

**PENGARUH FASILITAS DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUASAN NASABAH DALAM PENGGUNAAN FASILITAS
DIGITAL PADA PT. BANK CENTRAL ASIA TBK
CABANG KCU ASIA**

SKRIPSI



STIE EKA PRASETYA

**Ditulis Oleh:
FELIX
181010265**

**DIAJUKAN SEBAGAI SYARAT DALAM RANGKA
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN
STIE EKA PRASETYA
MEDAN
2021**

Judul : PENGARUH FASILITAS DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM
PENGUNAAN FASILITAS DIGITAL PADA PT.
BANK CENTRAL ASIA TBK CABANG KCU ASIA

Nama : Felix

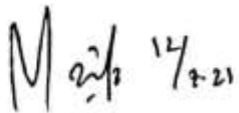
NIM : 181010265

Program Studi : Manajemen

Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Disetujui Oleh
Tim Pembimbing,

Pembimbing I,



Desma Erica Maryati M,S.Pd., M.Si.

NIDN: 0104127904

Pembimbing II,



Muhammad Ali Akbar, S.E.,MM.

NIDN: 0115088601

Diterima dan divalidasi oleh Dewan Penguji Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya

Judul : PENGARUH FASILITAS DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM
PENGUNAAN FASILITAS DIGITAL PADA PT.
BANK CENTRAL ASIA TBK CABANG KCU ASIA

Nama : Felix
NIM : 181010265
Program Studi : Manajemen
Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Pada 12 Juli 2021

Dewan Penguji,

Penguji I : Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN : 0006037202

Penguji II : Ihdina Gustina, S.E., M.M.
NIDN : 0120088303



STIE Eka Prasetya,
Ketua



Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN: 0006037202

STIE EKA PRASETYA
PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI AKUNTANSI

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

Saya menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya serahkan kepada dosen pembimbing Tugas Akhir, adalah benar-benar hasil peerjaan saya. Jika saya mengutip dan/atau menggunakan hasil atau pekerjaan orang lain dalam Tugas Akhir saya, maka saya akan mengindikasikan hal itu secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan.

Jika saya melanggar pernyataan saya tersebut di atas maka saya menyatakan bersedia dikenakan sanksi plagiarisme dan sanksi akademik lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di program Sarjana Eka Prasetya Medan.

Nama	Felix
NIM	181010265
Judul Skripsi	Pengaruh Fasilitas dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan Fasilitas Digital Pada PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia
Pembimbing Tugas Akhir :	
Pembimbing - I	Desma Erica Maryati M,S.Pd., M.Si.
Pembimbing - II	Muhammad Ali Akbar, S.E.,MM.

Saya menandatangani pernyataan ini dengan sadar dan pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 14 Juni 2021
Penulis



Felix
181010265

KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu penulis mengucapkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“PENGARUH FASILITAS DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM PENGGUNAAN FASILITAS DIGITAL PADA PT. BANK CENTRAL ASIA TBK CABANG KCU ASIA”** sesuai dengan waktu yang sudah dijadwalkan.

Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan Skripsi ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center Bapak Susanto, ST.
2. Ketua STIE Eka Prasetya Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Fransiska Karolina Tampubolon, M.Pd.
4. Wakil Ketua Dua Bidang Keuangan STIE Eka Prasetya Bapak Herry Andipoh, B.Comm.
5. Wakil Ketua Tiga Bidang Kemahasiswaan STIE Eka Prasetya Bapak Junaidi Habidin, S.M.
6. Koordinator Program Studi Manajemen Ibu Ihdina Gustina, S.E., M.M.,
7. Kepala Bagian Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E.

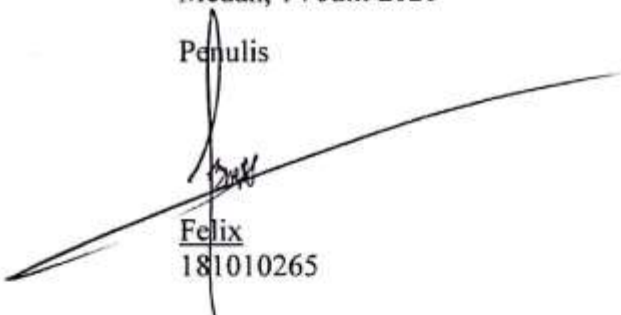
8. Kepala Bagian Keuangan STIE Eka Prasetya Ibu Elysa, S.M.
9. Ibu Desma Erica Maryati M,S.Pd., M.Si. Selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya Skripsi ini.
10. Bapak Muhammad Ali Akbar, S.E.,MM. Selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya Skripsi ini.
11. Seluruh Dosen Pengajar dan Staf Pegawai STIE Eka Prasetya Medan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Untuk itu, segala saran dan kritik untuk penyempurnaan skripsi ini sangat diharapkan penulis.

Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca. Terima Kasih.

Medan, 14 Juni 2021

Penulis



Felix
181010265

ABSTRAK

Felix, 181010265, 2021. Pengaruh Fasilitas dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan Fasilitas Digital Pada PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia. STIE Eka Prasetya Medan, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Desma Erica Maryati M,S.Pd., M.Si., Pembimbing II: Muhammad Ali Akbar, S.E.,MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari Fasilitas dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif, unit analisis dalam penelitian ini adalah PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia serta unit observasinya adalah nasabah yang menggunakan fasilitas digital dari Bank BCA. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah dari Bank BCA sebanyak 52.000 nasabah. Teknik penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel slovin dan berjumlah sebanyak 99 responden. Metode penelitian yang digunakan yakni dengan teknik pengumpulan data melalui penelitian kepustakaan dan penelitian lapangam yang dilakukan secara sistematis berdasarkan tujuan penelitian. Metode analisis yang digunakan untuk memecahkan permasalahan dan membuktikan hipotesis adalah analisis deskriptif analisis regresi. Analisis ini mencakup validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan F, dan uji koefisien determinasi (R^2). Dari analisis tersebut memperoleh analisis regresi **Kepuasan Nasabah = 10,808 + 0,201 Fasilitas + 0,571 Kepercayaan + e**. Hasil dari uji t menunjukkan bahwa variabel Fasilitas berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BCA dimana $t_{hitung} 3,346 > t_{tabel} 1,990$ dan variabel Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BCA dimana $t_{hitung} 10,791 > t_{tabel} 1,990$. Hasil dari uji F menunjukkan bahwa $F_{hitung} 139,658 > F_{tabel} 3,10$ yang berarti variabel bebas yaitu Fasilitas dan Kepercayaan secara serempak berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Nasabah pada Bank BCA. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa 74,4% variabel Kepuasan Nasabah pada Bank BCA dipengaruhi oleh variabel Fasilitas dan Kepercayaan, sedangkan sisanya sebesar 25,6% dipengaruhi oleh faktor lain atau variabel diluar model seperti simplifikasi dan *team engagement* yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Fasilitas, Kepercayaan, Kepuasan Nasabah

ABSTRACT

Felix, 181010265, 2021. The Effect of Facilities and Trust on Customer Satisfaction in The Use of Digital Facilities at PT. Bank Central Asia Tbk KCU Asia Branch. STIE Eka Prasetya Medan, Management Study Program, Supervisor I: Desma Erica Maryati M,S.Pd., M.Si., Supervisor II: Muhammad Ali Akbar, S.E.,MM.

This research aims to find out how much influence of Facilities and Trust on Customer Satisfaction on PT. Bank Central Asia Tbk KCU Asia Branch. The research methodology used is descriptive quantitative method, the analysis unit in this study is PT. Bank Central Asia Tbk KCU Asia branch and its observation unit are customers who use digital facilities from Bank BCA. The population in this study was 52,000 customers from Bank BCA. The technique of determining the number of samples used in this study was slovin samples and numbered as many as 99 respondents. The research method used is by data collection techniques through literature research and lapangam research conducted systematically based on research objectives. The method of analysis used to solve problems and prove hypotheses is descriptive analysis of regression analysis. This analysis includes validity and reliability, classic assumption test, multiple regression analysis, hypothesis testing through t and F tests, and determination coefficient test (R^2). From the analysis obtained a regression analysis of **Customer Satisfaction = 10,808 + 0.201 Facilities + 0.571 Trust + e**. The results of the t test showed that the facility variable had a significant and significant effect on Customer Satisfaction at Bank BCA where $t_{counted} 3,346 > t_{table} 1,990$ and the Trust variable had a positive and significant effect on Customer Satisfaction at Bank BCA where $t_{counted} 10,791 > t_{table} 1,990$. The results of test F showed that $F_{calculates} 139,658 > F_{table} 3.10$ which means free variables namely Facilities and Trust have a significant effect on the bound variable namely Customer Satisfaction at Bank BCA. The results of the determination coefficient test (R^2) showed that 74.4% of Customer Satisfaction variables at Bank BCA were influenced by Facility and Trust variables, while the remaining 25.6% was influenced by other factors or variables outside the model such as simplification and team engagement that were not discussed in this study.

Keywords: Facilities, Trust, Customer Satisfaction

MOTTO

“I don’t know how I’m going to live with myself if I don’t stay true to what I believe.”

(Desmond Doss)

PERSEMBAHAN

Sebelumnya saya sampaikan bahwa Skripsi ini saya buat 2 minggu sebelum sidang.

Terima kasih Marcelina Salim yang telah menemani saya dalam menyelesaikan skripsi ini dan juga support yang diberikan kepada saya.

Terima kasih untuk Andre, Calnio, Winardi yang selalu mengajak saya untuk putus kuliah tapi akhirnya kita S.M juga.

Terima kasih kepada CZ Binance berkat koin BNB anda saya dapat membiayai skripsi dan uang sidang saya. BNB IS MY BEST FRIEND.

Dan yang terakhir Terima kasih untuk orang tua saya yang selalu mendukung saya.

DAFTAR ISI

JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

KATA PENGANTAR iv

ABSTRAK
vi

ABSTRACT vii

MOTTO
viii

PERSEMBAHAN ix

DAFTAR ISI x

DAFTAR TABEL xv

DAFTAR GAMBAR xvi

DAFTAR LAMPIRAN xvii

BAB I PENDAHULUAN..... 1

1.1 Latar Belakang Penelitian
1

1.2 Identifikasi Masalah 6

1.3 Batasan Masalah 6

1.4 Rumusan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Kegunaan Penelitian	7
 BAB II : TINJAUAN PUSTAKA & PENELITIAN TERDAHULU.....	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Defenisi Kepuasan Konsumen	9
2.1.1.1 Faktor-faktor Kepuasan Konsumen	10
2.1.1.2 Indikator Kepuasan Konsumen	10
2.1.2 Teori Fasilitas	12
2.1.2.1 Faktor-faktor dari Fasilitas	13
2.1.2.2 Indikator Fasilitas.....	13
2.1.3 Teori Kepercayaan.....	13
2.1.3.1 Dimensi Kepercayaan Konsumen	15
2.1.3.2 Indikator Kepercayaan Konsumen	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	16
2.3 Kerangka Pemikiran	18
2.3 Hipotesis	18
 BAB III : METODOLOGI PENELITIAN.....	19
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	19

3.1.1 Lokasi Penelitian	19
3.1.2 Waktu Penelitian	19
3.2 Jenis Data dan Sumber Data Penelitian	19
3.2.1 Jenis Data Penelitian.....	19
3.2.2 Sumber Data Penelitian	19
3.3 Populasi dan Sampel.....	20
3.3.1 Populasi	20
3.3.2 Sampel	21
3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian	22
3.5 Teknik Pengumpulan Data	23
3.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	24
3.6.1 Uji Validitas.....	24
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	25
3.7 Uji Asumsi Klasik	25
3.7.1 Uji Normalitas	25
3.7.2 Uji Multikolonieritas	26
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas	26
3.8 Analisis Regresi Linier Berganda.....	27
3.9 Uji Hipotesis	28
3.9.1 Pengujian Hipotesis secara Parsial (Uji t)	28
3.9.2 Pengujian secara Simultan (Uji F).....	28
3.10 Koefisien Determinasi (R^2)	29
BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN	30

4.1 Hasil Penelitian.....	30
4.1.1 Sejarah Singkat Bank BCA	30
4.1.2 Visi dan Misi Bank BCA.....	30
4.1.3 Struktur Organisasi Bank BCA	31
4.1.4 Karakteristik Responden	37
4.1.4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
4.1.4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
4.1.5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	38
4.1.5.1 Uji Validitas.....	38
4.1.5.2 Uji Reliabilitas	41
4.1.6 Uji Asumsi Klasik	42
4.1.6.1 Uji Normalitas.....	42
4.1.6.2 Uji Multikolonieritas.....	46
4.1.6.3 Uji Heteroskedastisitas.....	47
4.1.7 Analisis Regresi Linier Berganda.....	49
4.1.8 Pengujian Hipotesis.....	51
4.1.8.1 Uji t (Uji secara Parsial).....	51
4.1.8.2 Uji F (Uji secara Simultan)	53
4.1.9 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	54
4.2 Pembahasan	55
4.2.1 Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah	55
4.2.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah .	56

4.2.3 Pengaruh Fasilitas dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan

Nasabah.....	57
--------------	----

BAB V : KESIMPULAN, IMPLIKASI, MANAJERIAL DAN SARAN

AKADEMIS	59
-----------------------	-----------

5.1 Kesimpulan	59
----------------------	----

5.2 Implikasi Manajerial.....	60
-------------------------------	----

5.3 Saran Akademis.....	61
-------------------------	----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KARTU PESERTA SEMINAR PROPOSAL

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Nama Perbankan di Indonesia.....	2
Tabel 1.2	Rata-rata Jumlah Nasabah Fasilitas Digital Bank BCA KCU Asia Tahun 2017 sampai Tahun 2020	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	22
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	37
Tabel 4.3	Uji Validitas Variabel Fasilitas (X_1)	38
Tabel 4.4	Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X_2)	39
Tabel 4.5	Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y).....	40
Tabel 4.6	Uji Reliabilitas Variabel Fasilitas (X_1)	41
Tabel 4.7	Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan (X_2).....	42
Tabel 4.8	Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)	42
Tabel 4.9	Uji <i>One Kolmogorov Smirnov</i>	46

Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas	47
Tabel 4.11 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	50
Tabel 4.12 Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	52
Tabel 4.13 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	53
Tabel 4.14 Uji R^2 (Koefisien Determinasi)	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Fasilitas Digital di Bank BCA KCU Asia	4
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	18
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Bank BCA	32
Gambar 4.2	Uji Normalitas Histogram	44
Gambar 4.3	Uji Normalitas P-Plot	45
Gambar 4.4	Uji Normalitas <i>Scatterplot</i>	49
Gambar 4.2	Uji Normalitas Histogram	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Jawaban Responden Atas Variabel Fasilitas (X_1)
Lampiran 3	Jawaban Responden Atas Variabel Kepercayaan (X_2)
Lampiran 4	Jawaban Responden Atas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)
Lampiran 5	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Fasilitas (X_1)
Lampiran 6	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan (X_2)
Lampiran 7	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)
Lampiran 8	Uji Asumsi Klasik
Lampiran 9	Uji Regresi Linear Berganda, Uji Hipotesis dan Uji Koefisien Determinasi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perbankan merupakan bagian vital perekonomian diseluruh negara, banyak roda-roda perekonomian terutama digerakkan oleh perbankan baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk dapat bertahan dalam kelangsungan pada sistem keuangan yang turbulen, sebuah bank harus dapat berkompetisi dengan bank-bank kompetitor dan penyedia layanan jasa keuangan lainnya. Suatu bank dikatakan berhasil memenangi kompetisi bisnis terhadap saingannya jika ia mampu memberikan jasa layanan finansial bank yang lebih baik dari kompetitornya, sekaligus mampu mengadaptasikan diri dengan setiap perubahan lingkungan. Dengan semakin meningkatnya kelancaran perekonomian maka bank akan semakin banyak menawarkan fasilitas maupun jasa perbankan yang dapat mendukung kelancaran perekonomian Indonesia. Adanya persaingan antar bank tidak dapat dihindari yang membawa dampak positif maupun negatif bagi perkembangan sebuah bank. Dampak positifnya adalah memberikan motivasi bagi bank agar berkompetisi saling menjadi yang terbaik. Sedangkan dampak negatifnya adalah kekalahan di dalam persaingan bank yang dapat menghambat laju perkembangan bank yang bersangkutan. Kondisi ini dapat membawa laju perkembangan besar bagi bank bahkan dapat mengakibatkan bangkrut atau gulung tikar. Disamping itu, Tujuan utama bank adalah guna memberikan kepuasan maksimal dan mempertahankan nasabahnya. Maka dengan itu bank selalu

berusaha memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah. Bank juga berusaha memenuhi

apa yang nasabah harapkan dengan cara-cara yang lebih memuaskan dari yang dilakukan Bank pesaing. Berikut beberapa Perbankan yang bersaing di Indonesia adalah :

Tabel 1.1
Nama Perbankan di Indonesia

No.	Nama Bank
1	Bank Mandiri
2	Bank Negara Indonesia (BNI)
3	Bank Rakyat Indonesia (BRI)
4	Bank Tabungan Negara (BTN)
5	Bank Artha Graha International
6	Bank Bukopin (KB Bukopin)
7	Bank Bumi Arta
8	Bank Central Asia (BCA)
9	Bank CIMB Niaga
10	Bank Danamon

Sumber: www.zonareferensi.com/daftar-nama-bank-di-indonesia/

Di Kota Medan sektor perbankan sangat berperan penting dalam menunjang pertumbuhan ekonomi yang sehat, perbankan yang memiliki fungsi sebagai lembaga intermediasi yaitu menerima dana dari masyarakat dan kemudian menyalurkan kembali pada masyarakat agar dapat berperan secara maksimal dalam menggairahkan sektor riil di Indonesia.

