

SKRIPSI

**PENGARUH TANGIBLE, RELIABILITY, RESPONSIVENESS,
ASSURANCE, EMPATHY DAN TRUST TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DI PT BCA CABANG RUNGKUT
MAPAN SURABAYA**



Oleh :

AGNES CALOSA S

16116009

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
2019**

SKRIPSI

PENGARUH *TANGIBLE, RELIABILITY, RESPONSIVENESS, ASSURANCE, EMPATHY* DAN *TRUST* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT BCA CABANG RUNGKUT MAPAN SURABAYA

**Diajukan Sebagai Salah Satu Prasyarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



OLEH :

AGNES CALOSA S

16116009

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA

SURABAYA

2019



TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Agnes Calosa S

NPM : 16116009

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

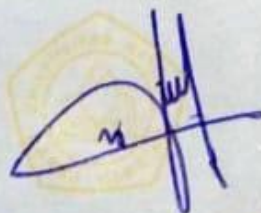
Judul Skripsi : Pengaruh *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy* Dan *Trust* Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT BCA Cabang Rungkut Mapan Surabaya

Dosen Pendamping,
Tanggal 21 Januari 2020



(Lilik Indrawati, S.E., M.M.)

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Tanggal 21 Januari 2020



(Lilik Indrawati, S.E., M.M.)

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Agnes Calosa S dengan NPM 16116009

Telah Diuji pada 24/01/2020

Dinyatakan LULUS oleh:

Ketua Tim Penguji



(V. Ratna Inggawati, S.E., M.M)

Dekan Fakultas Ekonomi



(Thyophoida W.S.P., S.E., M.M)

Ketua Program Studi,



(Lilik Indrawati S.E., M.M)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH TANGIBLE, RELIABILITY, RESPONSIVENESS, ASSURANCE, EMPATHY DAN TRUST TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT BCA CABANG RUNGKUT MAPAN SURABAYA

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan

Tim Penguji Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika

Jurusan Manajemen

Pada Hari Juni..... Tanggal 24..... Bulan 01..... Tahun 2020

Disusun oleh :

Nama : Agnes Caiosa S
NPM : 16116009
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen

Tim Penguji :

Nama

1. V. Ratna Inggawati, S.E., M.M
2. Drs. Bruno Hami Pahar, M.M
3. Lilik Indrawati, S.E., M.M



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Agnes Calosa S

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Alamat Asli : Margorejo Tangsi 6/8 Surabaya

No Identitas (KTP) : 3578024411920002

Adalah merupakan hasil karya saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan baik secara keseluruhan maupun sebagian dalam bentuk jurnal , working paper atau bentuk lain yang dipublikasikan secara umum. Skripsi (Tugas Akhir) ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah saya memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya termasuk pencabutan gelar kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggungjawab dan integritas.

Surabaya, 27 Januari 2020

Hormat Saya,


METERAI
TEMPEL
B955CAHF238798670
6000
ENAM RIBURUPIAH
Agnes Calosa S

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan karunianya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy Dan Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT BCA Cabang Rungkut Mapan Surabaya*”** dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk meraih derajat Sarjana Manajemen (S.M) program strata satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.

Peneliti juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada pihak –pihak yang membantu dalam penyusunan skripsi ini dalam mengatasi kendala-kendala yang ada selama penelitian, diantaranya kepada:

1. Dr. Yustinus Budi Hermanto, M.M selaku Rektor Universitas Darma Cendika Surabaya,
2. Lilik Indrawati, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi (Kaprod) Manajemen dan sebagai dosen wali yang telah memberikan bimbingan arahan dalam perkuliahan selama 8 (delapan) semester, termasuk dalam pendampingan di beberapa perlombaan yang telah diikuti dan dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membantu peneliti menyelesaikan skripsi,
3. Ibu Yoenarmiati selaku kepala operasional PT BCA Cabang Rungkut Mapan Surabaya yang telah mengizinkan peneliti melakukan penelitian untuk menyusun skripsi,
4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi yang telah membantu dalam memberikan ilmu yang berguna dalam penyusunan skripsi peneliti,
5. Keluarga peneliti yang telah mendampingi, memberikan semangat dan dukungan kepada peneliti,
6. Gregorius yang telah menemani dan membantu dalam sakit yang saya alami, memberikan dukungan dan semangat kepada peneliti dalam penyusunan skripsi,
7. Amadea Prastiwi yang telah membantu dan menyemangati peneliti untuk menyelesaikan skripsi,



8. Teman-teman angkatan 2016 yang telah menemani hari-hari peneliti selama 4 (empat) tahun perkuliahan,
9. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan, semangat dan doa dalam menyelesaikan perkuliahan untuk mendapatkan gelas sarjana.

