

**PENGARUH PROGRAM SMART SOLUTION TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH PT BANK CENTRAL ASIA TBK KANTOR  
CABANG PEMBANTU SUMBERPUCUNG MALANG**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen Pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Katolik Widya Karya**



**Oleh :**

**Indah Kristiowati**

**NIM : 201615002**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA  
FAKULTAS EKONOMI**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**2020**

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Indah Kristiowati  
NIM : 201615002  
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Judul : Pengaruh Program SMART SOLUTION Terhadap Kepuasan  
Nasabah Pada PT Bank Central Asia Tbk,  
Kantor Cabang Pembantu Sumberpucung Malang

Malang, 15 Juli 2020

DITERIMA DAN DISETUJUI :

Pembimbing I



Dra. Anni Yudiastuti MP  
NIDN : 0701056401

Pembimbing II



Jovita Vicka B.W,S.Pd,M.SM  
NIDN : 0724018601

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi



Dra. Anni Yudiastuti MP  
NIDN : 0701056401

Ketua Jurusan Manajemen



Jovita Vicka B.W, S.Pd, M.SM  
NIDN : 0724018601

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi yang berjudul:

PENGARUH PROGRAM SMART SOLUTION TERHADAP KEPUASAN  
NASABAH PT BANK CENTRAL ASIA Tbk, KANTOR CABANG PEMBANTU  
SUMBERPUCUNG MALANG

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Indah Kristiowati

NIM : 201615002

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi  
Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal 15 Juli 2020 dan telah  
memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar  
Sarjana Manajemen Strata 1 (S-1).

Disahkan oleh:

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Katolik Widya Karya Malang

Dra. Anni Yudiastuti MP

NIDN : 0701056401

DEWAN PENGUJI

TANDA-TANGAN

Dra. Anni Yudiastuti MP

NIDN : 071056401

Jovita Vicka B.W.S.Pd, M.SM

NIDN : 0724018601

Drs. Cornelius Niwandoko.M.M

NIDK : 8887223419

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda-tangan dibawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “PENGARUH PROGRAM SMART SOLUTION TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT BANK CENTRAL ASIA Tbk, KANTOR CABANG PEMBANTU SUMBERPUCUNG MALANG”

merupakan karya asli dari :

Nama : Indah Kistiowati

NIM : 201615002

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang

dan bukan merupakan karya plagiat baik sebagian maupun keseluruhan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, apabila dikemudian hari terdapat kesalahan, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku

Malang, 15 Juli 2020



(Indah K

DITERIMA DAN DISETUJUI

Pembimbing I

Dra. Anni Yudiastuti, MP

NIDN : 071056401

Pembimbing II

Jovita Vicka B.W,S.Pd, M.MS

NIDN : 0724018601

MENGETAHUI

Dekan Fakultas Ekonomi

Dra. Anni Yudiastuti, MP

NIDN : 071056401

Ketua Jurusan Manajemen

Jovita Vicka B.W,S.Pd, M.MS

NIDN : 0724018601

Nomer : 54/09/20/SBP/MLG  
Tanggal : 21 Juli 2020  
Lamp : -

Kepada :  
Universitas Katolik Widya Karya  
Jl Bondowoso No 2  
Malang

Dengan ini kami menyatakan bahwa nama yang tersebut dibawah ini :

Nama : Indah Kristiowati  
NIM : 201615002  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/S1 Manajemen

adalah benar telah menyelesaikan penelitian di PT Bank Central Asia, Tbk Kantor Cabang Pembantu Sumberpucung Malang dengan judul **Pengaruh Program SMART SOLUTION terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Central Asia, Tbk Kantor Cabang Pembantu Sumberpucung Malang.**

Demikian surat pernyataan ini kami buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan. Dan kami sampaikan terima kasih atas kerjasamanya.