Menurut Tjiptono dan Diana (2019:123), Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja atau hasil produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya. Untuk memenangkan persaingan setiap bank menyiapkan cara-cara atau metode yang dapat mempertahankan dan tetap memberikan pelayanan yang sempurna bagi nasabah setianya. Hal ini juga dilakukan oleh Bank Central Asia.

Bank Central Asia atau BCA adalah bank swasta terbesar di Indonesia. Bank ini berdiri pada tanggal 21 Februari 1957 dengan nama Bank Central Asia

NV. Bank Central Asia memperkuat jaringan layanan dengan mendirikan cabang sebanyak 139 Kantor Cabang Utama, 873 Kantor Cabang Pembantu, 244 Kantor Kas. Slogan dan Motto dari Bank BCA adalah “Senantiasa di Sisi Anda”.

Seiring dengan berkembangnya kemampuan bank dalam pelayanan sebagai salah satu cara untuk memberikan jasa yang baik kepada nasabah. Dengan demikian setiap bank berlomba-lomba untuk melengkapi fasilitas yang mumpuni guna untuk memenuhi standar dan memberikan pelayanan terbaik bagi nasabah. Fasilitas menjadi faktor yang sangat penting karena dapat mensupport kinerja bank serta kemudahan transaksi bagi nasabah. Semakin baik dan banyak fasilitas di sebuah bank maka akan semakin mendorong kinerja operasional yang melibatkan nasabah secara langsung dalam sebuah pelayanan.

Menurut Andari (2017:21), “Fasilitas merupakan suatu bentuk kebendaan yang berfungsi untuk menambah nilai suatu produk atau jasa yang ditawarkan.” Fasilitas merupakan hal yang sangat penting bagi bank di era kompetisi perbankan yang sangat ketat ini. Pentingnya fasilitas bagi perusahaan sudah tidak diragukan lagi karena perusahaan sangat berharap nasabah dapat mendapatkan layanan yang terbaik serta mempertahankan nasabah untuk selalu bertransaksi di bank tersebut. Perusahaan yang mampu memberikan fasilitas yang unggul akan memperoleh kesuksesan jangka panjang.

Masalah yang tengah diteliti terhadap perusahaan adalah kenaikan jumlah fasilitas guna memberikan pelayanan yang maksimal bagi nasabah yang membuat jumlah kenaikan nasabah setiap bulannya selama tahun 2020 di Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia.

Tabel 1.2
Rata-rata Jumlah Nasabah Fasilitas Digital Bank BCA KCU Asia
Tahun 2017 sampai Tahun 2020

Tahun	Rata-rata nasabah/ Hari	Permasalahan
2017	50	1. Kemudahan dalam menggunakan fasilitas 2. Cepat dalam menyelesaikan transaksi 3. Bertambahnya jumlah fasilitas (2019)
2018	80	
2019	120	
2020	200	

Sumber : Bank Central Asia Cabang KCU Asia

Tabel 1.2 diatas menunjukkan bahwa adanya peningkatan dalam transaksi nasabah /hari dari tahun 2017 sampai 2020. Hal ini dikarenakan adanya penambahan fungsi dan kuantitas fasilitas di kantor BCA KCU Asia.

Berikut beberapa contoh fasilitas digital yang terdapat di Kantor BCA KCU Asia :



Sumber : Dokumentasi Pribadi

Gambar 1.1
Fasilitas Digital di Bank BCA KCU Asia

Selain Fasilitas ada juga aspek yang mempengaruhi kepuasan dari nasabah yaitu “Trust” atau Kepercayaan. Membangun Kepercayaan dalam hubungan jangka panjang nasabah adalah suatu faktor yang penting untuk menciptakan kesetiaan dalam diri konsumen. Semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen terhadap perusahaan, maka semakin tinggi juga kepuasan konsumen. Maka dari

itu perusahaan selalu melakukan upaya dalam pelayanan agar nasabah tetap percaya dan setia terhadap setiap pelayanan yang didapatkannya di perusahaan.

Menurut Kotler dan Keller (2018:219), Kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Kepercayaan tergantung pada sejumlah faktor antarpribadi dan antarorganisasi, seperti kompetensi, integritas, kejujuran, dan kebaikan hati perusahaan.

Pada Bank BCA KCU Asia upaya yang dilakukan untuk mempertahankan kepercayaan nasabah adalah dengan melakukan follow up nasabah, survey kepuasan pelanggan, kritik dan saran dari nasabah. Cara ini dilakukan agar dapat menggali kebutuhan serta keinginan nasabah agar nasabah tetap percaya terhadap jasa pelayanan yang diberikan oleh Bank BCA KCU Asia.

Berdasarkan latar belakang diatas tersebut, Maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH FASILITAS DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM PENGGUNAAN FASILITAS DIGITAL PADA PT. BANK CENTRAL ASIA TBK CABANG KCU ASIA.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas disinyalir bahwasannya tingkat persaingan perbankan sangat tinggi untuk menunjukkan pelayanan terbaik bagi nasabah. Hal ini disebabkan oleh :

1. Fasilitas fisik dan digital yang lengkap serta nyaman untuk digunakan sehingga memudahkan nasabah dalam bertransaksi.
2. Tingkat kepercayaan yang tinggi dari nasabah terhadap PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia yang mendorong nasabah untuk selalu bertransaksi dan puas terhadap layanan PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian tidak melebar dan menyentuh hal-hal yang tidak berhubungan maka peneliti membatasi ruang lingkup yang hanya mencakup perihal Fasilitas (X1) dan Kepercayaan (X2), Terhadap Kepuasan Nasabah (Y) di dalam PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang serta identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, dapat dibuat perumusan masalah yaitu :

1. Apakah Fasilitas berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia ?

2. Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia ?
3. Apakah Fasilitas dan Kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia ?

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh fasilitas terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh fasilitas dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia.

1.6 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan bagi pihak-pihak yang berkepentingan antara lain :

1. Bagi PT. Bank Central Asia
Sebagai dasar memperbaiki standar layanan agar dapat bersaing dengan perbankan atau perusahaan sejenis dan sebagai informasi mengenai bagaimana pengaruh fasilitas dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Central Asia Tbk.

2. Bagi Akademik

Sebagai tambahan referensi kepustakaan yang dapat digunakan mahasiswa khususnya Jurusan Manajemen mengenai variabel fasilitas dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Defenisi Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono dan Diana (2019:123), Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja atau hasil produk yang dipersepsikan dan ekspetasinya.

Menurut Sudaryono (2016:78), Kepuasan Konsumen adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan di mana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang.

Menurut Assauri (2015:176), Kepuasan Konsumen merupakan ukuran keberhasilan strategi pemasaran perusahaan dalam memasarkan produk.

Menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019:210), Kepuasan Konsumen adalah pengukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk-produk atau jasa yang diterima.

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013:183), Kepuasan Konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan kinerja produk yang sesungguhnya

Berdasarkan teori defenisi parah ahli diatas, peneliti menyimpulkan bahwa Kepuasan Konsumen adalah sikap konsumen terhadap barang atau jasa sebagai penilaian yang dihasilkan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara hasil yang diinginkan dengan hasil yang diharapkan.

2.1.1.1 Faktor-faktor Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (2015:368), Konsumen umumnya menggunakan beberapa atribut atau faktor berikut:

1. Bukti Fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi
2. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dasar dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
5. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

2.1.1.2 Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono dan Diana (2019:155), metode pengukuran Kepuasan Konsumen terdapat 4 metode sebagai berikut:

1. Sistem Keluhan Konsumen & Saran

Setiap pemasar yang berorientasi pada pelanggan wajib memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggan untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat, gagasan, masukan, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang diletakkan ditempat-tempat strategis (yang mudah diakses atau sering dilalui pelanggan), kartu komentar (yang bisa diisi langsung maupun yang dikirim via pos kepada perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa, website, media sosial, blog, facsimile, nomor ponsel, dan lain-lain.

2. Ghost shopping (mystery shopping)

Salah satu metode memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang ghost shoppers untuk berperan sebagai pelanggan potensial perusahaan dan pesaing. Mereka diminta melaporkan berbagai temuan penting berdasarkan pengalamannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk maupun layanan perusahaan dibandingkan para pesaing.

3. Lost Customer Analysis / Mengamati Tingkat Kehilangan Konsumen

Perusahaan sedapat mungkin menghubungi para pelanggan yang telah berhenti memberi atau yang telah beralih pemasok, agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya.

4. Survei Kepuasan Pelanggan

Umumnya sebagian besar penelitian mengenai kepuasan pelanggan menggunakan metode survey, baik via pos, telepon, email, website, maupun wawancara langsung. Melalui survey, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik langsung dari pelanggan dan juga memberikan sinyal positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap mereka.

2.1.2 Teori Fasilitas

Secara umum fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan dan melancarkan pelaksanaan suatu usaha dan merupakan sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam melakukan atau memperlancar suatu kegiatan.

Menurut Andari (2017:21), Fasilitas merupakan suatu bentuk kebendaan yang berfungsi untuk menambah nilai suatu produk atau jasa yang ditawarkan.

Menurut Oetama (2017:60), Fasilitas adalah objek penting untuk meningkatkan kepuasan seperti kenyamanan pelanggan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan pengguna layanan. Jika layanan yang diberikan memenuhi persyaratan, klien akan puas.

Menurut Sulistiyono (2014:6), Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitas atau kegiatan-kegiatannya, sehingga kebutuhan-kebutuhan dapat terpenuhi selama tinggal dihotel.

Menurut Saggaf dan Akib (2018:44), Fasilitas adalah peralatan dan fasilitas yang diperlukan dalam penyelenggaraan pelayanan, termasuk peralatan dan fasilitas pelayanan bagi kelompok rentan.

Menurut Wahyudin (2020:141), Fasilitas adalah semua fasilitas yang diperlukan dalam proses belajar mengajar, baik yang bergerak maupun yang tidak bergerak agar pencapaian tujuan pendidikan dan berjalan dengan lancar, teratur, efektif dan efisien.

2.1.2.1 Faktor-faktor dari Fasilitas

Menurut Nirwana (2014 : 47) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi fasilitas dalam suatu jasa diantaranya adalah

1. Desain Fasilitas
2. Nilai Fungsi
3. Estetika
4. Kondisi Yang Mendukung
5. Peralatan Penunjang

2.1.2.2 Indikator Fasilitas

Menurut Andari (2017:21) Terdapat beberapa indikator dari fasilitas yaitu:

1. Sistem : Komponen atau elemen yang memudahkan informasi, materi untuk mencapai tujuan
2. Hubungan dengan pelanggan : Memiliki fungsi dan peranan dalam penggunaan bagi pelanggan
3. Kemudahan : Mudah digunakan serta membantu transaksi pelanggan

2.1.3 Teori Kepercayaan

Kepercayaan merupakan fondasi dari bisnis perusahaan terkhususnya dibidang perbankan. Membangun kepercayaan dalam hubungan jangka panjang dengan konsumen (nasabah) adalah suatu factor yang penting untuk menciptakan kesetiaan dalam diri konsumen. Kepercayaan yang dimiliki oleh konsumen memiliki kekuatan pengetahuan apa yang dipercayai olehnya dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen berasal dari pandangan konsumen terhadap perusahaan yang memiliki objek, atribut, kualitas layanan dan manfaat yang positif bagi konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2018:219), Kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Kepercayaan tergantung pada sejumlah factor antarpribadi dan antarorganisasi, seperti kompetensi, integritas, kejujuran, dan kebaikan hati perusahaan.

Menurut Suprpto dan Azizi (2020:20), Kepercayaan Konsumen merupakan suatu hal yang penting bagi sebuah komitmen atau janji, dan komitmen hanya dapat direalisasikan jika suatu saat berarti.

Menurut Soekanto (2017:231), Kepercayaan timbul sebagai hasil hubungan langsung antara dua orang atau lebih yang bersifat asosiatif.

Menurut Sutrisno (2010:202), Kepercayaan (trust) adalah konsep yang memiliki dua komponen. Pertama, komponen emosional yang disebutkan sebagai antisipasi yang diyakinkan dan harapan yang penuh kepercayaan. Kedua,

komponen intelektual yang didasarkan pada sekumpulan rekaman mengenai performansi yang mengonfirmasikan rasa percaya tersebut.

Menurut Thoha (2019:116), Kepercayaan merupakan suatu landasan dari setiap usaha kolaborasi dengan orang lain.

2.1.3.1 Dimensi Kepercayaan Konsumen

Menurut Priansa (2017:123), Dimensi Kepercayaan Konsumen terdiri atas :

1. Kepuasan

Kepuasan merupakan sikap terhadap hasil transaksi dan akan mempengaruhi perilaku selanjutnya oleh konsumen, serta mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen.

2. Skala Interpersonal (Interpersonal scale)

Skala Interpersonal merupakan ukuran untuk mengukur kepercayaan seseorang pada pihak lain.

3. Terpercaya (Trustworthiness)

Terpercaya berkenaan dengan kepercayaan konsumen pada kebaikan, kemampuan, kejujuran, integritas, keandalan, dan ketulusan dalam pelayanan yang diberikan.

4. Hasil Kepercayaan (Out Comes Of Trust)

Kepercayaan berkaitan dengan tindakan, bukan hanya berhubungan dengan kognitif maupun afektif konsumen.

Dalam membangun kepercayaan konsumen, maka dijalani untuk memberi keyakinan penuh kepada konsumen melalui informasi, komunikasi, maupun kejujuran dalam bertransaksi. Kepercayaan tidak begitu saja memberikan harapan apa yang diinginkan oleh konsumen. Namun ketika konsumen telah memiliki kepercayaan kepada perusahaan maka secara otomatis akan muncul loyalitas dari mereka. Konsumen tidak akan berpikir dua kali untuk melakukan transaksi dan hal ini menjadi salah satu hal penting untuk mendapatkan dan meningkatkan kepercayaan dari konsumen.

