

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian regresional. Penelitian regresional bertujuan mendeteksi sejauh mana variasi-variasi pada suatu faktor berpengaruh terhadap variasi-variasi pada satu atau lebih faktor lain berdasarkan koefisien regresi.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah para nasabah prioritas yang mempunyai simpanan Rp. 200.000.000,- keatas pada PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Pucang Anom Surabaya, dan apabila simpanan tersebut kurang dari Rp. 200.000.000,- maka nasabah prioritas tersebut akan dikenakan penalti sebesar Rp. 250.000,-.

3.2.2 Sample

Teknik pengambilan sample untuk sampel nasabah dilakukan dengan mempertimbangkan bahwa nasabah yang dapat diambil sebagai sample adalah nasabah prioritas yang mempunyai simpanan Rp. 200.000.000,- keatas.

Jumlah sample yang dikumpulkan sebanyak 100 nasabah dan dilakukan pada bulan April 2005.



3.3 Identifikasi Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.3.1 Identifikasi Penelitian

3.3.1.1 Variabel Bebas = X

Sesuai dengan judul penelitian dan perumusan masalah yang ada maka variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, meliputi sikap *Customer Service Officer* (CSO) (X_1), penampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_2), dan ketrampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_3).

3.3.1.2 Variabel Terikat = Y

Sesuai dengan judul penelitian dan rumusan masalah yang ada maka variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah prioritas (Y).

3.3.2 Definisi Operasional

Definisi operasional, yaitu penjabaran secara khusus dan terinci tentang variabel yang akan dianalisis, sehingga variabel tersebut benar-benar dapat diukur.

Adapun definisi operasional, yaitu :

1. Kualitas pelayanan sebagai variabel bebas (X), adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.
 - a. Standar sikap *Customer Service Officer* (CSO) (X_1), yaitu variabel yang diukur dari sikap *Customer Service Officer* (CSO), dengan indikator sebagai berikut :meliputi :
 - 1) *Customer Service Officer* (CSO) dalam menyapa semua nasabah yang akan melakukan transaksi dengan senyum, suara ramah, jelas dan sopan.



- 2) *Customer Service Officer (CSO)* dalam melakukan pelayanan semua nasabah dilakukan dengan antusias, cekatan, dan ramah, sehingga tidak mengakibatkan antrian panjang di PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Pucang Anom Surabaya.
- 3) Pada setiap harinya *Customer Service Officer (CSO)* dalam memberikan pelayanan sebaiknya berusaha menggali kebutuhan dari nasabah.
- 4) Pada saat mengakhiri layanan, *Customer Service Officer (CSO)* dinilai cukup hanya dengan senyum disertai ucapan salam terima kasih kepada nasabah.

Data diperoleh dari angket yang dibagikan ke nasabah prioritas PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Pucang Anom Surabaya.

- b. Standar penampilan *Customer Service Officer (CSO)* (X_2), yaitu variabel yang diukur dari kerapian penampilan fisik dan cara berpakaian yang dinilai menambah kesan profesional *Customer Service Officer (CSO)*. Dengan indikator sebagai berikut :
 - 1) Pemakaian seragam lengkap merupakan suatu keharusan bagi *Customer Service Officer (CSO)*.
 - 2) Agar tampak bersih, segar dan berseri, kaum wanita perlu menggunakan make-up sederhana.
 - 3) Sebaiknya rambut bagian *Customer Service Officer (CSO)* ditata dengan bentuk wajah agar terlihat rapi, dan usahakan kondisi rambut selalu bersih dan tidak menutup wajah.



- 4) Sebaiknya aksesories yang digunakan *Customer Service Officer* (CSO) tidak terlalu berlebihan.

Data diperoleh dari angket yang dibagikan ke nasabah prioritas PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Pucang Anom Surabaya.

- c. Standar ketrampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_3), yaitu variabel yang diukur dari sikap teller dan *customer service officer* (CSO) dalam menangani komplain, *cross selling*, membujuk agar nasabah tidak menutup rekening. Dengan indikator sebagai berikut :

- 1) *Customer Service Officer* (CSO) dalam memberikan pelayanan pada nasabah selalu menggunakan komunikasi yang baik, sopan, dan professional.
- 2) *Customer Service Officer* (CSO) dalam melakukan pelayanan semua nasabah ketika memberikan informasi, menangani komplain e-chanel, kartu ATM, dan kasus-kasus kehilangan dilakukan dengan cepat dan jelas.
- 3) *Customer Service Officer* (CSO) dalam memeriksa kebenaran pengisian data/formulir/slip/warkat dan identitas nasabah dilakukan dengan teliti.
- 4) Untuk keinginan nasabah dalam penutupan rekening *Customer Service Officer* (CSO) siap membantu, disamping itu berusaha mengetahui alasan penutupan rekening tersebut.

Data diperoleh dari angket yang dibagikan ke nasabah prioritas PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Pucang Anom Surabaya.



2. Kepuasan nasabah sebagai variabel terikat (Y), adalah variabel yang diukur dari keseluruhan sikap konsumen setelah memperoleh dan menggunakan layanan yang diberikan oleh PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Pucang Anom Surabaya. Dengan indikator sebagai berikut :

- 1) Standar layanan yang ditetapkan oleh PT. Bank Central Asia Tbk. (Kantor Pusat) sudah diterapkan dengan baik oleh PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Pucang Anom Surabaya.
- 2) Pelayanan yang diberikan *Customer Service Officer (CSO)* untuk nasabah prioritas yang mempunyai tabungan Rp. 200.000.000,- keatas sudah dilakukan dengan baik.
- 3) Sikap *Customer Service Officer (CSO)* PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Pucang Anom Surabaya selalu menunjukkan ramah, senyum, cekatan, dan sopan kepada nasabah.
- 4) Penampilan *Customer Service Officer (CSO)* PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Pucang Anom Surabaya dalam memberikan pelayanan sehari-hari.
- 5) Keterampilan *Customer Service Officer (CSO)* PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Pucang Anom Surabaya yang dilakukan antusias, cekatan, dan ramah kepada nasabah.
- 6) Menurut saya produk-produk yang disediakan Oleh PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Pucang Anom Surabaya baik berupa giro, deposito, maupun tabungan (tahapan) sangat menguntungkan.
- 7) Produk tahapan memberikan berbagai kemudahan yang sangat membantu dalam bertransaksi bagi seluruh nasabah di BCA.



- 8) Produk tahapan dilengkapi dengan fasilitas lengkap dan banyak undian hadiahnya.
- 9) Lokasi PT. BCA Tbk. KCP Pucang Anom Surabaya strategis mudah dijangkau, dan parkir kendaraan aman.
- 10) Lingkungan sekitar bank PT. BCA Tbk. KCP Pucang Anom Surabaya keamanannya selalu dijaga SATPAM.

Data diperoleh dari angket yang dibagikan ke nasabah prioritas PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Pucang Anom Surabaya.

Skala pengukuran menggunakan skala interval, yaitu memberikan skor nilai pada jawaban responden dengan 5 respon kategori kesetujuan dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Menurut Singarimbun dan Effendi (1995 : 111) metode penyusunan skala menggunakan skala likert, yaitu suatu pengukuran skala dengan 5 respon kategori kesetujuan dari “sangat tidak setuju” sampai dengan “sangat setuju”, yaitu :

1. Sangat tidak setuju diberi nilai 1.
2. Tidak setuju diberi nilai 2.
3. Ragu-ragu diberi nilai 3.
4. Setuju diberi nilai 4.
5. Sangat setuju diberi nilai 5.

3.4 Sumber dan Jenis data

3.4.1 Sumber Data

Adapun penggolongan pada sumber data yang digunakan untuk penyusunan penulisan skripsi ini, sebagai berikut :



1. Data primer, adalah data yang diperoleh dan dicatat secara langsung dari sumber atau obyek penelitian di PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Pucang Anom Surabaya.
2. Data sekunder, adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari obyek penelitian yang didapat yaitu literatur-literatur yang berkaitan dengan topik skripsi.

3.4.2 Jenis Data

Menurut jenisnya, data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan data kualitatif.

1. Data kuantitatif, yaitu hasil penelitian yang dinyatakan dalam kumpulan angka-angka dari jawaban responden.
2. Data kualitatif, yaitu data-data pendekatan teoritis, gambaran umum perusahaan dan pemikiran secara logis (sejarah singkat, struktur organisasi, visi dan misi bank, produk bank, sumber daya manusia, dan kepuasan nasabah, dan penganalisaan data jawaban kuesioner).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian skripsi dikumpulkan data-data sehubungan dengan permasalahan yang ada dengan menggunakan metode sebagai berikut :

1. Observasi, adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan secara langsung terhadap keadaan yang ada kaitannya dengan obyek penelitian.



2. Dokumentasi, adalah pengumpulan data dengan jalan mencatat dari perusahaan.
3. Kuesioner, adalah pengumpulan data dengan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi mengenai responden.

3.6 Teknik Pengolahan Data

Didalam proses mengolah data dapat digunakan dengan cara, yaitu :

Editing, adalah memperbaiki dan menyempurnakan data yang diperoleh dari perusahaan.

Tabulasi, adalah dari data-data yang terpilih di atas, maka ditabulasikan berdasarkan klasifikasi data, guna memudahkan proses analisis dan pencarian hubungan untuk menentukan pemecahan masalah.

Coding, adalah kuesioner yang dijawab oleh responden diolah dengan menyusun dan menjumlah sesuai dengan urutan nilai skor yang dibuat.

3.7 Teknik Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen

3.7.1 Teknik Pengujian Validitas Instrumen

Menurut Sugiyono (2004 : 109) pengujian validitas adalah instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang harus diukur. Teknik pengujian validitas yang digunakan dalam analisis data, adalah pengujian validitas terhadap item atau pertanyaan. Dengan demikian, pengujian terhadap validitas item atau pertanyaan ini dilakukan dengan menggunakan Uji Korelasi Produk Momen Pearson melalui program SPSS 11.0.



3.7.2 Teknik Pengujian Reliabilitas Instrumen

Menurut Sugiyono (2004 : 126) pengujian reliabilitas instrumen adalah dapat dilakukan secara eksternal maupun internal, secara eksternal adalah pengujian dapat dilakukan dengan tes-tes (*stability*), *equivalent*, dan gabungan keduanya; sedangkan secara internal adalah reliabilitas instrumen dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu. Oleh Sugiyono (2004 : 126) pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan *internal consistency* dengan teknik belah dua (*split half*) yang dianalisis dengan rumus Spearman Brown.

Menurut Alhusin (2003 : 342) metode belah dua (*split half method*), adalah suatu metode yang dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara total skor pada item atau pertanyaan yang ganjil dengan total skor pertanyaan yang genap, kemudian pengujian dilanjutkan dengan menggunakan pengujian rumus Spearman Brown.

