

Pengukuran Dimensi Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah: Studi pada PT Bank Central Asia, Tbk Surabaya

Rasi Putri Kurniawati¹, Ellen Theresia Sihotang^{2*}

Universitas Hayam Wuruk Perbanas

*ellen@perbanas.ac.id

Abstrak

Salah satu Bank Umum Swasta Nasional (BUSN) di Indonesia yang berkomitmen terhadap kualitas layanannya adalah PT Bank Central Asia (BCA) Tbk. Pada pengukuran kualitas layanan dapat menggunakan lima dimensi utama yaitu bukti fisik, daya tanggap, empati, jaminan dan keandalan. Kelimanya dapat diukur pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah BCA secara khusus di kota Surabaya, sehingga tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur pengaruh dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah BCA di kota Surabaya. Pengukuran tersebut didasarkan pada konsep kualitas layanan (*Servqual*) dan *Expectation Confirmation Theory* (ECT). Pengambilan sampel pada penelitian ini didasarkan pada metode *judgment sampling* sehingga jumlah sampel yang digunakan pada olah data adalah 241 responden. Teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) *Partial Least Square* (PLS). Dimensi kualitas layanan yang meliputi bukti fisik, empati, jaminan dan keandalan signifikan terhadap kepuasan nasabah BCA. Namun, daya tanggap tidak signifikan. Keandalan paling berpengaruh kuat terhadap kualitas layanan. Konsep ECT pada penelitian ini mengkonfirmasi pengalaman nasabah berupa kepuasan maupun ketidakpuasan terhadap kualitas layanan BCA di kota Surabaya.

Kata kunci: Bank, BCA, Kualitas Layanan, Kepuasan, Nasabah

Abstract

One of the National Private Commercial Banks in Indonesia committed to service quality is PT Bank Central Asia (BCA), Tbk. In measuring service quality, five main dimensions can be used: assurance, empathy, physical evidence, reliability and responsiveness. These dimensions can be measured for their impact on customer satisfaction specifically in Surabaya. Therefore, the aim of this study is to measure the influence of service quality dimensions on BCA's customer satisfaction in Surabaya. This measurement is based on the concept of Service Quality (ServQual) and Expectation Confirmation Theory (ECT). Sampling in this study is based on judgment sampling method, with 241 respondents used in data processing. The data analysis technique employs Structural Equation Model (SEM) using Partial Least Squares (PLS). Service quality dimensions including assurance, empathy, physical evidence, and reliability significantly affect BCA customer satisfaction. However, responsiveness does not significant. Reliability has the strongest affect on service quality. The ECT concept in this study confirms customer experiences of satisfaction or dissatisfaction with BCA service quality in Surabaya.

Keywords : Bank, BCA, Customer, Satisfaction, Service Quality.

PENDAHULUAN

Lembaga keuangan bank merupakan institusi yang mengandalkan kepercayaan masyarakat, sehingga berfokus pada pemberian layanan yang berkualitas dan optimal agar nasabah nyaman serta aman. Kedua elemen tersebut menjadi

kebutuhan dan keinginan yang wajib dipenuhi oleh bank dalam rangka memperoleh respon dari nasabah. Respon tersebut dapat berupa rasa puas apabila kebutuhan dan keinginan terpenuhi sesuai dengan yang diharapkan. Namun, dapat juga sebaliknya jika kebutuhan dan keinginan nasabah belum dapat terpenuhi.

PT Bank Central Asia (BCA), Tbk merupakan salah satu Bank Umum Swasta Nasional di Indonesia dengan tata nilai yang berfokus pada nasabah. Tata nilai tersebut dipenuhi dengan keberadaan dan dukungan Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas melalui pendidikan dan pelatihan dalam rangka peningkatan keterampilan dan pengetahuan sejumlah SDM-nya. Kualitas SDM menjadi strategi bisnis yang diyakini oleh manajemen BCA dapat mempertahankan keunggulan kompetitif (1).

Pemenuhan keunggulan yang kompetitif berbasis nasabah dibuktikan melalui hadirnya beragam layanan dalam bentuk produk dan jasa. Layanan tersebut juga ditunjang dengan sejumlah kantor operasional yang lokasinya terjangkau dan mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM) dilengkapi dengan reputasi bank yang bagus (2). Layanan kantor cabang BCA per 31 Maret 2024 berjumlah 1.258 kantor dengan 19.055 mesin ATM yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Bank tersebut memiliki 39 juta rekening nasabah meliputi produk simpanan dan pinjaman (3).

PT BCA, Tbk juga memiliki layanan akhir pekan (*weekend banking*) yang tersebar di beberapa kota besar, termasuk kota Surabaya sebagai Kantor wilayah (Kanwil) III. Wilayah Kanwil III memiliki Kantor Cabang Utama (KCU) tujuh kantor, Kantor Cabang Pembantu (KCP) sejumlah 66 kantor dengan 19 Kantor Kas (KK). Kanwil III juga dilengkapi dengan 400 mesin ATM dan empat *weekend banking* (4). Keberadaan kantor cabang yang didukung dengan beragam layanan memberikan gambaran kota Surabaya sebagai pusat bisnis untuk wilayah Indonesia Timur dan menjadi pasar BCA, sehingga jumlah nasabahnya cukup banyak di kota tersebut.

PT BCA, Tbk juga terbukti mampu memberikan layanan yang berkualitas. Bank tersebut berhasil meraih *Customer Excellence Recognition* dari *Gallup International* serta memperoleh peringkat satu untuk index kepuasan nasabah dari Majalah Infobank pada 2022 (5). Pencapaian yang diraih tersebut tidak terlepas dari penerapan kualitas layanan (*service quality/SERVQUAL*). Konsep tersebut memiliki beberapa dimensi yaitu akses, bukti fisik, daya tanggap, keamanan, keandalan, kesopanan, komunikasi, kredibilitas serta

pemahaman terhadap pelanggan. Pada perkembangannya pengukuran kualitas layanan dapat menggunakan lima elemen utama yaitu bukti fisik, daya tanggap, empati, jaminan dan keandalan (6–8).