Sepandai pandainya tupai melompat pasti akan jatuh juga, demikian dengan penyusunan skripsi ini memiliki kekurangan dimana kiranya pembaca dapat memberikan kritik dan saran guna memperoleh hasil yang lebih baik lagi. Dan kepada pihak –pihak peneliti selanjutnya kiranya dapat mengolah dan mendalami lagi variabel-variabel yang telah disebutkan oleh peneliti. Atas perhatiannya peneliti mengucapkan terima kasih.

Surabaya, 24 Januari 2020

Peneliti



DAFTAR ISI

COVER	
HALAMAN COVER	
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Jasa.....	9
2.1.1.1 Definisi Jasa	9
2.1.1.2 Karakteristik Jasa	9
2.1.2 <i>Tangible</i>	11
2.1.2.1 Definisi <i>Tangible</i>	11
2.1.2.2 Atribut <i>Tangible</i>	11
2.1.3 <i>Reliability</i>	12
2.1.3.1 Definisi <i>Reliability</i>	12
2.1.3.2 Atribut <i>Reliability</i>	12
2.1.4 <i>Responsiveness</i>	13
2.1.4.1 Definisi <i>Responsiveness</i>	13
2.1.4.2 Atribut <i>Responsiveness</i>	13
2.1.5 <i>Assurance</i>	13



2.1.5.1 Definisi <i>Assurance</i>	13
2.1.5.2 Atribut <i>Assurance</i>	14
2.1.6 <i>Empathy</i>	14
2.1.6.1 Definisi <i>Empathy</i>	14
2.1.6.2 Atribut <i>Empathy</i>	15
2.1.7 Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	15
2.1.7.1 Definisi Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	15
2.1.7.2 Dimensi Kepercayaan (<i>Trust</i>)	16
2.1.7.3 Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan (<i>Trust</i>)	16
2.1.7.4 Indikator Kepercayaan (<i>Trust</i>)	17
2.1.8 Kepuasan Pelanggan	17
2.1.8.1 Definisi Kepuasan Pelanggan.....	17
2.1.8.2 Tipe Kepuasan dan Ketidakpuasan	18
2.1.8.3 Pengukuran Kepuasan Pelanggan	18
2.1.9 Pengaruh Antar Variabel.....	19
2.1.9.1 Pengaruh <i>Tangible</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	19
2.1.9.2 Pengaruh <i>Reliability</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	20
2.1.9.3 Pengaruh <i>Responsiveness</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	21
2.1.9.4 Pengaruh <i>Assurance</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	21
2.1.9.5 Pengaruh <i>Empathy</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	22
2.1.9.6 Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23
2.2.1 Penelitian Terdahulu I.....	23
2.2.2 Penelitian Terdahulu II	24
2.2.3 Penelitian Terdahulu III	25
2.3 Rerangka Pemikiran	27
2.4 Kerangka Konseptual	28
2.5 Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Objek Penelitian	30
3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data.....	30
3.2.1 Pendekatan Penelitian	30