PT Bank Central Asia, Tbk  
KCP Sumberpucung Malang



B Budianti Wahyuni  
Kepala KCP



## UCAPAN TERIMA KASIH

1. Kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas kasih karunia dan anugerah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu
2. Kepada Ibu Kristin, Ibu Rini, Ibu Antik selaku Kepala PT Bank Central Asia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sumberpucung yang selalu mendukung peneliti dalam menempuh pendidikan sehingga bisa menyelesaikan skripsi tepat waktu.
3. Kepada semua rekan-rekan peneliti baik yang ada di kantor, gereja serta komunitas yang selalu mendukung serta memberikan saran-sarannya sehingga peneliti dapat menyelesaikan studi dan skripsi tepat waktu.
4. Kepada keluarga dan handai-taulan yang terus mendukung dan mendoakan peneliti sehingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu

**MOTTO**

“ JANGAN PERNAH MEMIKIRKAN HAL YANG BELUM TENTU TERJADI, FOKUS DAN LIHATLAH PEKERJAAN TUHAN SESUAI DENGAN WAKTU-NYA”



**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama : Indah Kristiowati  
NIM : 201615002  
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Tempat/Tgl Lahir : Malang, 30 Desember 1972  
Alamat : Perum Grand Mandiri Land Blok CC-32 Junrejo Kota Batu  
Nama Orang-tua : Suyudi (alm, ayah)  
Endang Sabatini (alm, ibu)  
Riwayat Pendidikan : Tahun 1980 – 1986 : SD Negeri Dadaprejo 1 Batu  
Tahun 1986 – 1989 : SMP Negeri 1 Batu  
Tahun 1989 – 1992 : SMA Negeri 1 Batu  
Tahun 2016 – 2020 : S1 Manajemen Universitas Katolik  
Widya Karya Malang



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena begitu besar kasih karunia dan anugerah-Nya sehingga skripsi dengan judul “PENGARUH PROGRAM SMART SOLUTION TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT BANK CENTRAL ASIA Tbk, KANTOR CABANG PEMBANTU SUMBERPUCUNG MALANG” dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini dibuat sebagai tugas akhir dan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang.

Ucapan terima kasih tak lupa peneliti sampaikan kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu proses penyelesaian skripsi ini :

1. Dra. Anni Yudiastuti, MP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan dosen pembimbing I yang tidak henti-hentinya memotivasi untuk selesainya skripsi ini.
2. Jovita Vicka B.W, S.pd, M.SM selaku Ketua Jurusan Manajemen dan dosen pembimbing II yang telah membimbing hingga selesainya skripsi ini.
3. Pimpinan dan segenap staf PT Bank Central Asia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sumberpucung Malang yang telah memberikan izin dan membantu proses penelitian hingga selesainya skripsi ini.
4. Bapak dan ibu dosen yang telah memberikan ilmu dalam pengajaran selama kuliah di kampus Universitas Katolik Widya Karya Malang
5. Seluruh staf Universitas Katolik Widya Karya yang telah membantu mempersiapkan kegiatan perkuliahan.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan segala bentuk saran dan kritikan yang membangun.

# PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

Akhir kata peneliti mohon maaf jikalau ada kesalahan-kesalahan yang ada, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang manajemen.

Malang, 15 Juli 2020

Peneliti

(Indah Kristiowati)



**DAFTAR ISI**

HALAMAN JUDUL.....	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT KETERANGAN PENELITIAN.....	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
MOTTO .....	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
ABSTRAKSI .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A.Latar Belakang .....	1
B.Rumusan Masalah .....	6
C.Tujuan dan Manfaat Penelitian	
1.Tujuan Penelitian .....	7
2.Manfaat Penelitian .....	7