Penelitian-penelitian sebelumnya telah banyak mengukur kualitas layanan dengan menggunakan lima dimensi utama tersebut (6,7,9,10) tidak terkecuali pengukuran kualitas layanan pada industri perbankan. Beberapa penelitian sebelumnya yang mengukur kualitas layanan bank terhadap kepuasan nasabah mengungkapkan hanya dimensi jaminan yang mempengaruhi kepuasan nasabah (10). Penelitian lainnya menyatakan bahwa akses, aspek keuangan, bukti fisik, daya tanggap, empat, jaminan, keandalan, serta kompetensi petugas bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (11). Model SERVQUAL menjadi model yang tepat untuk mengukur kualitas layanan dalam rangka menciptakan kepuasan nasabah sebagai bagian dari pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah (12).

Beberapa penelitian sebelumnya yang mengukur kualitas layanan pada sektor bank juga menggunakan konsep SERVQUAL. Salah satu Bank Umum Swasta Nasional (BUSN) yang juga diukur kualitas layanannya adalah PT BCA, Tbk. Kualitas layanan BCA pada penelitian sebelumnya diukur berdasarkan kantor cabang. Namun, pada perkembangannya berdasarkan kota, salah satunya adalah kota Surabaya. Hasil pengukuran kualitas layanan BCA Cabang Undaan terhadap kepuasan nasabah mengungkapkan bahwa lima dimensi kualitas layanan yang meliputi daya tanggap, bukti fisik, empati, jaminan dan keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (13). Penelitian lainnya pada BCA Cabang Darmo Surabaya mengungkapkan bahwa keandalan, jaminan dan empati berpengaruh positif serta signifikan terhadap persepsi nasabah. Bukti fisik dan daya tanggap tidak berpengaruh terhadap persepsi nasabah pada pengukuran kualitas layanan (14). Pengukuran layanan BCA secara menyeluruh di kota Surabaya mengungkapkan bahwa bukti fisik, empati, jaminan dan citra (*image*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Daya tanggap dan keandalan tidak

berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (15). Hasil dari penelitian-penelitian tersebut memberikan gambaran adanya pergeseran terkait elemen yang mempengaruhi kepuasan nasabah berdasarkan dimensi kualitas layanan. Awalnya lima dimensi kualitas layanan tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di kantor cabang BCA. Namun, pada perkembangannya bukti fisik dan daya tanggap tidak lagi mempengaruhi sejumlah nasabah di kantor cabang. Pada penelitian yang lebih luas pada sejumlah nasabah BCA di kota Surabaya, daya tanggap dan keandalan tidak mempengaruhi kepuasan nasabah. Beberapa penelitian sebelumnya tersebut mengungkapkan hasil yang berbeda. Berdasarkan pada hasil penelitian-penelitian sebelumnya maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah dimensi kualitas layanan yang meliputi bukti fisik, daya tanggap, empati, jaminan maupun keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BCA yang meliputi nasabah simpanan maupun pinjaman. Berdasarkan rumusan tersebut maka tujuan dari penelitian ini adalah mengukur kualitas layanan berdasarkan konsep SERVQUAL terhadap kepuasan nasabah simpanan maupun pinjaman dari BCA secara khusus di kota Surabaya. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi bagi pihak manajemen BCA di kota Surabaya dalam rangka meningkatkan kualitas layanan konvensional serta mengembangkan strategi pemasaran yang tepat. Hasil penelitian ini juga diharapkan berkontribusi terhadap pengembangan teori terkait pemasaran jasa bank.

KAJIAN PUSTAKA

SERVQUAL

Kualitas layanan merupakan kemampuan suatu organisasi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan bahkan melampaui harapan pelanggan pada jangka waktu yang panjang (16,17). berkaitan dengan jasa bank maka nasabah dapat memberikan penilaian secara komprehensif terkait kualitas layanan dalam rangka memenuhi harapan nasabah (18). Kualitas pelayanan sebagai salah satu bentuk aktualisasi fisik yang dapat dilihat dari sejumlah karyawannya maupun infrastruktur yang mendukung (19) dengan demikian peningkatan kualitas layanan dapat dilakukan dengan memperhatikan elemen-

elemennya sebagai dimensi pengukuran. Pengukuran dimensi kualitas layanan meliputi bukti fisik, daya tanggap, empati, jaminan dan keandalan (8,20).

Bukti Fisik (*Tangible*)

Bukti fisik memiliki wujud fisik yang mendukung proses pemberian layanan kepada nasabah (7,21) Mesin penghitung uang, bangunan kantor, logo bank maupun tata letak ruangan layanan nasabah menjadi beberapa contoh dari bukti fisik (22). keberadaan dari bukti fisik dalam rangka mendukung penyediaan layanan bank sehingga layanan dapat diberikan secara cepat, tepat dan efisiensi waktu bertransaksi (23)

Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Kesediaan dan kemampuan dari petugas bank memberikan layanan yang cepat, tepat serta efisien termasuk penanganan terhadap keluhan nasabah merupakan penjelasan dari daya tanggap (24,25). Kesediaan petugas bank membantu secara hormat dalam memberikan layanan yang cepat juga termasuk bagian dari daya tanggap (26). Contoh nyata daya tanggap petugas bank pada operasional bank seperti kemampuan petugas membantu nasabah, pemberian layanan yang cepat, maupun komunikasi yang baik terkait memberikan tanggapan atas kebutuhan, keinginan, keluhan maupun permasalahan yang disampaikan oleh para nasabah (27).

Empati (*Empathy*)

Sikap empati dapat menjadi pendorong utama yang mempengaruhi kegiatan operasional bank sebagai bentuk kepedulian pelayanan terhadap nasabah (26). Empati dapat diartikan sebagai bentuk simpati terhadap apa yang dirasakan oleh orang lain sehingga menyebabkan adanya kepedulian (28). Penerapan empati pada kegiatan operasional bank salah satunya dalam bentuk pemberian perhatian dari petugas bank kepada nasabah (29). Nasabah akan merasa memperoleh prioritas ketika petugas bank peduli terhadap kebutuhan dan keinginan nasabah(30).

