



# Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan pada Nasabah Bank BCA di Sidoarjo

Rafael Kelvlin Sofani<sup>1</sup>, Zawawi<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia

E-mail: [zawawi.ma@upnjatim.ac.id](mailto:zawawi.ma@upnjatim.ac.id)

Article Info	Abstract
<b>Article History</b> Received: 2024-11-11 Revised: 2024-12-23 Published: 2025-01-09  <b>Keywords:</b> <i>Service Quality;</i> <i>Brand Image;</i> <i>Customer Satisfaction.</i>	The purpose of this study was to determine how customer satisfaction among BCA bank customers in Sidoarjo is influenced by service quality and brand image. Customers who are at least 17 years old, have a BCA bank account, and have been customers there for more than one year are the target audience for this study. Purposive sampling was used to select the sample, which consisted of 84 respondents. using the partial least squares (PLS) approach along with structural equality modeling (SEM) for analysis. The findings of the study indicate that customer satisfaction among BCA bank customers in Sidoarjo is positively and significantly influenced by service quality and brand image. These findings indicate that BCA bank customers are more satisfied when brand image and service quality are greater.
Artikel Info	Abstrak
<b>Sejarah Artikel</b> Diterima: 2024-11-11 Direvisi: 2024-12-23 Dipublikasi: 2025-01-09  <b>Kata kunci:</b> <i>Kualitas Pelayanan;</i> <i>Citra Merek;</i> <i>Kepuasan Pelanggan.</i>	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kepuasan nasabah di antara nasabah bank BCA di Sidoarjo dipengaruhi oleh kualitas layanan dan citra merek. Nasabah yang berusia minimal 17 tahun, memiliki rekening bank BCA, dan telah menjadi nasabah di sana selama lebih dari satu tahun menjadi target audiens untuk penelitian ini. Pengambilan sampel secara purposif digunakan untuk memilih sampel, yang terdiri dari 84 responden. menggunakan pendekatan partial least squares (PLS) bersama dengan structural equality modeling (SEM) untuk analisis. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kepuasan nasabah di antara nasabah Bank BCA di Sidoarjo dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas layanan dan citra merek. Temuan ini menunjukkan bahwa nasabah bank BCA lebih puas ketika citra merek dan kualitas layanan lebih besar.

## I. PENDAHULUAN

Globalisasi membawa perubahan besar dalam dunia bisnis dengan membuka akses ke pasar internasional dan menciptakan peluang baru. Di sisi lain, hal ini juga menyebabkan persaingan yang lebih ketat, sehingga perusahaan perlu memiliki keunggulan kompetitif agar tetap bertahan. Bank, sebagai institusi keuangan yang mengelola dana masyarakat dan menyalurkannya dalam bentuk kredit, merasakan dampak persaingan ini, terutama di Indonesia, di mana banyak bank baru bermunculan, baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Untuk tetap kompetitif, bank harus memberikan layanan berkualitas tinggi demi meningkatkan kepuasan nasabah. Nasabah yang puas cenderung memiliki kepercayaan yang lebih besar terhadap bank, yang sangat penting bagi keberlanjutan bisnis perbankan.

Pada 16 Maret 2024, PT Bank Central Asia Tbk (BCA) diakui sebagai "Brand Perbankan Terkuat di Dunia oleh Brand Finance, sebuah lembaga konsultan independen terkemuka di bidang valuasi merek." BCA mencetak skor tertinggi di Brand Strength Index (BSI) dengan

nilai 93,8 dari 100, serta memperoleh peringkat AAA+.

Kepuasan pelanggan sebagian besar dipengaruhi oleh kualitas layanan, yang mencakup kapasitas bank untuk memenuhi permintaan klien secara efisien. Lebih jauh lagi, citra merek yang baik memengaruhi bagaimana pelanggan yang puas memandang pembelian mereka. BCA mengandalkan strategi yang mencakup peningkatan kualitas layanan, penguatan citra perusahaan, dan promosi melalui iklan serta media sosial untuk menarik perhatian nasabah. Di tengah persaingan ketat di industri perbankan Indonesia, Kebahagiaan pelanggan sebagian besar dipengaruhi oleh citra merek dan kualitas layanan.

Berdasarkan konteks tersebut, penulis tertarik untuk meneliti bagaimana kepuasan nasabah, citra merek, dan kualitas layanan mempengaruhi nasabah BCA di Sidoarjo. Oleh karena itu, penelitian ini diberi judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan pada Nasabah Bank BCA di Sidoarjo."