3.8 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

3.8.1 Teknik Analisis Data

Untuk mengolah data guna membahas dan menarik kesimpulan penelitian, peneliti menggunakan bantuan komputer melalui program SPSS 11.0. Adapun dalam teknik analisis data, analisis pada pembahasan dipecahkan dengan :

1. Analisis Regresi.

Menurut Dajan (1986 : 399) model analisis regresi, adalah $Y = \beta_0 + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + \beta_3x_3 + e$. Pada analisis regresi ini, juga akan dihitung besarnya korelasi baik parsial maupun simultan.



Keterangan :

Y = Kepuasan nasabah

X₃ = Ketrampilan

X₁ = Sikap

$\beta_1 - \beta_3$ = Koefisien regresi.

X₂ = Penampilan

2. Analisis Koefisien Determinan.

Sedangkan untuk mengetahui apakah model analisis tersebut cukup layak digunakan untuk pembuktian selanjutnya dan untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat, untuk diketahui nilai R² (koefisien determinasi) dengan menggunakan rumus :

$$R^2 = \frac{ESS}{TSS} \quad (\text{Sudjana, 1990 : 101})$$

di mana :

ESS = Jumlah kuadrat regresi

TSS = Jumlah kuadrat total

Karakteristik utama dari R² adalah :

1. Tidak mempunyai nilai negatif.
2. Nilai berkisar antara 0 dan 1 atau $0 \leq R^2 \leq 1$.

3.8.2 Teknik Pengujian Hipotesis

1. Uji F.

Untuk membuktikan hipotesis yang pertama, yaitu untuk mengetahui besarnya pengaruh secara simultan/keseluruhan variabel X₁, X₂, serta X₃ terhadap Y, digunakan uji F dengan prosedur yaitu :



- a. $H_0 : \beta_1 = 0$ (X_1, X_2, X_3 secara bersama tidak berpengaruh terhadap Y)
 $H_1 : \beta_1 \neq 0$ (X_1, X_2, X_3 secara bersama berpengaruh terhadap Y)
- b. Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikan 0,05 atau 5% dengan derajat bebas ($n - k - 1$), yaitu :

n = jumlah pengamatan;

k = jumlah variabel.

- c. Dengan F_{hitung} sebesar :

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / (k - 1)}{(1 - R^2) / (n - k)} \dots\dots (5) \text{ (Supranto, 1997 : 120)}$$

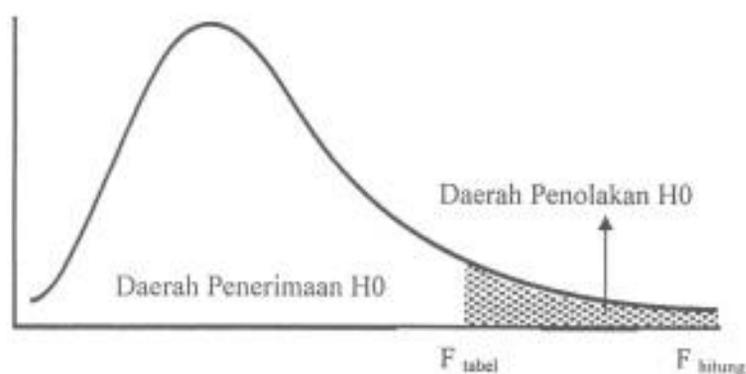
Keterangan :

F_{hitung} = F hasil perhitungan k = Jumlah variabel

R^2 = Koefisien determinasi n = Jumlah sampel

- d. Daerah kritis H_0 melalui kurva distribusi F .

Gambar 3.1
Kurva Uji F



Sumber : Supranto, J., *Statistik : Teori dan Aplikasi*, Edisi Keenam, Jilid 2, Erlangga, Jakarta, 2001, hal. 71.

H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

H_0 diterima jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$



2. Uji t.

Untuk melihat apakah akan terjadi hubungan secara parsial, maka akan dilihat pengaruhnya secara parsial/individu melalui uji t, adapun kriterianya :

$H_0 : \beta_1 = 0$ (tidak ada pengaruh)

$H_1 : \beta_1 \neq 0$ (ada pengaruh)

$$t_{hitung} = \frac{\beta_i}{Se(\beta_i)} \quad (\text{Supranto, 1997 : 120})$$

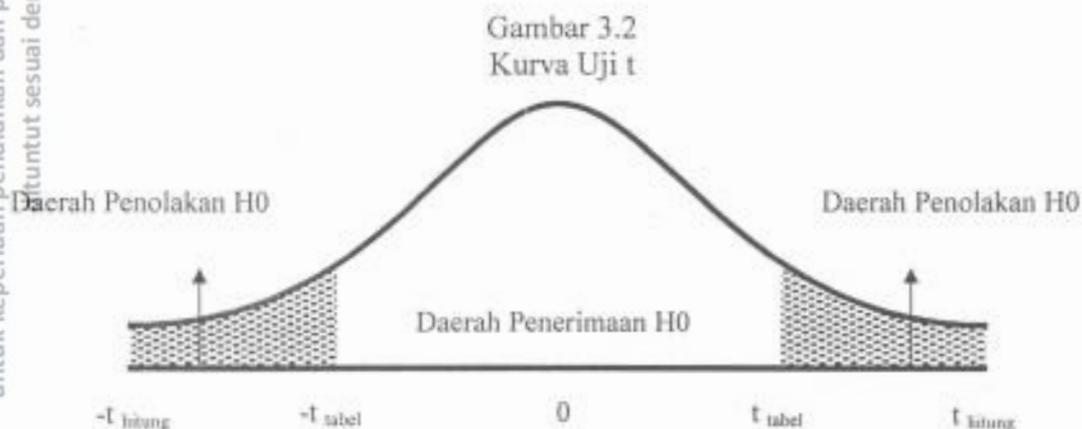
dengan derajat kebebasan sebesar $n - k - 1$

Keterangan :

β_i = Koefisien regresi n = Jumlah sampel

Se = Standar error k = Parameter regresi

Daerah kritis H_0 melalui kurva distribusi t.



Sumber : Supranto, J., Statistik : Teori dan Aplikasi, Edisi Lima, Jilid Dua, Erlangga, Jakarta, 2001, hal. 73.

Syarat :

- a. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.



- b. Apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang berarti tidak ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Berdasarkan hasil dari olahan data jawaban kuesioner dengan program SPSS 11.0, maka dapat diambil diantara 3 variabel faktor-faktor pelayanan *Customer Service Officer* (CSO) terhadap kepuasan nasabah prioritas yaitu pada nilai koefisien regresi linier berganda X_1 , X_2 , dan X_3 yang paling dominan.



BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat Bank Central Asia

Bank Central Asia yang juga dikenal dengan nama BCA didirikan pada tanggal 21 Pebruari 1957 di pusat perniagaan Jakarta dengan nama Bank Central Asia NV. Sejak pertama kali didirikan Bank Central Asia terus berkembang secara signifikan sehingga pada tahun 1977, Bank Central Asia telah menyandang predikat sebagai Bank Devisa.

Kemajuan Bank Central Asia terlihat pula dari total asset yang selalu meningkat dari Rp. 36,10 triliun di tahun 1996 menjadi Rp.53,36 triliun pada akhir Desember 1997. Walaupun pada tahun 1998 total asset Bank Central Asia sempat turun saat terjadi rush namun pada posisi akhir Desember 1998 berhasil melewati posisi Desember 1997 sehingga menjadi Rp. 67,93 triliun, kemudian menjadi Rp. 96,45 triliun pada Desember 1999, dan pada akhir Desember 2002 telah mencapai Rp. 117.305 triliun.

Kepercayaan masyarakat untuk menyimpan dana pada Bank Central Asia merupakan salah satu asset terpenting yang dimiliki oleh Bank Central Asia. Bank Central Asia tumbuh menjadi Bank Retail/Consumer terbesar di Indonesia. Ini dibuktikan dengan besarnya jumlah nasabah Bank Central Asia yang per Desember 2002 mencapai 6,847 juta rekening.



Kinerja yang mengesankan tersebut, mengantarkan Bank Central Asia berhasil keluar dari BPPN pada April 2000 sehingga kini statusnya bukan sebagai Bank Take Over (BTO) lagi. Kinerja ini menjadi dasar bagi Bank Central Asia untuk mengambil langkah strategis dengan melakukan *go public* di pasar modal. BPPN pada bulan Mei 2000 melalui initial public offering mendivestasikan 22,5% dari seluruh saham Bank Central Asia sehingga kepemilikannya atas Bank Central Asia berkurang menjadi 70,3%. Sejak itu, Bank Central Asia menjadi perusahaan publik. Tahun 2001, BPPN melalui *public offering* ke dua mendivestasikan 88.800.000 lembar sahamnya yang merupakan 10% dari seluruh saham Bank Central Asia sehingga kepemilikan BPPN atas Bank Central Asia menjadi 60,3%. Selanjutnya BPPN mendivestasikan 51% dari seluruh saham Bank Central Asia melalui strategic private placement yang dimenangkan oleh Farindo Investments (Mauritius) Limited pada tahun 2002.

Bank Central Asia senantiasa mengupayakan terjadinya keseimbangan antara keuntungan yang diperoleh dengan kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah. Dengan selalu menjaga kepercayaan nasabah, Bank Central Asia siap menghadapi era globalisasi. Pusat dari kegiatan BCA di Jakarta untuk mengembangkan bisnis perbankan dalam pelayanan terhadap masyarakat dan dapat menguasai pasar, maka dibukalah cabang-cabang utama dan cabang pembantu guna membantu masyarakat dalam mengadakan hubungan dagangnya melalui cabang-cabang BCA pada lokasi yang terdekat. Salah satunya dengan dibukanya Kantor Cabang Pembantu Pucang Anom pada tanggal 29 Desember 1989 dengan lokasi di jalan Pucang No. 67 Surabaya.



4.1.2 Misi Bank Central Asia

Dengan menerapkan manajemen profesional, Bank Central Asia turut menunjang pembangunan ekonomi Indonesia, memberikan jasa perbankan yang beragam dan berkualitas tinggi, khususnya kepada nasabah ritel dan komersial melalui jaringan kantor cabang yang tersebar luas serta mencapai *return on assets* di atas rata-rata industri perbankan nasional.

Dalam rangka mewujudkan cita-cita tersebut, Bank Central Asia menerapkan tiga strategi bisnis yang menjadi pilar dalam membangun sebuah bank yang sehat, terpercaya, dan sukses secara komersial. Ketiga pilar tersebut adalah sebagai berikut :

- Memperkokoh posisi sebagai bank transaksi yang menjadi pilihan nasabah.
- Meningkatkan peran intermediasi keuangan.
- Mengembangkan Bank Central Asia sebagai lembaga keuangan terkemuka.