Jaminan (*Assurance*)

Kemampuan, kebaikan dan penawaran keamanan sebagai bagian membangun kepercayaan dan menunjukkan kepercayaan terhadap nasabah merupakan jaminan (31–33).

keterampilan dan kesopanan petugas bank meliputi pengetahuan akan produk-produk bank, keramahan, keterampilan berkomunikasi, kemampuan memberikan rasa aman dan memanfaatkan sejumlah layanan bank dalam rangka menanamkan kepercayaan kepada nasabah (34).

Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan petugas bank terhadap pemberian jasa layanan serta meyakinkannya secara efisien, akurat dan tepat waktu merupakan defisini dari keandalan (35,36). Petugas bank dituntut menjadi pribadi yang andal yaitu memahami prosedur kerja beserta penyimpangannya sehingga mampu memberikan arahan terhadap setiap jenis layanan bank (37).

Expectation Confirmation Theory (ECT)

ECT merupakan teori yang pertama kali mengungkapkan konsep proses pengambilan keputusan dan kepuasan pelanggan sebagai konfirmasi dari harapan (38,39). Teori tersebut berpendapat bahwa pengukuran harapan pelanggan mengarah pada kepuasan pasca memperoleh jasa layanan maupun pembelian barang tertentu serta dapat berdampak positif atau negatif (40). Harapan sebagai atribut atau karakteristik yang diantisipasi nasabah berkaitan dengan produk maupun jasa dan diasumsikan secara langsung memengaruhi persepsi kinerja dari sistem keyakinan (41). Nasabah merasakan kepuasan ketika menerima layanan yang berkualitas dan harapannya sesuai atau melebihi, sebaliknya ketika harapan tidak terpenuhi maka nasabah menjadi tidak puas (42).

HUBUNGAN ANTAR VARIABEL

Pengaruh Bukti Fisik terhadap Kepuasan

Penampilan fisik yang mendukung layanan bank sebagai bukti fisik berdasarkan hasil penelitian sebelumnya berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (11,43). Dimensi kualitas layanan dengan bukti fisik juga dibuktikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah bank (13,15,19,27).

H₁: Bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BCA di Surabaya.

Pengaruh Daya Tanggap terhadap Kepuasan

Daya tanggap menjadi hal terpenting yang dipertimbangkan oleh manajemen bank terkait dengan pemahaman dan sikap menghargai nasabah. Layanan yang tersedia secara efektif, rinci, direktif dan responsif merupakan bentuk respon bank yang serius terhadap kualitas layanan (44). Hasil dari beberapa penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (11,13,17,43)

H₂: Daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BCA di Surabaya.

Pengaruh Empati terhadap Kepuasan

Kepedulian petugas bank terhadap kebutuhan dan keinginan nasabah merupakan bagian dari empati. Sikap empati tersebut menyebabkan petugas bank mengenal dan memahami apa yang diperlukan oleh nasabah (22). Hasil penelitian sebelumnya yang mengukur pengaruh dimensi empati terhadap kepuasan nasabah adalah positif dan signifikan (11,13–15,17,27,43)

H₃: Empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BCA di Surabaya.

Pengaruh Jaminan terhadap Kepuasan

Keterampilan dan pengetahuan petugas bank dalam melayani nasabah menjadi bagian terpenting dari kualitas layanan. Keterampilan meliputi kemampuan berkomunikasi, meyakinkan nasabah akan keamanan dan manfaat dari produk dan jasa bank serta menanamkan kepercayaan kepada nasabah (31,34). Pengetahuan petugas bank berkaitan dengan keberadaan produk dan jasa yang ditawarkan kepada nasabah. Pengetahuan dan keterampilan petugas bank tersebut berkaitan dengan menumbuhkan kepercayaan terhadap sejumlah nasabah (10,11). Beberapa penelitian sebelumnya menyatakan bahwa jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (11,13–15,17,43)

H₄: Jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BCA di Surabaya.

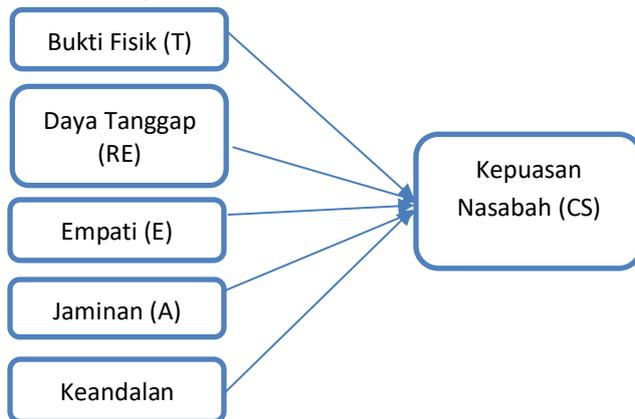
Pengaruh Keandalan terhadap Kepuasan

Keandalan menjadi dimensi terpenting pada pengukuran kualitas layanan (11), artinya keandalan merupakan kemampuan dari petugas

bank untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah (8,11) secara akurat dan terpercaya (10) Hasil penelitian sebelumnya yang mengukur dimensi keandalan terhadap kepuasan nasabah bank mengungkapkan berpengaruh positif dan signifikan (11,13,17,27,33)

H₅: Keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BCA di Surabaya.

Berkaitan dengan beberapa hipotesis tersebut maka kerangka konseptual dari penelitian ini tercantum pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

METODE

Populasi dan Sampel

Pengukuran dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah BCA di kota Surabaya merupakan penelitian kausal dan kuantitatif. Penelitian ini mengukur pengaruh dari dimensi kualitas layanan sebagai variabel independen terhadap kepuasan nasabah sebagai variabel dependen (45). Bersifat kuantitatif karena menggunakan survey sebagai data primer. Pengumpulan data dilakukan menggunakan *Google form (G-Form)* dengan skala *likert* pada interval angka satu sampai dengan lima. Angka satu dengan pernyataan sangat tidak setuju dan pernyataan yang tertinggi pada angka lima yaitu sangat setuju (17,46). Instrumen penelitian disebarkan pada sejumlah nasabah KCU dan KCP BCA di kota Surabaya dengan periode pengumpulan data selama satu bulan (Juni-Juli 2023).