2.1.3.2 Indikator Kepercayaan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2018:220), Kepercayaan Konsumen terdiri dari beberapa indikator, antara lain:

1. Transparan
Informasi, penuh jujur.
2. Kualitas produk/jasa
Produk dan jasa terbaik untuk memenuhi harapan.
3. Bermitra dengan pelanggan
Membantu pelanggan mempelajari dan membantu diri mereka sendiri.
4. Advokasi Pervasif
Semua fungsi bekerja untuk membangun kepercayaan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

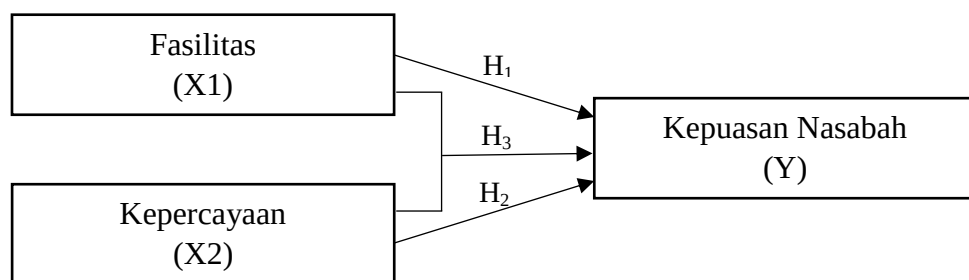
Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Keterangan
1	Ahmad Guspul dan Awaludin Ahmad (2014) Jurnal PPKM 156-170 Juni-July 2014 ISSN: 2354-869X Daerah : Wonosobo	Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah di Wonosobo	Variabel Independen : Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Variabel Dependen : Kepercayaan	Kualitas Pelayanan dan Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Nasabah
2	Taufiq Arinoto (2014) Journal Educational Management Vol.3 No 2 September-Oktober 2014 ISSN: 2252-7001 Daerah : Semarang	Pengaruh Fasilitas Sekolah dan Lingkungan Sekolah terhadap Kepuasan Siswa melalui Mutu Layanan di SMA Swasta Sekecamatan Pedurungan Kota Semarang	Variabel Independen : Fasilitas dan Lingkungan Variabel Dependen : Kepuasan	Fasilitas dan Lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan
3	William dan Tiurniari Purba (2020) Jurnal Manajemen Vol.8 No 1 Februari 2020 ISSN: 2303-1174 Daerah : Batam	Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Mazda di Kota Batam	Variabel Independen : Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Variabel Dependen : Kepuasan	Kualitas Pelayanan dan Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan
4	Ninik Sriyani dan Achmad Sukma Hidayat (2017) Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi Vol.7 No 1 Maret 2017 Daerah : Madiun	Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan di Aston Madiun Hotel & Conference Center	Variabel Independen : Fasilitas Variabel Dependen : Kepuasan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan
5	Brillyan Jaya Sakti (2018)	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan,	Variabel Independen :	Hasil Penelitian menunjukkan

No.	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Keterangan
	Journal of Management Vol.7 No 4 Hal 1-8 ISSN: 2337-3792 Daerah : Semarang	Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada J&T Express Kota Semarang)	Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu dan Fasilitas Variabel Dependen : Kepuasan	bahwa Fasilitas berpengaruh simultan dan signifikan terhadap Kepuasan

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Hipotesis pada penelitian ini adalah :

- H1 : Terdapat pengaruh antara Fasilitas terhadap Kepuasan Nasabah dalam penggunaan fasilitas digital pada PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia.
- H2 : Terdapat pengaruh antara Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah dalam penggunaan fasilitas digital pada PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia.
- H3 : Terdapat pengaruh antara Fasilitas dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah dalam penggunaan fasilitas digital pada PT. Bank Central Asia

Tbk Cabang KCU Asia.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak dibidang perbankan di kota Medan yaitu PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia yang beralamat di Jalan Asia No 1C Medan.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Februari 2021 sampai dengan Juni 2021

3.2 Jenis Data dan Sumber Data Penelitian

3.2.1 Jenis Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif merupakan penelitian yang menjelaskan fenomena yang ada dengan menggunakan angka-angka untuk mencadarkan karakteristik individu atau kelompok.

Menurut Sugiyono (2013:64), Penelitian deskriptif adalah perbandingan variabel itu pada sampel yang lain, dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel yang lain.

3.2.2 Sumber Data Penelitian

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013:301), menjelaskan bahwa sumber data penelitian merupakan factor penting yang menjadi pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data, selain jenis data. Sumber data penelitian terdiri atas :

1. Sumber data primer

Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Sumber data primer dalam penelitian ini adalah nasabah pada PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia sebagai responden kuesioner. Data primer dalam penelitian ini berupa wawancara dan hasil pengisian kuesioner yang diberikan kepada responden.

2. Sumber data sekunder

Data sekunder umumnya tidak dirancang secara spesifik untuk memenuhi kebutuhan penelitian tertentu. Sumber data sekunder dalam penelitian ini meliputi profil perusahaan, fasilitas perusahaan, data yang diperoleh dari buku, jurnal, teori-teori dan data yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013:119) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi pada penelitian ini adalah Nasabah yang menggunakan fasilitas digital dan memiliki kepercayaan akan pelayanan di PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia. Jumlah populasi dari penelitian ini adalah 52.000 nasabah.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2013:120) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Untuk mendapatkan sampel maka populasi diperkecil dengan teknik sampel slovin dengan tingkat kepercayaan 90% dan tingkat error 10% dimana rumus slovin yang digunakan adalah:

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

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Ukuran Populasi

E = Toleransi Kesalahan (10%)

$$\begin{aligned} n &= \frac{52.000}{1 + 52.000(10\%^2)} \\ &= \frac{52.000}{1 + 52.000(0,01)} \\ &= \frac{52.000}{1 + 520} \\ &= \frac{52.000}{521} \\ &= 99 \end{aligned}$$

Berdasarkan data dari jumlah populasi diatas yang berjumlah 52.000 nasabah dan dilakukan pengecilan jumlah sampel dengan rumus slovin dengan penggunaan tingkat toleransi kesalahan sebesar 10% maka dengan demikian dapat diketahui bahwa jumlah dari sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 99 nasabah.

3.4 Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Defenisi operasional menjelaskan karakteristik dari objek ke dalam elemen-elemen yang dapat diobservasi yang menyebabkan konsep dapat diukur dan dioperasionalkan ke dalam penelitian. Berdasarkan hipotesis pada bagian sebelumnya, identifikasi variabel penelitian dikelompokkan sebagai berikut:

1. Variabel independen yang sering disebut variabel bebas.

Variabel independen (bebas) penelitian ini merupakan Fasilitas dan Kepercayaan.

2. Variabel dependen yang sering disebut variabel terikat.

Variabel dependen (terikat) dalam penelitian ini merupakan Kepuasan Konsumen.

Definisi operasional untuk masing-masing variabel bebas dan variabel terikat diatas adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Fasilitas (X_1)	Fasilitas merupakan suatu bentuk kebendaan yang berfungsi untuk menambah nilai suatu produk atau jasa yang ditawarkan Sumber : Andari (2017)	1. Sistem 2. Hubungan dengan pelanggan 3. Kemudahan Sumber : Andari (2017)	Skala Likert

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Kepercayaan (X_2)	Kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Kepercayaan tergantung pada sejumlah factor antarpribadi dan antarorganisasi, seperti kompetensi, integritas, kejujuran, dan kebaikan hati perusahaan Sumber : Kotler dan Keller (2018:219)	1. Transparan : Informasi, penuh jujur. 2. Kualitas produk/jasa : Produk dan jasa terbaik untuk memenuhi harapan. 3. Bermitra dengan pelanggan : Membantu pelanggan mempelajari dan membantu diri mereka sendiri. 4. Advokasi Pervasif : Semua fungsi bekerja untuk membangun kepercayaan. Sumber : Kotler dan Keller (2018:220)	Skala Likert
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja atau hasil produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya. Sumber : Tjiptono dan Diana (2019:123)	1. Sistem Keluhan 2. Ghost shopping (mystery shopping) 3. Lost Customer Analysis / Mengamati Tingkat Kehilangan Konsumen 4. Survei Kepuasan Pelanggan Sumber : Tjiptono dan Diana (2019:155)	Skala Likert

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini dilakukan dengan teknik sebagai berikut:

1. Angket atau Kuesioner

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam hal ini kuesioner akan dibagikan kepada nasabah sebagai responden.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada nasabah pada awal penelitian untuk mencari tahu tentang fenomena yang terjadi di perusahaan yang sedang diteliti. Skala likert berfungsi untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala likert memiliki tingkatan dari sangat positif hingga sangat negative yang dapat berupa kata-kata seperti:

Sangat Setuju	=	5
Setuju	=	4
Ragu-ragu atau Netral	=	3
Tidak Setuju	=	2
Sangat tidak setuju	=	1

3.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Ghazali (2013:52), Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner.

1. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dan nilai positif maka butir pertanyaan valid.
2. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ dan nilai negatif maka butir pertanyaan tidak valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2013:47), Uji reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variable atau konstruk. Pernyataan kuesioner dikatakan reliable apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten. Pengukuran sekali saja pengukuran keandalan butir pernyataan dengan sekali menyebarkan kuesioner pada responden, kemudian hasil nilainya akan diukur dengan korelasinya antarskor jawaban pada butir pernyataan yang sama dengan bantuan komputer *Statistical Product & Service Solution (SPSS)* dengan fasilitas *Cronbach Alpha* suatu konstruk atau variable dikatakan reliable jika memberikan nilai *cronbach alpha* > 0,60.

3.7 Uji Asumsi Klasik

3.7.1 Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2013:154), Uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi dinyatakan baik bila data normal atau mendekati normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Dalam uji ini, pedoman yang digunakan dalam pengambilan keputusan adalah:

1. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka distribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka distribusi tidak normal.

3.7.2 Uji Multikolonieritas

Menurut Ghazali (2013:103), Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Cara mendeteksi multikolonieritas dengan menganalisis matrik korelasi antar variabel independen dan perhitungan nilai Tolerance dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai cutoff pada umumnya digunakan untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai $Tolerance \leq 0.10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$. Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$).

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2013:134), Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi ada terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Deteksi adanya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot

dimana sumbu Y adalah Y yang diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-*studentized*. Dasar analisis dari uji heteroskedastisitas ini adalah:

1. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan bahwa telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas dan titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y , maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Ghazali (2013:93), analisis regresi merupakan studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel penjelas/bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan / atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Rumus persamaan analisis regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + e$$

Keterangan:

Y	=	Kepuasan Konsumen (dependent variabel)
x_1	=	Fasilitas (independent variabel)
x_2	=	Kepercayaan (independent variabel)
α	=	Konstanta
$\beta_1 \beta_2$	=	Koefisien regresi variabel independen
e	=	Kesalahan penduga (yang tidak terungkap=5%)

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (uji t)

Menurut Ghozali (2013:97), Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dengan ketentuan:

$H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$ Secara parsial tidak adanya pengaruh Fasilitas dan Kepercayaan secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia.

$H_1 : \beta_1, \beta_2 \neq 0$ Secara parsial adanya pengaruh Fasilitas dan Kepercayaan secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia.

Hipotesis dapat diketahui apakah diterima atau ditolak yaitu dengan melakukan perbandingan antara nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} pada tingkat kepercayaan 95% dan tingkat kesalahan 5%. Kriteria penilaian hipotesis pada uji t adalah:

Jika $-t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak

Jika $-t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima

3.9.2 Pengujian secara Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2013:96) Uji F untuk menguji joint hipotesia bahwa β_1, β_2 dan β_3 secara simultan sama dengan nol. Bentuk pengujianya adalah sebagai berikut:

$H_0: \beta_1, \beta_2 = 0$ Secara simultan tidak adanya pengaruh Fasilitas dan Kepercayaan secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia

$H_1: \beta_1, \beta_2 \neq 0$ Secara simultan adanya pengaruh Fasilitas dan Kepercayaan secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia

Kriteria pengujian uji simultan adalah :

Jika nilai $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ dan signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima,

Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak

3.10 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2013:95), Koefisien determinasi memiliki tujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi-variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat Bank BCA

PT. Bank Central Asia Tbk adalah Bank swasta terbesar di Indonesia yang didirikan pada 21 Februari 1957. PT. Bank Central Asia Tbk berkedudukan di Menara BCA, Grand Indonesia, Jl. MH Thamrin No. 1, Jakarta. BCA juga telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sejak 31 Mei 2000 dengan kode emiten BBCA.

PT. Bank Central Asia Tbk menjalankan layanan jasa keuangan dengan berfokus pada bisnis perbankan transaksi serta menyediakan fasilitas kredit dan solusi keuangan bagi segmen korporasi, komersial, UKM, dan konsumen.

PT. Bank Central Asia Tbk memiliki 1.244 Kantor Cabang dan 17.634 Mesin ATM yang tersebar di kota-kota di Indonesia. Serta memiliki 25 Juta rekening nasabah yang terdaftar.

4.1.2 Visi dan Misi Bank Central Asia

Visi

Bank pilihan utama andalan masyarakat, yang berperan sebagai pilar penting perekonomian Indonesia.

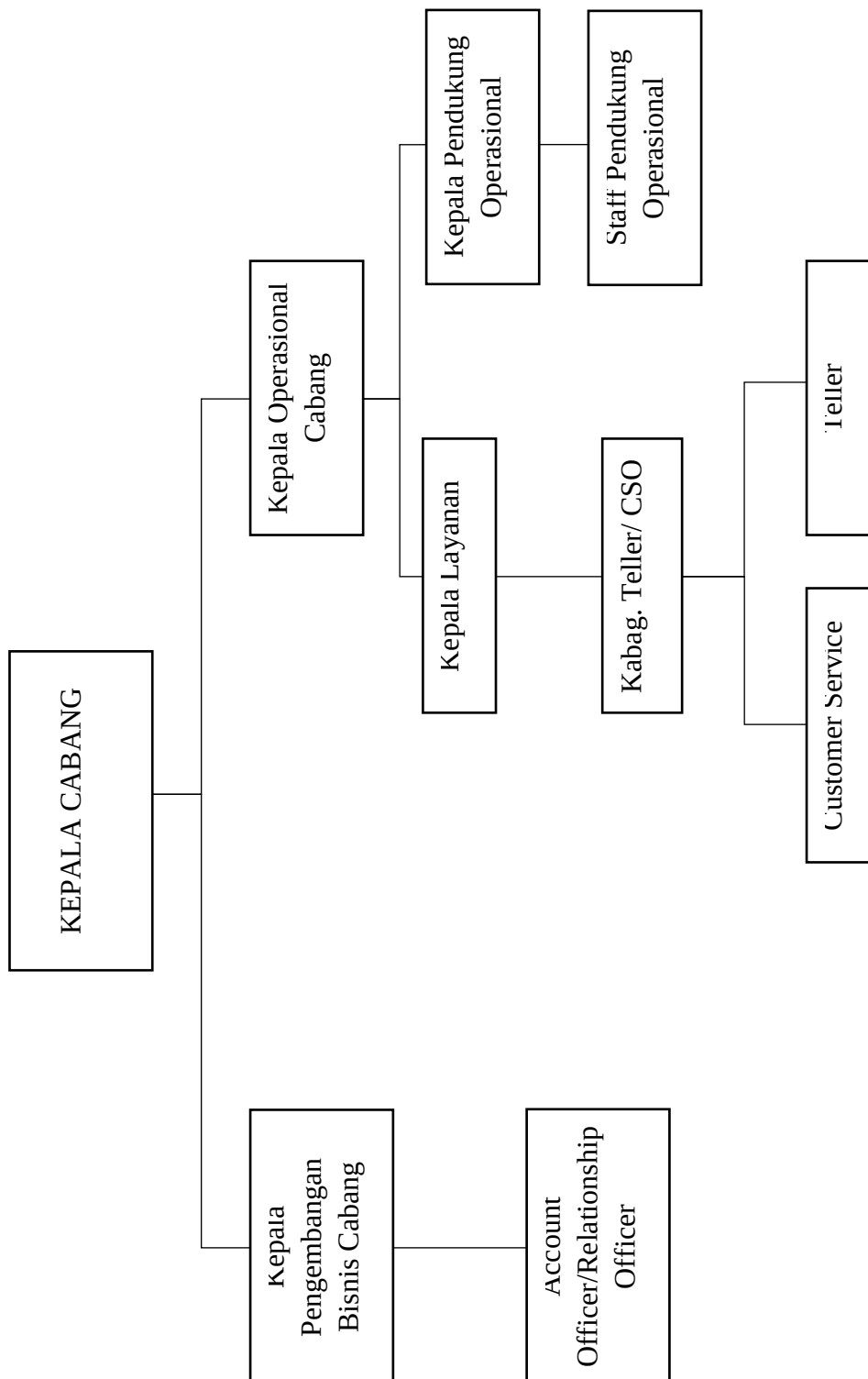
Misi

1. Membangun institusi yang unggul di bidang penyelesaian pembayaran dan solusi keuangan bagi nasabah bisnis dan perseorangan.

2. Memahami beragam kebutuhan nasabah dan memberikan layanan finansial yang tepat demi tercapainya kepuasan optimal bagi nasabah.
3. Meningkatkan nilai francais dan nilai stakeholder BCA.