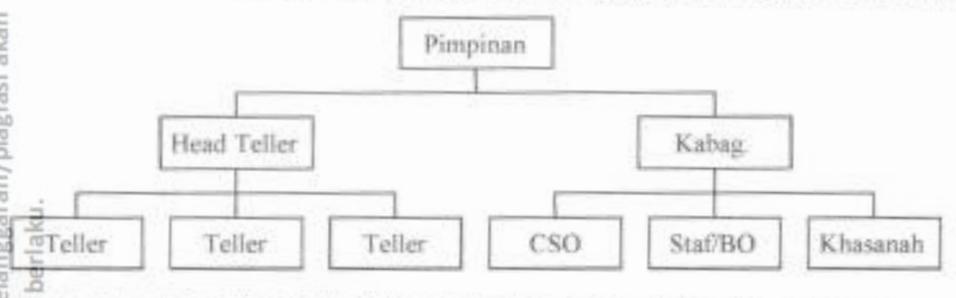
4.1.3 Struktur Organisasi Bank Central Asia

Sebagai salah satu perusahaan berkembang di Indonesia PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Pucang Anom Surabaya memiliki struktur organisasi dan manajemen perusahaan yang khusus agar dapat menjalankan usahanya secara pro aktif dan efisien. Organisasi, adalah alat untuk mencapai suatu tujuan dasar kerjasama, yang mempunyai bentuk atau susunan yang secara jelas dan formil merumuskan bidang tugas tiap-tiap unsur serta menegaskan hubungan antara yang satu dan yang lain dalam rangkaian hirarki. Untuk itu dilakukan pembagian pada tiap-tiap bagian perusahaan. Susunan organisasi PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Pucang Anom Surabaya tertuang pada tanggal 29 Desember 1989 terdiri dari



unsur-unsur Perencanaan, Pelaksanaan, Pelayanan dan Pengawasan dapat dilihat pada gambar 4.1, sebagai berikut :

Gambar 4.1
STRUKTUR ORGANISASI
PT. BANK CENTRAL ASIA Tbk. KCP PUCANG ANOM



Sumber data : PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Pucang Anom Surabaya.

Pembagian tugas dari masing-masing bagian pada perusahaan PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Pucang Anom Surabaya, secara garis besarnya dapat diuraikan :

1. Pimpinan Cabang Pembantu.

Tugas dan tanggungjawab, adalah melakukan fungsi manajerial, monitoring dan koordinasi secara aktif atas seluruh jalannya kegiatan di Kantor Cabang Pembantu agar dapat dicapai efektivitas dan produktivitas yang optimal.

2. Head *Teller*.

Tugas dan tanggungjawabnya, yaitu memonitor secara aktif dan melakukan pengarahan langsung sesuai dengan wewenangnya atas seluruh jalannya transaksi yang ditangani oleh *Teller*, serta mengkoordinasikan kegiatan di *front office* yang berhubungan dengan *back office*.



3. *Teller*.

Tugas dan tanggungjawabnya, adalah memberikan jasa layanan transaksi baik yang bersifat transaksi tunai maupun non tunai kepada nasabah.

4. Kabag.

Tugasnya, adalah bertanggungjawab ke Pimpinan dan membawahi staf administrasi, *customer service officer (CSO)* dan khasanah.

Customer Service Officer (CSO).

Tugas dan tanggungjawabnya, yaitu memberikan layanan kepada nasabah dalam hal memberikan informasi, menampung keluhan nasabah, "*cross selling*" dan membantu nasabah untuk menyelesaikan masalah yang timbul.

Back Office (BO).

Tugasnya, adalah menangani *teller* kliring, pemindahbukuan, dan inkaso.

Khasanah.

Tugasnya, adalah menangani setoran uang dari *teller*, dan bertanggungjawab ke Kepala Bagian.

4.1.4 Keunggulan-keunggulan Bank Central Asia

Komitmen yang kuat dari manajemen Bank Central Asia untuk melakukan inovasi tiada henti telah membuahkan hasil yang menggembirakan. Kini, Bank

Central Asia, sudah diakui sebagai bank yang memberikan pelayanan terbaik bagi masyarakat, khususnya nasabah, dan menjadi salah satu bank pilihan untuk transaksi perbankan.

Hal tersebut dapat terwujud dengan dukungan beberapa keunggulan yang dimiliki oleh Bank Central Asia, yaitu jaringan yang luas, penerapan teknologi



perbankan, produk dan layanan yang inovatif dan beragam, Sumber Daya Manusia yang profesional, dan kepedulian terhadap lingkungan.

1. Jaringan Yang Luas.

Bank Central Asia merupakan salah satu bank dengan delivery channel paling beragam. Terdiri dari kantor cabang, ATM, kartu kredit, debit, tunai, internet banking, dan mobile banking sehingga memberi keleluasaan dan alternatif yang luas bagi setiap nasabah untuk memilih cara yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka masing-masing.

Per Desember 2002 Bank Central Asia telah memiliki 779 Kantor Cabang di seluruh Indonesia yang tersebar di 151 kota di 29 propinsi, 1 kantor cabang dan 2 kantor perwakilan di luar negeri yakni di Nassau, Hong Kong, dan Singapura.

Bank Central Asia bekerja sama dengan 1.561 bank koresponden di 91 negara. Jaringan luas ini memudahkan nasabah Bank Central Asia dalam melakukan transaksi perbankan dengan rekanan bisnis di seluruh dunia.

Dengan 2.340 ATM Bank Central Asia (per Desember 2002) yang tersebar di seluruh Indonesia memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi seperti penarikan uang tunai dan pembayaran berbagai tagihan selama 24 jam sehari 7 hari seminggu sampai akhir 2002 telah terdapat 5.688.000 pemegang kartu ATM Bank Central Asia.

Selain cabang dan ATM, Bank Central Asia memiliki jaringan Debit yang terluas di Indonesia, dengan 9.792 Merchant, dan 20.429 terminal EDC per 31 Desember 2002. Bank Central Asia juga memiliki jaringan tunai,



dengan 41 merchant yang menerima pengambilan uang tunai dari nasabah Bank Central Asia sambil berbelanja dengan jumlah EDC 4.182 buah. Di samping jaringan cabang, ATM, Debit, dan Tunai, per Desember 2002 BCA memiliki jaringan kartu kredit di 24.842 merchant dengan 586.740 pemegang kartu kredit Bank Central Asia.

Untuk melengkapi berbagai kemudahan kepada nasabah, tahun 2001 Bank Central Asia meluncurkan layanan internet banking klikBCA, disusul dengan Mobile Banking m-BCA.

Teknologi dan Sistem Informasi Yang Tepat Guna.

Penggunaan teknologi canggih dan tepat guna merupakan kebutuhan untuk menunjang jaringan Bank Central Asia yang tersebar luas dan sarana pendukung untuk pengembangan produk. Itu semua merupakan komitmen Bank Central Asia untuk memberikan layanan yang nyaman bagi nasabah.

Pada tahun 1991, Bank Central Asia telah menggunakan *Very Small Aperture Terminal* (VSAT) untuk memudahkan komunikasi antarkantor cabang Bank Central Asia. Sistem komunikasi eksklusif melalui satelit tersebut memungkinkan kantor cabang BCA on-line. Sejak tahun 1992 komunikasi antar kantor cabang Bank Central Asia di Indonesia dan kantor pusat beserta seluruh jaringan ATM BCA telah dapat dilakukan langsung melalui satelit palapa. Pada tahun 2000, penggunaan sarana sistem telekomunikasi VSAT yang berbasis satelit untuk mendukung sistem terpusat di Bank BCA juga terus dikembangkan baik dari jumlah lokasi maupun jenis teknologinya. Di samping itu, dilakukan uji coba secara VSAT broadband



untuk meningkatkan kapasitas dan kecepatan online dan pengiriman laporan. Sarana ini digunakan pula untuk menyediakan fasilitas internet/intranet bagi seluruh kantor cabang Bank Central Asia.

Seiring dengan meningkatnya intensitas transaksi internasional, Bank Central Asia menerapkan Society of Worldwide Interbank Financial Telecommunication (SWIFT) untuk mendukung terselenggaranya transaksi internasional yang cepat dan akurat. Tahun 1993 Bank Central Asia mulai menerapkan sistem sentralisasi dengan mengimplementasikan Sistem Pembukuan Terpadu (*Consolidated General Ledger*) disusul dengan implementasi Sistem Perbankan Terpadu (*Integrated Banking Sistem*) pada tahun 1994. Pada pergantian milenium, berkat kesiapan mengatasi masalah komputerisasi tahun 2000 atau MKT 2000 (*Y2K Readiness*), semua sistem informasi Bank Central Asia baik perangkat keras maupun piranti lunak telah berhasil melewati tahun 2000 dengan sukses.

Sejak tahun 2000 Bank Central Asia menerapkan sistem IT *Security Policy* yang menjadi dasar kebijakan serta prosedur untuk pengamanan dan integritas data/informasi Bank BCA. Masih di tahun yang sama, untuk meningkatkan sistem operasional, BCA menggunakan komputer *mainframe* IBM-X37 dengan kemampuan proses yang sangat besar dan pemakaian sarana penyimpanan data Storage Enterprise Network HDS-77000E.

Untuk meningkatkan *fault tolerance* pada komputer tandem yang menangani 1,2 juta transaksi elektronik per hari, pada tahun 2002, Bank Central Asia memasang tandem kedua untuk meningkatkan fleksibilitas dalam



merawat dan mem-backup komputer tandem pertama. Pemasangan tandem kedua membantu mengurangi kemungkinan *down time* pada jaringan transaksi.

Pada tahun 2002 Bank Central Asia mengaplikasikan pinpad untuk transaksi di *counter* sedangkan untuk UKM, Bank Central Asia mengembangkan layanan internet banking, khusus untuk memenuhi kebutuhan bisnis yang mengandalkan *Virtual Private Network (VPN)*. VPN melindungi lalu lintas komunikasi antara komputer nasabah dan Bank Central Asia sebagai host.

Produk Bank Central Asia

Secara keseluruhan, produk dan layanan PT. Bank Central Asia Tbk. sebagai berikut :

a. Savings, meliputi :

1) Rekening tahapan.

Simpanan pihak ketiga atau nasabah kepada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut ketentuan atau syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau lainnya yang dapat dipersamakan dengan itu, tabungannya berbentuk buku.

2) Rekening Tapres.

Simpanan pihak ketiga atau nasabah kepada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut ketentuan atau syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan



atau lainnya yang dapat dipersamakan dengan itu. Tabungannya berbentuk kartu, setiap bulannya menerima rekening koran.

3) Rekening giro.

Simpanan pihak ketiga atau nasabah kepada bank yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, surat perintah pembayaran lainnya atau dengan pemindahbukuan.

4) Deposito berjangka, adalah deposito yang diterbitkan atas unjuk dan dapat dipindahtangankan atau diperjualbelikan, serta dapat dijadikan sebagai jaminan bagi permohonan kredit.