Populasi pada penelitian ini adalah nasabah simpanan dan pinjaman dari PT BCA, Tbk. Sampel penelitiannya adalah nasabah simpanan maupun pinjaman dari PT BCA, Tbk di kota Surabaya.

Perhitungan sampel menggunakan formula *Lemeshow*, sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \times P \times (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

- n = jumlah sampel
- Z = tingkat kepercayaan sebesar 95%
- P = maksimal estimasi
- d = tingkat kesalahan

Hasil perhitungan sampel dengan menggunakan formula *Lemeshow* diperlukan minimal 97 responden pada penelitian ini. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *judgment sampling* dengan kriteria sampel yang ditetapkan yaitu (1) responden minimal berusia 17 tahun; (2) nasabah simpanan dan/atau pinjaman dari PT BCA, Tbk; (3) minimal telah mengunjungi kantor BCA dua kali selama kurun waktu tiga bulan terakhir pada 2023 dan (4) berdomisili di kota Surabaya.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini terdiri dari analisis deskriptif dan statistik. Analisis deskriptif menggunakan perangkat lunak *Statistical Package for the Social Science (SPSS)* versi 26 dan *Structural Equation Model (SEM)* berbasis *Partial Least Square (PLS)* menggunakan *SmartPLS* versi tiga. Analisis dengan SEM-PLS meliputi evaluasi *outer model* dengan memperhatikan nilai *convergent* dan *discriminant validity*. *Convergent validity* didasarkan pada nilai *Average Variance Extracted (AVE)* yang lebih besar dari 0,50. *Discriminant validity* berdasarkan pada nilai *factor loading* yang lebih dari 0,70 (47). Pada penelitian ini *discriminant validity* juga didasarkan pada nilai *Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)* dengan ketentuan lebih kecil dari 0,85 (47). Uji berikutnya adalah yang berkaitan dengan keandalan dari instrumen penelitian. Pengukurannya didasarkan pada nilai *Cronbach's Alpha* minimal 0,60 dan *Composite Reliability* pada rentang nilai 0,70-0,95 (47).

Evaluasi berikutnya adalah *inner model* yang didasarkan pada nilai *R-square* dan *Q-square* dan yang terakhir adalah pengujian hipotesis. Ketentuan pada uji hipotesis tersebut didasarkan pada nilai *p (p-value)*. Nilai *p* lebih besar dari 0,05

artinya H_0 diterima, H_1 ditolak sehingga hipotesis ditolak. Hipotesis diterima jika nilai p lebih kecil dari 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif – Karakteristik Responden

Sampel pada penelitian ini berjumlah 241 responden sehingga jumlah minimal sampel telah terpenuhi. Mayoritas kategori usia muda pada rentang 17-25 tahun dengan jumlah 176 responden (73%). Berdasarkan tingkat pendidikan yang diselesaikan mayoritas responden lulusan sekolah menengah atas dan kejuruan atas yang setingkat, berjumlah 190 orang (64,40%) sehingga pekerjaannya sebagian besar adalah mahasiswa dengan jumlah 139 orang (57,70%). Mayoritas responden pada penelitian ini adalah nasabah simpanan, berjumlah 223 responden (92,50%). Karakteristik demografi responden secara rinci tercantum pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Elemen	Frekuensi	Persentase
Usia		
17-25 tahun	176	73,00
26-35 tahun	42	17,40
26-40 tahun	11	4,60
41-50 tahun	12	5,00
>51 tahun	0	0,00
Pendidikan Terakhir		
SMU/SMA/SMK	190	64,40
Diploma	23	8,50
Sarjana	72	24,40
Pasca Sarjana	8	2,70
Pekerjaan		
ASN/ABRI	13	5,40
Swasta	67	27,80
Profesional	7	2,90
Wirausaha	15	6,20
Mahasiswa	139	57,70
Produk BCA		
Simpanan	223	92,50
Pinjaman	0	0,00
Simpanan & Pinjaman	18	7,50

Sumber: Olah Data (2023)

Keperilakuan dari responden pada penelitian ini mayoritas telah mengunjungi KCU maupun KCP BCA di kota Surabaya sebanyak dua kali berjumlah 161 responden (66,80%). Urutan kedua adalah tiga kali sejumlah 58 responden (24,10%). Rincian data kunjungan responden ke

KCU maupun KCP BCA di Surabaya tercantum pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Keperilakuan Responden

Elemen	Frekuensi	Persentase
Frekuensi Kunjungan KCU/KCP BCA Surabaya		
Dua kali	161	66,80
Tiga kali	58	24,10
Lebih dari tiga kali	22	9,10
Tidak pernah	0	0,00

Sumber: Olah Data (2023)

Analisis Statistik

Uji Outer Model

Pengujian *outer model* dilakukan pada konstruk yang diteliti melalui instrumen meliputi uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas konvergen berdasarkan nilai AVE lebih besar dari 0,50 dan validitas diskriminan dengan HTMT lebih kecil dari 0,85. Hasil uji validitas terdapat 14 item dari dimensi kualitas layanan yang tidak valid, yaitu A1, A3-A5, E3, RE2-RE5, RL3 serta CS1-CS2, C5. Tahapan selanjutnya adalah uji reliabilitas berdasarkan nilai *Cronbach's Alpha* minimal 0,60 dan *Composite Reliability* pada rentang nilai 0,70-0,90. Pada penelitian ini keseluruhan variabel yang diuji telah reliabel. Rincian uji validitas dan reliabilitas variabel yang diteliti tercantum pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas & Reliabilitas

Dimensi/ Variabel	Kode	Validitas Konvergen (AVE)
Bukti Fisik	T	0,62
Daya Tanggap	RE	1,00
Empati	E	0,55
Jaminan	A	1,00
Keandalan	RL	0,52

Kepuasan Nasabah	CS	0,72				
Validitas Diskriminan (HTMT)						
	A	CS	E	RE	RL	T
A						
CS	0,51					
E	0,49	0,75				
RE	0,25	0,42	0,51			
RL	0,55	0,83	0,85	0,44		
T	0,44	0,67	0,72	0,48	0,74	
Reliabilitas						
Dimensi	Kode	Loading Factor	Cronbach's Alpha	Composite Reliability		
	T3	0,71	0,70	0,73		