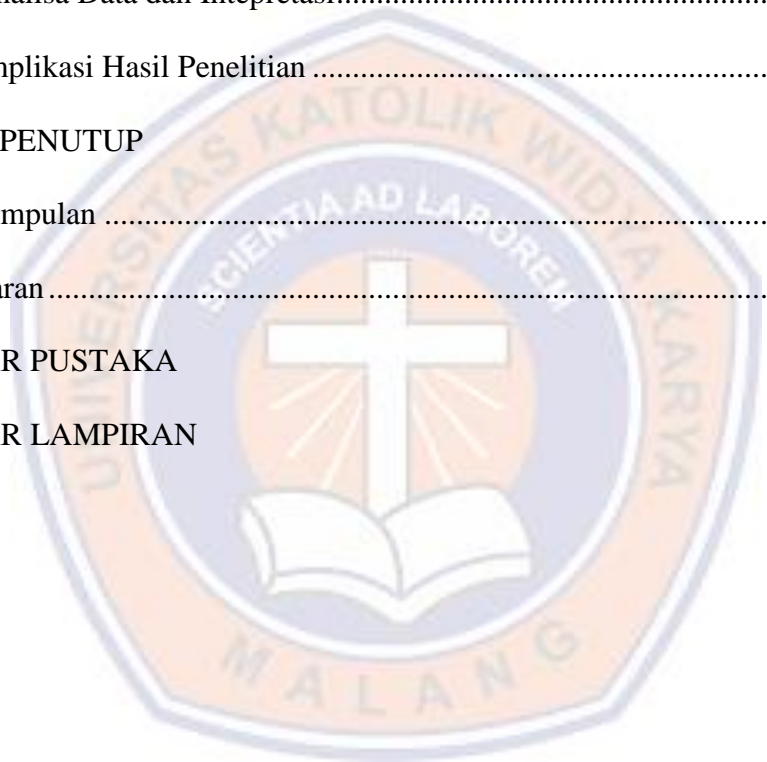
**BAB II LANDASAN TEORI**

A. Penelitian Terdahulu .....	9
B. Landasan Teori Penelitian	
1. Pengertian Jasa .....	13
2. Karakteristik Jasa atau Layanan .....	14
3. Kualitas Layanan .....	16
4. Kualitas Layanan pada PT Bank Central Asia Tbk .....	17
5. Kepuasan Nasabah .....	18
C. Kerangka Pikir Penelitian .....	19
D. Hipotesis .....	21

**BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian .....	22
B. Lokasi Penelitian .....	22
C. Ruang Lingkup .....	23
D. Populasi, Sampel dan Teknik sampling .....	23
E. Jenis dan Sumber Data .....	24
F. Definisi Operasional Variabel .....	25
G. Metode Pengumpulan Data .....	33
H. Teknik Analisis Data	
1. Uji Instrumen .....	34
2. Uji Asumsi Klasik .....	36
3. Analisis Regresi Berganda .....	38

4.Uji Hipotesis .....	40
5.Uji Variabel Dominan .....	41
<b>BAB IV ANALISIS DAN INTEPRETASI DATA</b>	
A.Gambaran Umum PT Bank Central Asia Tbk .....	43
B.Gambaran Umum Responden Penelitian.....	50
C.Analisa Data dan Intepretasi.....	56
D.Implikasi Hasil Penelitian .....	97
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A.Simpulan .....	97
B.Saran .....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	



**DAFTAR TABEL**

Halaman

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
Tabel 3.1 Definisi Variabel .....	25
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Usia Responden .....	50
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Pendidikan terakhir Responden .....	53
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Jenis Pekerjaan Responden .....	54
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Lama sebagai nasabah BCA .....	55
Tabel 4.6 Uji Validitas Instrumen Penelitian .....	57
Tabel 4.7 Kriteria Indeks Koefisien Reliabilitas .....	59
Tabel 4.8 Uji Realibilitas Instrumen Penelitian .....	59
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Variabel <b>S</b> igap ( $X_1$ ) .....	61
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Variabel <b>M</b> -enarik ( $X_2$ ) .....	62
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Variabel <b>A</b> -ntusias ( $X_3$ ) .....	63
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Variabel <b>R</b> -amah ( $X_4$ ) .....	64
Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Variabel <b>T</b> -eliti ( $X_5$ ) .....	65
Tabel 4.14 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Variabel <b>S</b> -imak ( $X_6$ ) .....	66
Tabel 4.15 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Variabel <b>O</b> -penMind ( $X_7$ ) .....	67
Tabel 4.16 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Variabel <b>L</b> -engkap ( $X_8$ ) .....	67