4.1.3 Struktur Organisasi Bank BCA

Di dalam organisasi, Struktur organisasi sangat penting untuk mengetahui posisi masing-masing unit dan setiap jabatan yang terdapat pada perusahaan tersebut. Sesuai dengan tugas serta tanggung jawab Bank BCA mempunyai struktur organisasi sebagai berikut :



Sumber : Bank BCA, 2020

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Bank BCA

Tugas dan Wewenang, antara lain :

Kepala Cabang

Tugas & Wewenang Kepala Cabang :

1. Mengembangkan, membantu dan melatih bawahan sesuai dengan pekerjaannya untuk memenuhi syarat-syarat pada unit kerja masing-masing.
2. Menjalankan fungsi manajemen personalia mulai dari pendelegasian wewenang, penilaian karyawan, pengendalian lingkungan kerja.
3. Melakukan koordinasi dengan KPBC dalam upaya mencapai target *Funding* dan *Lending* melalui pelaksanaan strategi atau penyelesaian masalah marketing.
4. Melakukan pengembangan kompetensi karyawan yang berada di kantor cabang.
5. Mewakili Direksi dalam melakukan penandatanganan PK dan Jaminan bersama Tim Legal.
6. Menyetujui pengeluaran biaya rutin harian cabang.
7. Melakukan otorisasi transaksi finansial sesuai dengan limir yang telah ditentukan.

Kepala Pengembangan Bisnis Cabang

Tugas & Wewenang Kepala Pengembangan Bisnis Cabang :

1. Membuat strategi (*action plan*) secara komprehensif untuk memastikan terselenggaranya fungsi bidang perkreditan secara efektif dan dapat memberikan kontribusi yang optimal terhadap kinerja perusahaan.
2. Melakukan analisa dan memastikan ketepatan analisa perkreditan atas aplikasi calon debitur yang diberikan oleh AO/RO.
3. Menganalisa dan mengevaluasi portofolio pendanaan dalam angka efektifitas pengelolaan dan meminimalkan resiko pemberian dana.

4. Merencanakan dan mengendalikan implementasi program marketing dalam optimalisasi kinerja bisnis perusahaan.
5. Memberikan laporan atas pencapaian target perkreditan Kantor Cabang dalam rangka memastikan tercapainya target secara keseluruhan.
6. Melakukan review secara rutin untuk perbaikan kualitas kerja unit yang menjadi tanggung jawabnya.

Account Officer/Relationship Officer

Tugas & Wewenang AO/RO :

1. Memberikan layanan dan total solusi finansial kepada debitur.
2. Melakukan pengembangan hubungan dengan debitur.
3. Melakukan pengolahan dan pemantauan kredit debitur.
4. Melakukan koordinasi dan pengembangan kerja sama dengan unit kerja lainnya.
5. Memberikan laporan kepada KPBC perkembangan dari calon nasabah debitur maupun debitur.

Kepala Operasional Cabang

Tugas & Wewenang KOC :

1. Memimpin kegiatan pemasaran pada kantor cabang.
2. Melakukan pengawasan, koordinasi dan monitoring atas kegiatan operasional.
3. Memantau dan melakukan manajemen resiko terhadap prosedur operasional.
4. Memberikan solusi dan keputusan mengenai permasalahan di kantor cabang.

Kepala Pendukung Operasional

Tugas & Wewenang KPO :

1. Mengkoordinir kegiatan operasional setiap hari yang dilakukan Back Office dan Khasanah.
2. Memberikan laporan valas dan kliring kepada pimpinan cabang BCA atas kegiatan yang ada setiap hari.
3. Memeriksa saldo akhir di Khasanah.
4. Menyimpan kunci kombinasi Khasanah.

Staff Pendukung Operasional

Tugas & Wewenang Staff PO :

1. Menginput bilyet giro nasabah untuk dikliringkan di Bank Indonesia.
2. Memantau pergerakan kurs valuta asing untuk kegiatan jual/beli valas.
3. Melakukan balancing terhadap segala transaksi Teller/CSO tiap akhir hari.
4. Melakukan Backup data dari transaksi yang telah dilakukan pada hari tersebut.

Kepala Layanan

Tugas & Wewenang Ka.Layanan :

1. Melakukan koordinasi dengan Head Teller dan Head CSO dalam melakukan kegiatan operasional.
2. Mengatur kegiatan operasional sebagaimana mestinya sesuai dengan masing-masing unit kerja
3. Memberi izin/tidak untuk karyawan dalam mengajukan cuti.

Head Teller/CSO

Tugas & Wewenang Head Teller/CSO :

1. Memberikan solusi apabila terjadi masalah di counter.
2. Memberikan override atas transaksi yang melebihi limit/wewenang teller/cso.
3. Melakukan verifikasi dan pencocokan transaksi nasabah.
4. Sebagai komunikator jika terjadi masalah dan diluar kemampuan teller/cso.

Teller

Tugas & Wewenang Teller

1. Memeriksa identitas nasabah
2. Meneliti keabsahan tanda tangan dan warkat.
3. Mengvalidasi tanda terima setoran/tarikan dalam batas limitnya.
4. Menghitung uang setoran/tarikan dari transaksi nasabah.
5. Melakukan balancing kas tiap akhir hari.

Customer Service

Tugas & Wewenang CSO :

1. Melayani semua pendaftaran produk BCA seperti pembukaan rekening, pembukaan deposito, pembukaan akun sekuritas dan memberikan solusi terkait masalah yang dialami oleh nasabah.
2. Mengregistrasi warkat Cek/BG setelah pengembalian resi warkat.
3. Mengedukasi nasabah terkait informasi baru dari BCA.
4. Menawarkan produk-produk investasi kepada nasabah.

4.1.4 Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan deskripsi tentang unit analisis yang diteliti yang mencakup karakteristik atau profil responden yang diperoleh dari hasil pengolahan data dari kuesioner. Jumlah sampel yang digunakan sebagai responden adalah sebanyak 99 Nasabah Bank BCA.

4.1.4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin seperti pada tabel 4.1

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-Laki	67 orang	67,7%
2	Perempuan	32 orang	32,3%
Total		99 orang	100%

Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Dari table 4.1 terlihat responden pada Bank BCA yang berjenis kelamin laki-laki paling banyak yaitu sebanyak 67 orang (67,7%) dan berjenis kelamin perempuan sebanyak 32 orang (32,3%).

4.1.4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia seperti pada tabel 4.2.

Tabel 4.2
Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	21 – 30 Tahun	46 orang	46,4%
2	31 – 40 Tahun	35 orang	35,4%
3	>40 Tahun	18 orang	18,2%
Total		99 orang	100%

Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Dari tabel 4.2 terlihat responden pada Bank BCA yang berumur diantara 21 – 30 Tahun yang paling banyak yaitu 46 orang (46,4%) dan yang berumur >40 Tahun yang paling sedikit yaitu 18 orang (18,2%).

4.1.5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

4.1.5.1 Uji Validitas

Mengukur validitas dapat dilakukan dengan cara melakukan korelasi antar skor butir pernyataan dengan total skor konstruk atau variabel. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam ini adalah jumlah sampel. Maka (df) yang digunakan adalah $30-2 = 28$ dengan alpha sebesar 5% maka menghasilkan nilai r_{tabel} sebesar 0,361 dengan ketentuan:

1. Hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$ = valid
2. Hasil $r_{hitung} < r_{tabel}$ = tidak valid

Jika r_{hitung} pada tiap butir pertanyaan lebih besar daripada r_{tabel} dan nilai r positif maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Hasil uji validitas untuk variabel Fasilitas (X_1) dapat dilihat pada tabel 4.3

Tabel 4.3
Uji Validitas Variabel Fasilitas (X_1)

No	Pernyataan	Nilai Corrected Item-Total Correlation	r_{tabel}	Keterangan
1	Bank BCA menggunakan sistem teknologi yang canggih.	0,799	0,361	Valid
2	Bank BCA mengutamakan kepuasan nasabah dengan mengandalkan sistem digital.	0,692	0,361	Valid
3	Nasabah dapat menyelesaikan transaksi	0,773	0,361	Valid

No	Pernyataan	Nilai Corrected Item-Total Correlation	r_{tabel}	Keterangan
	secara mandiri (self service).			
4	Bank BCA memberikan edukasi tentang penggunaan fasilitas digital.	0,489	0,361	Valid
5	Bank BCA menyediakan fasilitas yang memudahkan transaksi saya.	0,459	0,361	Valid
6	Nasabah rutin melakukan transaksi menggunakan fasilitas digital.	0,723	0,361	Valid

Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Dari tabel 4.3 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel Fasilitas dengan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,361 sehingga semua butir pernyataan kuesioner dari variabel Fasilitas dinyatakan telah valid.

Hasil Uji Validitas untuk variabel Kepercayaan (X_2) dapat dilihat pada tabel 4.4

Tabel 4.4
Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X_2)

No	Pernyataan	Nilai Corrected Item-Total Correlation	r_{tabel}	Keterangan
1	Bank BCA menyampaikan informasi yang dapat diyakini dan dipercaya.	0,529	0,361	Valid
2	Bank BCA memiliki informasi yang berguna untuk finansial saya.	0,514	0,361	Valid
3	Bank BCA selalu memberikan pelayanan yang membuat saya merasa sangat puas.	0,739	0,361	Valid
4	Bank BCA membantu saya menyelesaikan transaksi finansial saya.	0,662	0,361	Valid
5	Bank BCA menggali apa yang dibutuhkan nasabah.	0,660	0,361	Valid
6	Bank BCA menawarkan produk perbankan yang sesuai kebutuhan nasabah.	0,425	0,361	Valid
7	Bank BCA berkomitmen tinggi dalam memberikan pelayanan yang terbaik.	0,543	0,361	Valid

No	Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
8	Bank BCA memberikan pelayanan yang membuat saya percaya terhadap pelayanannya.	0,676	0,361	Valid

Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Dari tabel 4.4 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel Kepercayaan yang menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Collateral* lebih besar dari r_{tabel} 0,361 sehingga semua butir pernyataan kuesioner Kepercayaan dinyatakan telah valid.

Hasil uji validitas untuk variabel Kepuasan Nasabah dapat dilihat pada tabel 4.5.

Tabel 4.5
Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

No	Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
1	Bank BCA merespon dengan positif terhadap keluhan saya.	0,612	0,361	Valid
2	Bank BCA menyediakan sarana yang baik terhadap saran dan keluhan nasabah.	0,473	0,361	Valid
3	Saya memberikan nilai survey yang bagus terhadap pelayanan Bank BCA.	0,625	0,361	Valid
4	Saya merasa terbantu terhadap pelayanan yang diberikan Staff Bank BCA.	0,508	0,361	Valid
5	Bank BCA konsisten dalam follow up nasabah.	0,555	0,361	Valid
6	Bank BCA melakukan Gathering untuk mempererat hubungan dengan nasabah.	0,708	0,361	Valid
7	Bank BCA menerima tanggapan / umpan balik untuk meningkatkan pelayanan	0,565	0,361	Valid
8	Bank BCA memberikan perhatian terhadap nasabah.	0,711	0,361	Valid

Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Dari tabel 4.5 diatas menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel Kepuasan Nasabah menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,361 sehingga semua butir pernyataan kuesioner Kepuasan Nasabah dinyatakan telah valid.

4.1.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat ukur suatu kuesioner yang merupakan indicator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal apabila jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Metode uji reliabilitas yang sering digunakan adalah *Cronbach's Alpha*. Pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas sebagai berikut:

1. *Cronbach's Alpha* $< 0,6$ = Reliabilitas buruk
2. *Cronbach's Alpha* 0,6-0,79 = Reliabilitas diterima
3. *Cronbach's Alpha* 0,8 = Reliabilitas baik.

Hasil uji reliabilitas variabel Fasilitas dapat dilihat pada tabel 4.6

Tabel 4.6
Uji Reliabilitas Variabel Fasilitas (X_1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,747	6

Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan pada tabel diatas, maka dapat dinyatakan bahwa keenam butir pernyataan untuk variabel Fasilitas (X_1) tersebut berada diantara 0,6-0,79 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan diterima.

Hasil uji reliabilitas variabel Kepercayaan dapat dilihat pada tabel 4.7.

Tabel 4.7
Uji Reliabilitas Varibel Kepercayaan (X_2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,738	8

Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan pada tabel diatas, maka dapat dinyatakan bahwa kedelapan butir pernyataan untuk variabel Kepercayaan (X_2) tersebut berada diantara 0,6-0,79 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan diterima.

Hasil uji reliabilitas variabel Kepuasan Nasabah dapat dilihat pada tabel 4.8.

Tabel 4.8
Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,741	8

Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan pada tabel diatas, maka dapat dinyatakan bahwa kedelapan butir pernyataan untuk variabel Kepuasan Nasabah (Y) tersebut berada diantara 0,6-0,79 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan diterima.

4.1.6 Uji Asumsi Klasik

4.1.6.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dua cara untuk

mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistic. Metode yang handal yaitu dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal.

Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan *plotting* data residual akan membandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

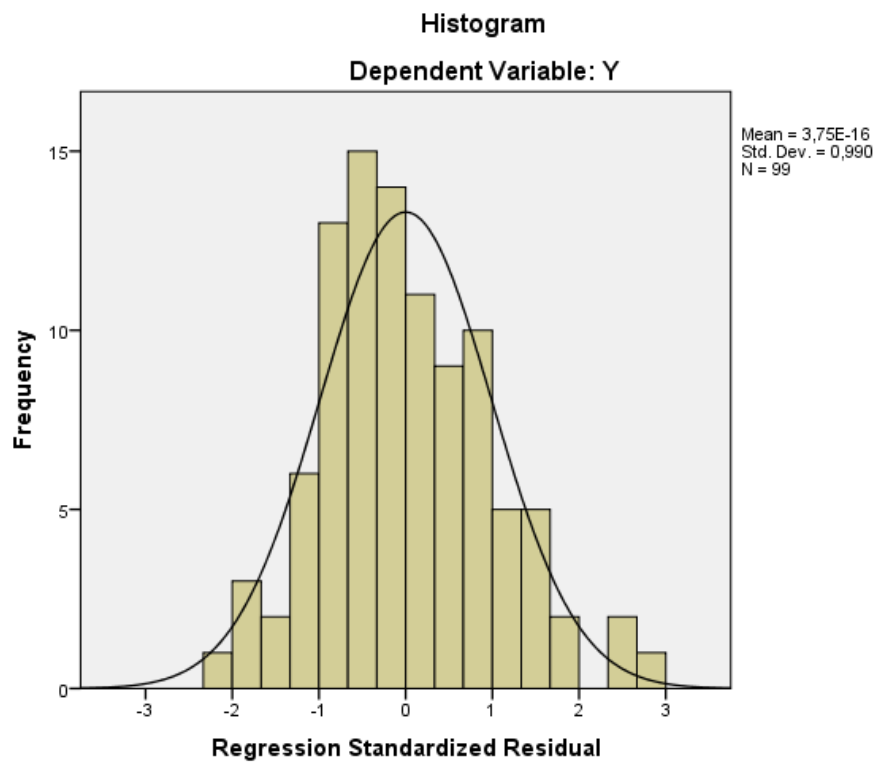
Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji statistik lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistic non-parametik *Kolmogrov-Smirnov* (K-S). Dalam uji ini, pedoman yang digunakan dalam pengambilan keputusan adalah :

1. $p < 0,05$ maka distribusi data tidak normal.
2. $p \geq 0,05$ maka distribusi data normal.