Bukti Fisik (T)	T4	0,78		(reliabel)
	T5	0,87		
Empati (E)	E1	0,74	0,73	0,83 (reliabel)
	E2	0,76		
	E4	0,74		
	E5	0,72		
Daya Tanggap (RE)	RE1	1,00	1,00	1,00 (reliabel)
Jaminan (A)	A2	1,00	1,00	1,00 (reliabel)
Keandalan (RL)	RL1	0,74	0,69	0,81 (reliabel)
	RL2	0,75		
	RL4	0,70		
	RL5	0,67		

Sumber: Olah Data (2023)

Uji Inner Model

Uji *inner model* dilakukan dengan memperhatikan lebih dahulu nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) yaitu kurang dari lima (48). Nilai VIF pada pengukuran lima dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah BCA di Surabaya kurang dari lima sehingga telah memenuhi nilai persyaratan. Tahapan berikutnya adalah pengujian terhadap *goodness of fit* dengan memperhatikan nilai *R-square* dan *Q-square*. Pada penelitian ini diperoleh nilai *R-square* dari kepuasan sebesar 0,38 artinya kualitas layanan yang diukur dengan lima dimensi utama yaitu bukti fisik, daya tanggap, empati, jaminan dan keandalan dapat menjelaskan terjadinya kepuasan nasabah BCA di kota Surabaya sebesar 38,00%. Pada penilaian *Q-square* diperoleh hasil 0,25 dengan demikian model pada penelitian ini dapat dikatakan memiliki nilai prediktif relevan (*Q² predictive relevance*) karena lebih dari nol (49,50)

Uji Hipotesis

Hipotesis 1

Uji hipotesis didasarkan pada perolehan nilai *p* sebagai koefisien jalur (*path coefficient*). Koefisien jalur dari dimensi bukti fisik (T) sebesar 0,137 dengan nilai *p* kurang dari 0,05 yaitu 0,038 sehingga H_0 ditolak, H_1 diterima dengan demikian hipotesis pertama diterima. Pada penelitian ini dimensi bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BCA di Surabaya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pakurar (11), Verarika (15), Sugiarto et al., (27) dan Ambarwati

(13). Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayuwandani et al., (14) yang juga meneliti dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah BCA di KCU Darmo, Surabaya.

Hipotesis 2

Daya tanggap (RE) pada penelitian ini memiliki koefisien jalur 0,060 dengan nilai $p=0,313$. Artinya nilai *p* lebih dari 0,05 sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis kedua yang menyatakan daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BCA di Surabaya ditolak. Daya tanggap memiliki koefisien positif, namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah BCA di Surabaya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian serupa yang dilakukan oleh Rundengan et al., (10), Verarika (15) dan Ayuwandani et al., (14).

Hipotesis 3

Dimensi empati (E) memiliki koefisien jalur 0,191 dengan nilai *p* lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,007 dengan demikian H_0 ditolak, H_1 diterima dan hipotesis ketiga diterima. Empati memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BCA di Surabaya. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Pakurar (11), Sugiarto et al., (27), Verarika (15) dan Ayuwandani (14).

Hipotesis 4

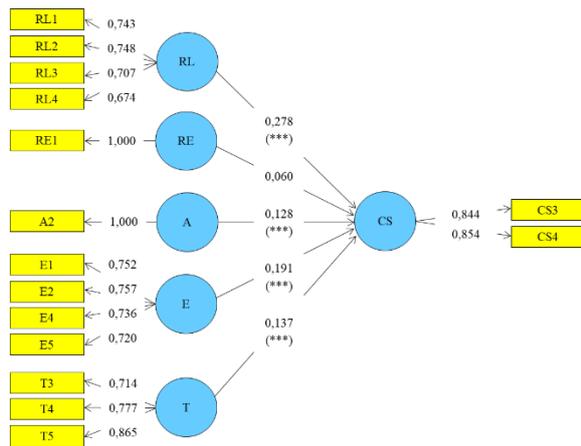
Jaminan (A) sebagai salah satu dimensi dari kualitas layanan memiliki koefisien jalur senilai 0,128 dan nilai *p* lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,027. Jaminan memiliki koefisien positif terhadap kepuasan nasabah BCA di Surabaya. Berdasarkan pada perolehan nilai-nilai tersebut maka H_0 ditolak, H_1 diterima dengan demikian hipotesis keempat yang menyatakan bahwa jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BCA di Surabaya diterima. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Verarika (15), Ayuwandani et al., (14) dan Ambarwati (13).

Hipotesis 5

Dimensi keandalan (RL) pada penelitian ini memiliki koefisien jalur bernilai 0,278 bernilai positif dengan nilai *p* lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000. Berdasarkan nilai tersebut maka H_0 ditolak,

H₁ diterima sehingga hipotesis kelima yang menyatakan keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BCA di Surabaya diterima. Hasil tersebut mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ambarwati (13), Pakurar (11), Sugiarto et al., (27) dan Ayuwandani et al., (14). Namun, hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Verarika(15).

Hasil uji hipotesis tercantum pada Gambar 2.