## II. METODE PENELITIAN

Dengan populasi nasabah Bank BCA di Sidoarjo, penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif. Informasi dikumpulkan dari 84 responden yang dipilih secara purposive sampling menggunakan survei online, dengan syarat responden minimal berumur 17 tahun, responden pengguna Bank BCA, dan responden memiliki akun BCA lebih dari satu tahun. Kuisisioner menggunakan skala Likert 1-5, dari Sangat Setuju (1) hingga Sangat Setuju (5), untuk menghasilkan data yang akurat dan jelas. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode Structural Equation Modelling (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS), meliputi uji outer model, uji inner model, dan uji hipotesis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian

Terdapat 84 responden dalam penelitian ini. Data responden dikategorikan berdasarkan karakteristik jenis kelamin dan penghasilan. Berdasarkan data yang dihasilkan dari kuisisioner dapat diketahui 53,57% Laki-laki dan 46,43% Perempuan, dapat dilihat bahwa hasil menunjukkan mayoritas responden adalah laki-laki dibanding perempuan. Dari segi penghasilan diketahui <4,5 juta per bulan 60,71% dan >4,5 juta per bulan 39,29%, dapat dilihat bahwa hasil menunjukkan mayoritas responden penghasilan adalah <4,5 juta per bulan.

#### 1. Validitas dan Reabilitas

Validitas indikator indikator ditentukan dengan melihat nilai Average Variance Extracted (AVE). Validitas yang baik untuk variabel laten ditunjukkan jika nilai AVE konvergen lebih besar dari 0,5. Nilai AVE untuk setiap variabel menunjukkan variabel indikator yang tercermin.

**Tabel 1.** Average Variance Extracted (AVE)

	Average Variance Extracted (AVE)
Kualitas Pelayanan	0.711
Citra Merek	0.678
Loyalitas Nasabah	0.595

Sumber: Data kuisisioner diolah

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa semua nilai berwarna hijau dan berada di atas 0,50. Apabila nilai konvergen AVE lebih besar dari 0,50 maka bisa diartikan bahwa terdapat validitas yang baik atas variabel laten.

#### 2. Composite Reability

**Tabel 2.** Composite Reability

	Composite Reliability
Kualitas Pelayanan	0.925
Citra Merek	0.863
Loyalitas Nasabah	0.854

Sumber: Data kuisisioner diolah

Composite Reability, Nilai yang mengukur realibilitas suatu konstruk menggunakan nilai indikator reflektif. Sebuah variabel dapat dikatakan memiliki realibilitas yang baik jika memiliki nilai composite realibility  $\geq 0,7$ . Berdasarkan table 1, mengindikasikan bahwa variable dalam penelitian ini semua variable memenuhi syarat dengan nilai *composite reability* lebih dari 0.70.

#### 3. R-Square

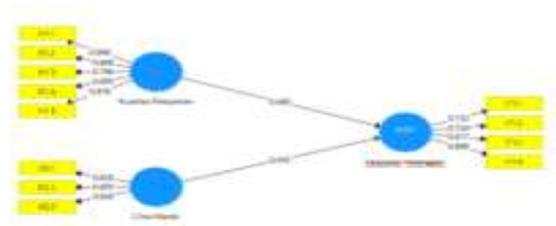
**Tabel 3.** R-Square

	R Square	R Square Adjusted
Kepuasan Pelanggan	0.572	0.562

Sumber: Data kuisisioner diolah

Dari tabel di atas, dapat dilihat nilai R-square Loyalitas Nasabah sebesar 0,562. Itu artinya model yang digunakan dalam penelitian ini mampu menjelaskan tentang Loyalitas Nasabah sebesar 56,2% melalui variabel bebas yang digunakan yaitu Kualitas Pelayanan (X1) dan Citra Merek (X2). Sementara itu, faktor-faktor yang tidak termasuk dalam penelitian ini berdampak pada 43,8% sisanya.

#### 4. Outer Model



**Gambar 2.** Outer Model dengan Factor Loading, Path Coefficient dan R-Square

Sumber: Data kuisisioner diolah

Pada gambar 2 terdapat output dapat dilihat, terdapat nilai factor loading pada setiap indikator. Selain itu, dapat dilihat pula nilai *path coefficients* yang berada di antara jalur penghubung antar variabel

bebas dan variabel terikat. Selain *path coefficients*, dapat dilihat pula nilai *R-square* yang letaknya di tengah variabel terikat yaitu Kepuasan Nasabah.