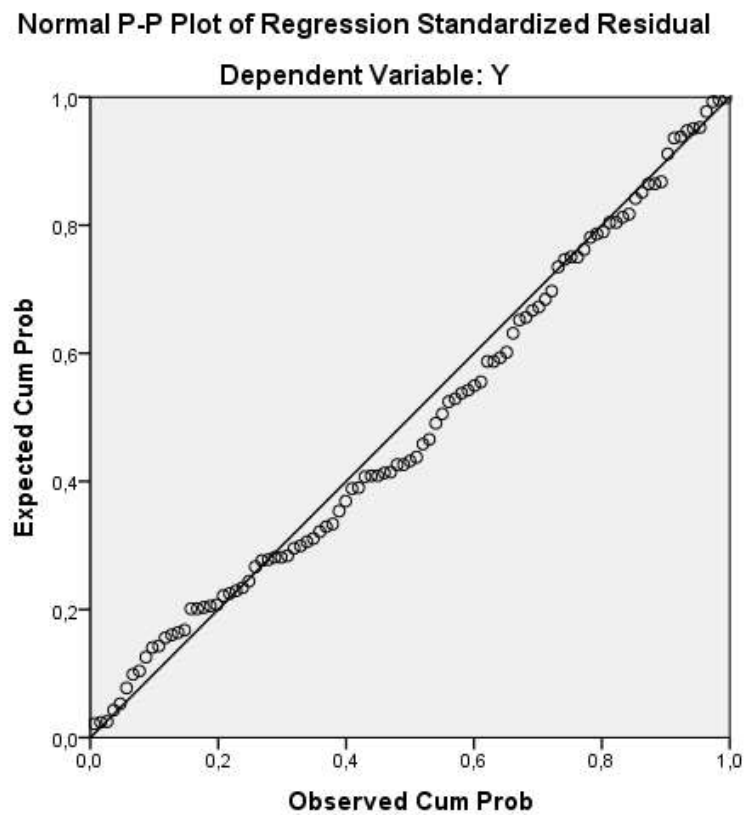
Berikut ini uji normalitas melalui grafik Histogram dan grafik Normal P-Plot seperti pada gambar 4.2 dan 4.3.



Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Gambar 4.2
Grafik Histogram

Dari gambar 4.2 grafik histogram menunjukkan data telah terdistribusi secara normal. Hal ini dapat dilihat dari grafik histogram tidak melenceng ke kiri ataupun melenceng ke kanan.



Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Gambar 4.3
Grafik Normal P-Plot

Dari gambar 4.3 menunjukkan bahwa data (titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Hasil uji *One Kolmogrov Smirnov* dapat dilihat pada tabel 4.9

Tabel 4.9
Uji *One Kolmogrov-Smirnov*
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,73734664
Most Extreme Differences	Absolute	,078
	Positive	,078
	Negative	-,047
Test Statistic		,078
Asymp. Sig. (2-tailed)		,147 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan tabel 4.9 diatas , diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,147 lebih besar dari 0,05 (Sig F > 5%), sehingga dapat disimpulkan bahwa data diatas berdistribusi normal.

4.1.6.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas adalah adanya suatu hubungan linier yang sempurna antara beberapa nama atau semua variabel independen. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.

Multikolinearitas dapat juga dilihat dari (1) nilai *Tolerance* dan lawannya (2) *Variance Inflation Factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel

independen yang terpilih tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai *Cut off* yang umum digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *Tolerance* kurang dari 0,10 atau sama dengan nilai VIF lebih besar dari 10. Apabila terdapat variabel independen yang memiliki nilai *Tolerance* lebih dari 0,10 nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 4.10

Tabel 4.10
Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
FASILITAS	,617	1,621
KEPERCAYAAN	,617	1,621

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH
Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Dari tabel 4.10 diketahui nilai *Tolerance* yang diperoleh adalah 0,617 yang lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF yang diperoleh adalah 1,621 yang kurang dari 10, maka dapat dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya.

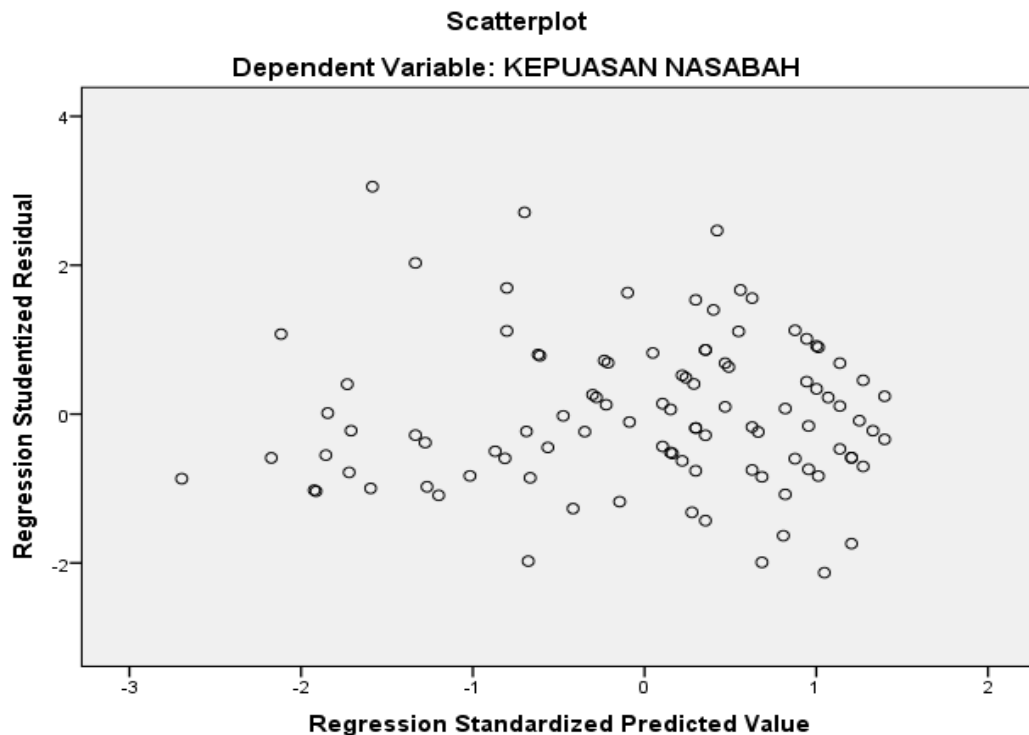
4.1.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Ada beberapa cara

untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Melihat grafik *plot* antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual (Y prediksi-Y sesungguhnya) yang telah *distudentized*. Dasar analisis :

1. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar 4.4.



Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Gambar 4.4
Grafik Scatterplot

Berdasarkan gambar 4.4 terlihat titik-titik secara acak atau tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas secara tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu *Regression Studentized Residual* (Y). Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi ini layak digunakan untuk memprediksi Kepuasan Nasabah berdasarkan Fasilitas dan Kepercayaan.

4.1.7 Analisis Regresi Linear Berganda

Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Fasilitas dan

Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia. Analisis ini menggunakan bantuan SPSS dengan rumus :

$$Y = \alpha + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + e$$

Keterangan:

Y	=	Kepuasan Nasabah (dependent variabel)
x_1	=	Fasilitas (independent variabel)
x_2	=	Kepercayaan (independent variabel)
α	=	Konstanta
β_1	=	Koefisien untuk variabel Fasilitas
β_2	=	Koefisien untuk variabel Kepercayaan
e	=	Kesalahan penduga (persentase kesalahan = 5%)

Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel 4.11.

Tabel 4.11
Uji Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	10,808	1,372					
FASILITAS	,201	,060	,220	,617	1,621	,617	1,621
KEPERCAYAAN	,571	,053	,709	,617	1,621	,617	1,621

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH
Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Dari tabel 4.11 hasil uji regresi linear berganda yang diperoleh persamaan regresinya adalah

$$\text{Kepuasan Nasabah} = 10,808 + 0,201 \text{ Fasilitas} + 0,571 \text{ Kepercayaan} + e$$

Penjelasan persamaan sebagai berikut:

1. 10,808 artinya jika Kepuasan Nasabah yang diteliti konstan maka Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Central Asia Tbk Cab. KCU Asia adalah sebesar 10,808.

2. 0,201 menunjukkan bahwa Fasilitas berpengaruh positif terhadap meningkatnya Kepuasan Nasabah sebesar 0,201 sehingga setiap ada peningkatan Fasilitas satu satuan, maka Kepuasan Nasabah akan meningkat sebesar 0,201.
3. 0,571 menunjukkan bahwa Kepercayaan berpengaruh positif terhadap meningkatnya Kepuasan Nasabah sebesar 0,571 sehingga setiap ada peningkatan Kepercayaan satu satuan, maka Kepuasan Nasabah akan meningkat sebesar 0,571.

4.1.8 Pengujian Hipotesis

4.1.8.1 Uji t (Uji secara parsial)

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual terhadap variabel dependen. Dengan ketentuan:

1. $H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$ Secara parsial tidak adanya pengaruh Fasilitas dan Kepercayaan secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia.
2. $H_1 : \beta_1, \beta_2 \neq 0$ Secara parsial adanya pengaruh Fasilitas dan Kepercayaan secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia.

Dalam penelitian ini nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tingkat signifikan $(\alpha) = 5\%$

Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini adalah :

1. Jika $-t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak
2. Jika $-t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima

Tabel 4.12
Uji t (Uji Secara Parsial)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10,808	1,372		7,875	,000
FASILITAS	,201	,060	,220	3,346	,001
KEPERCAYAAN	,571	,053	,709	10,791	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Dari tabel 4.12 diketahui bahwa :

1. Nilai t_{hitung} untuk variabel Fasilitas adalah 3,346 dengan tingkat signifikan 0,001. Dengan derajat bebas (df) sebesar 97 ($n-2 = 99$ responden – 2) dan taraf sig $\alpha = 5\%$ maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,990. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_0 ditolak H_a diterima sehingga Fasilitas secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia.
2. Nilai t_{hitung} untuk variabel Kepercayaan adalah 10,791 dengan tingkat signifikan 0,000. Dengan derajat bebas (df) sebesar 97 ($n-2 = 99$ responden – 2) dan taraf sig $\alpha = 5\%$ maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,990. Oleh karena itu nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_0 ditolak H_a diterima sehingga Kepercayaan secara parsial berpengaruh dan signifikan

terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia.

4.1.8.2 Uji F (Uji Secara Simultan)

Uji statistic F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut :

1. $H_0: \beta_1, \beta_2 = 0$ Secara simultan tidak adanya pengaruh Fasilitas dan Kepercayaan secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia.
2. $H_1: \beta_1 \beta_2 \neq 0$ Secara simultan adanya pengaruh Fasilitas dan Kepercayaan secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia.

Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 5%.

Kriteria penilaian hipotesis pada uji simultan (F) ini adalah

1. Jika nilai $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ dan signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima,
2. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak

Tabel 4.13
Uji F (Uji Secara Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	860,644	2	430,322	139,658	,000 ^b
	Residual	295,801	96	3,081		
	Total	1156,444	98			

- a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH
 - b. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN, FASILITAS
- Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Dari tabel 4.13 diatas diketahui nilai F_{hitung} sebesar 139,658 dengan tingkat signifikan 0,000. Untuk tingkat keyakinan 95%, $df_1 = 2$, dan $df_2 = 96$ maka nilai. Oleh karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_0 ditolak H_a diterima sehingga dapat dinyatakan bahwa Fasilitas dan Kepercayaan secara serempak berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia.

4.1.9 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Tabel 4.14
Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,863 ^a	,744	,739	1,75535

a. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN, FASILITAS

b. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Hasil perhitungan diketahui bahwa koefisien determinasi *R square* yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen adalah 0,744. Hal ini menunjukkan bahwa 74,4%

Kepuasan Nasabah terhadap PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia dipengaruhi oleh variabel Fasilitas dan Kepercayaan, sedangkan sisanya yaitu 25,6 % dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} 3,346 > t_{tabel} 1,990 dengan tingkat signifikan $0,001 < 0,025$. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka kriteria H_0 ditolak, H_a diterima sehingga Fasilitas secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Ninik Srijani dan Achmad Sukma Hidayat (2017) dengan judul penelitian “Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan di Aston Madiun Hotel & Conference Center” yang menunjukkan bahwa Fasilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah karena nilai t_{hitung} 19,810 > t_{tabel} 1,937 dan signifikan $0,000 < 0,0025$.

Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa dalam membentuk Kepuasan Nasabah perusahaan harus terlebih dahulu mempersiapkan fasilitas ataupun sarana yang diperlukan dalam melakukan layanan perbankan, salah satunya dengan menyediakan fasilitas berbasis digital dan teknologi tinggi yang mengefisiensi kinerja perusahaan. Bank BCA sebagai Bank Digital Branch 2020 memfokuskan setiap layanan transaksi menggunakan fasilitas digital mulai dari setor/Tarik tunai, cetak buku, ganti kartu dan aktivasi transaksi finansial m-banking. Hasil seperti

ini merupakan tantangan bagi perusahaan untuk selalu melakukan inovasi yang bisa memberikan total value yang melampaui batas-batas kebutuhan nasabah.

4.2.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} 10,791 > t_{tabel} 1,990 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,025$. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka kriteria H_0 ditolak, H_a diterima sehingga Kepercayaan secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Ahmad Guspul dan Awaludin Ahmad (2014) dengan judul penelitian “Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah di Wonosobo” yang menunjukkan bahwa Kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah karena nilai t_{hitung} 12,352 > t_{tabel} 1,989 dan signifikan $0,000 < 0,025$.

Dari hasil pengujian maka dapat disimpulkan secara terinci bahwa, Kepercayaan yang dihasilkan atau didapatkan oleh PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia membuat nasabah merasa yakin dan aman karena telah mempercayakan transaksinya di Bank BCA sehingga berdampak langsung pada Kepuasan Nasabah. Penyampaian informasi yang jelas serta kebutuhan yang selalu dipenuhi oleh Bank BCA menunjukkan pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia.

4.2.3 Pengaruh Fasilitas dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah

Persamaan analisis regresi linear berganda adalah **Kepuasan Nasabah = 10,808 + 0,201 Fasilitas + 0,571 Kepercayaan + e**. Persamaan tersebut menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari Fasilitas dan Kepercayaan mempunyai hubungan positif terhadap variabel Kepuasan Nasabah. Dengan demikian, maka setiap kenaikan variabel Fasilitas dan Kepercayaan akan menyebabkan kenaikan pada variabel Kepuasan Nasabah.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan diperoleh nilai $F_{hitung} 139,658 > F_{tabel} 3,10$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Oleh karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_0 ditolak H_a diterima sehingga Fasilitas dan Kepercayaan secara serempak berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia.

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi *R square* diperoleh nilai 0,744. Hal ini menunjukkan bahwa 74,4% Kepuasan Nasabah terhadap PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia dipengaruhi oleh variabel Fasilitas dan Kepercayaan, sedangkan sisanya 25,6% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Ninik Srijani dan Achmad Sukma Hidayat (2017) dengan judul penelitian “Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan di Aston Madiun Hotel & Conference Center” yang menunjukkan bahwa Fasilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah karena nilai $t_{hitung} 19,810 > t_{tabel} 1,937$ dan signifikan $0,000 < 0,0025$. Lalu, Hasil penelitian ini sejalan dengan Ninik Srijani dan Achmad Sukma

Hidayat (2017) dengan judul penelitian “Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan di Aston Madiun Hotel & Conference Center” yang menunjukkan bahwa Fasilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah karena nilai $t_{hitung} 19,810 > t_{tabel} 1,937$ dan signifikan $0,000 < 0,0025$.

Dari hasil penelitian Fasilitas dan Kepercayaan terdapat beberapa hal positif seperti Bank BCA menyediakan Fasilitas digital dengan teknologi tinggi yang mengefisiensi kinerja perusahaan dan mudah digunakan oleh nasabah. Perusahaan juga mendapatkan Kepercayaan dari nasabah untuk melakukan transaksi dan menyimpan dana nya kepada Bank BCA hal ini disebabkan oleh informasi yang disampaikan oleh Bank BCA yang jelas serta kebutuhan yang selalu dipenuhi.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN AKADEMIS

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka penulis membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini menyatakan pengaruh Fasilitas (X_1) dan Kepercayaan (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) ditunjukkan hasil analisis regresi linear berganda memberikan arti bahwa setiap peningkatan aspek pada Fasilitas (X_1) dan Kepercayaan (X_2) sebesar satu-satuan, maka Kepuasan Nasabah (Y) akan meningkat
2. Hasil uji t menunjukkan bahwa Fasilitas secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia.
3. Hasil uji t menunjukkan bahwa Kepercayaan secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia.
4. Hasil Uji F menunjukkan bahwa Fasilitas dan Kepercayaan secara serempak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia.
5. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel Fasilitas (X_1) dan Kepercayaan (X_2) keterkaitan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan dari penelitian ini diharapkan dapat membentangkan manfaat yang baik bagi Bank BCA dalam hal penerapan Fasilitas dan juga Kepercayaan pada Kepuasan Nasabah. Implikasi atau manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bank BCA harus lebih memperhatikan Fasilitas (X_1) dalam meningkatkan Kepuasan Nasabah (Y), diantaranya :
 - a. Bank BCA dapat menyediakan fasilitas-fasilitas digital lainnya yang dapat membantu memudahkan transaksi nasabah selain setor/Tarik uang, ganti buku, cetak buku, ganti kartu, dan pengaktifan transaksi finansial m-banking BCA.
 - b. Bank BCA dapat memperhatikan dalam mengedukasi nasabah tentang penggunaan fasilitas digital dikarenakan fasilitas digital ini bisa saja digunakan oleh nasabah yang kurang mengerti tentang teknologi dan penggunaan mesin fasilitas digital.
2. Bank BCA dapat mempertahankan Kepercayaan (X_2) dalam meningkatkan Kepuasan Nasabah (Y), diantaranya :
 - a. Bank BCA dapat konsisten dalam menawarkan produk yang menjadi kebutuhan nasabah, Semakin terpenuhi kebutuhan nasabah maka semakin meningkatnya Kepuasan Nasabah terhadap Bank BCA.
 - b. Bank BCA harus lebih tepat dalam menyampaikan informasi tentang Informasi produk-produk BCA, rate bunga deposito, obligasi dan sebagainya, hal ini tentu saja agar nasabah mengetahui manfaat produk

yang ditawarkan dan akhirnya memiliki keputusan untuk mengambil produk tersebut.