Gambar 2. Hasil Uji Hipotesis

Rincian pengujian terhadap kelima hipotesis tercantum pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Koefisien Jalur	Nilai P	Ket
H ₁ : Bukti Fisik → Kepuasan Nasabah	0,137	0,038	Diterima
H ₂ : Daya Tanggap → Kepuasan Nasabah	0,060	0,313	Ditolak
H ₃ : Empati → Kepuasan Nasabah	0,191	0,007	Diterima
H ₄ : Jaminan → Kepuasan Nasabah	0,128	0,027	Diterima
H ₅ : Keandalan → Bukti Fisik	0,278	0,000	Diterima

Sumber: Olah Data (2023)

Pembahasan

Berdasarkan uji statistik maka hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa dimensi kualitas layanan yang berpengaruh positif dan

signifikan terhadap kepuasan nasabah BCA di kota Surabaya adalah bukti fisik, empati, jaminan dan keandalan. Bukti fisik BCA yang berupa fasilitas layanan yang terlihat modern, penampilan petugas BCA yang rapi, gedung kantor yang bersih, lokasi kantor BCA yang terjangkau dan mudah ditemukan menjadi elemen-elemen yang mempengaruhi kepuasan nasabah BCA di kota Surabaya (11,13,15,27). Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa kejujuran, kemampuan menjaga kerahasiaan data nasabah, kesopanan serta pengalaman petugas BCA untuk menumbuhkan dan menanamkan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (11,13,15,17). Sikap empati petugas BCA yang tercermin dari sikap perhatian, simpati, merespon dengan tepat setiap keluhan nasabah, ramah dan melayani dengan senang hati berdampak juga pada kepuasan nasabah BCA di kota Surabaya. Dimensi lainnya yang juga berdampak cukup tinggi terhadap kepuasan nasabah adalah dimensi keandalan. Dimensi tersebut memiliki koefisien jalur tertinggi sebesar 27,80 persen. Layanan yang nyaman, produk BCA yang lengkap dan sesuai kebutuhan serta layanan yang aman menjadikan nasabah BCA di kota Surabaya puas. Semakin andal dalam pelayanan semakin meningkat kepuasan nasabah (27) BCA di kota Surabaya.

Daya tanggap pada penelitian ini tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah BCA di kota Surabaya. Daya tanggap petugas BCA berupa respon yang cepat dinilai rendah oleh responden pada penelitian ini (14,15,27). Hasil tersebut dapat terjadi akibat jumlah nasabah yang lebih banyak dan harus dilayani dibandingkan petugas bank, sehingga daya tanggap petugas BCA rendah (27). Berkaitan dengan karakteristik responden yang mayoritas pada kategori usia muda. Kelompok tersebut tidak lagi memerlukan kecepatan pelayanan dari petugas bank karena telah beralih kepada layanan mesin atau digital. Kendala yang dihadapi dapat diselesaikan melalui layanan mesin maupun layanan yang bersifat digital.

Lima dimensi kualitas layanan pada penelitian ini didasarkan dari pengalaman nasabah yang bertransaksi melalui kantor-kantor BCA di kota Surabaya atau bertransaksi secara konvensional.

Nasabah-nasabah tersebut mengevaluasi kepuasan berdasarkan pengalamannya dari layanan yang dirasakan dan membandingkannya dengan harapan sebelumnya sehingga kepuasan sebagai konfirmasi dari layanan yang telah diterima oleh nasabah (51). Nasabah mengkonfirmasi rasa puas terhadap kualitas layanan yang meliputi bukti fisik, empati, jaminan dan keandalan karena perbedaan antara harapan awal dengan nilai aktualnya minimal setara atau melebihi dari yang diharapkan (52). Semakin nasabah merasakan harapan awalnya terkonfirmasi melebihi dari kondisi aktual maka nasabah akan semakin puas dan tetap setia serta membangun hubungan yang berkelanjutan dengan bank (53). Namun, pada penelitian ini daya tanggap tidak mempengaruhi kepuasan nasabah BCA di kota Surabaya. Kondisi tersebut menjelaskan bahwa harapan awal nasabah tidak sesuai dengan kondisi aktual. Kepuasan maupun ketidakpuasan nasabah tersebut merupakan konfirmasi dari harapan setelah menerima dan merasakan layanan konvensional BCA secara khusus di kota Surabaya, sehingga konsep ECT pada penelitian ini menggambarkan adanya evaluasi dari ekspektasi terhadap kenyataan pasca memperoleh dan merasakan suatu layanan tertentu (53,54).

Implikasi hasil penelitian ini secara teori, konsep SERVQUAL berdasarkan dimensinya dapat digunakan pada pengukuran kepuasan nasabah. Pengukuran kualitas layanan berkaitan dengan kepuasan (27) dan respon maupun prediksi terhadap keberlanjutan nasabah terhadap suatu layanan tertentu dapat didasarkan pada konsep ECT. Konsep tersebut menjelaskan bahwa nasabah akan memutuskan melanjutkan kembali atau tidak menggunakan lagi layanan bank setelah merasakan kepuasan maupun tidak puas berdasarkan kualitas layanan yang diberikan oleh bank sebagai suatu pengalaman (53–55). Secara praktik, nasabah-nasabah yang merasakan kepuasan dari layanan BCA di kota Surabaya memperoleh pengalaman positif dan akan konsisten terhadap BCA demikian juga sebaliknya.

KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengukur pengaruh dari lima dimensi utama kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah BCA

di kota Surabaya. Hasil dari pengukuran secara statistik dimensi bukti fisik, empati, jaminan dan keandalan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BCA di kota Surabaya. Namun, daya tanggap tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah tersebut. Dimensi keandalan paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Teori ECT pada penelitian ini mengkonfirmasi harapan dan kenyataan yang diterima oleh nasabah-nasabah BCA di kota Surabaya pasca memperoleh dan merasakan layanan dari bank tersebut.

Pihak manajemen pemasaran BCA di wilayah Surabaya agar meningkatkan kualitas layanan secara khusus pada dimensi daya tanggap dan mempertahankan kualitas layanan pada dimensi bukti fisik, empati, jaminan maupun keandalan. Peningkatan kualitas layanan secara keseluruhan akan berdampak pada strategi mempertahankan maupun meningkatkan jumlah nasabah BCA di kota Surabaya.

Hasil dari penelitian ini belum dapat digeneralisasikan karena hanya khusus bagi nasabah BCA di kota Surabaya. Mayoritas responden pada penelitian ini adalah generasi muda sehingga penelitian berikutnya sebaiknya mengukur kualitas layanan BCA terhadap kepuasan nasabah pada generasi muda atau gen-Z.

DAFTAR PUSTAKA

1. Permatasari I, Hardiyanto H. Pengaruh E-Learning Sebagai Media Pelatihan dan Pengembangan Terhadap Kinerja Karyawan BCA KCU Tangerang. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi dan Komputer)*. 2018;7(1):1–8.
2. Tambunan MR, Nasution IGS. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung di Bank BCA Kota Medan. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. 2013;1(3):193–204.
3. PT Bank Central Asia T. <https://www.bca.co.id/id/tentang-bca>. 2024 [cited 2024 Jun 21]. Tentang BCA.