Tabel 4.17 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Variabel <b>U</b> -tamakan Nasabah ( $X_9$ ) .....	68
Tabel 4.18 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Variabel <b>T</b> -elling Solution ( $X_{10}$ ).....	69
Tabel 4.19 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Variabel <b>I</b> -nisiatif ( $X_{11}$ ) .....	70
Tabel 4.20 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Variabel <b>On-time Follow Up</b> ( $X_{12}$ ).....	71
Tabel 4.21 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Variabel Kepuasan Nasabah (Y).....	72
Tabel 4.22 Hasil Uji Normalitas .....	75
Tabel 4.23 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	77
Tabel 4.24 Hasil Durbin Watson.....	80
Tabel 4.25 Uji Multikolinearitas dengan menggunakan VIF.....	81
Tabel 4.26 Uji Korelasi <i>Product Momen Pearson</i> .....	82
Tabel 4.27 Hasil Analisis Linier Berganda .....	84
Tabel 4.28 Perhitungan Sumbangan Efektif .....	95

**DAFTAR GAMBAR**

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	20
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	50
Gambar 4.2 Distribusi Frekuensi Usia Responden .....	51
Gambar 4.3 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden.....	52
Gambar 4.4 Distribusi Frekuensi Pendidikan terakhir Responden .....	53
Gambar 4.5 Distribusi Frekuensi Jenis Pekerjaan Responden.....	55
Gambar 4.6 Distribusi Frekuensi Lama menjadi nasabah BCA .....	56
Gambar 4.7 Grafik Uji Normalitas Data .....	76
Gambar 4.8 Grafik Uji Heteroskedastisitas .....	79



**PENGARUH PROGRAM SMART SOLUTION TERHADAP KEPUASAN  
NASABAH PT BANK CENTRAL AASIA Tbk, KANTOR CABANG  
PEMBANTU SUMBERPUCUNG MALANG**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Program SMART SOLUTION terhadap kepuasan nasabah PT Bank Central Asia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sumberpucung Malang. Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*. Sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang didapatkan dari jawaban kuisioner responden dan data sekunder yang di dapat melalui media perantara yang dikumpulkan untuk keperluan riset seperti data struktur organisasi, sejarah berdirinya PT Bank Central Asia Tbk. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah potensial PT Bank Central Asia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sumberpucung Malang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, un tuk menguji hipotesis digunakan uji F dan uji t.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel : Sigap ( $X_1$ ), Menarik ( $X_2$ ), Antusias ( $X_3$ ), Ramah ( $X_4$ ), Teliti ( $X_5$ ), Simak( $X_6$ ), *Open-Mind* ( $X_7$ ), Lengkap ( $X_8$ ), Utamakan Nasabah ( $X_9$ ), *Telling solution* ( $X_{10}$ ) Inisiatif ( $X_{11}$ ), *ON-time follow up* ( $X_{12}$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan (bermakna) secara serentak (simultan) terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Central Asia Tbk KCP Sumberpucung Malang. Namun secara parsial, hanya variabel Menarik ( $X_2$ ), Ramah ( $X_4$ ), Simak( $X_6$ ), *Open-mind* ( $X_7$ ), Lengkap ( $X_8$ ), Utamakan Nasabah ( $X_9$ ), *Telling solution* ( $X_{10}$ ) Inisiatif ( $X_{11}$ ), *ON-time follow up* ( $X_{12}$ ) yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Central Asia Tbk KCP Sumberpucung Malang. Sedangkan untuk Sigap ( $X_1$ ), Antusias ( $X_3$ ), dan Teliti ( $X_5$ ) berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Central Asia Tbk KCP Sumberpucung Malang. Faktor yang paling dominan dalam penelitian ini adalah lengkap ( $X_8$ ).

