

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Strategi Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah BCA

Deborah Ananda Gosal
STIE IBMT Surabaya

Jl. Raya Kupang Baru No.8, Sonokwijenan, Kec. Sukomanunggal, Surabaya, Jawa Timur 60189

Korespondensi penulis: Deboag24@gmail.com

Abstract: *PT. Bank Central Asia Tbk is one of the leading private banks in Indonesia that has been recognized by the wider community among the many banks in Surabaya City, a very professional management team and an extensive network. Bank BCA as a transactional bank that offers a range of banking services that have Cash and Non-Cash ATMs provided in various strategic locations throughout Indonesia to meet the diverse needs of customers. This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction and promotional strategies on customer satisfaction. The type of research used is quantitative research and the sampling technique is purposive sampling technique with the number of samples obtained based on criteria and data analysis techniques using SEM Amos. This research was conducted by distributing questionnaires through 100 respondents. The results showed that service quality has a significant positive effect on customer satisfaction for BCA Veteran Surabaya Bank customers and promotional strategies have a significant positive effect on customer satisfaction for BCA Veteran Surabaya Bank customers.*

Keywords: *service quality, promotion strategy, customer satisfaction*

Abstrak: PT . Bank Central Asia Tbk adalah salah satu bank swasta terkemuka di Indonesia yang sudah dikenal oleh masyarakat luas diantara sekian banyak bank yang ada di Kota Surabaya , tim manajemen yang sangat profesional serta jaringan yang luas . Bank BCA sebagai bank transaksional yang menawarkan rangkaian jasa perbankan yang memiliki ATM Tunai maupun Non Tunai yang disediakan di berbagai lokasi strategis di seluruh Indonesia untuk memenuhi beragam kebutuhan para nasabah . Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan strategi promosi terhadap kepuasan pelanggan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dan teknik pengambilan sampling yaitu teknik purposive sampling dengan jumlah sampel diperoleh berdasarkan kriteria dan teknik analisis data menggunakan SEM Amos. Penelitian ini dilakukan dengan menyebar angket melalui sebanyak 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada nasabah Bank BCA Veteran Surabaya dan strategi promosi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada nasabah Bank BCA Veteran Surabaya.

Kata kunci: kualitas pelayanan, strategi promosi, kepuasan nasabah

LATAR BELAKANG

Sebagai seorang marketing atau pemasar untuk bisa dikatakan menjadi pemasar yang berhasil perlu meningkatkan kepuasan nasabah, dengan meningkatnya berbagai fasilitas teknologi maka kualitas layanan perlu ditingkatkan. Peningkatan kualitas layanan ditujukan agar kepuasan nasabah meningkat dengan laba ikut meningkat. PT . Bank Central Asia Tbk sebagai salah satu bank swasta terbesar memiliki nasabah terbesar di Indonesia. Pada masa pandemic volume transaksi mengalami penurunan namun seiring pelanggaran PPKM transaksi perbankan 2 BCA cukup meningkat. Peningkatan volume transaksi menjadi tujuan perbankan BCA sehingga penting adanya promosi untuk mencapai peluang ini sehingga perbankan perlu memberikan informasi berbagai produk yang disediakan pihak perbankan. Masyarakat Indonesia memilih sebagai nasabah Bank BCA Tbk sebab ada berbagai kemudahan

Received November 09, 2023; Accepted Desember 11, 2023; Published Februari 29, 2024

* Deborah Ananda Gosal, Deboag24@gmail.com

transaksi baik secara tunai maupun non tunai. Transaksi yang disediakan oleh pihak perbankan BCA agar nasabah merasa nyaman dengan berbagai fasilitas khususnya untuk pengelolaan dana darurat, investasi, menabung dan sebagainya. Fenomena yang menarik terkait kemudahan penggunaan mbanking sehingga transaksi lebih cepat, nyaman dan akurat serta dinilai lebih efektif maupun efisien. Tren yang menonjol di tahun 2018, menunjukkan semakin banyaknya nasabah yang menunjukkan transaksi. Transaksi yang membuat konsumen lebih konsumtif dapat memberikan keuntungan besar bagi merchant yang telah bekerjasama serta mendorong semakin banyaknya merchant atau toko menyediakan sistem pembayaran untuk menaikkan keuntungan. Dengan berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis berkeinginan untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Strategi Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah BCA Cabang Veteran Surabaya”.