- Available from: <https://www.bca.co.id/id/tentang-bca>
4. Bank Central Asia. Lokasi BCA [Internet]. 2023 [cited 2023 Jul 14]. Available from: <https://www.bca.co.id/id/lokasi-bca>
 5. www.bca.co.id. https://www.bca.co.id/id/tentang-bca/korporasi/penghargaan-dan-pengakuan?funnel_source=searchresult. 2023 [cited 2024 Jun 21]. Penghargaan dan Pengakuan. Available from: https://www.bca.co.id/id/tentang-bca/korporasi/penghargaan-dan-pengakuan?funnel_source=searchresult
 6. Khan AG, Lima RP, Mahmud MS. Understanding the Service Quality and Customer Satisfaction of Mobile Banking in Bangladesh: Using a Structural Equation Model. *Global Business Review*. 2021;22(1):85–100.
 7. Parasuraman A, Zeithaml VA, Berry LL. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*. 1988;64(1):12–40.
 8. Parasuraman A, Zeithaml VA, Berry LL. A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *J Mark*. 1985;49(4):41–50.
 9. Ali BJ, Gardi B, Othman BJ, Ahmed SA, Ismael NB, Hamza PA, et al. Hotel Service Quality: The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Hospitality. *International Journal of Engineering, Business and Management*. 2021;5(3):14–28.
 10. Rundengan E, Tampi JRE, Walangitan OF. Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tomohon Selatan. *Productivity*. 2020;1(2):107–14.
 11. Pakurár M, Haddad H, Nagy J, Popp J, Oláh J. The Service Quality Dimensions that Affect Customer Satisfaction in The Jordanian Banking Sector. *Sustainability*. 2019;11(4):1–24.
 12. Fauzi AA, Suryani T. Measuring the Effects of Service Quality by Using CARTER Model Towards Customer Satisfaction, Trust and Loyalty in Indonesian Islamic Banking. *Journal of Islamic Marketing*. 2019 Feb 22;10(1):269–89.
 13. Ambarwati YB. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Central Asia (Bca) Tbk Cabang Undaan Surabaya. *AKRUAL: Jurnal Akuntansi*. 2014;6(1):83–103.
 14. Ayuwandani Y, Winarto H, Budiarto B. Pengaruh Dimensi Service Quality (Tangible, Reliability, Assurance, Responsiveness dan Emphaty) Pada Customer Service Bank BCA KCU DARMO Surabaya terhadap Persepsi Nasabah. *Ekonomi dan Bisnis: Berkala Publikasi Gagasan Konseptual, Hasil Penelitian, Kajian, dan Terapan Teori*. 2021;25(1):19–24.
 15. Verarika C. Pengaruh Tangibility, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty Dan Image Terhadap Customer Satisfaction pada PT. Bank Central Asia (Bca) Di Surabaya. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*. 2023;6(2):1982–90.
 16. Gobena AG. The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction: A Case Study on Nekemte Municipality, Oromia Region, Ethiopia. *Annals of Social Sciences & Management studies*. 2019;4(1):14–24.
 17. Al-Azzam AFM. The Impact of Service Quality Dimensions on Customer Satisfaction: A Field Study of Arab Bank in Irbid City, Jordan. *European Journal of*

- Business and ManagementOnline). 2015;7(15):2222–839.
18. Chiguvi D. Analysis of the Effectiveness of E-Customer Service Platforms on Customer Satisfaction at ABSA, Botswana. *International Journal of Research in Business and Social Science* . 2023;12(1):57–71.
 19. Sila I, Purwati, Yusi S. Analisis Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Kayuagung. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis [Internet]*. 2021;1(4):189–97. Available from: <http://jurnal.polsri.ac.id/index.php/jtiemb>
 20. Dandis AO, Wright LT, Wallace-Williams DM, Mukattash I, Al Haj Eid M, Cai H. Enhancing Consumers' Self-Reported Loyalty Intentions in Islamic Banks: The Relationship Between Service Quality and The Mediating Role of Customer Satisfaction. *Cogent Business and Management*. 2021;8(1):1–25.
 21. Setiono BA, Hidayat S. Influence of Service Quality with the Dimensions of Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and Tangibles on Customer Satisfaction. *International Journal of Economics, Business and Management Research*. 2022;06(09):330–41.
 22. Asmuni, Siregar S, Nasrullah M. Service Quality Analysis of Customers in Choosing Islamic Bank in North Sumatra, Indonesia. *Journal of Positive School Psychology*. 2022;6(9):2123–40.
 23. Sultana S, Islam T, Das S. Measuring Customer Satisfaction through SERVQUAL Model: A Study on Beauty Parlors in Chittagong. *European Journal of Business and Management*. 2016;8(35):97–108.
 24. Jeske H, Chimusoro E, Karodia AM. An Evaluation of Customer Service and the Impact of Efficiency on Namibia's Logistical Sector: A Study Involving Selected Courier Companies. *Singaporean Journal of Business Economics and Management Studies*. 2015;3(6):1–38.
 25. Tamilselvi R, Balaji P. The Key Determinants of Behavioural Intention Towards Mobile Banking Adoption. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering*. 2019;8(10):1124–30.
 26. Kobiruzzaman MM. Role of Social Media in Disaster Management in Bangladesh Towards the COVID-19 Pandemic: A Critical Review and Directions. *International Journal of Education and Knowledge Management*. 2021;4(2):1–14.
 27. Sugiarto S, Octaviana V. Service Quality (SERVQUAL) Dimensions on Customer Satisfaction: Empirical Evidence from Bank Study. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*. 2021;1(2):93–106.
 28. Ali BJ, Saleh PF, Akoi S, Abdulrahman AA, Muhamed AS, Noori HN, et al. Impact of Service Quality on the Customer Satisfaction: Case study at Online Meeting Platforms. *International Journal of Engineering, Business and Management*. 2021;5(2):65–77.
 29. Biscaia AR, Rosa MJ, Moura e Sá P, Sarrico CS. Assessing Customer Satisfaction and Loyalty in The Retail Sector. *International Journal of Quality and Reliability Management*. 2017;34(9):1509–29.
 30. Yunus A. Pengaruh Service Quality (Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness & Assurance) terhadap Customer Satisfaction: Penelitian pada

