

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Pada Nasabah Bank BCA KCU Dago Bandung)**

Oleh
Gugun Gunawan
4122.4.19.11.0120

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian
guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Winaya Mukti



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WINAYA MUKTI
BANDUNG**

2020

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

(Studi Pada Nasabah Bank BCA KCU Dago Bandung)

Oleh
Gugun Gunawan
4122.4.19.11.0120

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian
guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Winaya Mukti

Bandung, 28 November 2020

Pembimbing
(Dr. H. Deden Komar Priatna, ST., S.IP., MM., CHRA.)

Mengetahui

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
(Dr. H. Deden Komar Priatna, ST., S.IP., MM., CHRA.)

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Gugun Gunawan

NIM : 4122419110120

Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul
“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan” adalah :

1. Merupakan Skripsi asli dan belum pernah diajukan sebelumnya oleh siapapun untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana , baik di Universitas Winaya Mukti maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, rumusan dan hasil penelitian penulis sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya-karya atau pendapat-pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang serta dicantumkan dalam daftar pustaka seperti yang terlampir di dalam naskah skripsi ini.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi hukum sebagai akibat ketidaksesuaian isi pernyataan ini dengan keadaan sebenarnya.

Bandung, 28 November 2020

Yang membuat pernyataan,

Materai 10.000

Gugun Gunawan

NIM : 4122419110120

ABSTRAK

Gugun Gunawan, 4122.4.19.11.0120, 2020, “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**” (Studi Pada Nasabah Bank BCA KCU Dago Bandung). Skripsi, Program Sarjana Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Winaya Mukti, Bandung, dibawah Bimbingan Bapak Dr. H. Deden Komar Priatna, ST., S.IP., MM., CHRA.

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan pada Bank BCA KCU Dago Bandung.

Kemajuan dunia perbankan khususnya di Indonesia saat ini berperan penting dalam menerapkan pelayanan yang prima demi terwujudnya tujuan mendapatkan kepuasan pelanggan yang sempurna. Kualitas pelayanan pada Bank BCA KCU Dago termasuk dalam salah satu tolak ukur untuk menyempurnakan pelayanan jasa perbankannya dengan integrasi pelayanan digital banking yang sekarang berkembang pesat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Bank BCA KCU Dago. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey, sedangkan jenis penelitian adalah deskriptif analisis. Hasil penelitian menunjukkan koefisien determinasi sebesar 0,701 menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 70,1% terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Gugun Gunawan, 4122.4.19.11.0120, 2020, "The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction" (Study on Customers of BCA KCU Bank Dago Bandung). Thesis, Bachelor of Management Program, Faculty of Economics and Business, University of Winaya Mukti, Bandung, under the guidance of Dr. H. Deden Komar Priatna, ST., S.IP., MM., CHRA.

The purpose of this study was to determine the Quality of Service and Customer Satisfaction at Bank BCA KCU Dago Bandung.

The advancement of the banking world, especially in Indonesia, currently plays an important role in implementing excellent service for the realization of the goal of obtaining perfect customer satisfaction. The quality of service at Bank BCA KCU Dago is included in one of the benchmarks to improve its banking services with the integration of digital banking services that are now growing rapidly. This research aims to find out the effect of quality of service on customer satisfaction at Bank BCA KCU Dago. The method used in this study is survey, while the type of research is descriptive analysis. The results showed a determination coefficient of 0.701 concluded that the quality of service had an effect of 70.1% on customer satisfaction

Keywords: Quality of Service, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat, Taufiq dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Nasabah Bank BCA KCU Dago, Bandung)”.

Terselesaikannya skripsi ini, tidak lepas dari keinginan kuat penulis serta motivasi yang tinggi untuk menyelesaikan program studi S1 Manajemen. Skripsi ini menjadi sangat istimewa bagi peneliti, karena terwujud dalam proses perkuliahan dan bimbingan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak sehingga penyusunan skripsi ini berjalan dengan lancar. Dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pembimbing yang penulis hormati bapak Dr. H. Deden Komar Priatna, ST., S.IP., MM., CHRA.

Peneliti sangat menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat sejumlah kekurangan dan terlalu jauh dari kesempurnaan dikarenakan keterbatasan pengetahuan yang dimiliki. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan untuk kesempurnaan skripsi ini.

Dalam melaksanakan penyusunan skripsi ini, peneliti banyak mengalami hambatan dan kesulitan, namun semua itu menjadi ringan berkat dukungan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak hingga akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan. Pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada :

1. Prof. Dr. Hj. Ai Komariah . Ir., MS., CHRA selaku Rektor Universitas Winaya Mukti.
2. Dr. H. Deden Komar Priatna, ST., S.IP., MM., CHRA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Winaya Mukti.
3. Ibu Heni Suryani.,SE.,SI.Kom.,MM Selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Para Penguji yang telah memberikan masukan-masukan serta kritik dan saran pada penulis.
5. Seluruh dosen dan Staff Administrasi Universitas Winaya Mukti.

6. Istri, Orang Tua, Keluarga dan Teman-teman yang selalu mendukung keputusan perjalanan penulis.
7. Teman-teman seperjuangan saya angkatan 2020 di Universitas Winaya Mukti.
8. Indra Siam Wahyono (Baro) yang ikut memberi dukungan positif dalam menyelesaikan penelitian ini,

Akhir kata penulis mengharapkan penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan juga semoga Allah SWT membalas semua pihak yang telah membantu.

Bandung, 28 November 2020

Penulis,

Gugun Gunawan

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat	5
1.5 Lokasi dan Waktu	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Kajian Pustaka	7
2.1.1 Pengertian Manajemen.....	7
2.1.2 Manajemen Pemasaran	7
2.1.3 Kualitas Pelayanan.....	8
2.1.3.1 Dimensi Kualitas Pelayanan	8
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	10
2.1.4.1 Teori Kepuasan Pelanggan	10
2.1.4.2 Pengukuran Kepuasan Konsumen	12
2.1.4.3 Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	14

2.1 Kerangka Pemikiran.....	15
2.3 Hipotesis Penelitian	16
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	17
3.1 Objek Penelitian	17
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	17
3.3 Definisi dan Operasional Variabel	18
3.4 Objek Penelitian (Populasi dan Sampel)	20
3.4.1 Populasi dan Sampel	21
3.5 Teknik Penentuan Data	22
3.5.1 Studi Lapangan (Research Field).....	23
3.5.2 Skala Pengukuran Variabel.....	25
3.6 Teknik Analisis Data.....	26
3.6.1 Uji Validitas	26
3.6.2 Uji Reliabilitas	27
3.6.3 Uji Normalitas.....	28
3.6.4 Uji Asumsi Klasik.....	28
3.6.5 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	30
3.6.6 Analisis Korelasi.....	30
3.6.7 Analisis Koefisien Determinasi	32
3.7 Uji Hipotesis	32
3.7.1 Uji t	32
BAB IV HASIL PENELITIAN	34
4.1 Objek Penelitian.....	34
4.2 Hasil Penelitian	34
4.2.1 Karakteristik Umum Responden.....	34

4.2.2 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian.....	38
4.2.3 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan	39
4.2.4 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepuasan Pelanggan.....	44
4.2.5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	50
4.2.6 Hasil Uji Asumsi Klasik	51
4.2.7 Analisa Regresi Linier Sederhana.....	54
4.2.8 Uji Korelasi.....	55
4.2.9 Koefisien Determinasi.....	55
4.3 Uji Hipotesis Penelitian	56
4.3.1 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	56
4.4 Pembahasan Analisis Deskriptif	58
4.4.1 Kualitas Pelayanan Pada Bank BCA Dago.....	58
4.4.2 Kepuasan Pelanggan Pada Bank BCA Dago	58
4.5 Pembahasan Analisis Verifikatif.....	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran	61

DAFTAR PUSTAKA

Lampiran

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: Tingkat Kepercayaan Menggunakan Layanan Digital	3
Gambar 2.1: Kerangka Penelitian	15
Gambar 4.1: Hasil Uji Heteroskedastisitas	53
Gambar 4.2: Kurva Uji t Variabel X.....	57

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1: Waktu Penelitian.....	18
Tabel 3.2: Tabel Operasional Variabel	18
Tabel 3.3: Tabel Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	31
Tabel 4.1: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
Tabel 4.2: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	35
Tabel 4.3: Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	36
Tabel 4.4: Produk dan Layanan Bank BCA Yang Sering digunakan.....	36
Tabel 4.5: Frekuensi Responden Menggunakan Layanan Produk BCA	37
Tabel 4.6: Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menggunakan Produk BCA	37
Tabel 4.7: Kriteria Penilaian Kuesioner.....	39
Tabel 4.8: Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Reliability</i> Pada Kualitas Layanan.....	39
Tabel 4.9 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Responsiveness</i> Pada Kualitas Layanan	40
Tabel 4.10: Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Assurance</i> Pada Kualitas Layanan.....	41
Tabel 4.11: Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Empathy</i> Pada Kualitas Layanan.....	42
Tabel 4.12: Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Tangible</i> Pada Kualitas Layanan.....	43
Tabel 4.13: Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Layanan.....	43
Tabel 4.14: Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Kualitas Produk Pada Kepuasan Pelanggan	45

Tabel 4.15: Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Harga Pada Kepuasan	
Pelanggan.....	46
Tabel 4.16: Rekapitulasi Tanggapan Responden Dimensi Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan	
Pelanggan.....	46
Tabel 4.17: Rekapitulasi Tanggapan Responden Dimensi Emotional Factor Pada Kepuasan	
Pelanggan.....	47
Tabel 4.18: Rekapitulasi Tanggapan Responden Dimensi Biaya dan Kemudahan Pada	
Kepuasan Pelanggan	48
Tabel 4.19: Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepuasan Pelanggan...	49
Tabel 4.20: Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X dan Y	50
Tabel 4.21: Hasil Uji Normalitas	51
Tabel 4.22: Hasil Uji Multikolinearitas	52
Tabel 4.23: Analisa Regresi Linier Sederhana	54
Tabel 4.24: Hasil Analisa Uji Korelasi	55
Tabel 4.25: Hasil Koefisien Determinasi.....	56
Tabel 4.26: Hasil Uji t.....	56

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan perbankan saat ini mengalami persaingan yang ketat dari beragam perubahan pelayanan perbankan akibat digitalisasi setiap sektor pelayanan yang ada, setiap bank yang ingin maju dalam revolusi industri 4.0 saat ini harus terus berinovasi dan berkembang mengikuti era teknologi yang ada, banyaknya perusahaan baru berbasis fintech dalam melayani permintaan dan kemudahan transaksi uang dan belanja tentu membuat industri perbankan Indonesia harus berbenah dalam fasilitas pelayanannya yang semula konvensional menjadi lebih mudah lagi dengan menerapkan teknologi fintech dan digital bank.

Databoks.katadata.co.id transaksi Fintech (Finansial Teknologi) Indonesia pada 2017 diperkirakan mencapai US\$ 18,65 miliar. Angka ini akan melonjak menjadi US\$ 37,15 miliar pada 2022, dengan Compound Annual Growth Rate (CAGR) 2017-2021 sebesar 18,8 persen. Besarnya populasi serta masih banyak penduduk Indonesia yang belum tersentuh lembaga keuangan merupakan tantangan bagi startup Fintech di tanah air. Pangsa pasar transaksi digital terbesar di Indonesia adalah pembayaran digital dengan nilai transaksi mencapai US\$ 18,61 miliar pada 2017. Sementara transaksi digital diraih Tiongkok dengan nilai transaksi mencapai US\$ 1.086 triliun.

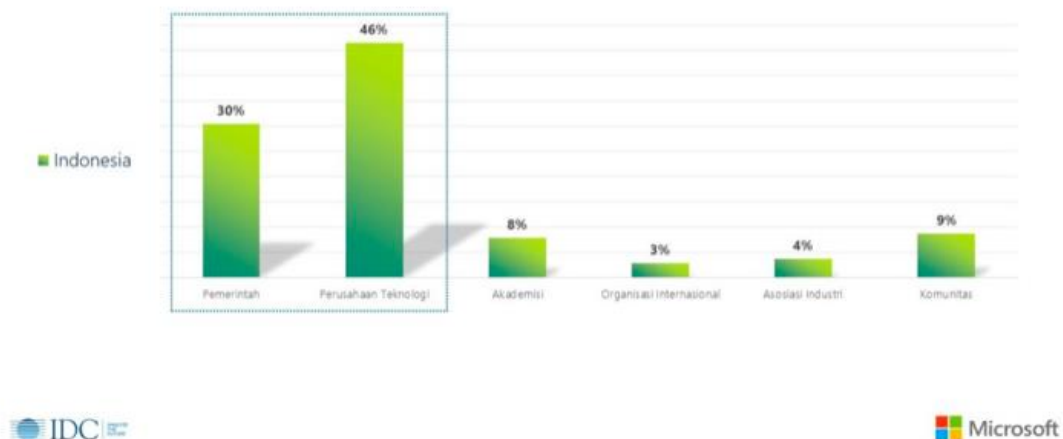
Data survey dari IDC Asia/Pasifik dengan jumlah penduduk sebanyak lebih dari 260 juta, Indonesia merupakan salah satu pangsa pasar yang menjanjikan bagi para pelaku bisnis, terutama di era digital ini. Di Indonesia sendiri, ekosistem ekonomi digital bertumbuh pesat ditandai dengan kemunculan perusahaan rintisan (*startups*) yang mencapai 2,079 *startups*, *e-commerce* dan penyedia layanan digital lain yang terus menawarkan inovasi produk dan jasa

untuk memenuhi kebutuhan konsumen, yang mulai bertransaksi secara digital. Pertumbuhan ini membawa tingkat persaingan di ekosistem digital menjadi kompetitif. Selain menawarkan produk dan jasa yang inovatif dan memberikan pengalaman pelanggan yang berbeda, yang perlu dilakukan pelaku usaha adalah membangun kepercayaan konsumen. Dengan banyaknya penyedia layanan produk dan jasa digital, besar kemungkinan konsumen akan beralih apabila tidak ada rasa kepercayaan. Melalui survei kepada 457 konsumen di Indonesia yang diminta untuk memberikan pendapat mereka tentang lima elemen kepercayaan yang digagas oleh IDC dan Microsoft yaitu privacy, security, reliability, ethics, dan compliance saat menggunakan layanan digital.