5) Sertifikat deposito, adalah deposito yang diterbitkan atas unjuk dan dapat dipindahtangankan atau diperjualbelikan, serta dapat dijadikan sebagai jaminan bagi permohonan kredit.

b. Perbankan Elektronik, meliputi :

1) ATM BCA.

Fasilitas yang diberikan kepada nasabah rekening tabungan dan rekening pribadi untuk melakukan transaksi perbankan dengan kartu ATM Paspor BCA di mesin ATM (Anjungan Tunai Mandiri).

2) Debit BCA.

a) Kartu yang dapat digunakan untuk membayar barang atau jasa di toko-toko (*merchant*) yang menerima pembayaran dengan kartu ATM.

b) Rekening pemegang kartu langsung dipotong saat transaksi disetujui



3) Tunai BCA.

Fasilitas yang diberikan kepada pemegang kartu ATM Paspur BCA untuk melakukan penarikan tunai dari Merchant yang berpartisipasi dalam layanan tunai BCA.

4) Internet Banking Klik BCA.

Fasilitas yang diberikan kepada pemegang kartu ATM Paspur BCA untuk melakukan transaksi perbankan non cash dari melalui situs web. www.klikbca.com. Merchant berpartisipasi dalam layanan tunai BCA.

5) Mobile Banking m-BCA.

Fasilitas perbankan yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi baik *financial* maupun non *financial* melalui telepon selular.

6) BCA Link.

Produk perbankan elektronis guna membantu pelanggan korporasi dalam mengelola keuangan mereka melalui komputer personal.

7) BCA by Phone.

Sarana untuk meningkatkan layanan dan kemudahan bagi nasabah BCA untuk memperoleh informasi suku bunga, rekening giro dan tapres dan kartu kredit melalui pesawat telepon bukan sistem pulsa.

c. Kartu Kredit, meliputi :

1) BCA Card.

Kartu kredit yang dikeluarkan oleh BCA yang memiliki jaringan luas di seluruh Indonesia dengan jasa-jasanya yang diberikan oleh bank.



2) BCA MasterCard.

Kartu MasterCard/Cirrus yang diterbitkan oleh bank lokal yang ada di Indonesia maupun Bank Luar Negeri juga sudah dapat melakukan transaksi di ATM BCA.

3) BCA Visa.

Kartu Visa/Plus yang diterbitkan oleh Bank Lokal yang ada di Indonesia sudah dapat melakukan transaksi di ATM BCA.

4) JCB, yaitu kartu kredit dari Japan Card Beureau yang diterbitkan BCA.

d. Layanan Transaksi Perbankan, meliputi :

1) Safe Deposit Box.

BCA safe deposit untuk menyimpan benda-benda berharga dan menjamin keamanan barang berharga nasabah.

2) Pengiriman Uang.

Layanan kiriman uang dalam valuta asing yang ditujukan kepada pihak penerima yang berdomisili baik di dalam maupun di luar negeri. Produk yang ditawarkan oleh BCA Remittance meliputi kiriman uang dengan sarana *telegraphic transfer (TT/wire transfer)* maupun sarana *demand draft (bankdraft)*.

3) Inkaso dan Kliring.

Inkaso, yaitu jasa penagihan kepada nasabah atas warkat-warkat kliring yang dimilikinya termasuk warkat-warkat yang diterbitkan



oleh bank yang berada di luar wilayah kliring bank yang memberikan jasa penagihan.

Kliring, yaitu cara penyelesaian utang piutang antara bank-bank peserta kliring dalam bentuk warkat atau surat-surat berharga di suatu wilayah kliring di mana bank Indonesia sebagai tempat pertemuan antara bank-bank peserta.

4) Mata Uang Asing

Terdiri dari 12 mata uang, meliputi : Australian Dollar (AUD), Canadian Dollar (CAD), Swiss Franc (CHF), Danish Krone (DKK), Euro (EUR), Great Britain Poundsterling (GBP), Hongkong Dollar (HKD), Japanese Yen (JPY), Saudi Arabian Riyal (SAR), Swedish Krona (SEK), Singapore Dollar (SGD), dan United States Dollar (USD).

5) Travellers Cheque.

Suatu warkat yang diterbitkan oleh bank atau lembaga keuangan bukan bank dalam bentuk pecahan nominal mata uang tertentu sebagai alat pembayaran atau pengganti uang tunai, yang biasanya digunakan orang yang akan melakukan perjalanan, hingga dikenal dengan nama cek perjalanan.

e. Fasilitas Kredit

1) KPPR.

Pinjaman yang ditujukan untuk membiayai pembelian dan perbaikan rumah tinggal untuk dimiliki/ditempati sendiri. KPR BCA diberikan



kepada perorangan maupun karyawan perusahaan yang memenuhi persyaratan dan mampu membayar dengan cara mengangsur.

2) Kredit Kendaraan Bermotor.

Pinjaman ditujukan untuk pembelian kendaraan bermotor yang diberikan kepada perorangan atau karyawan perusahaan yang memenuhi persyaratan dan mempunyai kemampuan membayar dengan cara mengangsur.

3) Kredit Modal Kerja.

Pinjaman yang ditujukan untuk nasabah yang membutuhkan sumber dana tambahan untuk meningkatkan produksi yang cepat, mudah, dan murah.

4) Kredit Berjangka (*Revolving*).

Pinjaman jangka pendek yang memberikan keleluasaan penarikan dan pelunasannya karena dapat dilakukan bertahap sesuai kebutuhan anda.

5) Kredit Angsuran.

Pinjaman untuk membiayai pembelian barang-barang modal dan/atau tambahan modal kerja dalam rangka peremajaan, perluasan, peningkatan kapasitas usaha anda, atau pendirian unit usaha baru. Pengembalian uang dapat diangsur dalam jangka waktu pendek maupun menengah.

6) Kredit Ekspor.

Pinjaman khusus jangka pendek bagi eksportir atau pemasok untuk membiayai kegiatan pra ekspor.



7) *Trust Receipt*.

Pinjaman jangka pendek untuk penebusan dokumen-dokumen impor setelah semua kewajiban-kewajiban pembayaran Bea Masuk terhadap Pabean dipenuhi.

8) Kredit Investasi.

Pinjaman khusus untuk pembelian barang-barang modal dengan dana Two Step Loan dari Bank Indonesia. Pengembalian pinjaman ini dapat diangsur dalam jangka waktu menengah atau panjang.

9) Kredit Sindikasi.

Fasilitas kredit yang diberikan bank kepada debitur (biasanya nasabah korporasi/perusahaan) secara bersama-sama dengan bank-bank lain berdasarkan kesepakatan bersama atas beberapa ketentuan, seperti porsi volume kredit masing-masing bank, tingkat suku bunga, porsi jaminan (agunan) masing-masing bank, wanprestasi oleh debitur, berbagai fee, dan lain-lain. Kredit sindikasi biasanya diberikan bank karena kekurangan dana (jika dibiayai sendiri) atau menghindari terjadinya pelanggaran atas batas maksimum pemberian kredit (BMPK).

f. Fasilitas Expor-Import.

1) Letter of Credit (L/C).

Merupakan janji bayar dari Bank Pembuka kepada pihak Eksportir sepanjang mampu menyerahkan dokumen yang sesuai dengan syarat dan kondisi L/C.



2) *Negosiasi.*

Merupakan pembayaran di muka kepada eksportir melalui pengambilalihan dokumen ekspor atas dasar L/C.

3) *Diskonto.*

Apabila memiliki tagihan atas L/C ekspor berjangka yang sudah diterima (*accepted*) Bank pembuka L/C, kepada dimungkinkan untuk menarik pembayaran terlebih dahulu dengan menjual tagihan tersebut kepada BCA.

4) *Documentary Collections.*

Selain L/C, nasabah dapat melakukan transaksi ekspor impor dengan menggunakan instrumen pembayaran *documentary collections*.

g. *Bank Garansi.*1) *Bid Bond.*

Garansi diterbitkan untuk memenuhi prasyarat mengikuti tender/lelang.

2) *Payment Bond.*

Garansi diterbitkan menjamin pembayaran nasabah kepada pihak ketiga.

3) *Advance Payment Bond.*

Garansi diterbitkan untuk menjamin pelaksanaan suatu pekerjaan nasabah yang telah dibayar terlebih dahulu oleh pihak ketiga.





Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

4) Performance Bond.

Garansi yang diterbitkan untuk menjamin pelaksanaan suatu proyek, umumnya proyek konstruksi, milik pihak ketiga.

5) Pusat Pengelolaan Pembebasan dan Pengembalian Bea Masuk (P4BM).

Garansi yang diterbitkan khusus untuk menjamin pembayaran oleh nasabah kepada P4BM atas Bea Masuk, Bea Masuk Tambahan dan PPN terhadap barang dan bahan jasa impor yang ditangguhkan pembayarannya.

h. Fasilitas Valuta Asing

1) Forward, adalah transaksi penjualan/pembelian valuta asing dalam jumlah dan harga tertentu dengan penyerahan dan penerimaan dana dilaksanakan lebih dari 2 hari kerja sejak tanggal transaksi.

2) Swap.

Transaksi gabungan jual beli antara 2 jenis mata uang dalam jumlah dan harga tertentu melalui pembelian tunai (SPOT) dan penjualan kembali secara berjangka (FORWARD) atau penjualan tunai (SPOT) dan pembelian kembali secara berjangka (FORWARD).

4. Sumber Daya Manusia.

Untuk mengelola berbagai asset tersebut Bank Central Asia juga mendidik dan melatih Sumber Daya Manusia secara terus menerus, baik di dalam maupun luar negeri, sehingga mampu beradaptasi dengan lingkungan



perbankan Indonesia dan dunia yang terus berubah serta mampu mengantisipasi masa depan secara lebih baik.

Per Desember 2002, sejumlah 21.599 karyawan Bank Central Asia yang professional di bidangnya masing-masing, siap melayani nasabah di seluruh Indonesia dengan salah satu motonya yakni "Sigap Menarik Antusias Ramah Teliti (SMART)". Bank Central Asia telah melakukan implementasi modul SAP Human Resources yang akan mempermudah pengembangan SDM dan mengurangi proses manual.

4.2 Diskripsi Hasil Penelitian

4.2.1 Tanggapan Responden Untuk Variabel Sikap *Customer Service Officer (CSO)*

Variabel sikap *Customer Service Officer (CSO)* (X_1) merupakan variabel yang diukur dari sikap *Customer Service Officer (CSO)*.

Dari 5 skala interval tersebut, pengukuran nilai tertinggi berdasarkan pada interval angka 3 ke atas menunjukkan penilaian positif dan interval angka 3 ke bawah menunjukkan penilaian yang negatif.