- Hotel Serela Bandung. *Jurnal Manajemen*. 2016;15(2):255–70.
31. Mosimanegape P, Jaiyeoba O, Iwu CG, Chekula-Mahama C. Examining the Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction in the Public Service. The Case of Botswana. *WSEAS Transactions on Business and Economics*. 2020;17:579–93.
32. Chiguvi D, Guruwo PT. Impact of Customer Satisfaction on Customer Loyalty in The Banking Sector. *International Journal of Scientific Engineering and Research (IJSER)*. 2017;5(2):55–63.
33. Ambarita EN, Matondang AR, Silalahi AS. The Impact of Service Quality to Customer Satisfaction at PT Bank Sumut Medan. In: *The 2nd Economics and Business International Conference*. 2019. p. 197–203.
34. Lusiana L, Pasda S, Mustari M, Ahmad MIS, Hasan M. Pengaruh Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy dan Tangibles terhadap Kepuasan Konsumen GrabBike. *JEKPEND: Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*. 2020;3(2).
35. Susilowati Y, Yasri Y. The Effect of Service Quality and Customer Satisfaction Toward Word of Mouth Intention. In: *2nd Padang International Conference on Education, Economics, Business and Accounting (PICEEBA-2 2018)*. 2019. p. 677–85.
36. Al-Hawary SIS, Al-Smeran WF. Impact of Electronic Service Quality on Customers Satisfaction of Islamic Banks in Jordan. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*. 2017;7(1):170–88.
37. Syamsul A, Naningsih N, Indriasari DP. Service Quality Towards Banking Customer Satisfaction And Loyalty PT. *Bank Mandiri. Jurnal Manajemen*. 2022;26(3):385–406.
38. Oliver RL. A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*. 1980;7(17):460–9.
39. C.C S, Prathap SK. Continuance Adoption of Mobile-Based Payments in Covid-19 Context: An Integrated Framework of Health Belief Model and Expectation Confirmation Model. *International Journal of Pervasive Computing and Communications*. 2020;16(4):351–69.
40. Albashrawi M, Motiwalla L. Privacy and Personalization in Continued Usage Intention of Mobile Banking: An Integrative Perspective. *Information Systems Frontiers*. 2019;21(5):1031–43.
41. Modupe A. Perspectives on Service Quality Dimensions and Customer Satisfaction in the Nigerian Banking Industry. *Journal of Economics, Management and Trade*. 2021;27(12):12–9.
42. Hossain MA, Dwivedi YK. Determining the Consequents of Bank's Service Quality with Mediating and Moderating Effects: An Empirical Study. *Total Quality Management and Business Excellence*. 2015;26(5–6):661–74.
43. Rahaman MA, Ali MJ, Keijing Z, Taru RD, Mamoon ZR. Investigating the Effect of Service Quality on Bank Customers' Satisfaction in Bangladesh. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*. 2020;7(10):823–9.
44. Prihandoyo C. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Balikpapan. *Jurnal GeoEkonomi*. 2019;10(1):116–29.

45. Cooper DR, Schindler PS. Business Research Methods 12th Edition. Twelfth Ed. Business Research Methods. New York: McGraw-Hill Companies, Inc, NY; 2014.
46. Florensia Kurnia Puung, Fudholi A, Swastha Dharmmesta B. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di Salon dan SPA. *Jurnal Manajemen Dan Pelayanan Farmasi (Journal of Management and Pharmacy Practice)*. 2014;4(2):105–10.
47. Hair FJ, Black CW, Babin JB, Anderson ER. *Multivariate Data Analysis [Internet]*. Eight Edition. Book. North Way: Cengage Learning, EMEA; 2019 [cited 2023 Aug 4]. Available from: https://www.google.co.id/books/edition/Multivariate_Data_Analysis/PONXEAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&printsec=frontcover
48. Hair FJ, Hult MTG, Ringle MC, Sarstedt M. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Second Edition. Sage. Thousand Oaks, California: SAGE Publications, Inc; 2017.
49. Kock N. https://scriptwarp.com/warppls/UserManual_v_8_0.pdf. 2023. p. 1–150 *WarpPLS User Manual: Version 8.0*. Available from: www.scriptwarp.com
50. Ghozali I, Latan H. *Partial Least Squares Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 4.0*. Kedua. Program. Semarang, Diponegoro University Press. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang; 2014.
51. Hossain MA, Dwivedi YK. Determining the Consequents of Bank's Service Quality with Mediating and Moderating Effects: An Empirical Study. *Total Quality Management and Business Excellence*. 2015;26(5–6):661–74.
52. Leong TK, Chiek AN, Meng TP, Eng TK. Customers Loyalty in Malaysian Retail Bank Sector from the Perspective of Equity Theory and Expectation-Confirmation Model: A PLS-SEM and NCA Approach. *Journal of Business and Social Review in Emerging Economies [Internet]*. 2023;9(3):245–62. Available from: www.publishing.globalcsrc.org/jbsee
53. Rahi S, Alghizzawi M, Ngah AH. Factors Influence User's Intention to Continue Use of E-banking during COVID-19 Pandemic: The Nexus Between Self-Determination and Expectation Confirmation Model. *EuroMed Journal of Business*. 2023 Sep 8;18(3):380–96.
54. Rahi S, Abd. Ghani M. Integration of Expectation Confirmation Theory and Self-Determination Theory in Internet Banking Continuance Intention. *Journal of Science and Technology Policy Management*. 2019;10(3):533–50.
55. Rabaa'i AA, ALMaati SA. Exploring the Determinants of Users' Continuance Intention to Use Mobile Banking Services in Kuwait: Extending the Expectation-Confirmation Model. *Asia Pacific Journal of Information Systems*. 2021;31(2):141–84.