Studi ini mengungkapkan, membangun *platform* digital yang terpercaya perlu menjadi prioritas perencanaan strategi organisasi karena masih ada sedikit (6%) konsumen di Indonesia yang memilih untuk bertransaksi dengan penyedia layanan digital yang lebih murah dan kurang terpercaya. Walaupun demikian, mayoritas dari mereka (63%) mengatakan bahwa mereka akan merekomendasikan layanan digital terpercaya kepada orang lain walaupun harus mengeluarkan biaya yang lebih tinggi.

Studi ini mengungkapkan bahwa konsumen merasa bahwa kelima elemen kepercayaan hampir sama pentingnya bagi mereka. Namun secara khusus, Keamanan (87%), Privasi (86%), dan Etika (85%) muncul sebagai tiga elemen paling penting. Konsumen juga memiliki harapan kepercayaan tertinggi terhadap lembaga jasa keuangan, diikuti oleh lembaga pendidikan dan organisasi layanan kesehatan

Konsumen di Indonesia merasa bahwa perusahaan teknologi kemudian diikuti oleh pemerintah harus dapat berinisiasi dalam membangun tingkat kepercayaan



Gambar 1.1

Tingkat kepercayaan menggunakan layanan digital

Meskipun demikian, penelitian ini menemukan bahwa hampir setengah dari konsumen 46% telah memiliki kepercayaan ketika menggunakan layanan digital ini berarti 54% masih belum mempercayakan penggunaan jasa dalam format digitalisasi. Tiga elemen kepercayaan teratas yang menyebabkan konsumen berhenti menggunakan layanan digital adalah Keamanan, Privasi, dan Reliabilitas.

Fenomena diatas dapat disimpulkan jika pelayanan digital demikian pula pelaku perbankan seperti bank BCA dituntut untuk dapat memberikan privasi dan keamanan yang tinggi untuk dapat meningkatkan kepercayaan nasabah.

Selain itu bank BCA juga sedang menghadapi era perkembangan perbankan menjadi digitalisasi bank, hal itu membuat PT Bank Central Asia Tbk (BCA) segera memoles PT Bank Royal Indonesia sebagai bank digital. BCA baru mengakuisisi Bank Royal pada April 2019 lalu. Saat itu, BCA membayar Rp 1 triliun untuk seluruh saham Bank Royal.

Bank BCA KCU Dago, Bandung sebagai salah satu unit cabang yang melayani nasabahnya selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan nasabah dalam bertransaksi dengan pelayanan prima, berbagai fasilitas pelayanan di kantor Bank BCA KCU Dago diharapkan

memberikan kepuasan nasabah yang maksimal. Menghadapi era digital bank, Bank BCA KCU Dago juga terus berbenah untuk dapat diandalkan oleh nasabahnya yang sekarang mulai memilih bertransaksi perbankan secara digital, Bank BCA KCU Dago memberikan kemudahan tersebut melalui fasilitas E-service dan CS Digital, diharapkan nasabah atau calon nasabah yang ingin mengetahui informasi, melakukan transaksi perbankan dapat memberikan kepuasan lebih dengan hadirnya fasilitas tersebut.

Hadirnya CS Digital diharapkan membantu lebih mudah dan cepat dari CS cabang, tetapi dalam praktiknya masih banyak nasabah yang harus menunggu lebih lama dalam proses transaksi dan keluhan yang disampaikan melalui CS Digital, CS Digital juga belum secara menyeluruh cepat menyelesaikan berbagai macam keluhan dan pertanyaan dari nasabahnya.

Melihat fenomena diatas penulis terdorong untuk meneliti bagaimana kualitas pelayanan di Bank BCA KCU Dago,Bandung yang diberikan, apakah berdampak baik kepada nasabahnya yang menikmati digitalisasi bank, sehingga tingkat kepuasan yang diberikan setara dengan kualitas pelayanan langsung di cabang bank BCA.

Penulis terdorong untuk menyusun skripsi penelitian dengan judul:

“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada nasabah Bank BCA KCU Dago,Bandung)”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan masalah pokok sebagai berikut :

1. Bagaimana Konsisi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bank BCA KCU Dago, Bandung.
2. Seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bank BCA KCU Dago, Bandung.
3. Seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Bank BCA KCU Dago, Bandung.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian pada Bank BCA KCU Dago ini bermaksud untuk mendapatkan data dan informasi sebagai bahan Skripsi yang merupakan salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Winaya Mukti.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Bank BCA KCU Dago, Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

Kegunaan yang dihasilkan dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang sangat berguna :

1. Bagi Bank BCA KCU Dago

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan pertimbangan atau masukan bagi perkembangan usaha, serta dapat memberikan masukan dan kajian di dalam memperbaiki sekaligus dapat meningkatkan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam upaya untuk memperluas pangsa pasar dan mempertahankan loyalitas nasabah.

2. Bagi Penulis

Hasil penelitian diharapkan penulis dapat lebih lagi memahami tentang pentingnya kualitas pelayanan yang baik di dalam upaya memperluas pangsa pasar suatu perusahaan, dan dapat membandingkan antara penerapan dan teori yang telah di dapat selama masa perkuliahan, sehingga hal tersebut dapat melatih serta mengembangkan pola pikir dan juga dapat menuangkan apa yang telah di dapat selama ini di dalam skripsi.

3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang berarti pada semua pihak, khususnya rekan-rekan mahasiswa dalam melaksanakan penelitian yang berhubungan dengan masalah pelaksanaan evaluasi pelayanan sebuah usaha di masa yang akan datang.

1.5 Lokasi dan Waktu

Lokasi yang diambil oleh penulis sebagai studi penelitian dan bahan untuk pengumpulan data dalam penyusunan Skripsi adalah Bank BCA KCU Dago yang berlokasi di Jl IR H Juanda No 118 Bandung 40132 Telp. (022) 2516888.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Pengertian Manajemen

Manajemen merupakan proses yang khas yang terdiri atas proses perencanaan, pengarahan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya. Berikut kutipan dan dijelaskan pengertian manajemen dan pendapat-pendapat menurut para ahli :

Menurut Afandi (2018:1) Manajemen adalah bekerja dengan orang-orang untuk mencapai tujuan organisasi dengan pelaksanaan fungsi perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), penyusunan personalia atau kepegawaian (staffing), pengarahan dan kepemimpinan (leading), dan pengawasan (controlling). Manajemen adalah suatu proses khas, yang terdiri dari tindakan perencanaan, pengorganisasian, pergerakan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber daya lainnya.

2.1.2 Manajemen Pemasaran

Menurut Suparyanto & Rosad (2015:1) manajemen pemasaran adalah proses menganalisis, merencanakan, mengatur, dan mengelola program-program yang mencakup pengkonsepan, penetapan harga, promosi dan distribusi dari produk, jasa dan gagasan yang dirancang untuk menciptakan dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan.

2.1.3 Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2014:268) “Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen”.

Menurut Wyock dalam Lovelock yang dikutip oleh Tjiptono (2014:268) “Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (excellent) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen”. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu layanan yang diharapkan (expected service) dan layanan yang dipersepsikan (perceived service).

Menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2013:216) “Kualitas jasa dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima”.

Dari beberapa definisi di atas dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen mencapai tingkat keunggulan dari apa yang diharapkan oleh konsumen. Pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan jika jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan konsumen dan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen. Hal tersebut berlaku sebaliknya jika pelayanan yang diterima tidak sesuai dengan yang diharapkan. Dengan demikian baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten.

2.1.3.1 Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman dkk, 1998 dalam Lupiyoadi (2013:216- 217), terdapat 5 dimensi kualitas pelayanan jasa (service quality) sebagai berikut:

1. Berwujud (tangible), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan

prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh: gedung, gudang, dan lain- lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

2. Kehandalan (reliability), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
3. Ketanggapan (responsiveness), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas yang tidak akan membiarkan pelanggan menunggu kemudian muncul persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
4. Jaminan dan Kepastian (assurance), yaitu pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (communication), kredibilitas (credibility), keamanan (security), koompetisi (competence), dan sopan santun (courtesy).
5. Empati (Empathy), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Di mana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

2.1.4 Kepuasan Pelanggan

Menurut Windasuri & Susanti (2017:67), “Tingkat kepuasan adalah perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan”.

(Harto, 2015) disebutkan bahwa, “Pelanggan merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa. Dalam hal ini pelanggan memegang peranan cukup penting dalam mengukur tingkat kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan untuk menilai kualitas layanan.”

Menurut Kotler & Keller (2016:150), *“Satisfaction is a person’s feelings of pleasure or dissapointment that result from comparing a product’s perceived performance or outcome to expectations. If the performance falls short of expectations, the outcome is dissatisfied. If it matches expectations, the customer is satisfied or delighted”*. Yang berarti kepuasan adalah perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan ekspektasi. Jika performanya kurang dari ekspektasi maka konsumen akan kecewa dan jika sesuai dengan ekspektasi konsumen akan merasa puas diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.

Menurut Tjiptono (2014:353), “Kepuasan berasal dari bahasa Latin “Satis” yang berarti cukup baik, memadai dan “Facio” yang berarti melakukan atau membuat”. Secara sederhana kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Sedangkan menurut Kotler dalam Lupiyoadi (2013:228), “Kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang

2.1.4.1 Teori Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan berjalan berbarengan dengan ketidakpuasan. Artinya respon pelanggan terhadap evaluasi dan ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Berikut adalah teori – teori yang membahas kepuasan konsumen:

1. Teori perasaan efektif eksperimental (experientially affective feeling teori) Jones dalam Sangadji (2013:183) teori ini beranggapan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh perasaan positif dan negatif yang diasosiasikan konsumen dengan produk yang sudah dibeli dan dikonsumsi.
2. Teori kepuasan (the expectancy disconfirmation model) Teori kepuasan mengemukakan bahwa kepuasan dan tidak kepuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan kinerja produk yang sesungguhnya.
3. Teori keadilan
Pendekatan lain untuk memahami kepuasan konsumen adalah teori keadilan (equity theory). Para peneliti telah menemukan bahwa masyarakat menganalisis pertukaran antara diri mereka sendiri dan pihak lain untuk menentukan sejauh mana pertukaran tersebut pantas atau wajar.
4. Teori atribusi, kegagalan produk dan kepuasan konsumen, ketika membahas teori atribusi (attribution theory), teori ini merupakan cara untuk mengidentifikasi penyebab suatu tindakan. Atribusi yang dibuat konsumen dapat sangat mempengaruhi kepuasan pasca pembelian mereka terhadap suatu produk atau jasa. Bila produk gagal (yaitu, kinerja berada di bawah harapan), konsumen akan berupaya menentukan penyebab kegagalan itu, jika melambangkan kegagalan pada produk atau jasa itu sendiri, mereka mungkin merasa tidak puas, tetapi jika melambangkan kegagalan pada faktor kebetulan atau tindakan mereka sendiri, mereka tidak mungkin merasa tidakpuas.

Ada tiga jenis atribusi menurut Jones (2008), yaitu:

- a. Atribusi kausal (causal attribution);
- b. Atribusi kontrol (control attribution);

c. Atribusi stabilitas (stability attribution).

5. Kinerja produk aktual

Para peneliti menemukan bukti yang kuat bahwa kinerja produk aktual mempengaruhi kepuasan konsumen secara independen dari harapan, kelayakan, dan atribusi. Konsumen sepenuhnya mengharapkan agar suatu produk itu berhasil, mereka masih merasa tidak puas bila produk itu tidak berhasil.

2.1.4.2 Pengukuran Kepuasan Konsumen

Banyak perusahaan secara sistematis mengukur kepuasan konsumen dan faktor-faktor yang membentuknya, perusahaan mengukur kepuasan konsumen secara reguler karena salah satu kunci bagi konsumen adalah kepuasan konsumen Kotler dan Keller dalam Priansa (2012:203). Perusahaan harus menyadari bahwa dua konsumen dapat melaporkan kepuasan tinggi dengan alasan yang berbeda-beda. Satu konsumen dapat merasa puas lebih muda tetapi yang lainnya dapat sulit dipuaskan namun merasa puas hanya sekali-kali saja.