3.2.2 Sumber Data.....	30
3.3 Variabel Penelitian	31
3.4 Definisi Operasional dan Pengukurannya	31
3.4.1 Definisi Operasional Variabel.....	31
3.4.2 Teknik Pengukuran Data.....	34
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.5 Populasi dan Sampel	36
3.5.1 Populasi.....	36
3.5.2 Sampel.....	36
3.6 Metode dan Teknik Analisis Data	38
3.6.1 Metode	38
3.6.2 Teknik Analisis Data.....	38
3.6.2.1 Uji Validitas	38
3.6.2.2 Uji Reliabilitas.....	39
3.6.2.3 Uji Asumsi Klasik	39
3.6.2.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	41
3.6.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (r^2)	41
3.6.5.1 Uji t.....	42
BAB IV PEMBAHASAN.....	43
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	43
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	43
4.1.2 Visi Misi Perusahaan	44
4.1.3 Struktur Organisasi	45
4.2 Deskripsi Penelitian.....	51
4.2.1 Karakteristik Responden	51
4.2.1.1 Jenis Kelamin	51
4.2.1.2 Usia	52
4.2.1.3 Pekerjaan	53
4.2.1.4 Frekuensi Berkunjung	53
4.3 Pembahasan dan Analisa Data	54
4.3.1 Uji Validitas	54
4.3.2 Uji Reliabilitas	56



4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	56
4.3.3.1 Uji Normalitas	56
4.3.3.2 Uji Multikolinearitas	57
4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas	58
4.3.4 Uji Pengaruh Linear	59
4.3.4.1 Analisa Regresi Linear Berganda.....	59
4.3.5 Koefisien Determinan	62
4.3.6 Uji t	63
BAB V PENUTUP.....	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	80



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Rerangka Pemikiran	27
Gambar 2.2	Kerangka Konseptual	28
Gambar 4.1	Struktur Organisasi BCA Rungkut Mapan Surabaya.....	46
Gambar 4.2	Hasil Uji Normalitas Untuk Semua Variabel.....	57
Gambar 4.3	Hasil Uji Heterokedastisitas Untuk Semua Variabel	58
Gambar 4.4	Kurva Distribusi Uji t Variabel <i>Tangible</i> (X1)	64
Gambar 4.5	Kurva Distribusi Uji t Variabel <i>Reliability</i> (X2).....	66
Gambar 4.6	Kurva Distribusi Uji t Variabel <i>Responsiveness</i> (X3).....	68
Gambar 4.7	Kurva Distribusi Uji t Variabel <i>Assurance</i> (X4).....	70
Gambar 4.8	Kurva Distribusi Uji t Variabel <i>Empathy</i> (X5)	72
Gambar 4.9	Kurva Distribusi Uji t Variabel <i>Trust</i> (X6)	73



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Keluhan Nasabah BCA Rungkut Mapan Surabaya Bulan Januari – April 2019.....	3
Tabel 3.1 Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	42
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Berkunjung	53
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Untuk Semua Variabel	55
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Untuk Semua Variabel	56
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas Untuk Semua Variabel.....	58
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	59
Tabel 4.9 Hasil Koefisien Determinan	63
Tabel 4.10 Hasil Uji t	64



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Rekapitulasi Data Karakteristik Responden
- Lampiran 3 Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner
- Lampiran 4 Tabel r
- Lampiran 5 Tabel t
- Lampiran 6 Uji Validitas
- Lampiran 7 Uji Reliabilitas
- Lampiran 8 Uji Normalitas
- Lampiran 9 Uji Heterokedastisitas
- Lampiran 10 Uji Pengaruh Linear, Koefisien Determinan dan Uji t
- Lampiran 11 Surat Tugas Pembimbing
- Lampiran 12 Kartu Bimbingan Skripsi