Tabel 4.1
TANGGAPAN RESPONDEN UNTUK VARIABEL
SIKAP *CUSTOMER SERVICE OFFICER (CSO)* (X_1)

| X_i | Pernyataan | | | |
|-----------|------------|-------|-------|-------|
| Sikap CSO | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Rata-rata | 3,850 | 3,860 | 3,800 | 3,890 |

Sumber : data lampiran 2 diolah.

Berdasarkan pada tabel 4.1 di atas, diketahui bahwa nilai rata-rata tertinggi variabel sikap *Customer Service Officer (CSO)* (X_1) pada pernyataan 1 sebesar



3,850 merupakan nilai yang menunjukkan lebih besar dari interval angka 3, artinya *Customer Service Officer (CSO)* dalam menyapa semua nasabah yang akan melakukan transaksi dengan senyum, suara ramah, jelas dan sopan.

Dan untuk nilai rata-rata terendah variabel sikap *Customer Service Officer (CSO)* (X_1) pada pernyataan 3 sebesar 3,800 merupakan nilai yang menunjukkan lebih besar dari interval angka 3, artinya pada setiap harinya *Customer Service Officer (CSO)* dalam memberikan pelayanan dengan berusaha menggali kebutuhan dari nasabah.

4.2.2 Tanggapan Responden Untuk Variabel Penampilan *Customer Service Officer (CSO)*

Variabel penampilan *Customer Service Officer (CSO)* (X_2) merupakan variabel yang diukur dari kerapian penampilan fisik dan cara berpakaian yang dinilai menambah kesan profesional *Customer Service Officer (CSO)*.

Dari 5 skala interval tersebut, pengukuran nilai tertinggi berdasarkan pada interval angka 3 ke atas menunjukkan penilaian positif dan interval angka 3 ke bawah menunjukkan penilaian yang negatif.

Tabel 4.2
TANGGAPAN RESPONDEN UNTUK VARIABEL
PENAMPILAN *CUSTOMER SERVICE OFFICER (CSO)* (X_2)

| X_2 | Pernyataan | | | |
|----------------|------------|-------|-------|-------|
| Penampilan CSO | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Rata-rata | 4,140 | 4,040 | 3,980 | 3,040 |

Sumber : data lampiran 3 diolah.

Berdasarkan pada tabel 4.2 di atas, diketahui bahwa nilai rata-rata tertinggi variabel penampilan *Customer Service Officer (CSO)* (X_2) pada pernyataan 1 sebesar 4,140 merupakan nilai yang menunjukkan lebih besar dari interval



angka 3, artinya pemakaian seragam lengkap merupakan suatu keharusan bagi *Customer Service Officer* (CSO) dilakukan dengan baik.

Dan untuk nilai rata-rata terendah variabel penampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_2) pada pernyataan 3 sebesar 3,980 merupakan nilai yang menunjukkan lebih besar dari interval angka 3, artinya rambut bagian *Customer Service Officer* (CSO) ditata dengan bentuk wajah agar terlihat rapi, dan usahakan kondisi rambut selalu bersih dan tidak menutup wajah.

4.2.3 Tanggapan Responden Untuk Variabel Ketrampilan *Customer Service Officer* (CSO)

Variabel ketrampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_3) merupakan variabel yang diukur dari sikap teller dan *customer service officer* (CSO) dalam menangani komplain, *cross selling*, membujuk agar nasabah tidak menutup rekening.

Dari 5 skala interval tersebut, pengukuran nilai tertinggi berdasarkan pada interval angka 3 ke atas menunjukkan penilaian positif dan interval angka 3 ke bawah menunjukkan penilaian yang negatif.

Tabel 4.3
TANGGAPAN RESPONDEN UNTUK VARIABEL
KETRAMPILAN *CUSTOMER SERVICE OFFICER* (CSO) (X_3)

| X_3 | Pernyataan | | | |
|-----------------|------------|-------|-------|-------|
| Ketrampilan CSO | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Rata-rata | 4,280 | 3,950 | 3,930 | 3,930 |

Sumber : data lampiran 4 diolah.

Berdasarkan pada tabel 4.3 di atas, diketahui bahwa nilai rata-rata tertinggi variabel ketrampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_3) pada pernyataan 1 sebesar 4,280 merupakan nilai yang menunjukkan lebih besar dari interval



angka 3, artinya *Customer Service Officer* (CSO) dalam memberikan pelayanan pada nasabah selalu menggunakan komunikasi yang baik, sopan, dan professional.

Dan untuk nilai rata-rata terendah variabel ketrampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_3) pada pernyataan 3 dan 4 sebesar 3,930 merupakan nilai yang menunjukkan lebih besar dari interval angka 3, artinya *Customer Service Officer* (CSO) dalam memeriksa kebenaran pengisian data/formulir/slip/warkat dan identitas nasabah dilakukan dengan teliti; dan untuk keinginan nasabah dalam penutupan rekening *Customer Service Officer* (CSO) siap membantu, disamping itu berusaha mengetahui alasan penutupan rekening tersebut.

4.2.4 Tanggapan Responden Untuk Variabel Kepuasan Nasabah

Variabel kepuasan konsumen (Y) merupakan variabel yang diukur dari keseluruhan sikap konsumen setelah memperoleh dan menggunakan layanan yang diberikan oleh PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Pucang Anom Surabaya.

Dari 5 skala interval tersebut, pengukuran nilai tertinggi berdasarkan pada interval angka 3 ke atas menunjukkan penilaian positif dan interval angka 3 ke bawah menunjukkan penilaian yang negatif.

Tabel 4.4
TANGGAPAN RESPONDEN UNTUK VARIABEL KEPUASAN NASABAH
PRIORITAS (Y)

| Y | Pernyataan | | | | | | | | | |
|------------------|------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Kepuasan Nasabah | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| Rata-rata | 4,020 | 3,990 | 4,300 | 3,990 | 4,300 | 4,300 | 4,010 | 3,980 | 4,300 | 3,990 |

Sumber : data lampiran 5 diolah.

Berdasarkan pada tabel 4.4 di atas, diketahui bahwa nilai rata-rata tertinggi variabel kepuasan nasabah prioritas (Y) pada pernyataan 3, 5, 6 dan 9 sebesar 4,300 merupakan nilai yang menunjukkan lebih besar dari interval angka 3,



artinya sikap *Customer Service Officer* (CSO) selalu menunjukkan ramah, senyum, cekatan, dan sopan kepada nasabah; ketrampilan *Customer Service Officer* (CSO) yang dilakukan antusias, cekatan, dan ramah kepada nasabah; produk-produk yang disediakan baik berupa giro, deposito, maupun tabungan (tahapannya) sangat menguntungkan; dan lokasi PT. BCA Tbk. KCP Pucang Anom Surabaya strategis mudah dijangkau, dan parkir kendaraan aman.

Dan untuk nilai rata-rata terendah variabel kepuasan nasabah prioritas (Y) pada pernyataan 8 sebesar 3,980 merupakan nilai yang menunjukkan lebih besar dari interval angka 3, artinya produk tahapan dilengkapi dengan fasilitas lengkap dan banyak undian hadiahnya.

3 Analisis

3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.1.1 Uji Validitas

Uji validitas untuk Sikap *Customer Service Officer* (CSO) (x_1).

Untuk melakukan uji validitas item terhadap data di atas, maka terlebih dahulu dimasukkan data jawaban kuesioner nasabah prioritas untuk sikap *Customer Service Officer* (CSO) lampiran 2 pada SPSS 11.0.

Setelah dilakukan pengolahan data lampiran 2 di atas ke dalam SPSS, maka diperoleh hasil perhitungan uji validitas yang dapat dilihat pada lampiran 6 mengenai hasil printout SPSS pengujian validitas sikap *Customer Service Officer* (CSO) (x_1). Adapun rekapitulasi dari lampiran 6 dapat dilihat



pada tabel 4.5 mengenai hasil analisis item instrumen sikap *Customer Service Officer* (CSO) (x_1) sebagai berikut :

Tabel 4.5
HASIL ANALISIS ITEM INSTRUMEN
SIKAP *CUSTOMER SERVICE OFFICER* (CSO) (x_1)

| No. Butir Instrumen | Koefisien Korelasi | Keterangan |
|---------------------|--------------------|------------|
| 1 | 0,922 | Valid |
| 2 | 0,916 | Valid |
| 3 | 0,939 | Valid |
| 4 | 0,886 | Valid |

Sumber : print out SPSS lampiran 6.

Untuk menguji apakah korelasi tersebut signifikansi atau tidak, maka hasil uji r_{hitung} dapat dibandingkan dengan r_{tabel} dengan taraf signifikansi 99% dengan $N = 100$ adalah 0,256.

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa item yang korelasinya signifikansi terdapat 4 item yang korelasinya di atas/>> nilai r_{tabel} 0,01% sebesar 0,256 yaitu item 1 sebesar $0,922 > r_{tabel}$ 0,256, item 2 sebesar $0,916 > r_{tabel}$ 0,256, item 3 sebesar $0,939 > r_{tabel}$ 0,256, dan item 4 sebesar $0,886 > r_{tabel}$ 0,256,. Dengan demikian, terdapat 4 item yang signifikansi dianggap valid, dan yang dianggap tidak valid tidak ada.

2. Uji validitas untuk Penampilan *Customer Service Officer* (CSO) (x_2).

Untuk melakukan uji validitas item terhadap data di atas, maka terlebih dahulu dimasukkan data jawaban kuesioner nasabah prioritas untuk penampilan *Customer Service Officer* (CSO) lampiran 3 pada SPSS 11.0.

Setelah dilakukan pengolahan data lampiran 3 di atas ke dalam SPSS, maka diperoleh hasil perhitungan uji validitas yang dapat dilihat pada



lampiran 9 mengenai hasil printout SPSS pengujian validitas keunggulan produk (x_2). Adapun rekapitulasi dari lampiran 9 dapat dilihat pada tabel 4.6 mengenai hasil analisis item instrumen penampilan *Customer Service Officer* (CSO) (x_2) sebagai berikut :

Tabel 4.6
HASIL ANALISIS ITEM INSTRUMEN
PENAMPILAN *CUSTOMER SERVICE OFFICER* (CSO) (x_2)

| No. Butir Instrumen | Koefisien Korelasi | Keterangan |
|---------------------|--------------------|------------|
| 1 | 0,890 | Valid |
| 2 | 0,896 | Valid |
| 3 | 0,930 | Valid |
| 4 | 0,903 | Valid |

Sumber : print out SPSS lampiran 9.

Untuk menguji apakah korelasi tersebut signifikansi atau tidak, maka hasil uji r_{hitung} dapat dibandingkan dengan r_{tabel} dengan taraf signifikansi 99% dengan $N = 100$ adalah 0,256.