Kotler dan Keller dalam Priansa (2012:203) menyatakan bahwa kepuasan konsumen dapat diketahui melalui:

1. Sistem Keluhan dan Saran;
2. Survey Kepuasan Konsumen;
3. Pembeli Bayangan;
4. Analisis Konsumen yang Beralih.

Kepuasan konsumen merupakan fungsi dari kualitas pelayanan dikurangi harapan konsumen menurut Zeithaml dan Bitner dalam Priansa (2017:204) menyatakan dengan kata lain pengukuran kepuasan konsumen dirumuskan sebagai berikut:

1. Service Quality < Ekspactation
2. Service Quality = Ekspactation
3. Service Quality > Ekspactation

Service Quality < Ekspactation Bila ini terjadi, dapat dikatakan bahwa pelayanan yang diberikan perusahaan buruk.

Service Quality = Ekspactation

Bila ini terjadi dapat dikatakan bahwa pelayanan yang diberikan tidak ada keistimewaan. Jika kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan sama dengan harapan konsumen, maka muncul kepuasan yang biasa diinginkan konsumen.

Service Quality > Ekspactation, Bila ini terjadi dapat dikatakan bahwa konsumen merasakan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tidak hanya sesuai kebutuhan, namun sekaligus memuaskan dan menyenangkan. Jika kualitas pelayanan lebih besar dari harapan yang diinginkan konsumen maka akan membuat kepuasan konsumen sangat luar biasa. Pelayanan ketiga ini disebut pelayanan prima (excellent service) yang selalu diharapkan oleh konsumen.

Randall dalam Priansa (2017:204) menyatakan lima cara untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu:

1. Keluhan;
2. Telepon Bebas/ Internet;
3. Survey;
4. Mystery Shoppers;
5. Analisis Konsumen Hilang.

2.1.4.3 Dimensi Kepuasan Pelanggan

Menurut Irawan (2012:37), Ada lima dimensi utama pendorong kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk

Pelanggan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik.

2. Harga

Untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan value for money yang tinggi.

3. Service quality

Kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Kualitas pelayanan merupakan driver yang mempunyai banyak dimensi, salah satunya yang populer adalah SERVQUAL.

4. Emotional factor

Pelanggan akan merasa puas (bangga) karena adanya emotional value yang diberikan oleh brand dari produk tersebut.

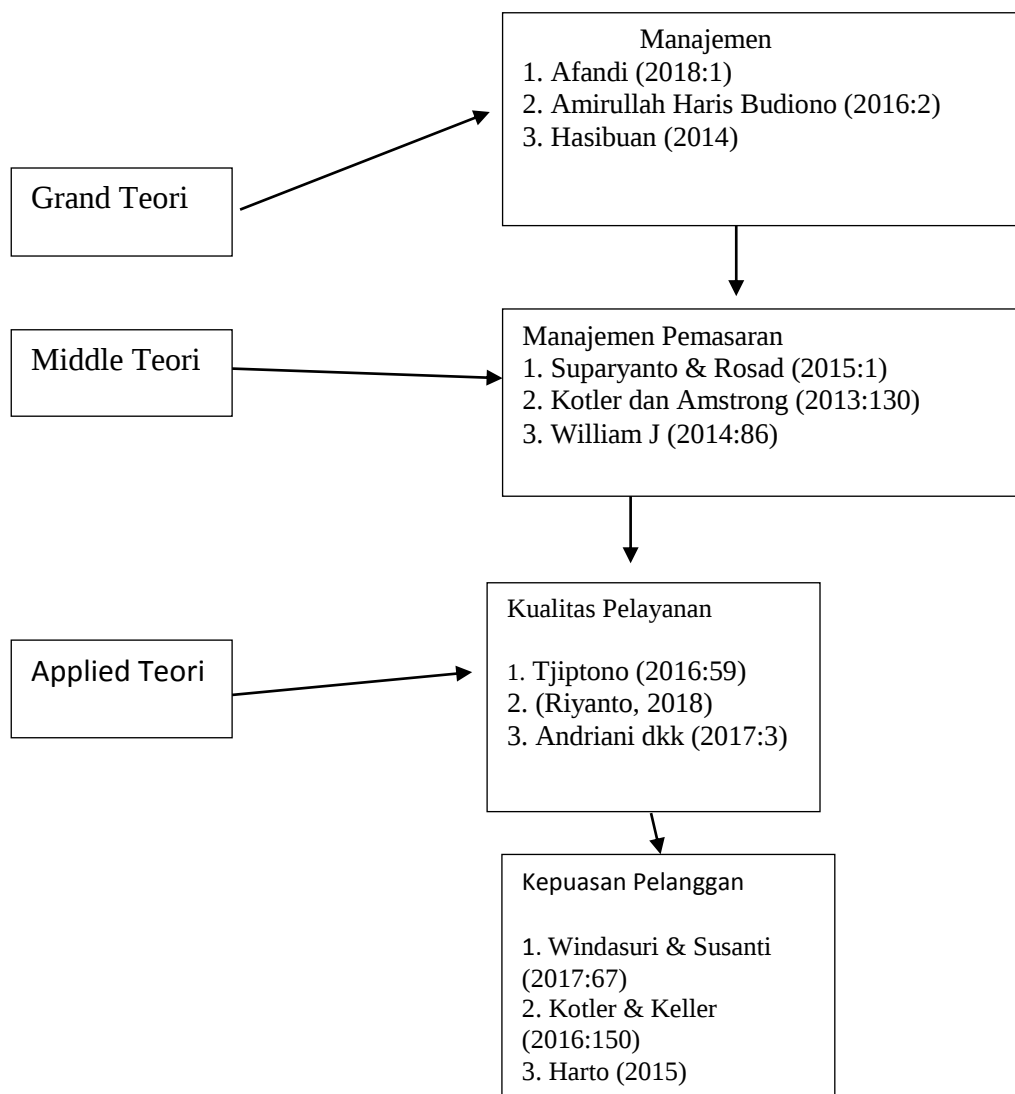
5. Biaya dan kemudahan

Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

2.2 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan tinjauan teori dan penelitian terdahulu yang telah diuraikan pada sub bab sebelumnya, dapat digambarkan pengaruh variabel-variabel dalam penelitian.

Gambar 2.1
Kerangka Penelitian



Sugiyono (2016:91) menyatakan bahwa kerangka berfikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti, jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antar variabel independen dan dependen.

Setiap customer atau pelanggan menginginkan untuk mendapatkan pelayanan yang baik agar pelanggan tersebut mendapatkan kepuasan. Kualitas pelayanan yang mereka harapkan tidak hanya dilihat dari fasilitas dan komunikasi saja tetapi dari penanganan keluhan pelanggan dan permintaan pelanggan. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas, maka berikut adalah kerangka pemikiran pada gambar tersebut.

2.3 Hipotesis Penelitian

Sugiyono (2016:96) mengemukakan bahwa: perumusan hipotesis penelitian merupakan langkah ketiga dalam penelitian, setelah peneliti mengemukakan landasan teori dan kerangka berfikir. Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

H0: Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Bank BCA KCU Dago,Bandung.

H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Bank BCA KCU Dago,Bandung.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih adalah Bank BCA KCU Dago, dengan pertimbangan-pertimbangan yang mendasari peneliti memilih lokasi di Bank BCA KCU Dago adalah:

- a) Bank BCA merupakan salah satu bank terbesar di Indonesia.
- b) Bank BCA KCU Dago adalah salah satu yang terbesar dan teramai di kota Bandung dalam melayani nasabahnya.

Obyek penelitiannya Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel dependen (Y) yaitu kepuasan pelanggan.

3.2 Waktu dan Tempat Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini bertempat di Bank BCA KCU Dago, Bandung yang berlokasi di Jl. Ir. H. Juanda No.118, Lebakgede, Kecamatan Coblong, Kota Bandung. Lokasi tersebut dipilih karena memiliki semua aspek pendukung agar penelitian dapat berjalan dengan baik.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan pada semester genap tahun ajaran 2020 yaitu antara bulan Februari Sampai dengan bulan Juli dengan alokasi jadwal sebagai berikut:

Tabel 3.1
Waktu Penelitian

No	Jadwal Kegiatan																								
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
1	Pra Penelitian																								
	a. Survei																								
	b. Menentukan Judul & Topik Penelitian																								
	c. Administrasi penelitian																								
	d. Menentukan Instrumen Penelitian																								
2	Pelaksanaan																								
	a. Pengumpulan Data																								
	b. Proses Bimbingan																								
	c. Pengolahan Data																								
3	Penyusunan																								
	a. Penyusunan Data																								
	b. Pengetikan Data																								
	c. Penggandaan Laporan Penelitian																								

3.3 Operasional Variabel

Operasionalisasi variabel diperlukan guna menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Disamping itu, operasionalisasi variabel bertujuan untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu dapat dilakukan dengan tepat. Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitiannya ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.2
Tabel Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala Ukur
	Reliability (Kehandalan)	Kehandalan Karyawan	Tingkat kehandalan pelayanan karyawan bank	
		Kemudahan mendapatkan Pelayanan	Tingkat kemudahan mendapatkan pelayanan	

Kualitas Pelayanan (X1) Menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2013:216) “Kualitas jasa dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima”.	Responsiveness (Ketanggapan)	Respon Karyawan	Tingkat Kecepatan pelayanan karyawan bank	Ordinal
		Kecepatan Informasi	Tingkat kecepatan memberikan informasi	
		Kecepatan Pelayanan	Tingkat kecepatan Pelayanan karyawan Bank	
	Assurance (Jaminan)	Keamanan Informasi	Tingkat jaminan keamanan informasi	
		Kejujuran Karyawan	Tingkat kejujuran informasi yang diberikan	
		Pengetahuan Produk	Tingkat pengetahuan produk karyawan bank	
	Empathy (Empati)	Keramahan dan Kesopanan	Tingkat keramahan dan kesopanan karyawan bank BCA	
		Ketersediaan Kritik	Tingkat kesediaan terhadap kritik	
	Tangibles (Bukti fisik)	Produk	Tingkat kualitas produk yang ditawarkan	
		Ketersediaan mesin transaksi modern	Tingkat ketersediaan mesin transaksi modern yang dimiliki bank	
Kepuasan Pelanggan (Y) Menurut Kotler & Keller	Kualitas Produk	Puas terhadap Produk	Tingkat kepuasan terhadap produk	
	Harga	Puas terhadap harga	Tingkat kepuasan terhadap harga	
	Kualitas Pelayanan	Puas terhadap Pelayanan	Tingkat kepuasan terhadap pelayanan	
	Emotional Factor	Kebanggaan terhadap produk	Tingkat kebanggaan terhadap produk	

(2016:150), <i>“Satisfaction is a person’s feelings of pleasure or dissatisfaction that result from comparing a product’s perceived performance or outcome to expectations. If the performance falls short of expectations, the outcome is dissatisfied. If it matches expectations, the customer is satisfied or delighted”</i> . Yang berarti kepuasan adalah perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan ekspektasi. Jika performanya kurang dari ekspektasi maka konsumen akan kecewa dan jika sesuai dengan ekspektasi konsumen akan merasa puas diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.	Biaya dan Kemudahan	Kemudahan mendapatkan produk	Tingkat kemudahan mendapatkan produk	Ordinal
		Kepuasan dalam hal biaya produk	Tingkat kepuasan dalam biaya produk	

3.4 Objek Penelitian (Populasi dan Sampel)

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam sebuah penelitian karena objek penelitian merupakan sasaran yang hendak dicapai untuk mendapatkan jawaban maupun solusi dari permasalahan yang terjadi.

Adapun Sugiyono (2017:41) menjelaskan pengertian objek penelitian adalah “sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid dan reliable tentang suatu hal (variabel tertentu)”. Objek penelitian yang penulis teliti adalah Pengaruh Kualitas

Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Bank BCA KCU Dago,Bandung) (Y).

3.4.1 Populasi dan Sampel

Penelitian ini penulis membutuhkan sebuah objek atau subjek agar masalah dapat terpecahkan. Populasi merupakan objek dalam penelitian ini dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data. Untuk mempermudah pengolahan data maka penulis akan mengambil bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang disebut sampel.

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2014:29) populasi adalah wilayah generalisasi objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penentuan populasi merupakan tahapan penting dalam penelitian karena populasi dapat memberikan informasi atau data yang berguna bagi suatu penelitian.

Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank BCA KCU Dago, Bandung.

2. Sampel

Pemilihan sampel ini dilakukan karena peneliti memahami informasi yang dibutuhkan dan dapat diperoleh dari satu kelompok sasaran tertentu yang mampu memberikan informasi yang diperlukan dan mereka memenuhi kriteria yang ditentukan oleh peneliti.

Sample penelitian ini adalah 100 orang nasabah Bank BCA KCU Dago, Bandung.

Dalam menentukan data yang akan diteliti, teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah dengan non probability sampling yaitu teknik sampling yang tidak memberikan kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi

untuk dijadikan sampel. Dalam metode ini, setiap orang mempunyai tidak kesempatan yang sama dengan yang lainnya untuk dipilih menjadi anggota sampel melalui pertimbangan tertentu. Pemilihan sampel ini dilakukan karena peneliti memahami informasi yang dibutuhkan dan dapat diperoleh dari satu kelompok sasaran tertentu yang mampu memberikan informasi yang diperlukan dan mereka memenuhi kriteria yang ditentukan oleh peneliti.