ABSTRAK

Perkembangan bisnis perbankan di Indonesia semakin bertumbuh dan berkembang di Indonesia. Perkembangan yang pesat ini juga terjadi di kota-kota besar di Indonesia terutama di Jakarta dan Surabaya. Salah satu bank di Surabaya adalah BCA dengan salah satu cabang yang berlokasi di Jalan Rungkut Mapan Utara BA 8-9 Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *trust* terhadap kepuasan pelanggan di BCA Rungkut Mapan Surabaya. Metode dalam pengambilan sampel adalah metode *purposive sampling* dengan menggunakan pertanyaan kuesioner kepada 150 responden yang merupakan pelanggan dari BCA Rungkut Mapan Surabaya dengan syarat (1) laki – laki atau perempuan; (2) usia 17 – 50 tahun; (3) memiliki rekening BCA dan minimal 1 (satu) rekening bank lain; (4) melakukan kunjungan lebih dari 1 (satu) kali. Penelitian ini diuji dengan menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, dan Uji Heterokedastisitas), Uji Regresi Linier Berganda, Koefisien Determinan dan Uji t. Pada Uji t didapatkan hasil penelitian variabel *tangible* (X1) = 1,135 < 1,977 dengan tingkat signifikan 0,258 > 0,050 yang artinya *tangible* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di BCA Rungkut Mapan Surabaya, variabel *reliability* (X2) = 2,032 > 1,977 dengan tingkat signifikan 0,044 < 0,050 yang artinya *reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di BCA Rungkut Mapan Surabaya, variabel *responsiveness* (X3) = 1,017 < 1,977 dengan tingkat signifikan 0,311 > 0,050 yang artinya *responsiveness* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di BCA Rungkut Mapan Surabaya, variabel *assurance* (X4) = -0,957 > -1,977 dengan tingkat signifikan 0,340 > 0,050 yang artinya *assurance* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di BCA Rungkut Mapan Surabaya, variabel *empathy* (X5) = 2,290 > 1,977 dengan tingkat signifikan 0,023 < 0,050 yang artinya *empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di BCA Rungkut Mapan Surabaya, dan variabel *trust* (X6) = 5,953 > 1,977 dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,050 yang artinya *trust* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di BCA Rungkut Mapan Surabaya. Peneliti mendapatkan kesimpulan bahwa *reliability*, *empathy*, dan *trust* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di BCA Rungkut Mapan Surabaya, sedangkan *tangible*, *assurance* dan *responsiveness* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di BCA Rungkut Mapan Surabaya.

Kata Kunci : *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, *Trust* dan Kepuasan Pelanggan.



ABSTRACT

The development of the banking business in Indonesia is growing and developing in Indonesia. This rapid development also occurred in big cities in Indonesia, especially in Jakarta and Surabaya. One of the banks in Surabaya is BCA with a branch located at Jalan Rungkut Mapan Utara BA 8-9 Surabaya. This research want to know the effect of tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy and trust on customer satisfaction at BCA Rungkut Mapan Surabaya. The sampling method is purposive sampling method using a questionnaire to 150 respondents who are customers of BCA Rungkut Mapan Surabaya with term (1) male or female; (2) ages 17 – 50 years; (3) have a BCA account and at least 1 (one) other bank account; (4) visit more than 1 (one) time. This research was tested using Validity Test, Reliability Test, Classical Assumption Test (Normality Test, Multicollinearity Test, and Heterocedasticity Test), Multiple Linear Regression Test, Determinant Coefficient and t Test. In the t test, the results of the research variables are tangible (X1) = 1.135 < 1.977 with a significant level of 0.258 > 0.050 which means that the tangible does not have an affect on customer satisfaction at BCA Rungkut Mapan Surabaya, reliability variable (X2) = 2.032 > 1.977 with a significant level of 0.44 < 0.050 which means reliability have a significant effect on customer satisfaction at BCA Rungkut Mapan Surabaya, responsiveness variable (X3) = 1.017 < 1.977 with a significant level of 0.311 > 0.050 which means that responsiveness does not have an affect on customer satisfaction at BCA Rungkut Mapan Surabaya, assurance variable (X4) = -0.957 > -1.977 with a significant level of 0.340 < 0.050 which means that the assurance does not have an affect on customer satisfaction at BCA Rungkut Mapan Surabaya, empathy variable (X5) = 2.290 > 1.977 with a significant level of 0.023 < 0.050 which means that the empathy have a significant affects customer satisfaction at BCA Rungkut Mapan Surabaya, and trust variable (X6) = 5.953 > 1.977 with a significant level of 0.000 < 0.050 meaning that trust have a significant affect on customer satisfaction at BCA Rungkut Mapan Surabaya. The researcher concluded that reliability, empathy, and trust had an effect on customer satisfaction at BCA Rungkut Mapan Surabaya, while tangible, assurance and responsiveness had no effect on customer satisfaction at BCA Rungkut Mapan Surabaya.

Keyword : *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Trust and Customer Satisfaction.*

