

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK,  
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
PT. BANK CENTRAL ASIA TBK, CABANG SURABAYA**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya  
Jalan A. Yani 114 Surabaya  
E-mail : [fandydwi66@gmail.com](mailto:fandydwi66@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Central Asia Tbk, Cabang Surabaya. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan Data primer melalui hasil *kuesioner* yang jawabannya diperoleh dari nasabah yang pernah berkunjung atau bertransaksi di PT. Bank Central Asia Tbk, Cabang Surabaya. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling*. Analisis data yang digunakan uji asumsi klasik dan analisis linier berganda. *Variabel independent* yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepercayaan sedangkan *variabel dependent* adalah kepuasan (Y). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan dari Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepercayaan terhadap kepuasan. Dan ada pengaruh positif dan signifikan dari Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepercayaan secara parsial terhadap kepuasan. Variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan Nasabah PT. Bank Central Asia Tbk, Cabang Surabaya adalah kualitas pelayanan.

Kata Kunci : Kualitas pelayanan, Kualitas produk, Kepercayaan, Kepuasan

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of service quality, product quality, and trust on customer satisfaction at PT. Bank Central Asia Tbk, Surabaya Branch. This research is a quantitative research using primary data through the results of questionnaires whose answers were obtained from customers who had visited or transacted at PT. Bank Central Asia Tbk, Surabaya. Determination of the sample in this study using non-probability sampling. Data analysis used classic assumption test and multiple linear analysis. The independent variables used in this study are Service Quality, Product Quality, and Trust while the dependent variable is satisfaction (Y). The results of the study show that there is a positive and significant influence simultaneously from Service Quality, Product Quality, and Trust on satisfaction. And there is a positive and significant effect of Service Quality, Product Quality, and Trust partially on satisfaction. The variable that has the dominant influence on customer satisfaction at PT. Bank Central Asia Tbk, Surabaya Branch is the quality of service.*

*Keyword :Service Quality,Product Quality,Trust,Satisfaction*

## **PENDAHULUAN**

Persaingan perusahaan yang semakin terbuka dan ketat saat ini salah satunya usaha keuangan, faktor kesuksesan sangat ditentukan oleh tingkat kepuasan konsumennya. pelanggan yang puas sangat dibutuhkan oleh perusahaan, Kepuasan konsumen hanya dapat tercapai dengan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumennya. Kepuasan faktor yang menghasilkan kepercayaan dalam perusahaan, oleh karena itu kepuasan merupakan kegiatan dalam menentukan produk atau jasa dan tidak lepas dari kualitas pelayanan yang di terapkan kepada pelanggan yang sudah di berikan prosedur oleh perusahaan (Marisch 2017), Oleh karena itu kepuasan nasabah menjadi hal yang selalu dipegang oleh perusahaan keuangan salah satunya Bank Central Asia Tbk, Cabang Surabaya. Akan tetapi, membuat nasabah puas bukanlah sebuah pekerjaan yang mudah, dimana Bank BCA perlu memberikan Kualitas layanan yang makin baik dengan cara memberikan respon yang cepat. Serta memberikan kualitas produk-produk perbankan yang inovatif berbasis teknologi yang diciptakan agar nasabah dapat bertransaksi dengan mudah dan praktis di mana pun dan kapan pun. Dan PT. Bank Central Asia Tbk, Cabang Surabaya harus mampu menjaga kepercayaan dari masyarakat bahwa dana yang disimpan dalam bentuk tabungan, deposito, atau bentuk pengiriman uang terjamin aman. Berdasarkan latar belakang yang ada, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut (1) Apakah variabel Kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan nasabah PT. Bank Central Asia Tbk, Cabang Surabaya? (2) Apakah variabel Kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan nasabah PT. Bank Central Asia Tbk, Cabang Surabaya ? (3) Diantara variabel Kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepercayaan manakah variabel yang berpengaruh dominan terhadap Kepuasan nasabah PT. Bank Central Asia Tbk, Cabang Surabaya ?. Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut : (1) Untuk mengetahui dan membuktikan Apakah variabel Kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan nasabah PT. Bank Central Asia Tbk, Cabang Surabaya.(2)Untuk mengetahui dan membuktikan Apakah variabel Kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan nasabah PT. Bank Central Asia Tbk, Cabang Surabaya. (3) Untuk mengetahui diantara variabel Kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepercayaan, variabel manakah yang berpengaruh dominan terhadap Kepuasan nasabah PT. Bank Central Asia Tbk, Cabang Surabaya.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Kualitas Pelayanan**