## 5. Pengujian Hipotesis

**Tabel 4.** Pengujian Hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
Citra Merek → Kepuasan Pelanggan	0.453	0.459	0.075	6.076	0.000
Kualitas Pelayanan → Kepuasan Pelanggan	0.400	0.400	0.075	5.310	0.000

Sumber: Kuisisioner diolah

Dari tabel di atas dapat diperoleh kesimpulan hipotesis yang menyatakan:

- Kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif oleh kualitas layanan. Kesimpulan ini didukung oleh nilai uji koefisien path section sebesar 0,400 untuk hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, nilai T-statistik sebesar 5,310, yang lebih dari 1,96 (nilai T-tabel), dan nilai P-Value sebesar  $0,000 < 0,05$ , yang menunjukkan signifikansi statistik. Maka dari itu, hipotesis pertama diterima.
- Citra Merek berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Nilai uji hubungan antara Citra Merek dengan Kepuasan Pelanggan mendukung hasil penelitian ini, yakni pada nilai koefisien jalur sebesar 0,453, nilai T Statistik sebesar 6,076 yang berarti  $> 1,96$  (nilai T-Tabel), dan nilai P-Value sebesar  $0,000 < 0,05$  yang berarti signifikan secara statistik. Maka dari itu, hipotesis kedua juga diterima.

## B. Pembahasan

### 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan nasabah terhadap layanan perbankan BCA di Sidoarjo meningkat seiring dengan kualitas layanan yang diberikan.

Faktor terbesar yang memengaruhi kualitas pelayanan adalah bukti fisik, yaitu kemampuan BCA untuk memenuhi janji-janji mereka kepada nasabah secara nyata. Hal ini mencerminkan komitmen BCA

dalam memberikan pelayanan terbaik dengan mendengar keluhan, memenuhi kebutuhan, merespons kritik, dan terus memperbaiki kekurangan. Upaya ini membuat BCA di Sidoarjo menjadi bank favorit pilihan nasabah hingga kini.

### 2. Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut penelitian, kebahagiaan pelanggan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh citra merek. Semakin baik BCA menjaga citra positifnya, semakin puas nasabahnya.

Temuan analisis menunjukkan bahwa, di antara variabel citra merek, indikasi citra produk memiliki nilai tertinggi. Ini menandakan bahwa kepuasan nasabah BCA di Sidoarjo sangat dipengaruhi oleh cara BCA membangun dan memasarkan produk atau jasa mereka. Faktor penting meliputi pengemasan, pemasaran, posisi produk yang tepat, atribut pelengkap, serta jaminan kualitas. Semua elemen ini memainkan peran besar dalam membentuk kepuasan nasabah.

## IV. SIMPULAN DAN SARAN

### A. Simpulan

Kesimpulan dari berikut dapat diambil berdasarkan perdebatan dan temuan penelitian sebelumnya.

- Berdasarkan hasil pengujian pertama, kepuasan nasabah Bank BCA di Kota Sidoarjo dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas layanan. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah akan meningkat seiring dengan kualitas layanan yang diberikan kepada klien atau konsumen.
- Pada pengujian kedua diketahui bahwa kepuasan nasabah Bank BCA Kota Sidoarjo dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh citra merek. Itu artinya, semakin baik Bank menjaga citra positifnya, maka akan semakin tinggi dan puas nasabah pengguna Bank BCA.

### B. Saran

Berdasarkan masalah yang diangkat dalam penelitian ini dan analisis data yang telah disajikan, berikut beberapa saran yang dapat digunakan sebagai acuan dalam pengambilan Keputusan:

- Pada variabel Kualitas Pelayanan, indikator yang menjadi pengukur dengan nilai paling

tinggi adalah Bukti fisik. Diharapkan hasil tersebut bisa menjadi acuan bagi BCA yang berada di Sidoarjo untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan mereka terhadap nasabahnya dengan memberikan bukti nyata atas kualitas setiap produk atau jasa yang mereka jual kepada nasabahnya.