**Kata kunci : Sigap, Menarik, Antusias, Ramah, Teliti, Simak, *Open-mind*, Lengkap, Utamakan nasabah, *Telling solution*, Inisiatif, *ON-time follow up*, dan Kepuasan nasabah**

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Kompetisi di dunia perbankan saat ini semakin ketat. Teknologi yang begitu cepat berkembang membuat dunia perbankan harus mengikuti perubahan-perubahan yang terjadi di dalam metode pembayaran dan transaksi lainnya. Pelanggan atau nasabah saat ini dapat memilih metode-metode pembayaran atau mengajukan pinjaman tanpa harus menjadi nasabah suatu bank. Hal ini dimungkinkan dengan maraknya transaksi online yang ditawarkan oleh *fintech* (*financial technology*) dan juga aplikasi online seperti Gopay, OVO, ShopeePay dan banyak lagi. Hal inilah yang menyebabkan perbankan harus mencari cara untuk mempertahankan nasabahnya.

Menurut Sugiardi et al. (2014), kepuasan pelanggan/nasabah pada bidang jasa adalah reaksi emosional jangka pendek pelanggan terhadap kinerja jasa tertentu, tingkat kepuasan pelanggan dapat terjadi setelah mengalami jasa yang mereka harapkan terpenuhi atau terlampaui. Apabila pelanggan atau nasabah merasa kecewa atau kurang puas setelah menerima layanan, maka akan timbul masalah bagi penyedia jasa, apabila pelanggan merasa senang setelah menerima layanan yang diberikan, maka akan menimbulkan kepuasan kepada pelanggan. Berkaitan dengan hal tersebut, dunia perbankan semakin dituntut untuk menunjukkan kinerja dan layanan yang semakin baik, dimana layanan bisnis jasa perbankan harus ditunjang dengan kemajuan teknologi yang semakin mempermudah semua transaksi pelanggan atau nasabahnya.

Dengan asumsi tercapainya kepuasan nasabah maka diharapkan pendapatan perusahaan akan semakin meningkat dan dalam jangka waktu yang panjang perusahaan dapat berkembang sejalan dengan kepercayaan dari nasabahnya (Pontoh, Kawet, & Tumbuan, 2014).

Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Tjiptono dalam Sanistasya (2015) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Tjiptono dan Chandra (2011) menjelaskan kualitas layanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas layanan yang diharapkan. Sehingga dapat diartikan, definisi kualitas layanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang diikuti dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Marlius (2017) dan Sanistasya (2015) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Bolang et al. (2015) juga menyatakan bahwa kualitas layanan *customer service* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kepuasan pelanggan menjadi parameter penting sehingga bisnis dapat terus berputar. Kualitas layanan dapat memengaruhi kepuasan pelanggan secara langsung dan juga tidak langsung. Kualitas layanan mendorong

pelanggan untuk berkomitmen pada suatu produk dan layanan suatu bank sehingga dapat meningkatkan *market share* suatu produk. Kualitas layanan memegang peranan yang sangat penting dalam mempertahankan nasabah atau pelanggan dalam jangka panjang.

Persaingan yang semakin tinggi menyebabkan pelanggan dihadapkan pada banyaknya alternatif produk, harga, dan layanan yang bervariasi, hal tersebut menyebabkan pelanggan mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk (Kotler, 2012). Kualitas yang rendah menyebabkan ketidakpuasan pelanggan, hal tersebut tidak hanya berdampak pada pelanggan itu saja, karena pelanggan yang tidak puas akan menceritakan ketidakpuasannya kepada teman atau koleganya, dampak yang ditimbulkan adalah berpindahnya calon pelanggan kepada perusahaan pesaing.