Donni (2017), menyatakan kualitas pelayanan adalah kegiatan memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan standar yang telah di tetapkan oleh perusahaan.

### **Kualitas Produk**

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu barang dalam memberikan hasil yang sesuai bahkan lebih baik dari yang di inginkan oleh konsumen, (Yenni Arfah, 2022)

### **Kepercayaan**

Aristyanto (2019) menyatakan bahwa kepercayaan merupakan salah satu dimensi untuk menentukan seberapa jauh suatu pihak merasakan integritas dan janji yang ditawarkan oleh pihak lain

### **Kepuasan**

Nuruddin Mahmud (2021) menyatakan Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang disebabkan oleh kinerja atau hasil suatu

produk yang dirasakan, dibandingkan dengan harapannya.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019:16), metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu

### Populasi

Populasi penelitian ini adalah Nasabah yang pernah berkunjung atau bertransaksi di PT. Bank Central Asia Tbk, Cabang Surabaya.

### Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non-probability sampling* khususnya *probability sampling Insidental* merupakan pengambilan anggota sampel berdasarkan kebetulan. Yang artinya siapa saja yang bertemu dengan peneliti bisa dijadikan sampel penelitian (Sugiyono, 2019). Sehingga sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 dari nasabah yang pernah berkunjung atau bertransaksi di PT. Bank Central Asia Tbk, Cabang Surabaya.

### Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan jenis data primer yaitu Sumber data primer merupakan sumber data yang didapat dan diolah secara langsung dari subjek yang berhubungan langsung dengan peneliti. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui hasil kuesioner yang berisi pertanyaan yang hasil jawabannya diperoleh dari nasabah yang pernah berkunjung atau bertransaksi di PT. Bank Central Asia Tbk, Cabang Surabaya. Data sekunder dalam penelitian adalah sumber data yang diperoleh secara tidak langsung. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari PT. Bank Central Asia Tbk, Cabang Surabaya yang meliputi data profil PT. Bank Central Asia Tbk dan visi misi PT. Bank Central Asia Tbk.

## Hasil dan Pembahasan

### Uji Validitas

#### Uji Validitas

Variabel	Variabel ( <i>r</i> -hitung)		Ket	Sig.	Keterangan
Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	X <sub>1.1</sub>	0,795	0,3	0,000	Valid
	X <sub>1.2</sub>	0,789		0,000	Valid
	X <sub>1.3</sub>	0,767		0,000	Valid
	X <sub>1.4</sub>	0,792		0,000	Valid
	X <sub>1.5</sub>	0,638		0,000	Valid
Variabel Kualitas produk (X2)	X <sub>2.1</sub>	0,640		0,000	Valid
	X <sub>2.2</sub>	0,747		0,000	Valid
	X <sub>2.3</sub>	0,773		0,000	Valid
	X <sub>2.4</sub>	0,765		0,000	Valid
	X <sub>2.5</sub>	0,766		0,000	Valid
Variabel Kepercayaan (X3)	X <sub>3.1</sub>	0,786		0,000	Valid
	X <sub>3.2</sub>	0,619		0,000	Valid
	X <sub>3.3</sub>	0,520		0,000	Valid
	X <sub>3.4</sub>	0,630		0,000	Valid
	X <sub>3.5</sub>	0,711		0,000	Valid
Variabel Kepuasan (Y)	Y <sub>1</sub>	0,650	0,000	Valid	
	Y <sub>2</sub>	0,658	0,000	Valid	

	Y <sub>3</sub>	0,740		0,000	Valid
	Y <sub>4</sub>	0,707		0,000	Valid
	Y <sub>5</sub>	0,580		0,000	Valid

Sumber : Lampiran Output SPSS Pengujian uji validitas.