Menurut Sugiyono (2014:81) berpendapat sample adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dilakukan karena peneliti memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana dan jumlah populasi yang sangat banyak. Maka peneliti harus mengambil sampel yang benar-benar representative (dapat mewakili). Untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dari populasi peneliti menggunakan rumus yang dikemukakan slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N.d}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

d = Batas kesalahan yang digunakan 5%

N = Ukuran sampel

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data

yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Dilihat dari segi teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), interview (wawancara), kuesioner (angket), dokumentasi dan gabungan ke empatnya (Sugiyono, 2016: 224-225).

Pengumpulan data dalam penelitian terbagi menjadi dua teknik, yaitu penelitian lapangan (Field Research) dan studi kepustakaan (Library Research). Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis untuk mendapatkan data dalam penelitian ini yaitu penelitian lapangan (Field Research). Penelitian lapangan ini merupakan suatu cara untuk memperoleh data primer yang langsung melibatkan responden yang telah dijadikan sampel penelitian. Penelitian lapangan ini dapat dilakukan dengan cara interview (wawancara), kuesioner (angket), dan observasi (pengamatan). Penulis memilih menggunakan teknik penelitian lapangan berupa kuesioner (angket).

Menurut Sugiyono (2017:142) kuesioner (angket) adalah :

“Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas”.

3.5.1 Studi Lapangan (Research Field)

Dalam penulisan laporan ini, penulis mengambil data secara langsung pada objek penelitian. Adapun Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Menurut Larry Cristensen yang dikutip Sugiyono (2012:224) Wawancara merupakan Teknik pengumpulan data dimana pewawancara (peneliti atau yang diberi tugas melakukan pengumpulan data) dalam mengumpulkan data mengajukan suatu pertanyaan kepada yang diwawancarai.

2. Observasi

Menurut Larry Cristensen yang dikutip Sugiyono (2012:235) Observasi diartikan sebagai pengamatan terhadap pola perilaku manusia dalam situasi tertentu. Observasi merupakan cara yang penting untuk mendapatkan informasi tentang fenomena yang diinginkan. Observasi merupakan cara yang penting untuk mendapatkan informasi dari tangan pertama dengan mengamati orang dan tempat pada saat dilakukan penelitian.

3. Kuesioner

Menurut Larry Cristensen yang dikutip Sugiyono (2012:230) Kuesioner merupakan instrument untuk pengumpulan data, dimana partisipan atau responden mengisi pertanyaan atau Pertanyaan yang diberikan oleh peneliti. Peneliti dapat menggunakan kuesioner untuk memperoleh data yang terkait dengan pemikiran, perasaan, sikap kepercayaan, nilai, persepsi, kepribadian dan perilaku dari responden.

Dalam kata lain, para peneliti dapat melakukan bermacam-macam karakteristik dengan menggunakan kuesioner.

4. Studi Kepustidakaan (Library Reseach)

Penelitian ini dilakukan untuk pengambilan data yang bersifat teori yang kemudian digunakan sebagai literature penunjang guna mendukung penelitian yang dilakukan. Data ini diperoleh dari buku-buku sumber yang dapat dijakdikan acuan yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti.

5. Dokumentasi

Merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dan bukti yang berkaitan dengan objek penelitian yang dilakukan penulis untuk dijadikan bahan dalam penyusunan penelitian.

3.5.2 Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran adalah penentuan atau penetapan skala atas suatu variabel berdasarkan jenis data yang melekat dalam variabel penelitian. Pengukuran merupakan aturan-aturan pemberian angka untuk berbagai objek sedemikian rupa sehingga angka ini mewakili kualitas atribut. Skala pengukuran merupakan acuan atau pedoman untuk menentukan alat ukur demi memperoleh hasil data kuantitatif. Dalam penelitian ini menggunakan skala likert merupakan skala yang dapat dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan perspektif seseorang atau kelompok tentang suatu gejala atau fenomena sosial. Fenomenal sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut dengan variabel penelitian.

Skala Likert Pada Pertanyaan Positif dan Negatif

Pilihan Jawaban	Skor Positif	Skor Negatif
Sangat Tidak Setuju	1	5
Tidak Setuju	2	4
Cukup Setuju	3	3
Setuju	4	2
Sangat Tidak Setuju	5	1

Sumber: Sugiyono (2016:94)

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis pengelolaan data yang diperoleh dengan menggunakan rumusan atau dengan aturan-aturan yang ada sesuai dengan pendekatan analisis yang dilakukan dengan tujuan menguji hipotesis dalam rangka penarikan kesimpulan. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan regresi linear berganda.

3.6.1 Uji Validitas Data

Uji validitas adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat untuk mengukur uji validitas jika $r_{hitung} > r_{tabel}$. untuk menguji apakah tiap instrumen benar-benar mampu mengungkap faktor yang akan diukur atau konsistensi internal tiap item alat ukur dalam mengukur suatu faktor. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif, maka butir pertanyaan dikatakan valid.

Uji Validitas menurut Priyatno (2014:51) digunakan untuk mengukur ketepatan atau kecermatan suatu item Pertanyaan yang ada di kuesioner dalam fungsinya untuk mengukur apa yang ingin diukur.

Menurut Sugiyono (2017:121) “Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”.

Untuk uji validitas dalam penelitian ini digunakan analisis item, yaitu mengoreksi skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah dari tiap skor butir. Skor total merupakan jumlah dari semua skor pernyataan, jika skor setiap item pernyataan berkorelasi secara signifikan dengan skor total, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur itu valid. Jika ada item yang tidak memenuhi syarat, maka item tersebut tidak akan diteliti lebih lanjut.

Menurut Sugiyono (2017:133) “Syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau $r = 0,3$ ”. Jadi kalau korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,3, maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap pernyataan yang sudah valid dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama.

Muri Yusuf (2014:242) menyatakan bahwa “Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila instrumen itu dicobakan kepada subjek yang sama secara berulang-ulang namun hasilnya tetap sama Menurut Sekaran dalam Priyatno (2014: 64) alat ukur dapat dikatakan reliabel jika mempunyai nilai Cronbach’s alpha lebih besar dari 0,6.atau relatif sama”.

Menurut Sekaran dalam Priyatno (2014: 64) alat ukur dapat dikatakan reliabel jika mempunyai nilai Cronbach's alpha lebih besar dari 0,6.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini penulis menggunakan koefisien Cronbach Alpha (α). Pemberian interpretasi terhadap reliabilitas suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ atau nilai korelasi hasil perhitungan lebih besar daripada nilai dalam tabel dan dapat digunakan untuk penelitian.

3.6.3 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengecek apakah data penelitian berasal dari populasi yang sebenarnya normal. Kemudian pengolahannya menggunakan aplikasi SPSS 16.0 dengan asumsi sebagai berikut :

H_0 = Data tidak berdistribusi normal.

H_1 = Data berdistribusi normal.

Dengan menggunakan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$. Terima H_1 jika nilai signifikansi $> 0,05$ dan tolak H_0 jika nilai signifikansi $< 0,05$.

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi panel variabel-variabelnya berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas menggunakan program evIEWS normalitas sebuah data dapat diketahui dengan membandingkan nilai Jarque-Bera (JB) dan nilai Chi-Square tabel.

3.6.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah model regresi layak dipakai atas variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Oleh karena itu perlu diadakan beberapa uji sebagai berikut:

a) Uji Multikolineritas

Bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Jika hal ini terjadi maka sangat sulit untuk menentukan variabel bebas mana yang mempengaruhi variabel terikat. Diantara variabel independen terdapat korelasi mendekati +1 atau -1 maka diartikan persamaan regresi tidak akurat digunakan dalam persamaan. Untuk mendeteksi adanya multikolineritas, jika nilai variance inflation factor (VIF) tidak lebih dari 10, maka model terbebas dari multikolineritas.

b) Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas menguji terjadinya perbedaan varian residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heterokedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar Scatterplot, regresi yang tidak terjadi heterokedastisitas jika:

1. Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0.
2. Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
3. Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.

Untuk memperkuat tidak terjadinya heterokedastisitas pada tabel scatterplot, maka perlu uji hipotesis yaitu menggunakan uji glejser. Uji glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel bebas dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel bebas dengan absolute residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi terjadi masalah hesterokedastisitas.

3.6.5 Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Sugiyono (2014,270): “Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen”. Persamaan Umum regresi linier sederhana adalah:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Subjek dalam Variabel dependen yang diprediksikan

1. a = Harga Y bila X = 0 (harga kontan)
2. b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.

X = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

3.6.6 Analisis Korelasi

Uji ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana derajat kekuatan hubungan variable independen dengan variable dependen. Dalam penelitian ini korelasi ganda dua variable, yaitu antara Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Analisis ini dipakai untuk mengukur hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Variabel yang diteliti adalah data interval maka teknik statistik yang digunakan adalah *Pearson Correlation Product Moment* dimana rumusnya sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{\{n(\sum x^2) - (\sum x)^2\} \{n(\sum y^2) - (\sum y)^2\}}}$$

Dimana:

r_{xy} = Nilai koefisien korelasi antara variabel bebas (x) dengan variabel terikat (y)

n = Jumlah sampel (Responden)

x = Variabel bebas

y = Variabel terikat

Dan untuk memberikan interpretasi terhadap kuat atau lemahnya hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), maka digunakan pedoman sebagai berikut:

Tabel 3.3

Tabel Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
--------------------	------------------

3.6.7 Analisis

0,00 - 0,199	Sangat lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Sedang
0,62 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Koefisien Determinasi R^2

Menurut Priyatno (2014:156) analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama- sama terhadap variabel dependen. Rumus dari Koefisien Determinasi

$$Kd = r^2$$

Dimana:

Kd = Koefisien Determinasi

r^2 = Nilai Koefisien

Analisis ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana kontribusi dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara individu (parsial). Koefisien determinasi parsial yaitu dengan melihat nilai correlation partial pada hasil pengujian SPSS.

3.7 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan pengujian hipotesis

3.7.1 Uji t

Uji t atau test of significance digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t dilakukan dengan

membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} . Nilai t_{hitung} ditentukan dengan tidak memperhatikan nilai positif atau negatif dari nilai t_{hitung} tersebut karena nilai t_{hitung} merupakan nilai mutlak $|t|$. Uji t dilakukan dengan menganalisa hasil dari tabel coefficients. Syaratnya, jika nilai signifikansi lebih besar dari $\alpha = 0,05$ maka hipotesis ditolak, apabila nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ maka hipotesis diterima, yang artinya masing-masing variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen.

Uji statistik t disebut juga uji signifikan individual. Uji ini menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan H_0 ditolak atau H_a diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan. Rumus untuk uji t sebagai berikut:

$$t = \frac{r_p \sqrt{n - 1 - k}}{\sqrt{1 - r_p^2}}$$

Keterangan:

t = Uji-t

r^2 = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Data

k = Jumlah variabel independen

Kriteria uji-t yang digunakan adalah :

a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, dan H_a diterima, berarti variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen.

b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima, dan H_a ditolak, berarti variabel independen secara parsial tidak mempengaruhi variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan objek observasi pada nasabah Bank BCA KCU Dago, Bandung.

4.2 Hasil Penelitian

Pada bab-bab sebelumnya telah diuraikan mengenai latar belakang penelitian, kajian pustaka, kerangka pemikiriran, hipotesis penelitian, dan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Sedangkan variabel yang diteliti dalam penelitian ini Kualitas pelayanan sebagai variabel independen dan kepuasan nasabah sebagai variabel dependen.

Hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan program SPSS (Statistical Product and Service Solution) dengan pengujian hasil seperti uji validitas, uji reliabilitas, analisis penelitian deskriptif, analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda dan koefisien determinasi.

4.2.1 Karakteristik Umum Responden

Dalam gambaran umum mengenai responden ini akan disajikan data yang telah diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan pada 100 orang responden. Pengumpulan data dari penelitian Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada nasabah Bank BCA KCU Dago, Bandung), dilakukan dengan cara kuesioner secara langsung untuk memperoleh data primer maupun

informasi yang relevan dengan permasalahannya. Dalam laporan ini akan disajikan data mengenai karakteristik responden yang diteliti dan dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, pengeluaran perbulan dan penggunaan produknya. Berikut ini adalah uraian lengkapnya :

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase %
Laki-Laki	38	38%
Perempuan	62	62%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel 4.1 diatas menunjukkan data nasabah dari total 100 responden nasabah Bank BCA KCU Dago didapatkan bahwa nasabah lebih didominasi oleh jenis kelamin perempuan sebanyak 62% dan sisanya 38% adalah laki-laki.

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase %
< 25 tahun	63	63%
26 – 35 tahun	35	35%
36 – 45 tahun	2	2%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa 63% berusia kurang dari 25 tahun, hal ini menggambarkan bahwa nasabah Bank BCA KCU Dago lebih didominasi oleh nasabah yang berusia < 25 tahun.