3. Bank BCA dapat mempertahankan Kepuasan Nasabah (Y), diantaranya :
 - a. Bank BCA dapat menyediakan counter khusus dalam menangani keluhan nasabah perihal service, finansial, masalah lainnya agar nasabah merasa lebih diperhatikan ketika nasabah sedang mengalami masalah finansialnya.
 - b. Bank BCA harus berkomitmen untuk dapat membantu menyelesaikan masalah finansial nasabah hingga nasabah merasa sangat puas akan service dan solusi yang diberikan oleh Staff Bank BCA.

5.3 Saran Akademis

Saran-saran yang dapat diberikan adalah :

- a. Menambah Variabel Penelitian

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk dapat meneruskan penelitian dengan mencari variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi Kepuasan Nasabah selain Fasilitas dan Kepercayaan, misalnya seperti variabel Simplifikasi dan *Team Engagement*.

- b. Menambah Jumlah Responden.

Sehubungan keterbatasan waktu, biaya, tenaga, penelitian ini hanya mengambil 99 orang responden sebagai sampel. Dengan demikian, untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk dapat meningkatkan

jumlah responden sehingga dapat mewakili keadaan pada perusahaan yang sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amar, M. R., Gustina, I., & Ariska, S. (2021). Consumer Loyalty Analysis: Contribution of Commitment and Price. *Enrichment: Journal of Management*, 12(1), 265-269.
- Akbar, M. A. (2017). Model Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Stie Eka Prasetya Medan. *Sumber*, 5(2017), 292.
- Akbar, M. A., & Situmorang, I. R. (2021). Pengaruh perceived value terhadap loyalitas dengan variabel kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada umkm di sumatera utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 203-211.
- ALIBASYAH, Z. M., Rezeki, S., & Rafi'i, N. M. (2020). The prevalence of trauma from occlusion as the aggravating factors of periodontitis. *Journal of Syiah Kuala Dentistry Society*, 5(1), 7-11.
- Angelia, V., & Rezeki, S. (2020). Pengaruh Experiential Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Makan Abeng 38. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 63-73.
- Chandra, J. (2021). Pengaruh Faktor Lokasi, Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di CV. Creative Centre. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 199-214.
- Gultom, P. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Quality Fried Chicken Jalan Ismaliyah Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 44-53.
- Gultom, P. P. (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Pengawasan Manajemen terhadap Perkembangan Perusahaan PT Ekuator Swarna Sekuritas Cabang Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 46-58.
- Gultom, P., & Agustine, L. (2021). Pengaruh motivasi berwirausaha dan pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha bisnis farmasi di Kecamatan Medan Petisah. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 52-65.

- Gultom, P., & Karnadi, J. (2019). PENGARUH E-COMMERCE DAN TRANSPORTASI ONLINE TERHADAP HARGA JUAL PRODUK CV. SURYA SAKTI ENGINEERING. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 13-23.
- Gultom, P., Nainggolan, S. G. V., & Hariana, F. (2022). Edukasi Pinjaman Online dan Transaksi Digital bagi Pelaku UMKM. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 2(1), 26-30.
- Gustina, I. (2019). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI STIE EKA PRASETYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 60-67.
- Lazuardi, D. (2021). Analysis of Efforts to Increase Customer Loyalty in Improving Brand Trust, Marketing Communication Strategies and Product Diversity. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 134-146.
- Manik, D. E. M., & Erveni, E. (2020). Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Labello Store Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 34-43
- Moktar, B. (2021). The Effect of Discounts, Brands, and Marketing Strategies on Customer Loyalty of Daihatsu Oil PT. Nusantara Autopart Persada. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 91-104.
- Muammar Rinaldi, C. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR).
- Nainggolan, E. (2020). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Provinsi Sumatera Utara (2010-2019). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 89-99.
- Nainggolan, E. (2020). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN DIRECT MARKETING YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PAKAIAN ANAK PADA TOKO REZEKI WIJAYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 12-21.

- Nasution, E. S., & Rinaldi, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Pada PT. Alfa Scorpii Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (Eka Prasetya Journal of Management Studies)*, 7 (1), 66-78.
- Pane, Y., Simarmata, A. M., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Panggabean, F. Y. (2021). Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Perimbangan Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 212-225.
- Puddin, K., Hasibuan, A. F., & Rezeki, S. (2021, February). The Impact of Entrepreneurial Interest and Knowledge on the Pharmaceutical Business Success in Medan Pestisah Subdistrict, North Sumatera, Indonesia. In *International Conference on Strategic Issues of Economics, Business and, Education (ICoSIEBE 2020)* (pp. 198-203). Atlantis Press.
- Rezeki, S. (2021). Figurative language and messages in poems about COVID-19. *KnE Social Sciences*, 601-611.
- Rezeki, S., & Gustina, I. (2021). The Influence of Marketing Strategy and Lifestyle on the Purchase Decision of Mitsubishi Xpander at PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 105-118.
- Rezeki, S., & Rinaldi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 9-20.
- Rezeki, S., Manik, D. E. M., & Gustina, I. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Makmur Auto Sejahtera Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 79-90.
- Rezeki, S., Sentanu, I. G. E. S., Sanawiri, B., Shankar, K., & Thanh, P. (2019). Blue Ocean Strategy for creating Value of the Organization: Examination of Differentiation with Red Ocean Strategy. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8(2S11), 2277-3878.
- Rinaldi, M. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 22-33.

- Rinaldi, M., & Rahmadana, M. F. (2020). Determinant analysis of household income inequality and poverty in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 1414-1420.
- Selamat, S., & Indahwati, R. Analysis Of Marketing Strategies In Increasing Competitiveness In Skinso Medan Beauty Clinic.
- Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). ANALISIS PERILAKU MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG KEMBALI KE PULAU SAMOSIR. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 190-202.
- Sinaga, H. D. E. (2021). Analisis Karakteristik Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Handmade Hoslygoods. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 4(1), 80-86.
- Sinaga, H. D. E., Irawati, N., & Kurniawan, E. (2019). Financial Technology: Pinjaman Online, Ya atau Tidak. *Jurnal Tunas*, 1(1), 14-19.
- Sutejo, B., Lazuardi, D., Lubis, R., Rahmadani, R., & Aziz, D. A. (2022). The Role Of E-Commerce In Increasing Msme Income In The Covid-19 Pandemic (Survey On Msme In Medan City). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 5(08), 2174-2181.
- Tirtayasa, S., Yusri, M., & Rinaldi, M. (2022). Business Strategies of MSMEs During COVID-19, Deli Serdang, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 434-441.

LAMPIRAN 1
KUESIONER PENELITIAN

**“PENGARUH FASILITAS DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUASAN NASABAH DALAM PENGGUNAAN FASILITAS
DIGITAL PADA PT. BANK CENTRAL ASIA TBK
CABANG KCU ASIA”**

Sehubungan dengan penyusunan skripsi dengan judul diatas, maka dengan hormat
saya :

Nama : Felix

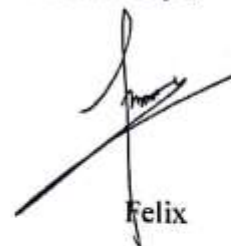
NIM : 181010265

Memohon ketersediaan Saudara/I untuk mengisi kuesioner (daftar pernyataan)
yang saya ajukan ini secara jujur dan terbuka.

Daftar pernyataan ini saya ajukan semata-mata untuk keperluan penelitian sebagai
salah satu syarat dalam menyelesaikan jenjang Strata Satu (S1), Jurusan
Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Medan. Karenanya,
kebenaran serta kelengkapan jawaban yang anda berikan akan sangat membantu
bagi penulis untuk selanjutnya menjadi masukan yang bermanfaat bagi hasil
penelitian yang penulis lakukan.

Atas partisipasi Saudara/i dalam mengisi kuesioner/daftar pernyataan ini, Saya
ucapkan Terima Kasih.

Hormat Saya,



Felix

**PENGARUH FASILITAS DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUASAN NASABAH DALAM PENGGUNAAN FASILITAS
DIGITAL PADA PT. BANK CENTRAL ASIA TBK
CABANG KCU ASIA**

IDENTITAS RESPONDEN

1. No. : _____ (Diisi oleh peneliti)
2. Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki
☐ Perempuan
3. Usia anda saat ini : ☐ 21 – 30 Tahun
☐ 31 – 40 Tahun
☐ > 40 Tahun

Petunjuk Pengisian Kuesioner :

Berikanlah tanda Ceklis (✓) atau tanda silang (X) untuk setiap butir pernyataan ini sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh Bapak/Ibu pada kolom :

1. Sangat Tidak Setuju = 1
2. Tidak Setuju = 2
3. Ragu-Ragu = 3
4. Setuju = 4
5. Sangat Setuju = 5

Variabel X₁ (Fasilitas)

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Bank BCA menggunakan sistem teknologi yang canggih.					
2	Bank BCA mengutamakan kepuasan nasabah dengan mengandalkan sistem digital.					
3	Nasabah dapat menyelesaikan transaksi secara mandiri (self service).					
4	Bank BCA memberikan edukasi tentang penggunaan fasilitas digital.					
5	Bank BCA menyediakan fasilitas yang memudahkan transaksi saya.					
6	Nasabah rutin melakukan transaksi menggunakan fasilitas digital.					

Variabel X₂ (Kepercayaan)

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Bank BCA menyampaikan informasi yang dapat diyakini dan dipercaya.					
2	Bank BCA memiliki informasi yang berguna untuk finansial saya.					
3	Bank BCA selalu memberikan pelayanan yang membuat saya merasa sangat puas.					
4	Bank BCA membantu saya menyelesaikan transaksi finansial saya.					
5	Bank BCA menggali apa yang dibutuhkan nasabah.					
6	Bank BCA menawarkan produk perbankan yang sesuai kebutuhan nasabah.					
7	Bank BCA berkomitmen tinggi dalam memberikan pelayanan yang terbaik.					
8	Bank BCA memberikan pelayanan yang membuat saya percaya terhadap pelayanannya.					

Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Bank BCA merespon dengan positif terhadap keluhan saya.					
2	Bank BCA menyediakan sarana yang baik terhadap saran dan keluhan nasabah.					
3	Saya memberikan nilai survey yang bagus terhadap pelayanan Bank BCA.					
4	Saya merasa terbantu terhadap pelayanan yang diberikan Staff Bank BCA.					
5	Bank BCA konsisten dalam follow up nasabah.					
6	Bank BCA melakukan Gathering untuk mempererat hubungan dengan nasabah.					
7	Bank BCA menerima tanggapan / umpan balik untuk meningkatkan pelayanan					
8	Bank BCA memberikan perhatian terhadap nasabah.					

LAMPIRAN 2

Jawaban Responden Atas Variabel Fasilitas (X₁)

RESPONDEN	FASILITAS (X ₁)						TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	X ₁
1	5	5	4	5	4	4	27
2	4	4	3	4	5	4	24
3	4	3	3	4	5	2	21
4	3	3	2	4	3	2	17
5	3	3	3	4	3	3	19
6	4	3	4	4	4	3	22
7	4	5	3	4	5	4	25
8	4	3	5	3	4	4	23
9	3	4	3	4	3	4	21
10	5	5	5	4	4	5	28
11	3	4	3	3	3	4	20
12	2	4	2	3	4	4	19
13	5	4	5	4	3	4	25
14	4	5	4	5	4	5	27
15	5	3	3	4	5	4	24
16	5	4	5	5	3	5	27
17	4	5	4	3	5	5	26
18	5	5	5	4	4	5	28
19	4	5	4	5	5	5	28
20	3	3	4	4	3	4	21
21	4	4	4	4	5	4	25
22	3	4	3	5	4	4	23
23	3	2	3	4	4	2	18
24	3	5	3	5	4	3	23
25	4	4	4	5	5	4	26
26	3	4	3	3	4	4	21
27	2	4	2	4	3	4	19
28	2	4	3	2	4	4	19
29	4	5	5	4	5	5	28
30	2	4	3	3	4	4	20
31	3	4	3	4	3	3	20
32	3	4	3	4	4	3	21
33	3	5	4	5	3	4	24
34	4	5	4	5	4	4	26
35	3	4	2	4	3	2	18
36	4	5	4	5	4	4	26
37	5	4	5	4	5	5	28

RESPONDEN	FASILITAS (X1)						TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	X1
38	4	5	4	5	4	4	26
39	4	4	5	4	4	5	26
40	4	5	4	5	4	4	26
41	5	4	4	4	5	4	26
42	4	5	5	5	4	5	28
43	5	5	5	5	5	5	30
44	5	4	4	4	5	4	26
45	5	5	5	5	4	5	29
46	5	4	4	4	5	4	26
47	4	5	5	5	4	5	28
48	4	3	4	2	4	2	19
49	4	3	3	3	4	3	20
50	3	3	2	3	2	3	16
51	4	5	4	3	4	5	25
52	4	5	5	5	4	5	28
53	2	3	5	3	2	5	20
54	3	3	4	3	3	4	20
55	4	3	3	2	3	2	17
56	3	2	3	2	3	3	16
57	4	3	5	3	4	5	24
58	4	3	5	3	3	5	23
59	5	3	4	5	4	3	24
60	5	5	4	5	5	4	28
61	4	3	3	3	4	3	20
62	4	2	3	2	4	3	18
63	4	5	4	5	4	4	26
64	5	4	5	4	5	5	28
65	4	5	5	5	4	5	28
66	5	5	2	5	5	2	24
67	5	4	3	4	5	5	26
68	5	5	5	5	5	5	30
69	5	4	4	4	5	4	26
70	4	5	3	5	4	3	24
71	4	4	3	4	4	3	22
72	4	3	5	3	4	5	24
73	2	3	5	3	2	5	20
74	4	3	4	3	4	4	22
75	4	4	2	4	4	2	20
76	5	5	5	5	4	5	29

RESPONDEN	FASILITAS (X1)						TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	X1
77	5	4	5	5	4	4	27
78	4	5	4	4	5	4	26
79	5	5	5	4	5	3	27
80	4	5	5	3	4	5	26
81	4	3	3	2	3	4	19
82	4	4	5	4	5	5	27
83	5	5	5	4	4	5	28
84	3	3	2	1	3	4	16
85	4	3	5	3	4	5	24
86	5	4	5	4	4	4	26
87	4	5	5	5	4	5	28
88	5	5	4	3	3	4	24
89	4	5	4	3	5	4	25
90	5	5	5	4	4	5	28
91	3	4	4	3	4	3	21
92	4	5	5	4	5	5	28
93	3	4	4	3	4	3	21
94	3	4	4	3	4	5	23
95	5	4	5	4	4	5	27
96	3	2	5	5	5	4	24
97	3	3	3	2	3	3	17
98	2	3	4	1	3	3	16
99	5	4	4	5	4	5	27

LAMPIRAN 3

Jawaban Responden Atas Variabel Kepercayaan (X₂)

