

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN
CUSTOMER EMPOWERMENT TERHADAP KEPUASAN
NASABAH BANK CENTRAL ASIA KANTOR CABANG
HARAPAN INDAH BEKASI**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen



Oleh

Dahlia Hadiprana

222711026

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI TRI BHAKTI
BEKASI**

2026

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

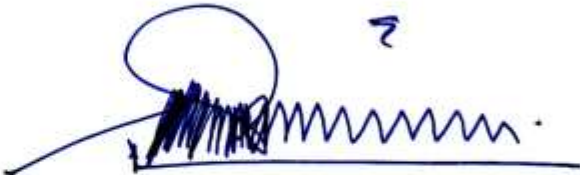
Nama : Dahlia Hadiprana
NIM : 222711026
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan *Customer Empowerment* terhadap Kepuasan Nasabah Bank Central Asia Kantor Cabang Harapan Indah Bekasi

Skripsi ini telah disetujui dan diterima dengan baik sebagai salah satu karya ilmiah mahasiswa yang bersangkutan dalam memenuhi syarat untuk memenuhi gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti.

Bekasi, 28 Juli 2026

Ka. Program Studi S1 Manajemen Dosen Pembimbing


Stella Nathasya, S.M., MM
NIDN : 9546774675230273


Drs. Widayatmoko, MM., M.Ikom
NIDN : 0303045901

HALAMAN PENGESAHAN

**Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan *Customer Empowerment*
terhadap Kepuasan Nasabah Bank Central Asia Kantor Cabang Harapan
Indah Bekasi**

Oleh

Dahlia Hadiprana

222711026

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam
Ilmu Manajemen yang telah disetujui oleh tim penguji pada tanggal seperti yang
tertera di bawah ini

Bekasi, 03 September 2026

Ketua Penguji



Dr. Sofia Maulida, SE., MM.
NIDN : 0309027801

Penguji I



Rizki Oktaviani, SE., MM.
NIDN : 0403109402

Penguji II



Drs. Widayatmoko, MM., M.Ikom
NIDN : 0303045901

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Manajemen, di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar yang telah diperoleh karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bekasi, 28 Juli 2026



Dahlia Hadiprana

222711026

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Nama : Dahlia Hadiprana
NIM : 222711026
Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti
Program Studi : S1 Manajemen

Dengan ini menyatakan memberikan izin kepada **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah ini yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Customer Empowerment terhadap Kepuasan Nasabah Bank Central Asia Kantor Cabang Harapan Indah Bekasi**” beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** ini pihak **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti** berhak untuk menyimpan, mengalih-media atau format-kan, mengelolanya dalam pangkalan data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa **melibatkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, 28 Juli 2026

Yang Membuat Pernyataan



Dahlia Hadiprana

222711026

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Kuatkan dan teguhkanlah hatimu, janganlah takut dan janganlah tawar hati, sebab Tuhan, Allahmu, menyertai engkau, ke mana pun engkau pergi”

“Untuk segala sesuatu ada masanya, untuk apa pun di bawah langit ada waktunya”

“Orang-orang yang menabur dengan mencururkan air mata, akan menuai dengan bersorak-sorai. Orang yang berjalan maju dengan menangis sambil menabur benih, pasti pulang dengan sorak-sorai sambil membawa berkas-berkasnya”

PERSEMBAHAN

“Dengan penuh rasa syukur, karya sederhana ini saya persembahkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa menyertai setiap langkah saya. Kepada orang tua terkasih dan keluarga, terima kasih sudah menjadi tempat untuk pulang dan menjadi alasan bagi saya untuk terus berusaha menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih untuk setiap doa yang selalu dipanjatkan dan setiap pengorbanan yang mungkin tidak pernah saya lihat. Di setiap langkah berat yang saya jalani saya percaya bahwa doa orang tua dan keluarga selalu menyertai. Mungkin pencapaian ini tidak akan pernah cukup untuk membalas semua yang telah keluarga saya berikan. Namun, semoga gelar ini menjadi salah satu bukti kecil bahwa segala doa, perjuangan, dan pengorbanan kalian tidak pernah sia-sia.”

