sederajat
- b. Diploma (D1/D3)
- c. Sarjana (S1)
- d. Pasca Sarjana (S2/S3)

Apakah saudara menggunakan aplikasi *Mobile BCA*?

- a. Ya
- b. Tidak

Transaksi apa yang paling sering saudara gunakan:

- a. Transfer
- b. Pembayaran
- c. Pembelian pulsa, pln, dll
- d. Lain-lain

#### KUESIONER PENELITIAN

Berilah jawaban saudara, sebagai berikut:

- Jawaban Sangat Tidak Setuju, jika saudara merasa sangat tidak setuju dengan pernyataan
- Jawaban Tidak Setuju, jika saudara merasa sangat setuju dengan pernyataan
- Jawaban Netral, jika saudara merasa ragu dengan pernyataan
- Jawaban Setuju, jika saudara merasa setuju dengan pernyataan
- Jawaban Sangat Setuju, jika saudara merasa sangat setuju dengan pernyataan

### Kuesioner Kepuasan Pelayanan

no	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	<b><i>Tangibles</i></b>					
1	BCA <i>Mobile</i> memudahkan pelayanan yang tampak modern.					
2	Fasilitas di aplikasi BCA <i>Mobile</i> biasanya menarik					
3	Aplikasi BCA <i>Mobile</i> tampak sistematis					
4	<i>Tools</i> (seperti situs web, form, dan lainnya) menarik					
	<b><i>Reability</i></b>					
5	Ketika aplikasi BCA <i>Mobile</i> berjanji untuk melakukan sesuatu pada waktu tertentu, mereka melakukannya					
6	Ketika nasabah memiliki masalah, aplikasi BCA <i>Mobile</i> menunjukkan minat yang tulus untuk menyelesaikannya					
7	Aplikasi BCA <i>Mobile</i> menyediakan layanan sesuai janji					
8	Aplikasi BCA <i>Mobile</i> melakukan layanan dengan benar pertama kali					
9	Aplikasi BCA <i>Mobile</i> biasanya melakukan aktivitas tanpa kesalahan					
	<b><i>Responsiveness</i></b>					
10	Aplikasi BCA <i>Mobile</i> memberi tahu nasabah kapan tepatnya layanan akan dilakukan					
11	Aplikasi BCA <i>Mobile</i> memberikan layanan cepat kepada nasabah					
12	Aplikasi BCA <i>Mobile</i> selalu bersedia membantu nasabah					

13	Aplikasi BCA <i>Mobile</i> tidak pernah terlalu sibuk untuk menanggapi permintaan nasabah					
	<b>Assurance</b>					
14	Aplikasi BCA <i>Mobile</i> menanamkan kepercayaan pada nasabah					
15	Nasabah aplikasi BCA <i>Mobile</i> merasa aman dalam transaksi mereka					
16	Customer Service aplikasi BCA <i>Mobile</i> konsisten sopan dengan nasabah					
17	Customer Service aplikasi BCA <i>Mobile</i> memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan nasabah					
	<b>Empathy</b>					
18	Aplikasi BCA <i>Mobile</i> memberikan perhatian individual kepada nasabah					
19	Aplikasi BCA <i>Mobile</i> memiliki jam operasional yang nyaman untuk semua nasabah mereka					
20	Aplikasi BCA <i>Mobile</i> memiliki minat terbaik nasabah					
21	Aplikasi BCA <i>Mobile</i> memahami kebutuhan khusus nasabah mereka					

### Kepuasan Nasabah

no	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	<b>Kinerja Produk dan Kinerja yang diharapkan</b>					
1	Saya puas dengan keputusan saya untuk menggunakan layanan aplikasi BCA <i>Mobile</i>					

2	Jika saya melakukannya lagi, saya akan merasa berbeda tentang penggunaan aplikasi <i>BCA Mobile</i>					
3	Pilihan saya untuk menggunakan aplikasi <i>BCA Mobile</i> adalah pilihan yang bijaksana					
4	Saya senang dengan keputusan saya sebelumnya untuk menggunakan aplikasi <i>BCA Mobile</i>					
5	Saya pikir saya melakukan hal yang benar dengan memutuskan untuk menggunakan layanan aplikasi <i>BCA Mobile</i>					
6	Pengalaman saya berurusan dengan aplikasi <i>BCA Mobile</i> sangat memuaskan					

### **Lampiran 3**

#### **RIWAYAT PENULIS**



Nama penulis adalah Amelia Priskila Yohannes. Penulis dilahirkan di Bandung, 2 April 1995 sebagai anak pertama dari pasangan Tony Yohannes dan Lanny Kurniatedja. Saat ini penulis tinggal di Komplek Taman Kopo Indah II Blok 3B No.11 Kecamatan Margaasih, Bandung Selatan. Penulis menempuh pendidikan dimulai dari SDK Madi Yuana Serang, melanjutkan SMPK BPK Penabur Serang, SMAK 3 BPK Penabur Bandung dan Universitas Padjadjaran Fakultas Ilmu Komunikasi jenjang D3. Saat ini penulis bekerja di PT Bank Central Asia Tbk. Cabang Burangrang Bandung sebagai customer service. Penulis saat ini merintis usaha kecil di bidang sayur dan buah organic di Kota Bandung.