Dari hasil uji validitas dapat dinyatakan bahwa seluruh pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid dan dapat dipercaya untuk mengambil data penelitian.

### Uji Reliabilitas

	Variabel	Cronbach's Alpha	Tanda	Nilai Kritis	Keterangan
1	Kualitas pelayanan (X1)	0,810	>	0,60	Reliabel
2	Kualitas produk (X2)	0,788	>	0,60	Reliabel
3	Kepercayaan (X3)	0,655	>	0,60	Reliabel
4	Kepuasan (Y)	0,672	>	0,60	Reliabel

Sumber : Lampiran Output SPSS Pengujian uji reliabilitas

Berdasarkan tabel diatas, dapat diperoleh nilai Cronbach's Alpha pada variabel kualitas pelayanan sebesar 0,810, variabel kualitas produk sebesar 0,788, variabel kepercayaan 0,655 dan variabel kepuasan sebesar 0,672, maka dapat dikatakan bahwa instrument kuisoner yang digunakan dinyatakan reliabel karena hasil *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Toleranc e	VIF
1 (Constant)	2,549	2,088		1,221	,225		
Kualitas Pelayanan	,436	,070	,512	6,222	,000	,754	1,326
Kualitas Produk	,228	,059	,275	3,846	,000	,997	1,003
Kepercayaan	,251	,086	,239	2,907	,005	,752	1,329

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : data output SPSS 25 dilah oleh peneliti (2022)

Berdasarkan hasil yang ada pada tabel diatas dapat diketahui model regresinya dari keempat variabel sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 2,549 + 0,436 X1 + 0,228 X2 + 0,251$$

### Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,714 <sup>a</sup>	,510	,495	1,631	,510	33,303	3	96	,000	2,120

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : data output SPSS 25 diolah oleh peneliti (2022)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui nilai *R Square* sebesar 0,510 atau 51 %. Maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang kuat antara variabel kualitas pelayanan (X1) kualitas produk (X2) dan kepercayaan (X3) terhadap variabel kepuasan (Y).

Sedangkan sisanya sebesar 49 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti misalnya nilai nasabah, fasilitas dan komitmen nasabah

## Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	265,652	3	88,551	33,303	,000 <sup>a</sup>
	Residual	255,258	96	2,659		
	Total	520,910	99			

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : data output SPSS 25 dilah oleh peneliti (2022)

Berdasarkan tabel output simultan diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 33,303 dengan nilai sig Sebesar 0,000. sedangkan  $F_{tabel}$  diperoleh  $F_{tabel}$  sebesar 2,70. Oleh karena itu hasil  $F_{hitung}$  19,173 yang di dapat dari sumber olah data SPSS lebih besar dari  $F_{tabel}$  2,70 dan pada tabel output SPSS data uji simultan juga menunjukkan nilai sig = 0,000 yang lebih kecil dari  $\alpha=0,05$  maka dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya variabel bebas mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.

## Uji Parsial (Uji T)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,549	2,088		1,221	,225		
Kualitas Pelayanan	,436	,070	,512	6,222	,000	,754	1,326
Kualitas Produk	,228	,059	,275	3,846	,000	,997	1,003
Kepercayaan	,251	,086	,239	2,907	,005	,752	1,329

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : data output SPSS 25 dilah oleh peneliti (2022)

### a) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan

$H_0$  = variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan

$H_1$  = variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan

Berdasarkan tabel uji t diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 6,222 hal ini menunjukkan  $t_{hitung}$  6,222 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,660 dengan nilai sig. sebesar 0,000 yang berarti dibawah 0,05 (5%). Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BCA Surabaya.

### b) Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan

$H_0$  = variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan

$H_2$  = variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan

Berdasarkan tabel uji t diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 3,846 hal ini menunjukkan  $t_{hitung}$  3,846 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,660 dengan nilai sig. sebesar 0,000 yang berarti dibawah 0,05 (5%). Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, artinya variabel kualitas produk mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BCA Surabaya.