Tabel 4.3**Karaktersistik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per bulan**

Pengeluaran	Frekuensi	Persentase %
< 5.000.000	75	75%
5.000.001 – 10.000.000	21	21%
10.000.001 – 15.000.000	1	1%
15.000.001 – 20.000.000	1	1%
> 20.000.000	2	2%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa responden terbanyak adalah nasabah dengan pengeluaran dibawah 5.000.000 dengan persentase 75%, sedangkan pengeluaran perbulan antara 5.000.001 – 10.000.000 berjumlah 21%, hal ini menunjukkan bahwa nasabah nasabah Bank BCA KCU Dago di dominasi oleh masyarakat menengah.

Tabel 4.4**Produk Dan Layanan Bank BCA KCU Dago Yang Sering Digunakan**

Produk	Frekuensi	Persentase %
Tahapan BCA	73	54%
Tahapan Expresi	47	35%
Tahapan Berjangka	8	6%
Deposito Berjangka	5	4%
Lainnya	3	2%
Total	232	100%

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa frekuensi lebih dari 100, hal ini dikarenakan responden tidak hanya menggunakan media pada satu layanan produk saja, 73% responden lebih sering menggunakan produk Tahapan BCA dan sebanyak 47% menggunakan produk Tahapan Expresi, hal ini menunjukkan

bahwa nasabah Bank BCA KCU Dago lebih sering menggunakan produk Tahapan BCA dan produk Tahapan Ekspresi.

Tabel 4.5

Frekuensi Responden Menggunakan Layanan Produk BCA

Penggunaan	Frekuensi	Persentase %
Jarang	14	14%
Kadang-Kadang	9	9%
Sering	36	36%
Sangat Sering	41	41%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwa 36% responden sering menggunakan layanan produk BCA dan 41% lainnya sangat sering menggunakan layanan produk BCA, hal ini menunjukkan bahwa nasabah Bank BCA KCU Dago sering menggunakan layanan produk dari Bank BCA untuk aktivitas perbankan nasabah.

Tabel 4.6

**Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menggunakan Produk
BCA**

Lama Penggunaan	Frekuensi	Persentase %
< 1 tahun	10	10%
1,1 – 2 tahun	21	21%
2,1 – 3 tahun	17	17%
3,1 – 4 tahun	17	17%
> 4 tahun	35	35%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa responden terbanyak yang sudah menggunakan produk layanan Bank BCA terdapat pada lama penggunaan lebih dari 4 tahun dimana terdapat 35% dari total responden, hal ini

menunjukkan bahwa nasabah Bank BCA KCU Dago banyak yang menggunakan produk layanan Bank BCA lebih dari 4 tahun dalam lama penggunaannya.

4.2.2 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian

Pada sub bab ini penulis akan menjabarkan hasil penyebaran kuesioner yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan studi pada nasabah Bank BCA KCU Dago. Penilaian ini akan disajikan ke dalam nilai mean, frekuensi dan persentase. Persentase ini akan dibagi menjadi 2 (dua) bagian yaitu tanggapan positif dan tanggapan negatif.

Pada kuesioner dengan skala 1 sampai 5 rentang skor setiap kategori dapat dihitung dengan membagi selisih skor maksimum dan skor minimum dengan jumlah kategori yang diinginkan.

Selanjutnya dicari rata-rata tiap responden untuk memudahkan penilaian dari rata-rata tersebut maka dibuat interval. Rumus yang digunakan menurut Sudjana (2000) sebagai berikut :

$$\text{Panjang kelas interval} = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyak Kelas Interval}}$$

Dimana:

Rentang = nilai tertinggi – nilai terendah

Banyak kelas interval = 5

$$\text{Panjang kelas interval} = \frac{5-1}{5}$$

$$= 0.8$$

Tabel 4.7

Kriteria Penilaian Kuesioner

Interval Penilaian	Kategori
1.00 – 1.79	Sangat tidak baik
1.80 – 2.59	Tidak baik
2.60 – 3.39	Cukup baik
3.40 – 4.19	Baik
4.20 – 5.00	Sangat baik

4.2.3 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan

Data variabel Kualitas Pelayanan diperoleh dari penyebaran angket dengan 5 item pertanyaan yang diberikan kepada total 100 responden. Kualitas pelayanan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan lima dimensi yaitu *Realibility*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, *Tangibles*.

1. *Realibility* (Kehandalan)

Berikut disajikan dalam tabel 4.8 mengenai rekapitulasi tanggapan responden yang diajukan untuk mengukur variable kualitas pelayanan melalui dimensi *Realibility* atau kehandalan. Indikator *Realibility* terdiri dari 1 butir pertanyaan yaitu:

Tabel 4.8

Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Dimensi *Realibility* Pada Kualitas Pelayanan

No	Pertanyaan	Skor Tanggapan Responden					Skor Aktual	Skor Ideal	%	Mean Skor
		5	4	3	2	1				
1	Bagaimana kehandalan pelayanan karyawan di Bank BCA KCU Dago	F	42	34	24	0	418	500	83,60	4,18
		%	42	34	24	0				

Total Skor	F	42	34	24	0	0	418	500	83,60	4,18
	%	42	34	24	0	0				

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa nilai persentase total skor tanggapan responden yang diperoleh dari pertanyaan yang membentuk dimensi *realibility* adalah sebesar 83,60% dengan mean skor 4.18 termasuk ke dalam kategori baik, dengan mayoritas responden yang menyatakan sangat handal sebesar 42%, ini berarti bahwa kehandalan pelayanan karyawan di Bank BCA KCU Dago di nilai sangat handal.

2. Responsiveness Pada Kualitas Layanan

Berikut disajikan dalam tabel 4.9 mengenai rekapitulasi tanggapan responden yang diajukan untuk mengukur variabel kualitas layanan melalui dimensi *responsiveness* atau kehandalan. Indikator *responsiveness* ini terdiri dari 1 butir pertanyaan yaitu:

Tabel 4.9

Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Responsiveness Pada Kualitas Pelayanan

No	Pertanyaan		Skor Tanggapan Responden					Skor Aktual	Skor Ideal	%	Mean Skor
			5	4	3	2	1				
2	Bagaimana kemudahan pelayanan di Bank BCA KCU Dago	F	37	48	14	1	0	421	500	84,20	4,21
		%	37	48	14	1	0				
Total Skor		F	37	48	14	1	0	421	500	84,20	4,21
		%	37	48	14	1	0				

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa nilai persentase total skor tanggapan responden yang diperoleh dari pertanyaan yang membentuk dimensi

responsiveness adalah sebesar 84,20% dengan mean skor 4.21 termasuk ke dalam kategori sangat baik, dengan mayoritas responden yang menyatakan mudah sebesar 48%, ini berarti bahwa kemudahan pelayanan di Bank BCA KCU Dago di nilai mudah.

3. Assurance Pada Kualitas Layanan

Berikut disajikan dalam tabel 4.10 mengenai rekapitulasi tanggapan responden yang diajukan untuk mengukur variabel kualitas layanan melalui dimensi *assurance* atau jaminan. Indikator *assurance* ini terdiri dari 1 butir pertanyaan yaitu:

Tabel 4.10

**Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Assurance
Pada Kualitas Pelayanan**

No	Pertanyaan		Skor Tanggapan Responden					Skor Aktual	Skor Ideal	%	Mean Skor
			5	4	3	2	1				
3	Bagaimana kecepatan pelayanan karyawan di Bank BCA KCU Dago	F	26	45	29	0	0	397	500	79,40	3,97
		%	26	45	29	0	0				
Total Skor		F	26	45	29	0	0	397	500	79,40	3,97
		%	26	45	29	0	0				

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa nilai persentase total skor tanggapan responden yang diperoleh dari pertanyaan yang membentuk dimensi *assurance* adalah sebesar 79,40% dengan mean skor 3,97 termasuk ke dalam kategori baik, dengan mayoritas responden yang menyatakan cepat sebesar 45%, ini berarti bahwa kecepatan pelayanan di Bank BCA KCU Dago di nilai cepat.

4. *Empathy* Pada Kualitas Layanan

Berikut disajikan dalam tabel 4.11 mengenai rekapitulasi tanggapan responden yang diajukan untuk mengukur variabel kualitas layanan melalui dimensi *empathy* atau jaminan. Indikator *empathy* ini terdiri dari 1 butir pertanyaan yaitu:

Tabel 4.11

Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Dimensi *Empathy* Pada Kualitas Pelayanan

No	Pertanyaan		Skor Tanggapan Responden					Skor Aktual	Skor Ideal	%	Mean Skor
			5	4	3	2	1				
4	Seberapa baik pengetahuan produk oleh karyawan Bank	F	45	39	15	1	0	428	500	85,60	4,28
		%	45	39	15	1	0				
Total Skor		F	45	39	15	1	0	428	500	85,60	4,28
		%	45	39	15	1	0				

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui bahwa nilai persentase total skor tanggapan responden yang diperoleh dari pertanyaan yang membentuk dimensi *empathy* adalah sebesar 85,60% dengan mean skor 4,28 termasuk ke dalam kategori sangat baik, dengan mayoritas responden yang menyatakan sangat baik sebesar 45%, ini berarti bahwa pengetahuan produk karyawan di Bank BCA KCU Dago di nilai sangat baik.

5. *Tangible* Pada Kualitas Layanan

Berikut disajikan dalam tabel 4.12 mengenai rekapitulasi tanggapan responden yang diajukan untuk mengukur variabel kualitas layanan melalui

dimensi *tangible* atau jaminan. Indikator *tangible* ini terdiri dari 1 butir pertanyaan yaitu:

Tabel 4.12

Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Dimensi *Tangibles* Pada Kualitas Pelayanan

No	Pertanyaan		Skor Tanggapan Responden					Skor Aktual	Skor Ideal	%	Mean Skor
			5	4	3	2	1				
5	Seberapa jujur pelayanan oleh karyawan Bank	F	44	40	16	0	0	428	500	85,60	4,28
		%	44	40	16	0	0				
Total Skor		F	44	40	16	0	0	428	500	85,60	4,28
		%	44	40	16	0	0				

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui bahwa nilai persentase total skor tanggapan responden yang diperoleh dari pertanyaan yang membentuk dimensi *tangibles* adalah sebesar 85,60% dengan mean skor 4,28 termasuk ke dalam kategori sangat baik, dengan mayoritas responden yang menyatakan sangat jujur sebesar 45%, ini berarti bahwa kejujuran karyawan di Bank BCA KCU Dago di nilai sangat jujur.

Tabel 4.13

Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan

No	Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	%	Mean Skor	Kategori
1	Puas terhadap biaya	410	500	82,00	4,1	Baik
2	Puas terhadap	421	500	84,20	4,21	Sangat baik

	produk					
3	Puas terhadap pelayanan	430	500	86,00	4,30	Sangat baik
4	Bangga terhadap produk	406	500	81,20	4,06	Baik
5	Puas terhadap promosi	405	500	81,00	4,05	Baik
Total		2072	2500	82,88	4,14	Baik

Berdasarkan tabel 4.13 di atas, diperoleh informasi bahwa total skor aktual yang diperoleh dari seluruh pertanyaan-pertanyaan yang membentuk variable kualitas pelayanan adalah sebesar 2072 dan skor ideal sebesar 2500, sedangkan nilai total persentase yang diperoleh adalah sebesar 82,88% dan nilai mean skor sebesar 4,14 termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Bank BCA KCU Dago termasuk ke dalam kategori baik.

4.2.4 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepuasan Pelanggan

Data variabel kepuasan pelanggan diperoleh dari penyebaran angket dengan 5 item pertanyaan yang diberikan kepada total 100 responden. Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan lima dimensi yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, *emotional factor* dan biaya dan kemudahan.

1. Kualitas Produk Pada Kepuasan Pelanggan

Berikut disajikan dalam tabel 4.14 mengenai rekapitulasi tanggapan responden yang diajukan untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan melalui dimensi kualitas produk. Indikator kualitas produk ini terdiri dari 1 butir pertanyaan yaitu:

Tabel 4.14

**Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Kualitas
Produk Pada Kepuasan Pelanggan**

No	Pertanyaan		Skor Tanggapan Responden					Skor Aktual	Skor Ideal	%	Mean Skor
			5	4	3	2	1				
1	Bagaimana kepuasan anda terhadap produk yang ada di Bank BCA KCU Dago	F	40	41	19	0	0	421	500	84,20	4,21
		%	40	41	19	0	0				
Total Skor		F	40	41	19	0	0	4,21	500	84,20	4,21
		%	40	41	19	0	0				

Berdasarkan tabel 4.14 dapat diketahui bahwa nilai persentase total skor tanggapan responden yang diperoleh dari pertanyaan yang membentuk dimensi kualitas produk adalah sebesar 84,20% dengan mean skor 4.21 termasuk ke dalam kategori sangat baik, dengan mayoritas responden yang menyatakan puas sebesar 41%, ini berarti bahwa responden beranggapan puas terhadap kualitas produk pada Bank BCA KCU Dago.