KAJIAN TEORITIS

Kualitas Pelayanan Kualitas layanan merupakan kemampuan pihak perusahaan dalam memberikan berbagai informasi layanan yang dibutuhkan pengguna. Kualitas layanan menggambarkan perilaku khususnya berkaitan dengan penggunaan sebuah sistem oleh penerima atau pengguna sebagai alternatif dari penggunaan (Satriyono, et al., 2022). Kualitas layanan dianggap sebagai pengembangan dari ServQual (service quality) untuk mengevaluasi layanan (Anfina, et al., 2018). Tujuan dari variabel kualitas layanan untuk membuat nilai yang dirasakan di lingkungan belanja (Bailey & Pearson, 1983). Nilai yang langsung dirasakan oleh konsumen kemudian dapat digunakan sebagai evaluasi untuk membandingkan manfaat yang mereka peroleh dari layanan yang diberikan dan pengorbanan mereka berikan untuk mendapatkan produk dalam melakukan prediksi perilaku pembelian serta penggunaan. Aspek utama kualitas layanan yaitu : 1) tampilan 2) kemudahan penggunaan, 3) kesesuaian produk informasi yang disajikan dan akurat, 4) memiliki fungsi teknis yang tinggi, 5) termasuk situs fasilitas yang memberikan rasa aman, baik dalam hal transaksi, maupun data-data pribadi dari konsumen, 6) kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan baik, 7) kelihain perusahaan dalam memecahkan masalah, 8) keinginan individu untuk membantu dan menjawab pertanyaan dari konsumen. Kualitas layanan yang dianggap bagai kemungkinan 6 individu memanfaatkan teknologi merupakan variabel dependen utama dalam membangun studi sistem informasi (Nguyen & John, 2018). Menurut Fitzsimmons dalam Zaenal Mukarom dan Muhibudin (2015:108) mengemukakan lima indikator Kualitas Pelayanan yaitu :

1. Reliability yang ditandai dengan pemberian Kualitas Pelayanan yang tepat dan benar.
2. Tangibles yang ditandai dengan penyediaan yang memadai sumber daya lainnya.
3. Responsiveness ditandai dengan keinginan melayani konsumen dengan cepat.

4. Assurance yang ditandai tingkat perhatian terhadap etika dan moral dalam memberikan Kualitas Pelayanan.
5. Empati yang ditandai tingkat kemauan untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian Rancangan pada penelitian ini menggunakan rancangan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018), penelitian kuantitatif sebagai penelitian yang membahas rumusan masalah menggunakan teknik angka statistic diolah aplikasi statistic untuk menguji pengaruh antar variabel penelitian. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian penjelasan (explanatory research) dengan pendekatan kuantitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan sebanyak 100 responden. Identitas responden pada penelitian ini terkait dengan informasi meliputi jenis kelamin responden dan usia responden.

Berdasarkan data hasil penelitian berikut hasil karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin Tabel 4.1

Data Jenis Kelamin Responden

Valid

Laki-laki = 31 31.0 31.0

Perempuan = 69 69.0 69.0 22

Total = 100 100.0 100.0

Adanya hasil di atas menunjukkan bahwa jumlah perempuan dalam data responden kuisioner mayoritas lebih banyak sebesar 69% sedangkan laki-laki sebesar 31%.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan/nasabah BCA Veteran Surabaya.
2. Strategi promosi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan/nasabah BCA Veteran Surabaya

Saran

1. Bagi PT BCA Tbk Saran yang dapat diberikan oleh peneliti kepada pihak PT BCA Tbk berdasarkan penelitian tentang kepuasan pelanggan/nasabah yaitu: Apabila dirujuk pada

hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan atau nasabah. Semakin tinggi konsumen atau nasabah menerima informasi berbagai promosi produk perbankan BCA yang menarik maka semakin meningkat kepuasan nasabah mengenai merk tersebut bagi konsumen.

2. Bagi Pihak Peneliti Selanjutnya Karakteristik informasi terkait data responden maupun pertanyaan kuesioner diperbanyak agar membantu dalam pembahasan dan penjelasan dalam 34 studi ini. Detail serta kelengkapan informasi karakteristik responden berguna dalam memastikan homogenitas responden dalam mewakili populasi. Peneliti berikutnya disarankan untuk meneliti variabel lain seperti kualitas sistem informasi untuk menguji variabel yang digunakan pada objek penelitian berbeda sebagai bahan perbandingan dan evaluasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anfina, Febi, & Inggih. (2018). Analisa Kesuksesan Penerapan Sistem Perhotelan Dengan Pendekatan Model Delone and Mclean. *Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi*, 4(1), 56-59.
- Bailey, & Pearson. (1983). Development of a Tool Measuring and Analyzing Computer User Satisfaction. *Management Science*, 29(5), 530-545.
- DeLone, & McLean. (2003). The DeLone and McLean Model of Information System Success: A Ten Year Update. *Journal of Management Information System*, 19(4), 9-30.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2019). *Analisis Smart PLS*. Semarang: Universitas Diponegoro. Hair,
- Christian, & Marko. (2019). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Melbourne: SAGE.
- Nguyen, & John. (2018). Consumer Intention and Credit Card Adoption in Vietnam. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 30(4), 779-796.
- Potrich, Kelmara, & Guilherme. (2017). How Well Do Women Do When it Comes to Financial Literacy? Proposition of an Indicator and Analysis of Gender Differences. *Journal of Behavior and Experimental Finance*, 4(4), 1-10.
- Satriyono, Meme, Edwina, & Nabilla. (2022). ShopeePAYlater User Satisfaction Analysis Using Delone & Mclean. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(5), 2849-2954.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.