RESPONDEN	KEPERCAYAAN (X ₂)								TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	X ₂
1	4	5	4	3	5	4	3	5	33
2	5	4	4	4	3	5	4	4	33
3	5	4	4	5	3	4	4	2	31
4	4	2	2	3	3	4	4	2	24
5	2	4	3	2	2	4	3	3	23
6	5	3	4	5	4	3	5	4	33
7	4	5	5	4	5	4	3	5	35
8	5	4	5	5	5	4	5	5	38
9	4	2	3	4	3	4	3	3	26
10	3	5	5	3	4	4	4	5	33
11	3	3	4	5	3	4	3	4	29
12	3	2	3	2	4	3	4	3	24
13	5	4	5	4	4	5	4	5	36
14	5	5	4	5	5	4	4	4	36
15	3	4	4	3	3	4	3	4	28
16	5	3	5	4	5	5	5	4	36
17	3	4	4	4	4	4	4	5	32
18	5	4	4	5	4	4	5	4	35
19	4	5	4	4	5	3	4	4	33
20	5	3	3	4	5	4	4	5	33
21	3	4	3	4	5	3	4	3	29
22	5	4	3	3	4	3	3	3	28
23	4	4	4	3	4	3	3	3	28
24	4	4	4	4	4	3	4	4	31
25	5	5	4	5	4	4	4	3	34
26	5	3	3	4	3	3	4	3	28
27	3	3	4	4	5	4	3	4	30
28	4	4	5	5	5	4	4	4	35
29	5	4	3	4	5	4	5	4	34
30	3	3	4	4	5	5	5	5	34
31	5	5	4	4	4	4	4	5	35
32	4	4	4	4	5	4	4	4	33
33	3	5	4	4	4	4	5	5	34
34	5	4	5	4	5	4	3	5	35
35	2	4	3	2	2	3	3	3	22
36	2	4	2	4	4	3	4	4	27

RESPONDEN	KEPERCAYAAN (X2)								TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	X2
37	5	4	4	5	3	4	3	3	31
38	4	4	4	5	5	4	4	4	34
39	5	5	4	3	4	3	4	4	32
40	3	4	5	4	4	4	3	3	30
41	3	4	4	5	4	5	3	3	31
42	5	5	5	4	4	4	4	5	36
43	4	5	4	5	4	4	4	4	34
44	5	4	4	3	4	5	3	4	32
45	5	4	5	4	4	5	4	5	36
46	3	3	3	2	4	4	5	4	28
47	5	4	4	5	4	4	3	4	33
48	4	4	4	2	2	4	3	3	26
49	4	3	4	4	5	4	4	3	31
50	3	3	3	4	2	2	4	3	24
51	5	3	5	4	5	5	4	5	36
52	4	4	5	5	4	4	4	4	34
53	5	5	5	5	4	5	5	4	38
54	5	4	4	5	5	4	4	5	36
55	4	3	3	4	4	3	3	3	27
56	2	2	2	5	4	3	4	3	25
57	4	3	2	3	4	3	4	4	27
58	5	4	4	5	5	3	3	4	33
59	4	3	4	3	5	4	5	5	33
60	4	5	4	3	4	4	3	3	30
61	2	2	5	5	4	3	2	3	26
62	4	3	2	4	2	3	3	4	25
63	4	5	3	3	3	4	3	4	29
64	4	4	2	4	5	3	4	3	29
65	5	5	5	5	5	4	4	3	36
66	4	3	2	3	2	4	5	4	27
67	3	5	4	4	4	3	5	4	32
68	4	4	5	4	5	4	5	3	34
69	3	4	3	4	5	3	4	5	31
70	5	4	4	5	4	3	4	4	33
71	3	3	4	2	3	4	2	2	23
72	4	4	4	3	4	3	4	4	30
73	3	3	4	3	2	3	2	3	23
74	4	5	4	5	5	4	3	3	33
75	3	4	4	5	5	4	5	5	35

RESPONDEN	KEPERCAYAAN (X2)								TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	X2
76	5	5	5	5	4	3	5	4	36
77	5	4	5	4	5	4	4	5	36
78	5	5	4	4	4	4	4	5	35
79	5	5	5	4	5	3	4	4	35
80	4	5	3	4	4	5	4	4	33
81	2	3	3	4	3	3	4	4	26
82	4	3	5	4	4	4	2	3	29
83	5	5	5	5	4	5	3	5	37
84	3	3	4	2	2	3	2	4	23
85	4	4	4	2	3	4	4	4	29
86	5	4	4	4	4	5	5	5	36
87	4	5	4	5	5	5	4	5	37
88	5	3	4	5	3	4	5	4	33
89	4	5	4	3	5	4	3	5	33
90	5	5	5	4	4	5	4	4	36
91	3	4	4	3	4	3	4	4	29
92	4	5	4	4	5	5	4	4	35
93	3	4	2	3	4	3	3	2	24
94	3	2	4	3	4	4	2	5	27
95	5	4	5	4	4	5	5	5	37
96	2	3	5	5	4	4	4	5	32
97	3	5	3	2	5	3	5	4	30
98	3	3	1	2	3	3	2	3	20
99	4	5	4	5	4	5	3	5	35

LAMPIRAN 4

Jawaban Responden Atas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

RESPONDEN	KEPUASAN NASABAH (Y)								TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	Y
1	5	5	5	5	4	5	5	4	38
2	5	4	5	4	4	5	4	5	36
3	4	4	5	4	5	3	5	4	34
4	4	4	3	4	3	2	3	4	27
5	3	3	4	3	3	3	4	3	26
6	5	4	5	5	4	3	5	4	35
7	4	4	4	5	4	3	4	5	33
8	5	4	5	4	4	5	5	5	37
9	3	4	3	4	4	3	4	3	28
10	5	5	5	5	3	5	5	5	38
11	4	4	3	4	4	5	4	3	31
12	2	4	4	3	3	4	4	3	27
13	5	5	5	4	4	5	4	5	37
14	4	5	4	5	5	4	5	4	36
15	4	3	5	3	4	5	4	5	33
16	4	5	5	5	5	5	4	5	38
17	4	5	4	5	5	5	5	4	37
18	3	4	5	3	5	5	5	5	35
19	4	5	4	5	3	4	5	4	34
20	5	3	4	4	4	5	4	5	34
21	4	5	4	4	3	4	4	4	32
22	4	4	3	4	3	3	4	3	28
23	4	3	4	4	3	4	4	3	29
24	5	4	3	5	5	5	4	5	36
25	5	4	4	3	3	4	4	5	32
26	4	5	3	4	4	3	4	3	30
27	4	2	5	4	4	4	4	4	31
28	5	4	5	4	5	5	4	5	37
29	4	5	5	4	4	5	5	4	36
30	5	4	3	5	5	4	3	3	32
31	5	5	5	4	4	4	4	5	36
32	4	4	4	4	5	4	4	4	33
33	5	5	4	4	5	4	5	5	37
34	5	4	5	4	5	4	3	5	35
35	4	2	4	2	3	4	3	4	26
36	5	3	2	3	4	5	4	4	30

RESPONDEN	KEPUASAN NASABAH (Y)								TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	Y
37	5	5	5	5	3	4	5	3	35
38	4	4	4	5	5	4	4	4	34
39	5	5	4	3	4	4	4	5	34
40	4	3	4	5	5	4	5	3	33
41	3	4	5	5	4	5	4	3	33
42	5	5	5	4	4	4	4	5	36
43	4	5	5	5	4	4	4	4	35
44	5	4	4	3	4	5	4	4	33
45	5	4	5	4	4	5	4	5	36
46	4	5	4	3	4	4	5	3	32
47	5	5	4	5	4	4	4	4	35
48	4	5	4	5	2	4	5	4	33
49	4	3	4	5	5	5	4	3	33
50	4	2	3	4	2	4	3	4	26
51	5	5	4	5	4	5	5	5	38
52	4	4	5	5	4	4	4	4	34
53	4	5	3	3	5	4	5	4	33
54	5	4	4	5	4	4	4	5	35
55	4	2	4	5	4	3	3	4	29
56	3	5	3	4	3	4	2	5	29
57	3	4	5	5	5	4	5	3	34
58	5	4	4	5	5	3	5	4	35
59	5	4	5	3	5	4	4	4	34
60	4	5	4	5	5	4	4	4	35
61	3	2	5	5	4	3	3	3	28
62	4	3	4	4	4	2	3	3	27
63	3	5	3	5	4	5	4	4	33
64	4	4	3	4	5	4	4	3	31
65	4	5	4	5	5	4	4	3	34
66	4	4	5	3	4	4	5	4	33
67	4	5	4	4	4	4	5	4	34
68	5	4	4	5	4	4	5	5	36
69	4	4	4	5	5	3	4	5	34
70	5	4	4	5	4	5	4	5	36
71	2	3	5	4	3	4	3	4	28
72	4	4	4	5	5	3	4	4	33
73	5	4	4	3	4	3	2	3	28
74	4	5	4	5	5	4	3	3	33
75	3	4	4	5	5	4	5	5	35

RESPONDEN	KEPUASAN NASABAH (Y)								TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	Y
76	5	5	5	4	4	5	5	5	38
77	5	5	5	4	5	4	5	4	37
78	5	4	5	4	5	5	5	5	38
79	4	5	5	4	5	4	5	5	37
80	5	5	4	4	4	5	5	4	36
81	4	3	4	4	3	4	3	4	29
82	4	5	4	4	3	5	5	4	34
83	5	5	5	5	4	5	3	5	37
84	4	4	3	2	3	5	4	4	29
85	4	4	4	4	3	4	3	4	30
86	5	4	4	5	4	5	5	5	37
87	4	5	5	5	5	5	4	5	38
88	3	5	4	3	4	4	5	4	32
89	5	5	4	5	5	5	5	5	39
90	5	4	5	4	5	5	4	4	36
91	4	4	4	3	4	5	5	4	33
92	5	5	4	5	5	5	4	5	38
93	5	4	4	4	4	5	3	5	34
94	4	3	4	3	5	4	2	5	30
95	5	4	5	4	4	5	5	5	37
96	2	3	5	5	4	5	4	5	33
97	5	5	3	4	5	5	5	4	36
98	2	3	2	3	4	4	3	3	24
99	5	5	3	5	5	5	5	5	38

LAMPIRAN 5

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Fasilitas (X₁)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	X1
P1	PearsonCorrelation	1	,258	,735**	,450*	,298	,340	,799**
	Sig. (2-tailed)		,168	,000	,013	,110	,066	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P2	PearsonCorrelation	,258	1	,311	,217	,271	,717**	,692**
	Sig. (2-tailed)	,168		,095	,249	,147	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P3	PearsonCorrelation	,735**	,311	1	,220	,117	,558**	,773**
	Sig. (2-tailed)	,000	,095		,242	,537	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P4	PearsonCorrelation	,450*	,217	,220	1	,061	,048	,489**
	Sig. (2-tailed)	,013	,249	,242		,749	,799	,006
	N	30	30	30	30	30	30	30
P5	PearsonCorrelation	,298	,271	,117	,061	1	,159	,459*
	Sig. (2-tailed)	,110	,147	,537	,749		,401	,011
	N	30	30	30	30	30	30	30
P6	PearsonCorrelation	,340	,717**	,558**	,048	,159	1	,723**
	Sig. (2-tailed)	,066	,000	,001	,799	,401		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1	PearsonCorrelation	,799**	,692**	,773**	,489**	,459*	,723**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,006	,011	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,747	6

LAMPIRAN 6

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan (X₂)

Correlations

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	X2
P1 PearsonCorrelation	1	,112	,116	,525**	,198	,083	,436*	-,025	,529**
Sig. (2-tailed)		,554	,543	,003	,293	,662	,016	,896	,003
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2 PearsonCorrelation	,112	1	,498**	,156	,291	,004	-,092	,344	,514**
Sig. (2-tailed)	,554		,005	,409	,119	,983	,630	,062	,004
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3 PearsonCorrelation	,116	,498**	1	,396*	,372*	,386*	,162	,616**	,739**
Sig. (2-tailed)	,543	,005		,030	,043	,035	,392	,000	,000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4 PearsonCorrelation	,525**	,156	,396*	1	,278	,173	,435*	,165	,662**
Sig. (2-tailed)	,003	,409	,030		,136	,362	,016	,384	,000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5 PearsonCorrelation	,198	,291	,372*	,278	1	,025	,345	,537**	,660**
Sig. (2-tailed)	,293	,119	,043	,136		,897	,062	,002	,000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6 PearsonCorrelation	,083	,004	,386*	,173	,025	1	,200	,394*	,425*
Sig. (2-tailed)	,662	,983	,035	,362	,897		,289	,031	,019
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7 PearsonCorrelation	,436*	-,092	,162	,435*	,345	,200	1	,194	,543**
Sig. (2-tailed)	,016	,630	,392	,016	,062	,289		,305	,002
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8 PearsonCorrelation	-,025	,344	,616**	,165	,537**	,394*	,194	1	,676**
Sig. (2-tailed)	,896	,062	,000	,384	,002	,031	,305		,000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2 PearsonCorrelation	,529**	,514**	,739**	,662**	,660**	,425*	,543**	,676**	1
Sig. (2-tailed)	,003	,004	,000	,000	,000	,019	,002	,000	
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,738	8

LAMPIRAN 7

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Correlations

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	Y
P1 PearsonCorrelation	1	,128	,214	,454*	,190	,347	,031	,509**	,612**
Sig. (2-tailed)		,499	,257	,012	,316	,060	,871	,004	,000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2 PearsonCorrelation	,128	1	,011	,466**	,124	,162	,376*	,080	,473**
Sig. (2-tailed)	,499		,954	,009	,514	,392	,041	,676	,008
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3 PearsonCorrelation	,214	,011	1	-,061	,179	,469**	,543**	,585**	,625**
Sig. (2-tailed)	,257	,954		,748	,343	,009	,002	,001	,000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4 PearsonCorrelation	,454*	,466**	-,061	1	,333	,063	,226	,080	,508**
Sig. (2-tailed)	,012	,009	,748		,072	,741	,231	,673	,004
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5 PearsonCorrelation	,190	,124	,179	,333	1	,354	,175	,282	,555**
Sig. (2-tailed)	,316	,514	,343	,072		,055	,354	,130	,001
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6 PearsonCorrelation	,347	,162	,469**	,063	,354	1	,302	,523**	,708**
Sig. (2-tailed)	,060	,392	,009	,741	,055		,105	,003	,000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7 PearsonCorrelation	,031	,376*	,543**	,226	,175	,302	1	,212	,565**
Sig. (2-tailed)	,871	,041	,002	,231	,354	,105		,262	,001
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8 PearsonCorrelation	,509**	,080	,585**	,080	,282	,523**	,212	1	,711**
Sig. (2-tailed)	,004	,676	,001	,673	,130	,003	,262		,000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y PearsonCorrelation	,612**	,473**	,625**	,508**	,555**	,708**	,565**	,711**	1
Sig. (2-tailed)	,000	,008	,000	,004	,001	,000	,001	,000	
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliability Statistics