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa item yang korelasinya signifikansi terdapat 4 item yang korelasinya di atas/> nilai r_{tabel} 0,01% sebesar 0,256 yaitu item 1 sebesar $0,890 > r_{tabel}$ 0,256, item 2 sebesar $0,896 > r_{tabel}$ 0,256, item 3 sebesar $0,930 > r_{tabel}$ 0,256, dan item 4 sebesar $0,903 > r_{tabel}$ 0,256. Dengan demikian, terdapat 4 item yang signifikansi dianggap valid, dan yang dianggap tidak valid tidak ada.

3. Uji validitas untuk Ketrampilan *Customer Service Officer* (CSO) (x_2).

Untuk melakukan uji validitas item terhadap data di atas, maka terlebih dahulu dimasukkan data jawaban kuesioner nasabah prioritas untuk ketrampilan *Customer Service Officer* (CSO) lampiran 4 pada SPSS 11.0.



Setelah dilakukan pengolahan data lampiran 4 di atas ke dalam SPSS, maka diperoleh hasil perhitungan uji validitas yang dapat dilihat pada lampiran 12 mengenai hasil printout SPSS pengujian validitas keunggulan produk (x_2). Adapun rekapitulasi dari lampiran 12 dapat dilihat pada tabel 4.7 mengenai hasil analisis item instrumen ketrampilan *Customer Service Officer* (CSO) (x_2) sebagai berikut :

Tabel 4.7
HASIL ANALISIS ITEM INSTRUMEN
KETRAMPILAN *CUSTOMER SERVICE OFFICER* (CSO) (x_2)

| No. Butir Instrumen | Koefisien Korelasi | Keterangan |
|---------------------|--------------------|------------|
| 1 | 0,821 | Valid |
| 2 | 0,903 | Valid |
| 3 | 0,919 | Valid |
| 4 | 0,915 | Valid |

Sumber : print out SPSS lampiran 12.

Untuk menguji apakah korelasi tersebut signifikansi atau tidak, maka hasil uji r *hitung* dapat dibandingkan dengan r *tabel* dengan taraf signifikansi 99% dengan $N = 100$ adalah 0,256.

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan bahwa item yang korelasinya signifikansi terdapat 4 item yang korelasinya di atas/> nilai r *tabel* 0,01% sebesar 0,256 yaitu item 1 sebesar $0,821 > r$ *tabel* 0,256, item 2 sebesar $0,903 > r$ *tabel* 0,256, item 3 sebesar $0,919 > r$ *tabel* 0,256, dan item 4 sebesar $0,915 > r$ *tabel* 0,256. Dengan demikian, terdapat 4 item yang signifikansi dianggap valid, dan yang dianggap tidak valid tidak ada.



3 Uji validitas dengan korelasi untuk kepuasan nasabah prioritas (Y).

Untuk melakukan uji validitas item terhadap data di atas, maka terlebih dahulu dimasukkan data jawaban kuesioner nasabah untuk kepuasan nasabah lampiran 5 pada SPSS 11.0. Setelah dilakukan pengolahan data lampiran 5 di atas ke dalam SPSS, maka diperoleh hasil perhitungan uji validitas yang dapat dilihat pada lampiran 15 mengenai hasil printout SPSS pengujian validitas kepuasan nasabah prioritas (Y). Adapun rekapitulasi dari lampiran 15 dapat dilihat pada tabel 4.8 mengenai hasil analisis item instrumen kepuasan nasabah prioritas (Y) yaitu :

Tabel 4.8
HASIL ANALISIS ITEM INSTRUMEN
KEPUASAN NASABAH PRIORITAS (Y)

| No. Butir Instrumen | Koefisien Korelasi | Keterangan |
|---------------------|--------------------|------------|
| 1 | 0,923 | Valid |
| 2 | 0,949 | Valid |
| 3 | 0,883 | Valid |
| 4 | 0,868 | Valid |
| 5 | 0,883 | Valid |
| 6 | 0,883 | Valid |
| 7 | 0,919 | Valid |
| 8 | 0,945 | Valid |
| 9 | 0,883 | Valid |
| 10 | 0,868 | Valid |

Sumber : print out SPSS lampiran 15.

Untuk menguji apakah korelasi tersebut signifikansi atau tidak, maka hasil uji r_{hitung} dapat dibandingkan dengan r_{tabel} dengan taraf signifikansi 99% dengan $N = 100$ adalah 0,256.



Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan bahwa item yang korelasinya signifikansi terdapat 10 item yang korelasinya di atas/> nilai r_{tabel} 0,01% sebesar 0,256 yaitu item 1 sebesar $0,923 > r_{tabel}$ 0,256, item 2 sebesar $0,949 > r_{tabel}$ 0,256, item 3 sebesar $0,883 > r_{tabel}$ 0,256, item 4 sebesar $0,868 > r_{tabel}$ 0,256, item 5 sebesar $0,883 > r_{tabel}$ 0,256, item 6 sebesar $0,883 > r_{tabel}$ 0,256, item 7 sebesar $0,919 > r_{tabel}$ 0,256, item 8 sebesar $0,945 > r_{tabel}$ 0,256, item 9 sebesar $0,883 > r_{tabel}$ 0,256, dan item 10 sebesar $0,868 > r_{tabel}$ 0,256. Dengan demikian, terdapat 10 item yang signifikansi dianggap valid, dan yang dianggap tidak valid tidak ada.

3.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas untuk Sikap *Customer Service Officer* (CSO) (x_1).

Untuk pengujian reliabilitas dengan SPSS, maka digunakan metode yang paling banyak digunakan yaitu metode belah dua (*split half methode*). Yang dimaksud metode belah dua (*split half methode*) yaitu dihitung total skor nomor item ganjil dan genap. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran 7 mengenai data skor item nomor ganjil dan genap sikap *Customer Service Officer* (CSO) (x_1).

Berdasarkan pada lampiran 7 mengenai data skor item nomor ganjil dan genap sikap *Customer Service Officer* (CSO) (x_1) untuk langkah selanjutnya dilakukan pengolahan data ke program SPSS yang dapat dilihat pada lampiran 8 mengenai hasil printout SPSS pengujian reliabilitas sikap *Customer Service Officer* (CSO) (x_1).



Dari hasil printout SPSS pengujian reliabilitas sikap *Customer Service Officer (CSO)* (x_1) menunjukkan bahwa hasil korelasi antara skor item ganjil dan genap adalah sebesar 0,819. Korelasi ini menunjukkan tingkat signifikansi yang tinggi, di mana tanda bintang dua menunjukkan bahwa korelasi signifikansi pada $\alpha = 0,01\%$, artinya nilai korelasi antara skor item ganjil dan genap adalah sebesar $0,819 >$ dari r_{tabel} sebesar 0,256 menunjukkan tingkat reliabilitas sikap *Customer Service Officer (CSO)* (x_1) sangat tinggi.

2. Uji reliabilitas untuk Penampilan *Customer Service Officer (CSO)* (x_2).

Untuk pengujian reliabilitas dengan SPSS, maka digunakan metode yang paling banyak digunakan yaitu metode belah dua (*split half metode*). Yang dimaksud metode belah dua (*split half metode*) yaitu dihitung total skor nomor item ganjil dan genap. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran 10 mengenai data skor item nomor ganjil dan genap penampilan *Customer Service Officer (CSO)* (x_2).

Berdasarkan pada lampiran 10 mengenai data skor item nomor ganjil dan genap penampilan *Customer Service Officer (CSO)* (x_2) untuk langkah selanjutnya dilakukan pengolahan data ke program SPSS yang dapat dilihat pada lampiran 11 mengenai hasil printout SPSS pengujian reliabilitas penampilan *Customer Service Officer (CSO)* (x_2).

Dari hasil printout SPSS pengujian reliabilitas penampilan *Customer Service Officer (CSO)* (x_2) menunjukkan bahwa hasil korelasi antara skor item ganjil dan genap adalah sebesar 0,852. Korelasi ini menunjukkan tingkat signifikansi yang tinggi, di mana tanda bintang dua menunjukkan bahwa



korelasi signifikansi pada $\alpha = 0,01\%$, artinya nilai korelasi antara skor item ganjil dan genap adalah sebesar $0,852 >$ dari r_{tabel} sebesar $0,256$ menunjukkan tingkat reliabilitas penampilan *Customer Service Officer* (CSO) (x_2) yang tinggi.

3. Uji reliabilitas untuk Ketrampilan *Customer Service Officer* (CSO) (x_3).

Untuk pengujian reliabilitas dengan SPSS, maka digunakan metode yang paling banyak digunakan yaitu metode belah dua (*split half metode*). Yang dimaksud metode belah dua (*split half metode*) yaitu dihitung total skor nomor item ganjil dan genap. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran 13 mengenai data skor item nomor ganjil dan genap ketrampilan *Customer Service Officer* (CSO) (x_3).

Berdasarkan pada lampiran 13 mengenai data skor item nomor ganjil dan genap ketrampilan *Customer Service Officer* (CSO) (x_3) untuk langkah selanjutnya dilakukan pengolahan data ke program SPSS yang dapat dilihat pada lampiran 14 mengenai hasil printout SPSS pengujian reliabilitas ketrampilan *Customer Service Officer* (CSO) (x_3). Dari hasil printout SPSS pengujian reliabilitas ketrampilan *Customer Service Officer* (CSO) (x_2) menunjukkan bahwa hasil korelasi antara skor item ganjil dan genap adalah sebesar $0,919$. Korelasi ini menunjukkan tingkat signifikansi yang tinggi, di mana tanda bintang dua menunjukkan bahwa korelasi signifikansi pada $\alpha = 0,01\%$, artinya nilai korelasi antara skor item ganjil dan genap adalah sebesar $0,919 >$ dari r_{tabel} sebesar $0,256$ menunjukkan tingkat reliabilitas ketrampilan *Customer Service Officer* (CSO) (x_2) yang tinggi.



4. Uji reliabilitas untuk kepuasan nasabah prioritas (Y).

Untuk pengujian reliabilitas dengan SPSS, maka digunakan metode yang paling banyak digunakan yaitu metode belah dua (*split half methode*). Yang dimaksud metode belah dua (*split half methode*) yaitu dihitung total skor nomor item ganjil dan genap. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran 16 mengenai data skor item nomor ganjil dan genap kepuasan nasabah prioritas (Y).

Berdasarkan pada lampiran 16 mengenai data skor item nomor ganjil dan genap kepuasan nasabah prioritas (Y) untuk langkah selanjutnya dilakukan pengolahan data ke program SPSS yang dapat dilihat pada lampiran 17 mengenai hasil printout SPSS pengujian reliabilitas kepuasan nasabah prioritas (Y). Dari hasil printout SPSS pengujian reliabilitas kepuasan nasabah prioritas (Y) menunjukkan bahwa hasil korelasi antara skor item ganjil dan genap adalah sebesar 0,913. Korelasi ini menunjukkan tingkat signifikansi yang tinggi, di mana tanda bintang dua menunjukkan bahwa korelasi signifikansi pada $\alpha = 0,01\%$, artinya nilai korelasi antara skor item ganjil dan genap adalah sebesar $0,913 >$ dari r_{tabel} sebesar 0,256 menunjukkan tingkat reliabilitas kepuasan nasabah prioritas (Y) yang sangat tinggi.