2. Pada variabel Citra Merek, indikator yang paling berpengaruh adalah Citra Produk. Diharapkan Bank BCA khususnya yang ada di Sidoarjo bisa terus menjaga dan meningkatkan citra produknya agar Kepuasan Pelanggan yang saat ini sudah baik bisa terus dijaga dan ditingkatkan lagi.
3. Diharapkan para peneliti di masa mendatang akan menggunakan temuan penelitian ini sebagai panduan untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang kepuasan pelanggan, citra merek, dan kualitas layanan dengan menggunakan faktor dan indikator lain. Hal ini akan memungkinkan mereka untuk terus menambahkan data yang diperlukan untuk penelitian mereka.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Fiqri Satria Eka Nugraha, Dyah Astarini. 2023. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH DIMEDIASI OLEH KEPUASAN NASABAH." *Jurnal Ekonomi Trisakt* 3 (1): 1911-24.
- Firmansyah, Anang. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: Penerbit Qiara Media.
- Handika, R. S. T., Sudirman, R., & Purnomo. (2023). Strategi Digital Marketing, Kualitas Pelayanan dan Inovasi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian: (Studi Kasus Erenka Cafe and Space Glenmore). *Social Sciences*, 1(3), 97-105. <https://ojs.putrajawa.co.id/index.php/jebmass/article/view/26>
- Kasmir. (2008). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kerja, P., Cv, P., Deli, S., & Medan, M. (2022). 1,2,3). 6(3), 201-213. Kotler, P., Keller, K., L. (2019). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kurniasih, N., Muharam, H., & Entang, M. (2019). "Hubungan Citra Perusahaan Dan Kualitas Layanan Dengan Loyalitas Pelanggan Bca Prioritas Kcu Bogor." *Magma*, 4(2), 1-16.
- Kusniati, & Saputra, A. (2020). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Pada BPR Artha Prima Perkasa DI Kota Batam. *Jurnal EMBA*, Vol 8(3), Hal 95. <https://ejournal.unsrat.ac.id>
- Kusumawardhani. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Mobile Banking (BCA MOBILE). *Journal of Cahaya Mandalika*, 2(1), 275-282. <https://ojs.cahayamandalika.com/index.php/jtm/article/view/734>
- Masadah, Asngadi, and Cuk Triono Singgih. 2020. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Syariah Di Kabupaten Jombang Yang Dimediasi Variabel Kepuasan." *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance* 3 (2): 197-208. [https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3\(2\).5808](https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3(2).5808).
- Meliani Utami, Tati Handayani, Pusporini. 2019. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah." *Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics (CIMAE)* 2:170-78. <https://doi.org/10.32897/jemper.v2i2.377>
- Octavia, Ria. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Index Lampung." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 13 (1): 35-39. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.35-39>.
- Prastiwi, Erlin Setiani, and Alimuddin Rizal Rivai. 2022. "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan." *SEIKO: Journal of Management & Business* 5 (1): 244-56. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1556>.
- Prasetyo, D. E., Udayana, I. B. N., & Cahyani, P. D. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Nasabah BCA Syariah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel. *Jurnal Hukum Ekonomi*

- Syariah, 6(1), 55. <https://doi.org/10.30595/jhes.v6i1.16738>
- Putra, G. J., & Suarmanayasa, I. N. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi pada PT. BPR Suryajaya Kubutambahan. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 9(3), 249–258. <https://doi.org/10.23887/bjm.v9i3.62146>
- Ramadhani, Mella, and Nurhadi. 2022. "Pengaruh Citra Merek, Kepuasan Konsumen Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Air Mineral Merek Aqua." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang* 11 (2): 200–214. <https://jurnal.mdp.ac.id/index.php/forbiswira/article/view/2235>.
- Rejeki, F., Herawati, A., & Listyawati, L. (2024). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasaba Dalam Memilih Tabungan Xpresi di Bank Central Asia (BCA) Kantor Cabang Utama Darmo Surabaya. *Soetomo Administrasi Bisnis*, 2(1), 79–96.
- Rizal Zulkarnain, HER Taufik, Agus David Ramadansyah. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu'amalah Cilegon)". Dalam *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*. ESSN :2686-5939 ISSN :2686-0554
- Rianto (2018:83), Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor; Dalam *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. <http://doi.org/10.32493/jpkpk.vli2.856>
- Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, M. R. M., Trenggana, A. F. M., Sholihah, D. R., Ariyanti, M., Widiati, E., Irawan, P., Ratih, S. D., Ismail, R. S., Putra, D. S., Utama, A. M., Syahputra, & Bancin, J. B. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Sapitri, Eka, Iha Hayani, Kata Kunci, Citra Merek, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, and Loyalitas Pelanggan. 2020. "Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Minyak Telon Cussons Baby Di DKI Jakarta)." *J. Mandiri* 4 (2): 231–40. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i2.144>.
- Satria, F., & Diah Astarini. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1911–1924. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.16124>
- Septiana, N. M., Artiningsih, D. W., & Hairudinor, H. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Pt Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Cabang Banjarmasin Samudera). *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 10(2), 24. <https://doi.org/10.20527/jbp.v10i2.10955>
- Subagja, I. K., & Susanto, P. H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Pondok Gede Plaza. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(1). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v7i1.249>
- Sugiyono, D. P. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta CV
- Tjiptono. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan Edisi 1*. Yogyakarta: ANDI.
- Widyantari, D. S. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Bca Syariah. In *Repository.Uinjkt.Ac.Id*.
- Zulkarnain, R., Taufik, H., & Ramdansyah, A. D. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu'amalah Cilegon). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1–24.