ABSTRAK

Persaingan yang semakin ketat pada industri perbankan mendorong setiap bank untuk terus meningkatkan kualitas layanan dan membangun hubungan yang baik dengan nasabah untuk menciptakan kepuasan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, dan *customer empowerment* terhadap kepuasan nasabah PT Bank Central Asia kantor cabang Harapan Indah Bekasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah aktif PT Bank Central Asia kantor cabang Harapan Indah Bekasi, sedangkan sampel penelitian berjumlah 100 responden yang dipilih menggunakan teknik *random sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kepercayaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selain itu, *customer empowerment* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Pada penelitian ini, berdasarkan pengujian secara simultan dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan, kepercayaan, dan *customer empowerment* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan pengujian koefisien determinasi (R^2) dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan, kepercayaan, dan *customer empowerment* mampu menjelaskan variasi yang terjadi terhadap kepuasan nasabah sebesar 75,5% sementara itu, 0,245 (24,5%) sisanya dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang diluar dari model penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepercayaan, *Customer Empowerment*, dan Kepuasan Nasabah.

ABSTRACT

The increasingly competitive banking industry encourages banks to continuously improve their service quality and establish good relationships with customers in order to enhance customer satisfaction. This study aims to analyze the effects of service quality, trust, and customer empowerment on customer satisfaction at PT Bank Central Asia, Harapan Indah Bekasi Branch. This study employed a quantitative approach using a survey method. The population consisted of active customers of PT Bank Central Asia, Harapan Indah Bekasi Branch, while the sample consisted of 100 respondents selected using a random sampling technique. Data were collected through questionnaires using a Likert scale. The results showed that service quality had a positive and significant effect on customer satisfaction. Trust also had a positive and significant effect on customer satisfaction. In addition, customer empowerment had a positive and significant effect on customer satisfaction. Based on the simultaneous test, it can be concluded that service quality, trust, and customer empowerment simultaneously had a positive and significant effect on customer satisfaction. Furthermore, based on the coefficient of determination (R^2), service quality, trust, and customer empowerment were able to explain 75.5% of the variation in customer satisfaction, while the remaining 24.5% was explained by other variables outside the research model.

Keywords: Service Quality, Trust, Customer Empowerment, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena atas hikmat dan penyertaan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan *Customer Empowerment* terhadap Kepuasan Nasabah Bank Central Asia Kantor Cabang Harapan Indah Bekasi”** ini dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat penulis untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi S1 Manajemen di STIE Tri Bhakti.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, doa, serta motivasi. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. **Tuhan Yesus Kristus** yang senantiasa menyertai serta memberikan kelancaran dalam penyusunan skripsi ini.
2. **Ketua Pembina Yayasan Prima Bina Bangsa**, dr. Marion E. Aritonang yang telah memberikan arahan, komitmen, dan dukungan untuk memajukan dunia pendidikan sehingga penulis dapat menempuh dan menyelesaikan Pendidikan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti.
3. **Ketua Yayasan Prima Bina Bangsa**, Helen Irawati Tobing yang telah memberikan dukungan serta menyediakan lingkungan yang kondusif sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan penyusunan skripsi ini.
4. **Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**, Drs. Widayatmoko, MM., M.Ikom yang telah memberikan kesempatan, fasilitas, serta dukungan kepada penulis selama menempuh pendidikan hingga menyelesaikan skripsi ini.
5. **Ketua Program Studi Manajemen**, Stella Nathasya, S.M., MM yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta dukungan kepada penulis selama perkuliahan.

6. **Dosen Pembimbing**, Drs. Widayatmoko, MM., M.Ikom terima kasih untuk waktu, arahan, dan segala kesabaran yang telah diberikan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
7. **Seluruh Bapak/Ibu Dosen** yang sudah mendidik dan memberikan ilmu kepada penulis selama menempuh Pendidikan Sarjana di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti.
8. **Seluruh Staff dan Bagian Akademik** yang sudah membantu keperluan penulis dalam menyelesaikan skripsi dan belajar di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti.
9. **Kepada Orang Tua dan Keluarga**, terima kasih sudah memberikan dukungan, doa, dan motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen.
10. **Kepada sahabat dan teman-teman semasa perkuliahan**, terima kasih atas segala kenangan dan dukungan yang diberikan selama 4 tahun perkuliahan ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengetahuan, pengalaman, dan kemampuan yang dimiliki. Oleh karena itu penulis terbuka atas kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini dimasa yang akan datang.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, menambah wawasan, serta menjadi referensi bagi pembaca, peneliti selanjutnya, dan pihak-pihak yang berkepentingan.