4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam pengujian hipotesis ini, penulis mengemukakan pengolahan data dengan memasukkan data variabel bebas kualitas pelayanan (X) meliputi sikap *Customer Service Officer* (CSO) (X_1), penampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_2), dan ketrampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_3) dan variabel



terikat kepuasan nasabah prioritas (Y) ke dalam komputer dengan menggunakan program SPSS 11.0, yaitu dengan cara analisis data statistik. Model analisis data yang dipergunakan dalam penelitian, adalah dengan menggunakan regresi linier berganda, di mana persamaannya yaitu $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$.

Adapun data-data variabel bebas kualitas pelayanan (X) meliputi sikap *Customer Service Officer* (CSO) (X_1), penampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_2), dan ketrampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_3) dan variabel terikat kepuasan nasabah prioritas (Y) yang dimaksud dapat dilihat pada lampiran 18. Data yang terdapat pada lampiran 18, pengolahannya diproses dengan menggunakan program SPSS 11.0, yaitu dengan cara analisis data dengan menggunakan program statistik komputer, yaitu analisa regresi linier berganda.

Tujuan memasukkan data-data diolah ke dalam program SPSS 11.0, yaitu agar diketahui apakah ada pengaruh antara kepuasan nasabah prioritas (X) meliputi sikap *Customer Service Officer* (CSO) (X_1), penampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_2), dan ketrampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_3) dengan kepuasan nasabah prioritas (Y) pada PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Pucang Anom Surabaya. Hasil pengolahan data-data variabel bebas kualitas pelayanan (X) meliputi sikap *Customer Service Officer* (CSO) (X_1), penampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_2), dan ketrampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_3) dan variabel terikat kepuasan nasabah prioritas (Y) tersebut, setelah dimasukkan ke dalam menu regression analisis dapat dilihat pada lampiran 19.

Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi linier berganda yang disajikan pada lampiran 19 dapat direkapitulasikan pada tabel 4.9, yaitu :

Tabel 4.9
REKAPITULASI HASIL ANALISA REGRESI BERGANDA

| | |
|---|--------|
| Konstanta (a) | 2,459 |
| Koefisien regresi (b ₁) | 1,306 |
| Koefisien regresi (b ₂) | 0,619 |
| Koefisien regresi (b ₃) | 0,534 |
| R Squared | 0,750 |
| Partial r ² : x ₁ | 0,632 |
| x ₂ | 0,389 |
| x ₃ | 0,309 |
| F _{hit} (ratio) | 96,139 |
| F _{tabel} (ratio) | 2,70 |
| t _{hitung} /observasi x ₁ | 7,993 |
| x ₂ | 4,143 |
| x ₃ | 3,188 |
| t _{tabel} | 1,980 |
| Level of Significant | 0,025 |
| Standard Error of eastimasi | 4,088 |

Sumber : lampiran 19 telah diolah.

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, diperoleh persamaan regresi sederhana sebagai berikut : $Y = 2,459 + 1,306X_1 + 0,619X_2 + 0,534X_3$. Dari persamaan regresi berganda tersebut di atas, dapat dijelaskan, antara lain :

Konstanta (a) sebesar 2,459, artinya apabila variabel bebas tersebut sama dengan konstan, maka diprediksikan kepuasan nasabah prioritas (Y) sebesar 2,459 satuan.

Koefisien regresi untuk nilai sikap *Customer Service Officer* (CSO) (X₁) sebesar 1,306, berarti jika nilai sikap *Customer Service Officer* (CSO) (X₁) naik satu satuan, maka kepuasan nasabah prioritas (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 1,306 satuan.

Koefisien regresi untuk nilai penampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X₂) sebesar 0,619, berarti jika nilai penampilan *Customer Service Officer*



(CSO) (X_2) naik satu satuan, maka kepuasan nasabah prioritas (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,619 satuan.

Koefisien regresi untuk nilai ketrampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_3) sebesar 0,534, berarti jika nilai ketrampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_3) naik satu satuan, maka kepuasan nasabah prioritas (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,534 satuan.

4.3.3 Pengujian Hipotesis

Pengujian secara simultan (Uji F).

Untuk mengetahui hubungan atau pengaruh dari variabel bebas secara simultan atau keseluruhan terhadap variabel terikat digunakan uji F. Berdasarkan pada lampiran 19, diketahui analisis varians hubungan secara simultan atau keseluruhan, yaitu :

Tabel 4.10
ANALISIS VARIANS HUBUNGAN

| Source | Sum of Squares | D.F. | Mean Square | F | Sig. |
|------------|----------------|------|-------------|--------|-------|
| Regression | 4820,315 | 3 | 1606,772 | 96,139 | 0,000 |
| Error | 1604,445 | 96 | 16,713 | | |
| Total | 6424,760 | 99 | | | |

Sumber : data lampiran 19.

Pengujian secara simultan (uji F) ini, dapat dipresentasikan ke dalam prosedur uji F dengan hipotesis, yaitu sebagai berikut :

a. $H_0 : b = 0$ (tidak ada pengaruh).

$H_1 : b \neq 0$ (ada pengaruh).

b. Df pembilang 3, df penyebut 96,

Jadi $F_{\text{tabel}} = \pm 2,70$

c. F_{hitung} dapat dicari dengan rumus :

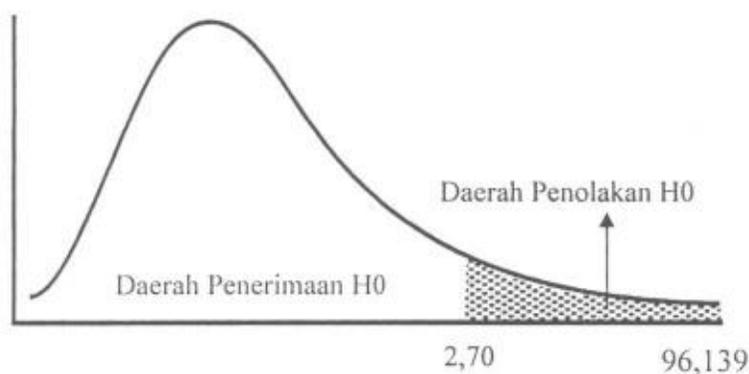


$$F_{\text{hitung}} = \frac{MS_{\text{Reg}}}{MS_{\text{Res}}}$$

$$F_{\text{hitung}} = \frac{1606,772}{16,713} = 96,139$$

d. Kurva uji F.

Gambar 4.2
KURVA Uji F



Kriteria pengujian.

H_0 ditolak dan H_1 diterima jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$.

H_0 diterima dan H_1 ditolak jika $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$;

f. Hasil pengujian.

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, diperoleh nilai $F_{\text{hitung}} (96,139) > F_{\text{tabel}}$ pada df pembilang 3 dan df penyebut 96 sebesar 2,70, artinya ada pengaruh secara serempak variabel sikap *Customer Service Officer* (X_1), penampilan *Customer Service Officer* (X_2), dan ketrampilan *Customer Service Officer* (X_3) terhadap kepuasan nasabah prioritas (Y). Nilai koefisien determinasi berganda (R^2) sebesar 0,750, artinya seluruh variabel bebas sikap *Customer Service Officer* (X_1), penampilan



Customer Service Officer (CSO) (X_2), dan ketrampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_3) dapat menjelaskan variabel tidak bebas (tergantung) kepuasan nasabah prioritas (Y) sebesar 75,00%, sedangkan 25,00% dipengaruhi oleh variabel selain sikap *Customer Service Officer* (CSO) (X_1), penampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_2), dan ketrampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_3).

2. Pengujian secara parsial (Uji t).

Untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas secara parsial atau individu terhadap variabel terikat digunakan analisis uji t. Dalam tabel 4.9 di atas merupakan tampilan hubungan regresi antara variabel bebas dengan variabel terikat dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Hubungan secara parsial antara variabel Y dengan variabel X_1 .

Langkah-langkah pengujian :

- 1) $H_0 : b_1 = 0$ (tidak ada pengaruh)
 $H_1 : b_1 \neq 0$ (ada pengaruh)
- 2) *Level of significant* = $0,05/2 = 0,025$
 $df = n - k - 1 = 100 - 3 - 1 = 96$
- 3) t_{tabel} pada $df = 96$ sebesar 1,980
- 4) Kriteria pengujian :

Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak, H_1 diterima

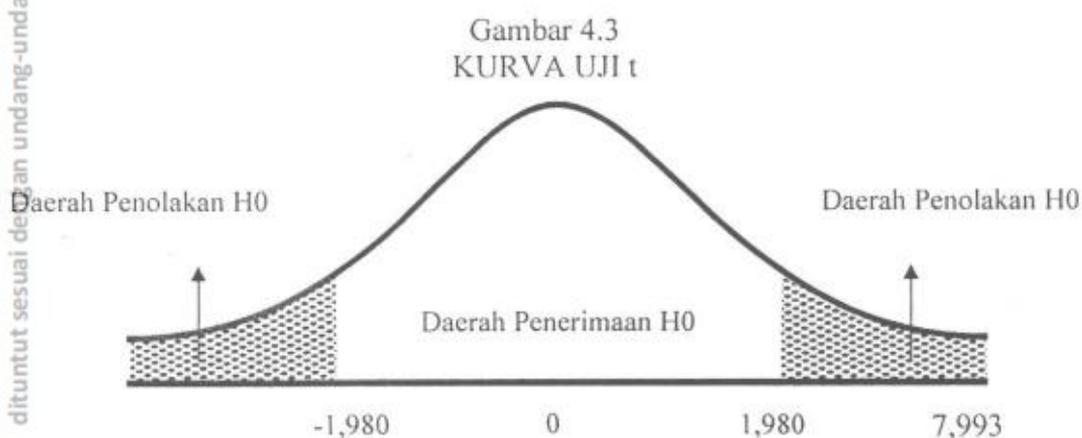
Jika $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima, H_1 ditolak

Dari perhitungan didapat t_{hitung} sebesar 7,993, karena $t_{\text{hitung}} >$ dari t_{tabel} 1,980, maka H_0 ditolak pada *level of significant* 5%, sehingga



secara parsial variabel sikap *Customer Service Officer* (CSO) (X_1) berpengaruh secara nyata terhadap variabel tidak bebas kepuasan nasabah (Y). Hal ini menunjukkan bahwa jika ada perubahan pada variabel sikap *Customer Service Officer* (CSO) (X_1), maka ada pengaruh pada variabel tidak bebas kepuasan nasabah prioritas (Y).

Nilai koefisien parsial untuk variabel sikap *Customer Service Officer* (CSO) (X_1) sebesar 0,632 berarti bahwa variabel sikap *Customer Service Officer* (CSO) (X_1) mampu menjelaskan variabel tidak bebas kepuasan nasabah prioritas (Y) sebesar 63,20%.