### c) Pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan

$H_0$  = variabel kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan

$H_3$  = variabel kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan

Berdasarkan tabel uji t diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 2,907 hal ini menunjukkan  $t_{hitung}$  2,907 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,660 dengan nilai sig. sebesar 0,005 yang berarti dibawah 0,05 (5%). Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima, artinya

variabel kepercayaan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BCA Surabaya.

### Penentuan Pengaruh Variabel Dominan

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,549	2,088		1,221	,225		
Kualitas Pelayanan	,436	,070	,512	6,222	,000	,754	1,326
Kualitas Produk	,228	,059	,275	3,846	,000	,997	1,003
Kepercayaan	,251	,086	,239	2,907	,005	,752	1,329

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : data output SPSS 25 dilah oleh peneliti (2022)

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai *standardized coefficients beta* untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0,512, variabel kualitas produk sebesar 0,275 dan variabel kepercayaan sebesar 0,239. Berdasarkan hasil pengujian tersebut maka dapat dinyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan dengan hasil nilai *standardized coefficients beta* untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0,512.

### Pembahasan

#### Variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah. PT. Bank Central Asia Tbk, Cabang Surabaya

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada uji simultan diperoleh Fhitung sebesar 33,303 dengan signifikan sebesar 0,000. Oleh karena nilai  $F_{hitung} (33,303) > F_{tabel} (2,70)$  dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima, artinya bahwa variabel terikat yaitu kepuasan dipengaruhi oleh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepercayaan dengan demikian variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

#### Variabel Kualitas pelayanan berpengaruh parsial terhadap Kepuasan

Berdasarkan penelitian, membuktikan bahwa variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah diperoleh nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 6,222 dengan tingkat signifikan yang dihasilkan sebesar 0,000. Oleh karena nilai  $T_{hitung} (6,222) > T_{tabel} (1,660)$  dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima, artinya bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan. Hal ini menunjukkan bahwa Bank BCA Surabaya mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah seperti, pelayanan yang cepat dan tepat waktu, pelayanan yang ramah, pelayanan yang baik dan sopan, fasilitas yang lengkap, dan pelayanan lainnya.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Cokorda Agung Krisna Dewi I dan Gede Merta Sudiarta (2018) membuktikan kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh simultan terhadap kepuasan nasabah Bank BPD Bali

#### Variabel Kualitas produk berpengaruh parsial terhadap Kepuasan

Berdasarkan penelitian, membuktikan bahwa variabel kualitas produk terhadap kepuasan diperoleh nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel kualitas produk sebesar 3,846 dengan tingkat signifikan yang dihasilkan sebesar 0,000. Oleh karena nilai  $t_{hitung} (3,846) > t_{tabel} (1,660)$  dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,000 lebih

kecil dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima, artinya bahwa variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan. artinya makin baik kualitas produk maka kepuasan nasabah akan semakin tinggi.

Penelitian ini didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Cokorda Agung Krisna Dewi dan I Gede Merta Sudiarta (2018) membuktikan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BPD Bali. Dengan Bank BCA Surabaya Perhatian terhadap produk khususnya fitur yang melengkapi nilai produk hendaknya menjadi perhatian Bank BCA yang melayani nasabah di daerah Surabaya. Selain itu perlu selalu ditambahkan pada produk yang berkaitan dengan performance, daya tahan, serviceability dan perceived quality.