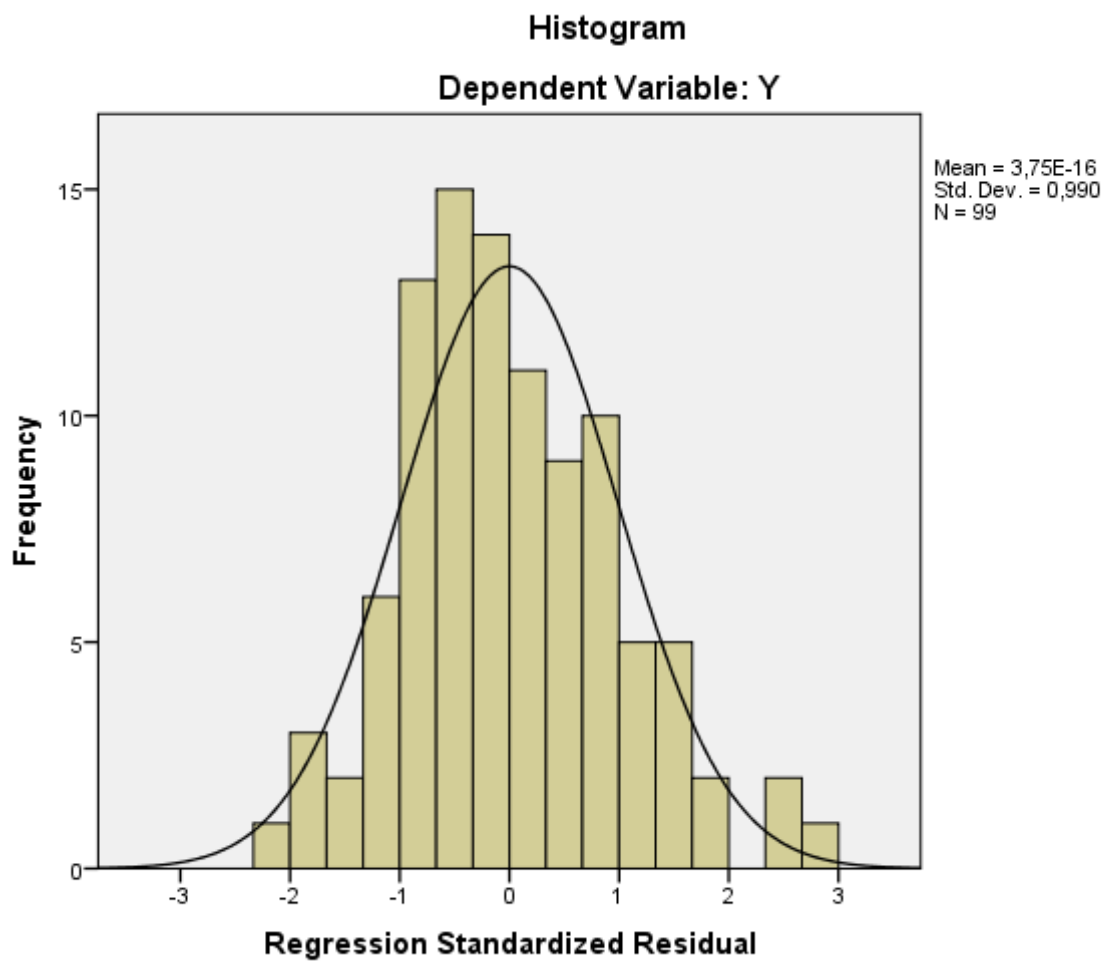
Cronbach's Alpha	N of Items
,741	8

LAMPIRAN 8

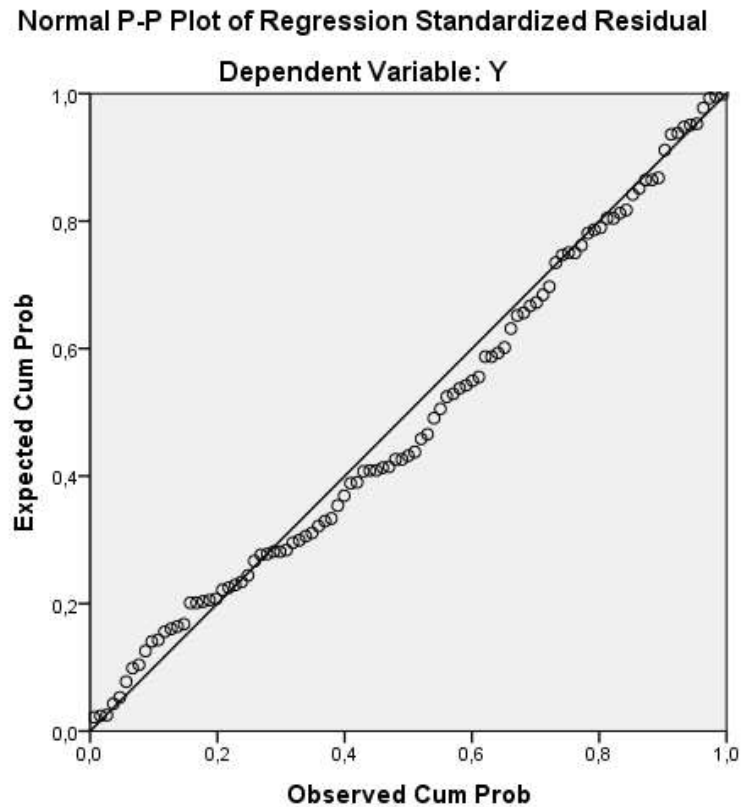
Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

- Histogram



- **Normal P-Plot**



- **Kolmogorov Smirnov**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,73734664
Most Extreme Differences	Absolute	,078
	Positive	,078
	Negative	-,047
Test Statistic		,078
Asymp. Sig. (2-tailed)		,147 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

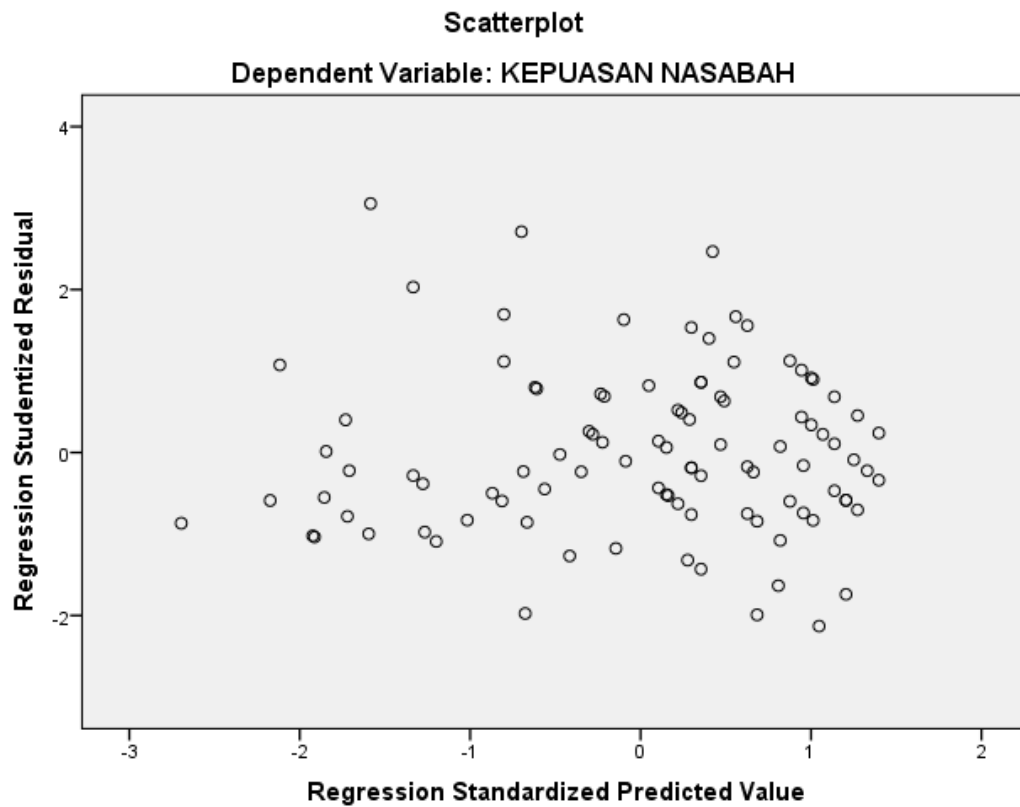
b. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
FASILITAS	,617	1,621
KEPERCAYAAN	,617	1,621

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

c. Uji Heteroskedastisitas

- Scatterplot



LAMPIRAN 9

Uji Regresi Linear Berganda, Uji Hipotesis dan Uji Koefisien Determinasi

a. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a							
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Model				t			
1 (Constant)	10,808	1,372					
FASILITAS	,201	,060	,220	,617	1,621	,617	1,621
KEPERCAYAAN	,571	,053	,709	,617	1,621	,617	1,621

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

b. Uji Hipotesis

- Uji t

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10,808	1,372		7,875	,000
FASILITAS	,201	,060	,220	3,346	,001
KEPERCAYAAN	,571	,053	,709	10,791	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

- Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	860,644	2	430,322	139,658	,000 ^b
Residual	295,801	96	3,081		
Total	1156,444	98			

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

b. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN, FASILITAS

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,863 ^a	,744	,739	1,75535

a. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN, FASILITAS

b. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

EKA PRASETYA

Jl. Merapi No. 08 Medan – 20212

Telp. (061) 4571198 (Hunting) Fax. (061) 4151391

Website : www.eka-prasetya.ac.id E-mail : ekaprasetya@eka-prasetya.ac.id

Medan, 25 Maret 2021

Nomor : 1601/R/STIE-EP/III/2021

Lamp. : ---

Hal : "Observasi"

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Pimpinan PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia

Di-

Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu Pimpinan untuk menerima kunjungan seorang Mahasiswa/i kami :

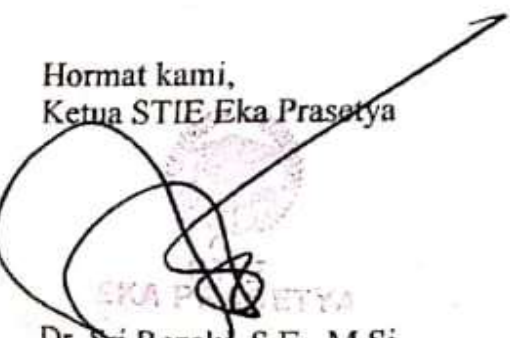
Nama	: Felix
NIM	: 181010265
Semester	: VIII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Fasilitas dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan Fasilitas Digital Pada PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia

Untuk mengadakan peninjauan PT. Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Asia yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka melakukan observasi untuk bahan penulisan Tugas Akhir Mahasiswa/i tersebut.

Hasil peninjauan berupa data yang dikumpulkannya tetap akan bersifat rahasia dan tidak dipublikir untuk umum. Kami juga mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membalas surat kami ini yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di atas benar telah melakukan observasi dimaksud.

Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu Pimpinan menerima Mahasiswa/i kami serta memberi data yang diperlukan, kami ucapkan terima kasih. Semoga hubungan kerja sama ini dapat berlanjut untuk hari-hari yang akan datang, dan mudah-mudahan perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin sukses di masa yang akan datang.

Hormat kami,
Ketua STIE Eka Prasetya


Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.

Medan, 08 April 2021

Nomor : SP.003/BCA.ASIA/IV/2021
Hal : Surat Pernyataan Izin Penelitian

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Ketua STIE Eka Prasetya
Di tempat

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa sebagai berikut :

Nama : Felix
NIM : 181010265
Semester : VIII
Program studi : Manajemen (S1)

Benar telah melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi yang dilaksanakan di
PT. Bank Central Asia Tbk Cab. KCU Asia dengan judul **“PENGARUH
FASILITAS DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH
DALAM PENGGUNAAN FASILITAS DIGITAL PADA PT. BANK
CENTRAL ASIA TBK CABANG KCU ASIA”**.

Pelaksanaan penelitian sesuai dengan syarat dan ketentuan yang ditentukan oleh
perusahaan. Kiranya hasil penelitian yang diteliti dapat memperoleh wawasan
serta berguna bagi dunia pendidikan secara umum. Demikian surat pernyataan ini
dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Hormat kami,
PT. Bank Central Asia Cab. KCU Asia


Ka.Layanan



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : Felix
NIM : 181010265
PROGRAM STUDI : Manajemen

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Rimp. Seminar
1	Rabu / 10 April 2019	Jack Kernali JUDUL PROPOSAL: Pengaruh E-Commerce dan Transportasi Online terhadap harga jual produk CV. Surya Sakti Engineering	151010104	
2	Rabu / 10 April 2019	Dorwis Setiawan JUDUL PROPOSAL: Analisis Pengaruh Beban Pemateran Jasa Dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada PT. Bertaan Tunggul Segitama	151010120	
3	Rabu / 10 April 2019	Kristina JUDUL PROPOSAL: Pengaruh interior dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada PT. Patah Sumbayan Maju Bersama Glogor Medan	151010089	
4	Kamis / 19 Maret 2020	Horison JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Persediaan Barang dan Distribusi Terhadap Pendapatan penjualan pada CV. Manis Elektronik	161010039	
5	Kamis / 19 Maret 2020	Claudia Tioferry JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Kompetensi kewirausahaan dan penguasaan Manajemen terhadap perkembangan perusahaan pada PT. Ekster Sinar Kemitel Cabang Medan	161010080	
		JUDUL PROPOSAL :		
		JUDUL PROPOSAL :		
		JUDUL PROPOSAL :		

Mahasiswa dapat menyelenggarakan seminar proposal bila telah memenuhi syarat mengikuti/ menjadi peserta seminar proposal mahasiswa yang lain **MINIMAL 5 KALI**

Medan, 19 Maret 2020
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN ARTIKEL
ILMIAH



Nama Mahasiswa : Felix
NIM : 181010265
Konsentrasi : Pemasaran Kelas : B
Nomor HP, No. WA : 0823 - 6050 - 6091 Email : Chenlix228@gmail.com
Alamat Tinggal : Jl. B. Kebonse Gg. Pantai Burung Lt II No. 19 B
Dosen Pembimbing Tugas Akhir : TTD :

Kd. Prodi		Dosen Pembimbing I	Dosen Pembimbing II	Mahasiswa	
Indira G. S. S. E., M.M.		Desma Erica Maryati M., S.Pd., M.Si	Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M.	Felix	
No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan		Paraf Dosen Pembimbing	
				I	II
1	23 Nov 2020	Pembacaan skripsi penelitian. Cari penelitian terdahulu min 5 (lima) terakhir, Cari Definisi setiap variabel & pendapat ahli & indikator		M. Ali	
2	20 Jan 2021	Latar belakang & pembahasan lag 1, Format artikel sesuai dengan ketentuan.		M. Ali	
3		Langsung selesaikan sampai bab 3		M. Ali	
4	9 Feb 2021	Definisi → masalah → Bukt → Data pendukung, Tambah fungsi masalah Bukt 5 penelitian terdahulu		M. Ali	
5	15 Feb 2021				
6		Data disajikan di Bab I			M. Ali
7		Halaman tolong dibuat			M. Ali
8		Lengkap BAB III			
9		Tentukan Populasi			M. Ali
10	15 Feb 2021	Lengkap penelitian terdahulu & lengkap latar belakang, lengkap BAB III		M. Ali	
11	18 Feb 2021	Tinggal Lengkap Latar Belakang, Halaman Skripsi		M. Ali	
12	19-2-2021	Lengkap latar belakang dan bab III			M. Ali
13	22-2-2021	ACC Sempro			M. Ali
14	22.2.2021	ACC sempro (Belajar!)		M. Ali	
15	6-5-2021	Revisi Pasca Sempro & Revisi Identifikasi Masalah			
16	20-5-2021	Acc kuesioner			M. Ali
17	6-6-2021	Revisi Bab V (Implikasi manajemen)		M. Ali	
18	8 Juni 2021	Acc Skripsi, TTD pengesahan			M. Ali
19	10-4-2021	Acc kuesioner		M. Ali	
20	9/6 21	Acc sidang		M. Ali	
21					
22					
23					
24					
25					

Seminar Proposal: Minimal 5 (Lima) kali bimbingan untuk setiap Dosen Pembimbing
Meja Hijau: Minimal 10 (Sepuluh) kali bimbingan untuk setiap Dosen Pembimbing

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Felix
Tempat/Tanggal Lahir : Medan / 28 September 1999
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Alamat : Jl. B Katamso Gg. Pantai Burung Lr. II No.19B
Alamat E-mail : Chenlixz28@gmail.com
Agama : Kristen
No Handphone : 0823-6050-6091

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

1. Tahun 2005 – 2011 : SD SWASTA HARAPAN MANDIRI MEDAN
2. Tahun 2011 – 2014 : SMP SWASTA HARAPAN MANDIRI MEDAN
3. Tahun 2014 – 2017 : SMA SWASTA HARAPAN MANDIRI MEDAN
4. Tahun 2017 – Sekarang : STIE EKA PRASETYA

RIWAYAT PEKERJAAN

1. Juni 2017 – Oktober 2017 : UPVC House Mitra Jaya Sejati
2. Oktober 2017 – Juni 2018 : Lets Go Holiday
3. Agustus 2018 – Sekarang : PT. Bank Central Asia Tbk

DATA ORANG TUA

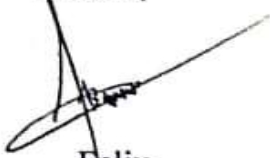
Nama Ibu : Tan Pan Cian
Pekerjaan : Wiraswasta
No Handphone : 0877-6603-1299
Alamat : Jl. B Katamso Gg. Pantai Burung Lr. II No.19B

Nama Ayah : Tan Tek Sin
Pekerjaan : -
No Handphone : -
Alamat : -

Demikianlah daftar riwayat hidup ini saya perbuat dengan sebenar-benarnya

Medan, 14 Juni 2021

Penulis,



Felix
181010265