- b. Hubungan secara parsial antara variabel Y dengan variabel X_2 .

Langkah-langkah pengujian :

1) $H_0 : b_2 = 0$ (tidak ada pengaruh)

$H_1 : b_2 \neq 0$ (ada pengaruh)

2) *Level of significant* = $0,05/2 = 0,025$

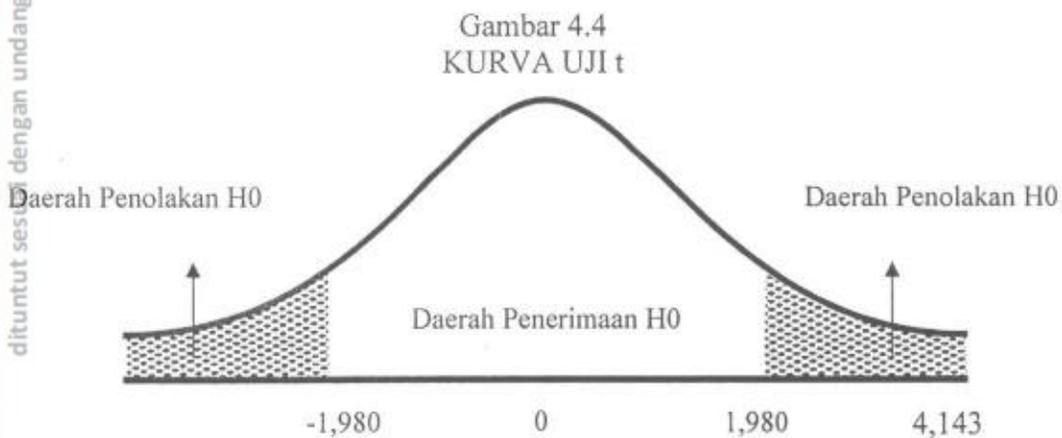
$df = n - k - 1 = 100 - 3 - 1 = 96$

3) t_{tabel} pada $df = 96$ sebesar 1,980



Dari perhitungan didapat t_{hitung} sebesar 4,143, karena $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} 1,980, maka H_0 ditolak pada *level of significant* 5%, sehingga secara parsial variabel penampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_2) berpengaruh secara nyata terhadap kepuasan nasabah prioritas (Y). Hal ini, menunjukkan bahwa jika ada perubahan pada variabel penampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_2), maka ada pengaruh pada kepuasan nasabah prioritas (Y).

Nilai koefisien parsial untuk variabel penampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_2) sebesar 0,389 berarti bahwa variabel nilai penampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_2) mampu menjelaskan variabel kepuasan nasabah prioritas (Y) sebesar 38,90%.



- c. Hubungan secara parsial antara variabel Y dengan variabel X_3 .

Langkah-langkah pengujian :

- 1) $H_0 : b_3 = 0$ (tidak ada pengaruh)

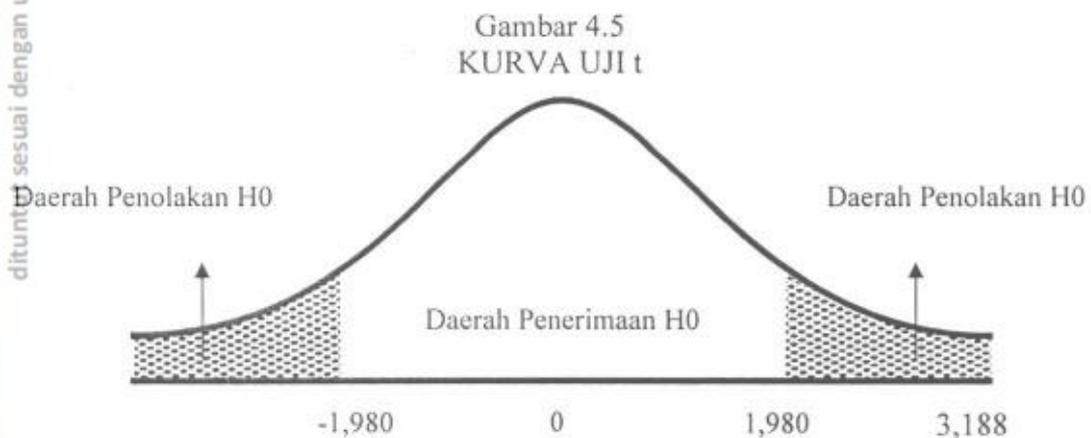
$H_1 : b_3 \neq 0$ (ada pengaruh)

- 2) *Level of significant* = $0,05/2 = 0,025$

- 3) t_{tabel} pada $df = 96$ sebesar 1,980

Dari perhitungan didapat t_{hitung} sebesar 3,188, karena $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} 1,980, maka H_0 diterima pada *level of significant* 5%, sehingga secara parsial variabel nilai ketrampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_3) berpengaruh secara nyata terhadap kepuasan nasabah prioritas (Y). Hal ini menunjukkan bahwa jika ada perubahan pada variabel nilai ketrampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_3), maka ada pengaruh pada kepuasan nasabah prioritas (Y).

Nilai koefisien parsial untuk variabel ketrampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_3) sebesar 0,309 berarti bahwa variabel nilai ketrampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_3) mampu menjelaskan variabel kepuasan nasabah prioritas (Y) sebesar 30,90%.



4.4 Pembahasan

Berdasarkan dari uraian di atas, mengenai sikap *Customer Service Officer* (CSO) (X_1), penampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_2), dan ketrampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_3) di PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Pucang Anom Surabaya terhadap variabel terikat kepuasan nasabah prioritas (Y), bahwa :



1. Dari uji validitas untuk sikap *Customer Service Officer* (CSO) (X_1) menunjukkan bahwa terdapat 4 item yang signifikans dianggap valid, dan tidak signifikans yang dianggap tidak valid tidak ada. Dan uji validitas untuk penampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_2) menunjukkan bahwa terdapat 4 item yang signifikans dianggap valid, dan tidak signifikans yang dianggap tidak valid tidak ada; serta uji validitas untuk ketrampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_3) menunjukkan bahwa terdapat 4 item yang signifikans dianggap valid, dan tidak signifikans yang dianggap tidak valid tidak ada. Serta uji validitas untuk kepuasan nasabah prioritas (Y) menunjukkan bahwa terdapat 10 item yang signifikans dianggap valid, dan selebihnya yang tidak signifikans dianggap tidak valid tidak ada.

2. Dari uji reliabilitas untuk sikap *Customer Service Officer* (CSO) (X_1) menunjukkan bahwa hasil korelasi antara skor item ganjil dan genap adalah sebesar $0,819 >$ dari r_{tabel} sebesar $0,256$ menunjukkan tingkat reabilitas sikap *Customer Service Officer* (CSO) (X_1) sangat tinggi. Dan uji reliabilitas untuk penampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_2) menunjukkan bahwa hasil korelasi antara skor item ganjil dan genap adalah sebesar $0,852 >$ dari r_{tabel} sebesar $0,256$ menunjukkan tingkat reabilitas penampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_2) yang tinggi. Serta Dan uji reliabilitas untuk ketrampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_3) menunjukkan bahwa hasil korelasi antara skor item ganjil dan genap adalah sebesar $0,919 >$ dari r_{tabel} sebesar $0,256$ menunjukkan tingkat reabilitas ketrampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_2) yang tinggi. Dan untuk uji reliabilitas untuk kepuasan nasabah



prioritas (Y) menunjukkan bahwa hasil korelasi antara skor item ganjil dan genap adalah sebesar $0,913 >$ dari r_{tabel} sebesar $0,256$ menunjukkan tingkat reabilitas kepuasan nasabah prioritas (Y) yang sangat tinggi.

3. Dari uji ANOVA atau F test, didapat F_{hitung} ($96,139$) dengan tingkat signifikansi $0,000$. Oleh karena probabilitas ($0,000$) jauh lebih kecil dari $0,05$, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi kepuasan nasabah prioritas.

Nilai koefisien regresi untuk variabel bebas sikap *Customer Service Officer* (CSO) (X_1) sebesar $1,306$ merupakan variabel bebas yang berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah prioritas (Y). Nilai koefisien regresi untuk variabel bebas penampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_2) sebesar $0,619$ merupakan variabel bebas yang berpengaruh paling dominan terhadap variabel kepuasan nasabah prioritas (Y). Dan Nilai koefisien regresi untuk variabel bebas ketrampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_3) sebesar $0,534$ merupakan variabel bebas yang berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah prioritas (Y).

Nilai t_{hitung} untuk variabel bebas sikap *Customer Service Officer* (CSO) (X_1) sebesar $7,993 > t_{\text{tabel}}$ $1,980$, artinya terdapat pengaruh sikap *Customer Service Officer* (CSO) (X_1) terhadap kepuasan nasabah prioritas (Y). Nilai t_{hitung} untuk variabel bebas penampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_2) sebesar $4,143 > t_{\text{tabel}}$ $1,980$, artinya terdapat pengaruh penampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_2) terhadap kepuasan nasabah prioritas (Y). Dan nilai t_{hitung} untuk variabel bebas ketrampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_3)



sebesar 3,188 > t_{tabel} 1,980, artinya terdapat pengaruh ketrampilan *Customer Service Officer* (CSO) (x_3) terhadap kepuasan nasabah prioritas (Y).

Nilai koefisien parsial variabel bebas sikap *Customer Service Officer* (CSO) (x_1) sebesar 0,632, artinya variasi (perubahan) variabel bebas sikap *Customer Service Officer* (CSO) (X_1) mampu menjelaskan variasi (perubahan) kepuasan nasabah prioritas (Y) sebesar 63,20%. Nilai koefisien parsial variabel bebas penampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_2) sebesar 0,389, artinya variasi (perubahan) variabel bebas penampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_2) mampu menjelaskan variasi (perubahan) kepuasan nasabah prioritas (Y) sebesar 38,90%. Dan nilai koefisien parsial variabel bebas ketrampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_3) sebesar 0,309, artinya variasi (perubahan) variabel bebas ketrampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_3) mampu menjelaskan variasi (perubahan) kepuasan nasabah prioritas (Y) sebesar 33,09%. Dari ketiga variabel bebas yang diteliti yaitu sikap *Customer Service Officer* (CSO) (X_1), penampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_2), dan ketrampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_3), ternyata variabel bebas sikap *Customer Service Officer* (CSO) (X_1) memiliki pengaruh paling dominan, di mana dengan nilai koefisien regresi sikap *Customer Service Officer* (CSO) (X_2) sebesar 1,306 lebih besar dari variabel bebas penampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_2) sebesar 0,619, ketrampilan *Customer Service Officer* (CSO) (X_3) sebesar 0,534.