2. Harga Pada Kepuasan Pelanggan

Berikut disajikan dalam tabel 4.15 mengenai rekapitulasi tanggapan responden yang diajukan untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan melalui dimensi harga. Indikator hargaini terdiri dari 1 butir pertanyaan yaitu:

Tabel 4.15
Rekapitulasi Tanggapan Responden Dimensi Harga Pada Kepuasan
Pelanggan

No	Pertanyaan		Skor Tanggapan Responden					Skor Aktual	Skor Ideal	%	Mean Skor
			5	4	3	2	1				
2	Bagaimana kepuasan anda pada harga di Bank BCA KCU Dago	F	34	39	25	2	0	405	500	81,00	4,05
		%	34	39	25	2	0				
Total Skor		F	34	39	25	2	0	405	500	81,00	4,05
		%	34	39	25	2	0				

Berdasarkan tabel 4.15 dapat diketahui bahwa nilai persentase total skor tanggapan responden yang diperoleh dari pertanyaan yang membentuk dimensi harga adalah sebesar 81,00 dengan mean skor 4,05 termasuk ke dalam kategori baik, dengan mayoritas responden yang menyatakan puas sebesar 39%, ini berarti bahwa responden beranggapan puas terhadap harga pada Bank BCA KCU Dago.

3. Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Pelanggan

Berikut disajikan dalam tabel 4.16 mengenai rekapitulasi tanggapan responden yang diajukan untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan melalui dimensi kualitas pelayanan. Indikator kualitas pelayanan ini terdiri dari 1 butir pertanyaan yaitu:

Tabel 4.16
Rekapitulasi Tanggapan Responden Dimensi Kualitas Pelayanan
Pada Kepuasan Pelanggan

No	Pertanyaan		Skor Tanggapan Responden					Skor Aktual	Skor Ideal	%	Mean Skor
			5	4	3	2	1				
3	Bagaimana kepuasan anda terhadap pelayanan Bank BCA KCU Dago	F	43	44	13	0	0	430	500	86,00	4,30
		%	43	44	13	0	0				
Total Skor		F	43	44	13	0	0	430	500	86,00	4,30
		%	43	44	13	0	0				

Berdasarkan tabel 4.16 dapat diketahui bahwa nilai persentase total skor tanggapan responden yang diperoleh dari pertanyaan yang membentuk dimensi kualitas pelayanan adalah sebesar 86,00 dengan mean skor 4,30 termasuk ke dalam kategori sangat baik, dengan mayoritas responden yang menyatakan puas sebesar 44%, ini berarti bahwa responden beranggapan puas terhadap kualitas pelayanan pada Bank BCA KCU Dago.

4. *Emotional Factor* Pada Kepuasan Pelanggan

Berikut disajikan dalam tabel 4.17 mengenai rekapitulasi tanggapan responden yang diajukan untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan melalui dimensi *emotional factor*. Indikator *emotional factor* ini terdiri dari 1 butir pertanyaan yaitu:

Tabel 4.17

Rekapitulasi Tanggapan Responden Dimensi *Emotional Factor* Pada Kepuasan Pelanggan

No	Pertanyaan		Skor Tanggapan Responden					Skor Aktual	Skor Ideal	%	Mean Skor
			5	4	3	2	1				
4	Bagaimana kebanggaan/perasaan anda pada produk	F	35	39	23	3	0	406	500	81,20	4,06
		%	35	39	23	3	0				

	Bank BCA KCU Dago										
Total Skor		F	35	39	23	3	0	406	500	81,20	4,06
		%	35	39	23	3	0				

Berdasarkan tabel 4.17 dapat diketahui bahwa nilai persentase total skor tanggapan responden yang diperoleh dari pertanyaan yang membentuk dimensi *emotional factor* adalah sebesar 81,20% dengan mean skor 4,06 termasuk ke dalam kategori baik, dengan mayoritas responden yang menyatakan bangga sebesar 39%, ini berarti bahwa responden beranggapan bangga pada produk dan layanan di Bank BCA KCU Dago.

5. Biaya dan Kemudahan Pada Kepuasan Pelanggan

Berikut disajikan dalam tabel 4.18 mengenai rekapitulasi tanggapan responden yang diajukan untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan melalui dimensi biaya dan kemudahan. Indikator biaya dan kemudahan ini terdiri dari 1 butir pertanyaan yaitu:

Tabel 4.18

Rekapitulasi Tanggapan Responden Dimensi Biaya dan Kemudahan Pada Kepuasan Pelanggan

No	Pertanyaan		Skor Tanggapan Responden					Skor Aktual	Skor Ideal	%	Mean Skor
			5	4	3	2	1				
6	Bagaimana kepuasan anda terhadap biaya & kemudahan di Bank BCA KCU Dago	F	35	41	23	1	0	410	500	82,00	4,10
		%	35	41	23	1	0				
Total Skor		F	35	41	23	1	0	410	500	82,00	4,10
		%	35	41	23	1	0				

Berdasarkan tabel 4.18 dapat diketahui bahwa nilai persentase total skor tanggapan responden yang diperoleh dari pertanyaan yang membentuk dimensi Biaya dan Kemudahan adalah sebesar 82,00% dengan mean skor 4,10 termasuk ke dalam kategori baik, dengan mayoritas responden yang menyatakan puas sebesar 41%, ini berarti bahwa responden beranggapan bangga pada produk dan layanan di Bank BCA KCU Dago.

Tabel 4.19

Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepuasan

Pelanggan

No	Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	%	Mean Skor	Kategori
1	Puas terhadap biaya	410	500	82,00	4,10	Baik
2	Puas terhadap produk	421	500	84,20	4,21	Sangat baik
3	Puas terhadap pelayanan	430	500	86,00	4,30	Sangat baik
4	Bangga terhadap produk	406	500	81,20	4,06	Baik
5	Puas terhadap harga	405	500	81,00	4,05	Baik
Total		2072	2500	82,88	4,14	Baik

Berdasarkan tabel 4.19 di atas, diperoleh informasi bahwa total skor aktual yang diperoleh dari seluruh pertanyaan-pertanyaan yang membentuk variabel kepuasan pelanggan adalah sebesar 2072 dan skor ideal sebesar 2500, sedangkan nilai total persentase yang diperoleh adalah sebesar 82,88% dan nilai mean skor sebesar 4,14 termasuk dalam kategori baik.

4.2.5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas instrumen

Pada bagian ini akan dibahas mengenai hasil pengolahan dari instrumen dan data yang diterima setelah proses penyebaran kuesioner. Uji validitas akan menguji masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dimana keseluruhan variabel penelitian memuat 10 pernyataan yang harus dijawab oleh responden. Valid tidaknya suatu item instrumen dapat diketahui dengan membandingkan antara indeks korelasi produk Moment Pearson pada level signifikansi 5 persen dengan nilai kritisnya. Instrumen dikatakan valid apabila memiliki koefisien diatas 0,300 sedangkan hasil uji reliabilitas dengan Alpha Cronbach dengan nilai kritis 0,6 dapat dilihat pada tabel 4.20

Tabel 4.20

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X dan Y

No.Item	r-hitung	r-kritis	Hasil	<i>Alpha Cronbach</i>	Nilai Kritis	Hasil
1	0,811	0,300	Valid	0,814	0,6	<i>Reliabel</i>
2	0,846	0,300	Valid			
3	0,851	0,300	Valid			
4	0,869	0,300	Valid			
5	0,800	0,300	Valid			
6	0,816	0,300	Valid	0,816	0,6	<i>Reliabel</i>
7	0,867	0,300	Valid			
8	0,762	0,300	Valid			
9	0,88	0,300	Valid			
10	0,891	0,300	Valid			

Berdasarkan Tabel 4.20 di atas maka dapat diketahui bahwa hasil uji validitas instrumen menunjukkan nilai corrected item total correlation diatas 0,300, hal ini berarti bahwa seluruh instrumen dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan hasil valid dan dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

Hasil uji reliabilitas juga menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6 dan artinya bahwa semua item pertanyaan pada tabel 4.20 diatas dinyatakan reliabel.

4.2.6 Hasil Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda, ada beberapa asumsi yang harus terpenuhi agar kesimpulan dari regresi tersebut tidak biasa, diantaranya adalah uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas data dengan Kolmogorov-Smirnov, asumsi data dikatakan normal jika, variabel memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05. Berikut adalah hasil pengujian dengan menggunakan pendekatan Kolmogorov-Smirnov:

Tabel 4.21

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		179.260.091
Most Extreme Differences	Absolute		.090
	Positive		.084
	Negative		-.090
Test Statistic			.090
Asymp. Sig. (2-tailed)			.046 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Hasil pengujian statistik One Sample Kolmogrov-Smirnov di atas menunjukkan bagian Asymp. Sig menunjukkan nilai sebesar 0,46, artinya nilai tersebut lebih besar dari nilai signifikasi 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual terdistribusi normal atau memenuhi syarat uji normalitas.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi adanya multikolinearitas, dikatakan adanya multikolonieritas jika nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor(VIF)* tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari multikolinieritas. Berdasarkan pengujian multikoleniaritas didapatkan nilai VIF masing-masing variabel sebagai berikut:

Tabel 4.22

Hasil Uji Multikolinearitas

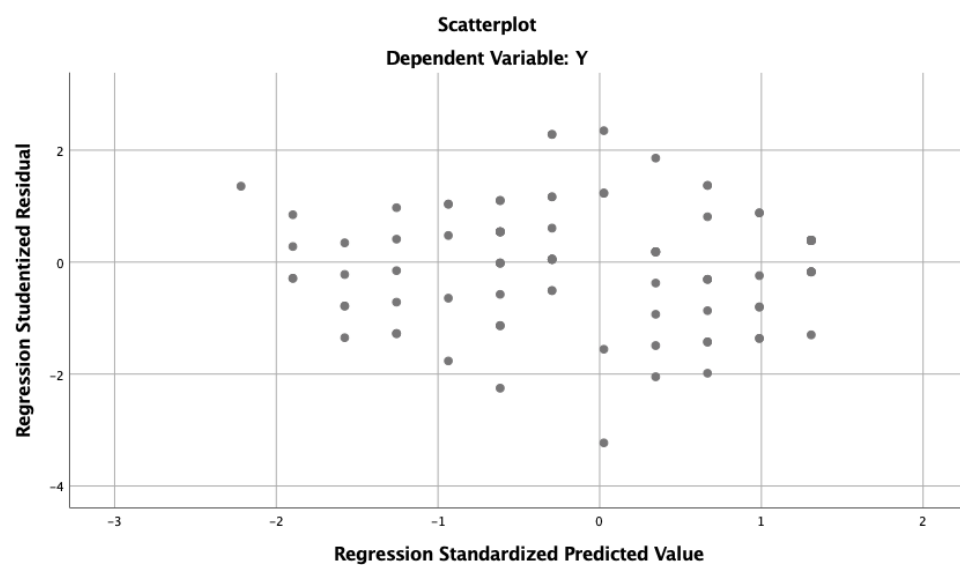
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 Kualitas Pelayanan	1.000	1.000

a. Dependen Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel 4.27 diperoleh nilai VIF yang dihasilkan dalam penelitian ini menunjukkan variabel independen tidak lebih dari 10 dan nilai tolerance semua variabel independen lebih dari 0.10. Berdasarkan hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa semua variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan tidak terdapat gejala multikolinearitas.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar Scatterplot model tersebut. Tidak terdapat heteroskedastisitas jika penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola dan data menyebar diatas dan di bawah atau di sekitar angka 0 serta data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah.



Gambar 4.1

Hasil Uji Heterokedastisitas

Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk pola tertentu atau tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan demikian, asumsi heteroskedastisitas dapat dipenuhi dari model ini.

4.2.7 Analisa Regresi Linier Sederhana

Berikut ini menunjukkan hasil estimasi model persamaan regresi yang menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS versi 25.0 didapat hasil sebagai berikut :

Tabel 4.23

Analisa Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.310	1.228		1.882	.063
	Kualitas Pelayanan	.880	.058	.837	15.160	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

$$Y = a + Bx$$

$$Y = 2,310 + 0,880x$$

Keterangan:

Y= Variabel Kepuasan Konsumen

X= Variabel Kualitas Pelayanan

Dari persamaan di atas dapat disimpulkan bahwa konstanta 2,310 menyatakan bahwa jika kualitas pelayanan meningkat sebesar 2,310 maka kepuasan pelanggan akan bernilai sebesar 2,310. Nilai koefisien regresi bernilai positif yaitu sebesar 0,880 artinya Bank BCA KCU Dago jika memperhatikan kualitas pelayanan maka akan menambah kepuasan pelanggan sebesar 0,880.

4.2.8 Uji Korelasi

Analisis ini digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel-variabel independen dan dependen. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS versi 25.0 didapat hasil sebagai berikut :

Tabel 4.24

Hasil Analisis Uji Korelasi

Correlations

		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.837**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.837**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

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

Berdasarkan tabel 4.24 diatas didapatkan nilai koefisien korelasi berganda sebesar 0.837 yang termasuk dalam korelasi kuat. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang kuat terhadap kepuasan pelanggan.

4.2.9 Koefisien Determinasi

Besarnya persentase variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen dapat diketahui dari besarnya nilai koefisien determinasi yang sudah disesuaikan (Adjusted R Square). Hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS versi 25.0 diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.25**Hasil Koefisien Determinasi****Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.837 ^a	.701	.698	1.802

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Berdasarkan Tabel 4.29 diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0.701 yang berarti besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 70,1% dan sisanya adalah sebesar 29,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disertakan dalam penelitian

4.3 Uji Hipotesis Penelitian

Pengujian hipotesis yang dimaksud dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah ada atau tidak pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Bank BCA KCU Dago secara parsial.