Perbankan adalah lembaga keuangan yang mengutamakan jasa dalam pelayanan produknya. Perbankan harus terus mencari dan mengembangkan ide untuk memuaskan para nasabahnya, bukan hanya berfokus pada produk yang dijual tetapi juga harus memikirkan kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah. *Service Quality (Servqual)* harus benar-benar diperhatikan oleh penyedia jasa sehingga tujuan nasabah untuk bertransaksi dapat terpenuhi. Dalam konteks pengukuran variabel kualitas layanan Parasuraman, teridentifikasi lima dimensi pengukuran kualitas layanan yaitu *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *tangibles* (bukti langsung), dan *emphaty* (empati)



PT Bank Central Asia Tbk sebagai salah satu bank swasta terbesar di Indonesia dengan visi “Bank pilihan utama andalan masyarakat, yang berperan sebagai pilar penting perekonomian Indonesia” terus berupaya untuk meningkatkan kualitas layanannya. Budaya layanan dan tata nilai dalam pembentukan etos kerja terus dibangun sejak awal berdirinya (1957) dan terbukti mampu mengawal sejarah panjang perjalanan sukses PT Bank Central Asia Tbk selama ini. Dalam bukunya *The Corporate Culture Survival Guide*, Edgar H, Scheen (2009) menyebutkan bahwa budaya perusahaan merupakan unsur pembeda yang dapat mengantarkan sebuah kesuksesan sebuah perusahaan. Tata nilai BCA menjadi pedoman dasar berperilaku dan berinteraksi segenap warga PT Bank Central Asia Tbk dalam mengemban misi dan mencapai visi yang ditetapkan perusahaan. Dalam menerapkan *Servqual*, kualitas layanan PT Bank Central Asia Tbk dituangkan dalam Tata Nilai BCA yang didalamnya terdapat empat poin penting, yaitu fokus pada nasabah (*Customer Fokus*), integritas (*Integrity*), kerjasama tim (*Teamwork*), berusaha mencapai yang terbaik (*Continuos Pursuit of Excellence*).

PT Bank Central Asia Tbk terus bertumbuh dan berkembang selaras dengan pergerakan dinamis dunia perbankan. Kunci utamanya adalah memenuhi ragam kebutuhan nasabah yang berkembang kian kompleks. Saat ini kemajuan teknologi berkembang sangat pesat, kecepatan dan keakuratan dalam transaksi keuangan tidak hanya dilakukan dunia perbankan tetapi dilakukan pula oleh *fintech-fintech* dan juga aplikasi-aplikasi pembayaran

yang banyak berkembang, seperti OVO, Gopay, dan Shopee. Untuk bersaing dengan perusahaan-perusahaan keuangan bukan bank, BCA terus mengembangkan inovasi-inovasi baru untuk memenuhi kebutuhan sesuai dengan segmentasi nasabah. Hal yang tidak boleh terlepas dari inovasi-inovasi produk tersebut adalah layanan kepada nasabah, untuk itu peningkatan kualitas budaya layanan harus terus ditingkatkan. Budaya layanan ini merupakan ekselelator *enhanced relationship* untuk mencapai *positioning* BCA sebagai *Relationship Banking*.

Untuk meningkatkan kualitas layanan di PT Bank Central Asia Tbk, manajemen telah mencanangkan standar layanan yang diselaraskan dengan karakteristik nasabah dan menjadikan sebagai budaya layanan. Sebelum tahun 2011 budaya layanan BCA dikenal dengan istilah budaya SMART (Sigap, Menarik, Antusias, Ramah, Teliti) yang mampu membawa BCA menjadi bank dengan layanan terbaik dan merupakan pilar penting dalam pencapaian BCA sebagai bank transaksional.