### **Pengaruh Secara Parsial Kepercayaan terhadap Kepuasan**

Berdasarkan penelitian, membuktikan bahwa pengujian secara parsial dengan uji t untuk mengetahui variabel kepercayaan terhadap kepuasan diperoleh nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel kepercayaan sebesar 2,907 dengan tingkat signifikan yang dihasilkan sebesar 0,005. Oleh karena nilai  $t_{hitung} (2,907) > t_{tabel} (1,660)$  dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,005 lebih kecil dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima, artinya bahwa variabel kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pada nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah percaya untuk menggunakan jasa dan bertransaksi di Bank BCA Surabaya.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Hasya Syatul Hasbi, R.Aj. Endang P. Apriliani (2021) menunjukkan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

### **Kualitas Pelayanan Berpengaruh Dominan terhadap Kepuasan**

Berdasarkan penelitian, membuktikan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah. bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai *standartdized of coefficient beta* atau  $\beta$  (beta) terbesar 0,512 dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BCA Surabaya. Yang artinya bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan Nasabah, jika kualitas pelayanan yang diterapkan sudah baik maka kepuasan nasabah pada Bank BCA Surabaya akan meningkat.

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil yang sudah dilakukan mengenai variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah Bank BCA Surabaya dapat disimpulkan:

Pada Uji F :

Semua Variabel bebas pelayanan, kualitas produk, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat

Pada Uji t :

1. Variabel kualitas pelayanan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BCA Surabaya. Pernyataan yang mempunyai skor tertinggi pada variabel kualitas pelayanan adalah “Karyawan Bank BCA Surabaya memberikan pengarahannya atas keunggulan produk yang ditawarkan”. Sedangkan pernyataan yang mempunyai skor terendah adalah “Adanya jaminan keamanan dalam melakukan berbagai layanan jasa di Bank BCA Surabaya”.
2. Variabel kualitas produk, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BCA Surabaya. Pernyataan yang mempunyai skor tertinggi pada variabel kualitas produk adalah “Produk tabungan di BCA

terjamin keamanannya.”. Sedangkan pernyataan yang mempunyai skor terendah adalah “Desain ATM di bank BCA unik”.

3. Variabel kepercayaan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BCA Surabaya. Pernyataan yang mempunyai skor tertinggi pada variabel kepercayaan adalah “Bank BCA Konsisten sebagai perbankan yang terkemuka.”. Sedangkan pernyataan yang mempunyai skor terendah adalah “Bank BCA terbuka dalam memberikan informasi kepada nasabah.”
4. Variabel kepuasan, Pernyataan yang mempunyai skor tertinggi pada variabel kepuasan adalah “Pelayanan yang diberikan Bank BCA sudah dapat memenuhi harapan Nasabah.” Sedangkan pernyataan yang mempunyai skor terendah adalah “Nasabah merekomendasikan kepada pihak lain untuk menggunakan tabungan BCA”.

Pada uji dominan, variabel bebas kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepercayaan yang mempunyai pengaruh terbesar terhadap variabel terikat kepuasan adalah variabel Kualitas pelayanan dengan nilai koefisien  $\beta$  (beta) 0,512 yang lebih besar diantara variabel lain.



## DAFTAR PUSTAKA

- Aristyanto E, Hasan AF & Aditya Surya N. 2019. Pengaruh Komitmen dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah di Surabaya.
- Bricci, L., Fragata, A, & Antunes, J. (2016). *The effect of trust, Commitment and satisfaction on customer loyalty in the distribution sector*. Jurnal Of Economics, Businerr and Management, 4 (2), 173177
- Dewi, Cokorda Istri Agung Krisna.,& I Gede Merta Sudiarta 2018. Pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Bali. E-Jurnal manajemen unud, Nol 7. No 8.
- Ghozali, 2018, Uji reliabilitas dan validitas suatu konstruk atau konsep, Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS, Edisi XI, Undip, Semarang
- Hasya, Syatul Hasbi, & R.Aj. Endang P. Apriliani. 2021. Pengaruh promosi, harga, kualitas pelayanan, dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen. Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE) Vol. 2, No. 2
- Nuruddin, Mahmud. 2021. P engaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Transmart Setiabudi Semaran. Jurnal Ekonomi dan Bisnis STIE Anindyaguna. Vol 3 No 1
- Sugiyono, 2019, Variabel Penelitian, Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, Edisi ke II, Alfabeta, Bandung
- Yeni, Arfah, 2022. Keputusan pembelian produk, PT. Pratama Inovasi Pratama Internasional.