4.3.1 Uji t

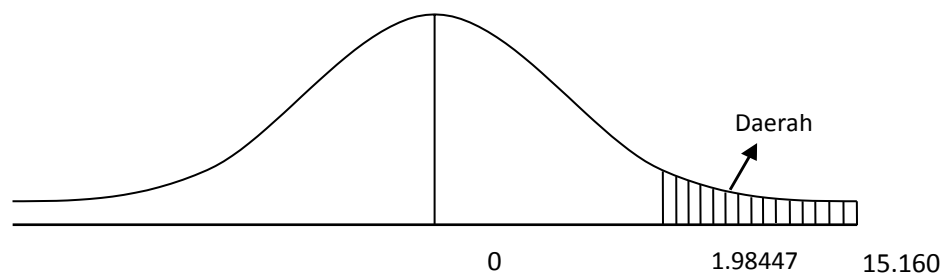
Tabel 4.26**Hasil Uji t****Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.310	1.228		1.882	.063
	Kualitas Pelayanan	.880	.058	.837	15.160	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Interprestasi hasil dari pengujian hipotesis secara parsial diatas untuk masing-masing variabel independen adalah sebagai berikut:

Hasil uji t untuk variabel kualitas pelayanan menunjukkan nilai signifikasi $0.000 < 0.05$ dan t_{hitung} sebesar 15.160 yang berarti lebih besar dari nilai t_{tabel} (1.98447) maka pada tingkat kekeliruan 5% dapat disimpulkan bahwa H_a diterima, artinya secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jika disajikan dalam kurva Uji t (uji satu sisi) maka dapat dilihat pada gambar 4.2 berikut:



Gambar 4.2

Kurva Uji t Kualitas Pelayanan

Berdasarkan gambar 4.2 diatas maka dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} berada dalam daerah penolakan H_0 dengan demikian dapat dikatakan bahwa dengan taraf signifikansi 5% diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

4.4 Pembahasan Analisis Deskriptif

4.4.1 Kualitas Pelayanan Pada Bank BCA KCU Dago

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada uraian terdahulu, diketahui bahwa kualitas pelayanan menunjukkan hasil kriteria baik dengan rata-rata skor yang didapatkan sebesar 4,18 sedangkan nilai terkecil yang didapatkan terdapat pada dimensi *Assurance* dengan skor 3.97. Skor tertinggi berada pada pertanyaan kejujuran pelayanan dan pengetahuan produk sebesar 4.28 dan skor pada pertanyaan dengan nilai terendah terdapat pada pertanyaan kecepatan pelayanan dengan skor sebesar 3.97.

4.4.2 Kepuasan Pelanggan Pada Bank BCA KCU Dago

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada uraian terdahulu, diketahui bahwa kepuasan pelanggan menunjukkan hasil kriteria baik dengan rata-rata skor yang didapatkan sebesar 4,14 sedangkan nilai terkecil yang didapatkan terdapat pada dimensi harga dengan skor 4,05. Skor tertinggi berada pada pertanyaan kepuasan pelayanan sebesar 4.30 dan skor pada pertanyaan dengan nilai terendah terdapat pada pertanyaan kepuasan terhadap harga dengan nilai sebesar 4,05.

4.5 Pembahasan Analisis Verifikatif

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dikemukakan oleh penulis maka diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini diperoleh dari hasil perhitungan nilai t_{hitung} lebih besardari t_{tabel} ($15.160 > 1.98447$). Koefisien regresi kualitas layanan memiliki tanda positif yang berarti semakin baik kualitas pelayanan maka semakin baik

juga kepuasan pelanggan pada Bank BCA KCU Dago, hal ini dapat dibuktikan dari pengaruh secara parsial atau individu, variabel kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 70,1%.

Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Maramis (2018) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT.Air Manado dari hasil pengujian yang dilakukan terhadap semua variabel.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kepuasan pelanggan bersifat dinamis, artinya bahwa ekspektasi pelanggan terhadap suatu produk/ jasa akan mengalami perubahan seiring dengan waktu. Ada begitu banyak faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Untuk pemasaran jasa, kualitas pelayanan sangat berpengaruh dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan. Berikut dipaparkan hasil penelitian yang telah dilakukan. Dalam sub bab 5.1 ini penulis akan menginterpretasikan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Bank BCA KCU Dago, penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan kesimpulan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pada variabel kualitas pelayanan skor terendah terdapat pada pertanyaan kecepatan pelayanan dengan skor 3,97 dan skor terbesar terdapat pada butir pertanyaan tentang kejujuran dan pengetahuan produk dengan skor 4.28. Pada variabel kepuasan pelanggan skor terendah terdapat pada pertanyaan kepuasan terhadap harga dengan skor 4,05 dan skor terbesar terdapat pada butir pertanyaan kepuasan pelayanan sebesar 4.30.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Bank BCA KCU Dago. Hal ini dapat

dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 15.160 lebih besar dari t_{tabel} 1.98447 dan signifikasi 0.000 lebih kecil dari 0.05.

5.2 Saran

Berikut dipaparkan hasil penelitian yang telah dilakukan. Dalam sub bab 5.2 ini penulis akan menginterpretasikan saran dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Bank BCA KCU Dago, penulis akan memaparkan beberapa saran sebagai berikut:

1. Berdasarkan temuan pada penelitian bahwa *Assurance* mendapatkan nilai terendah pada variabel kualitas pelayanan maka diharapkan perusahaan lebih memperhatikan kecepatan pelayanan pada Bank BCA KCU Dago.
2. Berdasarkan temuan pada penelitian bahwa harga mendapatkan nilai terendah pada variabel kepuasan pelanggan maka diharapkan perusahaan lebih memperhatikan harga untuk mencapai kepuasan pelanggan di Bank BCA KCU Dago.
3. Berdasarkan pemaparan pada pengaruh kualitas pelayanan terdapat pengaruh yang baik sebesar 70,9% terhadap kepuasan pelanggan secara parsial, maka diharapkan perusahaan memberikan perhatian yang besar terhadap kualitas pelayanan di Bank BCA KCU Dago untuk mencapai kepuasan pelanggan yang maksimal.

Lampiran

Kepada Nasabah
Bank BCA KCU Dago
Di Tempat

Dengan Hormat,

Sehubungan dalam rangka penyusunan penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi Program Strata Satu Jurusan Manajemen pada Universitas Winaya Mukti Bandung, di mana judul Skripsi saya adalah ***“Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Nasabah Bank BCA KCU Dago)”***. Dengan ini saya sampaikan kepada nasabah bank BCA KCU Dago yang diperlukan untuk mengumpulkan data selama penyusunan skripsi tersebut.

Besar harapan saya agar nasabah Bank BCA KCU Dago bersedia untuk mengisi kuesioner ini dengan sebenar-benarnya. Demikian atas kesediaan nasabah Bank BCA KCU Dago, saya ucapkan terima kasih.

Penulis,

Gugun Gunawan

KUESIONER PENELITIAN

I. IDENTITAS RESPONDEN

Berilah tanda silang (X) pada kolom yang tersedia, untuk jawaban yang sesuai dengan pendapat saudara.

1. Jenis Kelamin:

- | | |
|--------------|--------------|
| a. Laki-Laki | b. Perempuan |
|--------------|--------------|

2. Usia:

- | | |
|------------------|------------------|
| a. < 25 tahun | d. 46 – 55 tahun |
| b. 26 – 35 tahun | e. > 55 tahun |
| c. 36 – 45 tahun | |

3. Pengeluaran per bulan:

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| a. < 5.000.000 | d. 15.000.001 – 20.000.000 |
| b. 5.000.001 – 10.000.000 | e. > 20.000.000 |
| c. 10.000.001 – 15.000.000 | |

4. Pengguna produk bank BCA (boleh pilih lebih dari satu)

- | | |
|-----------------------|-----------------------|
| a. Tabungan BCA | d. Deposito Berjangka |
| b. Tabungan Xpresi | e. Lainnya |
| c. Tabungan Berjangka | |

5. Seberapa sering menggunakan produk dan layanan Bank BCA

- | | |
|------------------|------------------|
| a. Tidak Pernah | d. Sering |
| b. Jarang | e. Sangat Sering |
| c. Kadang-kadang | |

6. Sudah berapa lama menggunakan produk dan layanan Bank BCA

- | | |
|------------------|------------------|
| a. < 1 tahun | d. 3.1 – 4 tahun |
| b. 1.1 – 2 tahun | e. > 4 tahun |
| c. 2.1 – 3 tahun | |

II. DAFTAR PERTANYAAN

Berilah tanda silang (X) pada kolom yang tersedia, untuk jawaban yang sesuai dengan pendapat saudara.

A. Tanggapan untuk variabel Kualitas Pelayanan (X)

1. Bagaimana kehandalan pelayanan karyawan pada Bank BCA KCU Dago

- | | |
|------------------------|------------------|
| 1. Sangat tidak handal | 4. Handal |
| 2. Tidak handal | 5. Sangat handal |
| 3. Cukup handal | |

2. Bagaimana kemudahan pelayanan di Bank BCA KCU Dago

- | | |
|-----------------------|-----------------|
| 1. Sangat tidak mudah | 4. Mudah |
| 2. Tidak mudah | 5. Sangat mudah |
| 3. Cukup mudah | |

3. Bagaimana kecepatan pelayanan karyawan di Bank BCA KCU Dago

- | | |
|-----------------------|-----------------|
| 1. Sangat tidak cepat | 4. Cepat |
| 2. Tidak cepat | 5. Sangat cepat |
| 3. Cukup cepat | |

4. Seberapa baik pengetahuan produk oleh karyawan Bank BCA KCU Dago

- | | |
|----------------------|----------------|
| 1. Sangat tidak baik | 4. Baik |
| 2. Tidak baik | 5. Sangat baik |
| 3. Cukup baik | |

5. Seberapa jujur pelayanan karyawan Bank BCA KCU Dago

- | | |
|-----------------------|-----------------|
| 1. Sangat tidak jujur | 4. Jujur |
| 2. Tidak jujur | 5. Sangat jujur |
| 3. Cukup jujur | |

B. Tanggapan untuk variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

6. Bagaimana kepuasan anda terhadap biaya dan kemudahan di Bank BCA KCU Dago

- | | |
|----------------------|----------------|
| 1. Sangat tidak puas | 4. Puas |
| 2. Tidak puas | 5. Sangat puas |
| 3. Cukup puas | |

7. Bagaimana kepuasan anda terhadap produk yang ada di Bank BCA KCU Dago

- | | |
|----------------------|----------------|
| 1. Sangat tidak puas | 4. Puas |
| 2. Tidak puas | 5. Sangat puas |
| 3. Cukup puas | |

8. Bagaimana kepuasan anda terhadap pelayanan Bank BCA KCU Dago

- | | |
|----------------------|----------------|
| 1. Sangat tidak puas | 4. Puas |
| 2. Tidak puas | 5. Sangat puas |
| 3. Cukup puas | |

9. Bagaimana kebanggaan/perasaan anda pada produk Bank BCA KCU Dago

- | | |
|------------------------|------------------|
| 1. Sangat tidak bangga | 4. Bangga |
| 2. Tidak bangga | 5. Sangat Bangga |
| 3. Cukup bangga | |

10. Bagaimana kepuasan anda pada harga di Bank BCA KCU Dago

1. Sangat tidak puas

4. Puas

2. Tidak puas

5. Sangat puas

3. Cukup puas

Lampiran 2

Kuesioner Ordinal

Resp.	INDIKATOR VARIABEL KUALITAS PELAYANAN (X)					JUMLAH
	X1	X2	X3	X4	X5	
1	5	4	4	5	5	23
2	5	5	4	5	5	24
3	4	4	4	4	4	20
4	5	5	4	4	4	22
5	4	4	4	4	4	20
6	5	5	5	4	4	23
7	5	5	4	5	5	24
8	4	4	4	4	4	20
9	5	5	5	5	5	25
10	5	5	5	5	5	25
11	5	5	4	4	5	23
12	5	5	5	5	5	25
13	4	4	4	4	4	20
14	5	5	5	5	5	25
15	5	5	5	5	5	25
16	4	4	4	4	4	20
17	4	5	4	5	4	22
18	5	5	4	5	4	23

19	3	3	3	5	5	19
20	4	4	4	4	4	20
21	5	5	5	5	5	25
22	4	4	4	4	4	20
23	5	5	5	5	5	25
24	5	4	4	5	4	22
25	5	5	5	5	5	25
26	5	5	5	5	4	24
27	5	5	5	5	5	25
28	5	5	5	5	5	25
29	5	4	4	4	4	21
30	5	5	5	5	5	25
31	5	4	4	5	5	23
32	5	5	5	5	5	25
33	4	5	4	5	5	23
34	5	5	5	5	5	25
35	3	3	3	3	4	16
36	5	5	4	5	5	24
37	3	3	3	4	4	17
38	3	3	4	4	5	19
39	4	4	5	5	5	23
40	5	4	4	4	4	21
41	4	4	4	4	4	20
42	5	5	5	5	5	25
43	5	5	5	5	5	25
44	5	5	4	5	5	24
45	5	5	5	5	5	25
46	5	5	5	5	5	25
47	5	5	4	4	4	22
48	4	4	3	3	3	17
49	5	4	4	4	4	21
50	5	4	4	5	5	23
51	3	4	3	4	4	18
52	4	4	3	4	4	19