Pengembangan dari budaya SMART ini adalah SMART SOLUTION sebagai budaya *service* dan *relationship* yang berpusat pada nasabah. SMART SOLUTION dijabarkan sebagai Simak - *Open mind* – Lengkap - Utamakan Nasabah - *Telling solution* – Inisiatif – *ON-time follow up*. SMART SOLUTION memiliki peranan penting dalam pengembangan posisi BCA lebih lanjut. Prinsip layanan BCA dapat disimpulkan menjadi tiga bagian, yaitu *Service Action*, SMART SOLUTION, Tata Nilai. Tata nilai

berfungsi sebagai aturan dasar, sementara SMART SOLUTION berperan sebagai panduan dalam memberikan *Service Action*.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perlu dilakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Program SMART SOLUTION Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Pembantu Sumberpucung Malang”.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana signifikansi pengaruh SMART SOLUTION yang terdiri dari Sigap ( $X_1$ ), Menarik ( $X_2$ ), Antusias ( $X_3$ ), Ramah ( $X_4$ ), Teliti ( $X_5$ ), Simak ( $X_6$ ), *Open-Mind* ( $X_7$ ), Lengkap ( $X_8$ ), Utamakan Nasabah ( $X_9$ ), *Telling solution* ( $X_{10}$ ), Inisiatif ( $X_{11}$ ), *ON-time follow up* ( $X_{12}$ ) secara simultan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Central Asia Tbk KCP Sumberpucung Malang?
2. Bagaimana signifikansi pengaruh SMART SOLUTION yang terdiri dari Sigap ( $X_1$ ), Menarik ( $X_2$ ), Antusias ( $X_3$ ), Ramah ( $X_4$ ), Teliti ( $X_5$ ), Simak ( $X_6$ ), *Open-Mind* ( $X_7$ ), Lengkap ( $X_8$ ), Utamakan Nasabah ( $X_9$ ), *Telling solution* ( $X_{10}$ ), Inisiatif ( $X_{11}$ ), *ON-time follow up* ( $X_{12}$ ) terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Central Asia Tbk KCP Sumberpucung Malang secara parsial?
3. Diantara unsur SMART SOLUTION, manakah unsur yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Central Asia Tbk KCP Sumberpucung Malang?

### **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### 1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

- a. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh SMART SOLUTION yang terdiri dari Sigap ( $X_1$ ), Menarik ( $X_2$ ), Antusias ( $X_3$ ), Ramah ( $X_4$ ), Teliti ( $X_5$ ), Simak ( $X_6$ ), *Open-mind* ( $X_7$ ), Lengkap ( $X_8$ ), Utamakan Nasabah ( $X_9$ ), *Telling solution* ( $X_{10}$ ), Inisiatif ( $X_{11}$ ), *ON-time follow up* ( $X_{12}$ ) secara simultan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Central Asia Tbk KCP Sumberpucung Malang.
- b. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh SMART SOLUTION yang terdiri dari Sigap ( $X_1$ ), Menarik ( $X_2$ ), Antusias ( $X_3$ ), Ramah ( $X_4$ ), Teliti ( $X_5$ ), Simak ( $X_6$ ), *Open-mind* ( $X_7$ ), Lengkap ( $X_8$ ), Utamakan Nasabah ( $X_9$ ), *Telling solution* ( $X_{10}$ ), Inisiatif ( $X_{11}$ ), *On-time follow up* ( $X_{12}$ ) secara parsial terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Central Asia Tbk KCP Sumberpucung Malang.
- c. Untuk mengetahui unsur SMART SOLUTION yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Central Asia Tbk KCP Sumberpucung Malang.

#### 2. Manfaat Penelitian:

##### a. Bagi Peneliti

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai teori yang telah didapatkan

dari Jurusan Manajemen terkait dengan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

b. Bagi Perusahaan/BCA

Dari hasil penelitian ini dapat digunakan untuk mengukur kualitas layanan yang telah diberikan seluruh elemen perusahaan dari tingkat manajemen hingga staf operasional sehingga tercapai visi dan misi perusahaan terhadap loyalitas nasabah.

c. Untuk Universitas

Hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai tambahan referensi bagi civitas akademisi Universitas Katolik Widya Karya Malang dan sebagai tambahan pertimbangan bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang sama.