53	5	5	4	5	5	24
54	5	4	5	5	3	22
55	3	3	3	3	3	15
56	4	3	3	3	3	16
57	4	4	4	4	4	20
58	3	4	3	4	4	18
59	3	5	4	3	4	19
60	4	4	5	5	5	23
61	3	3	3	5	5	19
62	3	4	4	4	5	20
63	5	5	5	5	5	25
64	5	5	4	5	5	24
65	3	3	3	3	4	16
66	4	4	3	4	4	19
67	4	4	4	4	4	20
68	3	4	4	4	4	19
69	4	4	4	5	5	22
70	4	5	3	4	5	21
71	4	4	4	5	5	22
72	3	4	3	4	3	17
73	3	4	3	5	4	19
74	4	3	3	4	3	17
75	4	4	3	3	4	18
76	5	4	4	5	5	23
77	3	4	4	4	4	19
78	3	4	4	4	4	19
79	3	4	3	4	4	18
80	3	4	3	3	3	16
81	4	5	4	4	5	22
82	4	4	3	4	4	19
83	3	4	5	4	3	19
84	5	5	5	5	5	25
85	3	4	3	4	5	19
86	3	4	4	3	4	18
87	4	4	4	4	4	20
88	3	3	3	3	3	15
89	4	4	4	5	5	22
90	4	3	3	3	3	16
91	4	4	4	5	4	21
92	4	4	3	3	3	17

93	4	2	3	2	3	14
94	4	4	3	3	3	17
95	4	3	4	4	4	19
96	3	3	3	3	3	15
97	5	5	5	5	5	25
98	3	3	3	3	3	15
99	5	4	4	4	3	20
100	4	4	3	4	4	19

Resp	INDIKATOR VARIABEL Y					JUMLAH
	X1	X2	X3	X4	X5	
1	5	4	3	5	3	20
2	4	5	5	5	4	23
3	4	3	5	3	4	19
4	5	5	5	5	5	25
5	4	5	4	4	5	22
6	4	4	5	5	4	22
7	5	5	5	5	5	25
8	4	5	5	5	5	24
9	4	4	5	4	5	22
10	5	5	5	5	5	25
11	5	5	5	5	5	25
12	5	5	5	4	5	24
13	4	4	4	4	4	20
14	5	5	5	5	5	25
15	5	5	5	5	5	25
16	5	5	4	5	5	24
17	3	4	5	4	3	19
18	4	4	4	4	3	19
19	4	4	4	3	4	19
20	4	4	4	4	4	20
21	4	5	5	5	5	24
22	4	4	5	4	4	21

23	5	5	5	5	5	25
24	4	5	5	4	4	22
25	5	5	5	5	5	25
26	4	4	5	5	4	22
27	5	5	5	5	5	25
28	5	5	5	5	5	25
29	5	4	4	5	5	23
30	4	5	5	5	5	24
31	4	5	4	5	4	22
32	5	5	5	5	5	25
33	5	5	5	3	3	21
34	4	5	5	5	5	24
35	3	3	4	3	3	16
36	5	5	5	5	5	25
37	4	4	4	3	4	19
38	4	5	4	4	4	21
39	5	5	5	5	5	25
40	5	5	5	5	5	25
41	4	4	4	4	4	20
42	5	5	5	5	5	25
43	5	5	5	5	5	25
44	3	5	5	4	4	21
45	5	5	5	5	5	25
46	5	5	5	5	5	25
47	5	4	5	4	4	22
48	4	3	4	3	3	17
49	5	4	4	5	5	23
50	4	5	4	5	4	22
51	3	4	4	4	4	19
52	4	4	4	4	4	20
53	3	5	5	4	4	21
54	5	4	4	4	4	21
55	3	3	4	3	3	16
56	3	3	3	3	3	15

57	4	4	4	4	4	20
58	3	3	3	3	3	15
59	4	3	4	4	4	19
60	5	5	5	5	4	24
61	4	4	3	4	5	20
62	4	4	4	4	4	20
63	5	5	5	5	5	25
64	5	4	5	4	4	22
65	3	4	3	4	3	17
66	5	5	4	3	4	21
67	3	4	4	4	4	19
68	4	4	4	4	4	20
69	4	4	4	4	4	20
70	2	4	5	4	3	18
71	4	5	4	4	5	22
72	3	3	4	3	3	16
73	4	3	3	3	4	17
74	4	3	5	3	3	18
75	4	4	4	4	4	20
76	4	4	4	4	4	20
77	4	4	4	4	4	20
78	4	4	4	4	4	20
79	3	3	4	4	3	17
80	3	3	3	2	3	14
81	5	4	4	4	5	22
82	3	3	3	3	3	15
83	4	4	3	3	3	17
84	5	5	5	5	5	25
85	4	3	4	3	4	18
86	4	4	4	4	4	20
87	5	5	4	4	4	22
88	3	4	4	3	3	17
89	4	4	4	3	3	18
90	3	3	3	3	3	15
91	3	3	3	3	3	15
92	3	4	4	2	2	15
93	3	3	4	4	3	17
94	3	4	4	2	2	15
95	3	4	4	4	4	19
96	3	3	3	3	3	15

97	5	5	5	5	5	25
98	3	3	3	3	3	15
99	5	4	5	3	3	20
100	4	4	4	4	4	20

Hasil Uji SPSS v.25

Validitas

		Correlations					
		item_ 1	item_ 2	item_ 3	item_ 4	item_ 5	Skor_t otal
item_1	Pearson Correlation	1	.661**	.657**	.589**	.454**	.811**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
item_2	Pearson Correlation	.661**	1	.676**	.621**	.586**	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
item_3	Pearson Correlation	.657**	.676**	1	.663**	.558**	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
item_4	Pearson Correlation	.589**	.621**	.663**	1	.760**	.869**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
item_5	Pearson Correlation	.454**	.586**	.558**	.760**	1	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Skor_t otal	Pearson Correlation	.811**	.846**	.851**	.869**	.800**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Correlations

		Item_ 1	Item_ 2	Item_ 3	Item_ 4	Item_ 5	Total_S kor
Item_1	Pearson Correlation	1	.622**	.504**	.605**	.697**	.816**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Item_2	Pearson Correlation	.622**	1	.646**	.709**	.695**	.867**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Item_3	Pearson Correlation	.504**	.646**	1	.580**	.545**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Item_4	Pearson Correlation	.605**	.709**	.580**	1	.788**	.880**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Item_5	Pearson Correlation	.697**	.695**	.545**	.788**	1	.891**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total_S kor	Pearson Correlation	.816**	.867**	.762**	.880**	.891**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Reliability Statistics X

Cronbach's Alpha	N of Items
.814	6

Reliability Statistics Y

Cronbach's Alpha	N of Items
.816	6

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.79260091
Most Extreme Differences	Absolute	.090
	Positive	.084
	Negative	-.090
Test Statistic		.090
Asymp. Sig. (2-tailed)		.046 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

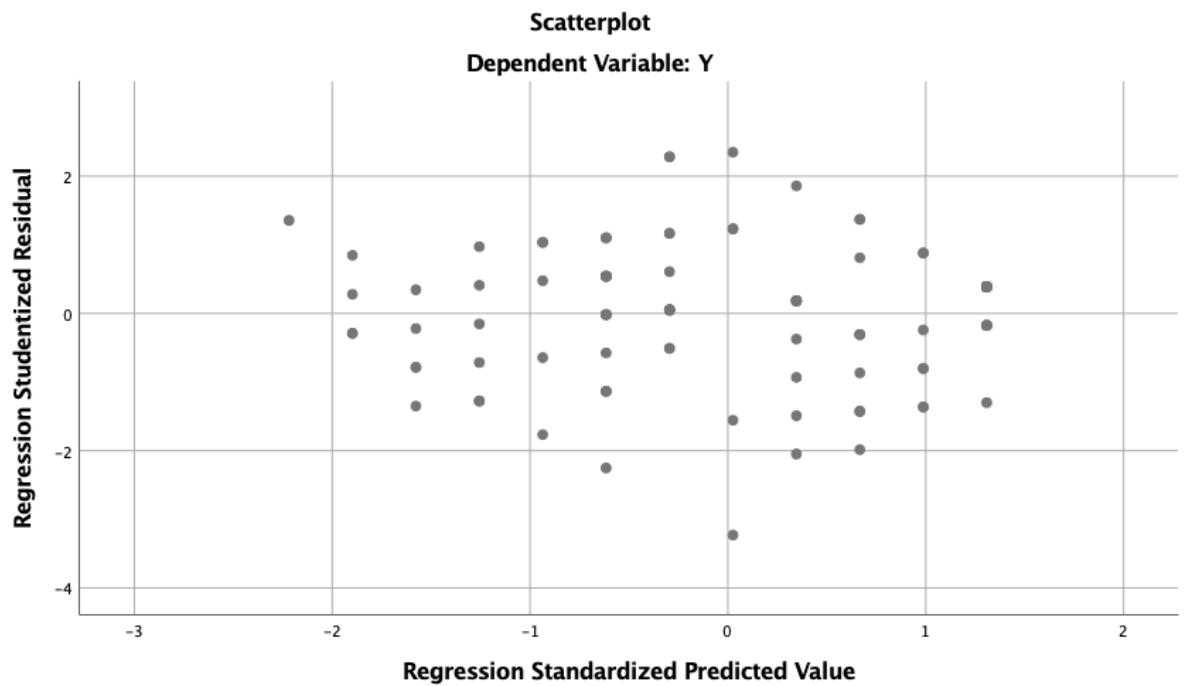
UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics

		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.310	1.228		1.882	.063		
	X	.880	.058	.837	15.160	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Y

UJI HETEROKEDASTISITAS
SCATTERPLOT



ANALISIS REGRESI SEDERHANA

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.310	1.228		1.882	.063
	Kualitas Pelayanan	.880	.058	.837	15.160	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

ANALISIS KORELASI

Correlations

		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.837**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.837**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

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

Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.837 ^a	.701	.698	1.802

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.310	1.228		1.882	.063
	Kualitas Pelayanan	.880	.058	.837	15.160	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, P. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator). *Riau: Zanafa Publishing*.
- Apriyani, D. A., & Sunarti, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen the Little a Coffee Shop Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(2), 1-7.
- Fajri, D., & Ma'ruf, J. J. (2018). Pengaruh Social media Marketing Dan Promosi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Pengalaman Konsumen Sebagai Variabel Mediasi Pada Maskapai Penerbangan Airasia di Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 3(3), 33-48.
- Tjiptono, F. (2008). Strategi pemasaran edisi iii. *Yogyakarta: Andi*.
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Yogyakarta: CV. *Andi Offset*.
- Handi, I. (2002). 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan, Jakarta: PT. *Elex Media Komputindo*.
- Hasibuan, M. S., & Hasibuan, H. M. S. (2016). *Manajemen sumber daya manusia*. Bumi Aksara.
- Kotler, P. (2018). Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 1.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2004). Dasar-dasar pemasaran Jilid 2. *Alih Bahasa: Alexander Sindoro. Indeks. Jakarta*.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2007). Prinsip–Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing management: Pearson international edition*. Pearson Prentice Hall.
- Lovelock, C. H., Wirtz, J., & Chew, P. (2009). *Essentials of services marketing*.
- Lupiyoadi, R. (2014). Manajemen Pemasaran jasa, Salemba Empat.
- Lupiyoadi, H., & Hamdani, A. (2006). Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua. *Jakarta: Penerbit Salemba Empat*, 525.
- Nasrullah, R. (2015). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. *Bandung: Simbiosis Rekatama Media*, 2016, 2017.

- Terry, G. R., & Rue, L. W. (2010). *Dasar-Dasar Manajemen*, Cetakan Ke-Sebelas Jakarta: PT. *Bumi Aksara*.
- Terry, G. R., & Rue, L. W. (2014). *Principles of Management: Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: *Bumi Aksara*.
- Nasrullah, R. (2016). *Teori dan riset media siber (cybermedia)*. Kencana.
- Stanton, W. J. (2012). *Prinsip pemasaran*, alih bahasa: Yohanes Lamarto Penerbit Erlangga.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode penelitian manajemen*. Bandung: *Alfabeta, CV*.
- Sugiyono, D. (2008). *Metode penelitian bisnis*. Bandung: *Pusat Bahasa Depdiknas*.
- Sugiono, A. (2001). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif. Kualitatif dan R&D*.
- Suparyanto, R., dan Rosad, S. E. M. M., & SE, M. (2015). *Manajemen pemasaran*. Bogor: *In Media*.
- Suparyanto, R. W. (2015). Rosad. *Manajemen Pemasaran*.
- Handoko, T. H. (2009). *Manajemen (Management)*. Yogyakarta: *BPFE Yogyakarta*.
- Terry, G., & Rue, L. W. (2010). *Dasar-Dasar Manajemen Cetakan kesebelas*. Jakarta: *Bumi Aksara*.