Bekasi, 28 Juli 2026

Dahlia Hadiprana
222711026

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN	iii
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH iv	
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	<i>vii</i>
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Rumusan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	7
1.7 Sistematika Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.2 Perilaku Konsumen	9
2.1.3 Definisi Kepuasan Nasabah	10
2.1.4 Dimensi Kepuasan Nasabah.....	12
2.1.5 Definisi Kualitas Layanan.....	13
2.1.6 Dimensi Kualitas Layanan	14
2.1.7 Definisi Kepercayaan	15
2.1.8 Dimensi Kepercayaan	16
2.1.9 Definisi <i>Customer Empowerment</i>	18
2.1.10 Dimensi <i>Customer Empowerment</i>	19
2.1.11 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah	20

2.1.12	Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah	20
2.1.13	Pengaruh <i>Customer Empowerment</i> terhadap Kepuasan Nasabah	21
2.2	Penelitian Terdahulu	21
2.3	Kerangka Penelitian	24
2.4	Hipotesis Penelitian	24
BAB III METODE PENELITIAN		27
3.1	Desain Penelitian	27
3.1.1	Tujuan Penelitian	27
3.1.2	Metodologi Penelitian	27
3.1.3	Strategi Penelitian	27
3.1.4	Unit Analisis	28
3.1.5	Keterlibatan Penelitian	29
3.1.6	Latar Penelitian	29
3.1.7	Waktu Pelaksanaan	29
3.2	Definisi Operasional.....	30
3.2.1	Variabel Dependen (Variabel Terikat).....	30
3.2.2	Variabel Independen (Variabel Bebas)	31
3.3	Populasi dan Sampel.....	33
3.3.1	Populasi.....	33
3.3.2	Sampel.....	34
3.4	Sumber Data	35
3.4.1	Data Primer	36
3.4.2	Data Sekunder	36
3.5	Teknik Pengumpulan Data	36
3.5.1	Kuesioner	36
3.5.2	Studi Kepustakaan.....	37
3.6	Teknik Analisis Data.....	37
3.6.1	Uji Instrumen Penelitian	38
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	39
3.6.3	Uji Kelayakan Hipotesis	40
BAB IV PEMBAHASAN PENELITIAN.....		43
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
4.1.1	Sejarah dan Profil PT Bank Central Asia.....	43
4.1.2	Logo Perusahaan	45
4.1.3	Visi Perusahaan.....	45
4.1.4	Misi Perusahaan	45
4.1.5	Tata Nilai Perusahaan	46
4.1.6	Struktur Organisasi Perusahaan	47
4.1.7	Produk & Layanan	47
4.2	Karakteristik Responden	51

4.2.1	Karakteristik Domisili Responden	51
4.2.2	Karakteristik Usia Responden.....	52
4.2.3	Karakteristik Pekerjaan Responden	52
4.2.4	Karakteristik Lamanya Menjadi Nasabah BCA Kantor Cabang Harapan Indah Bekasi	53
4.3	Analisis Deskriptif.....	53
4.3.1	Analisis Deskriptif Kualitas Layanan (X1).....	54
4.3.2	Analisis Deskriptif Kepercayaan (X2)	59
4.3.3	Analisis Deskriptif <i>Customer Empowerment</i> (X3)	63
4.3.4	Analisis Deskriptif Kepuasan Nasabah (Y)	65
4.4	Uji Validitas	69
4.4.1	Uji Validitas Kualitas Layanan (X1)	70
4.4.2	Uji Validitas Kepercayaan (X2).....	71
4.4.3	Uji Validitas <i>Customer Empowerment</i> (X3).....	72
4.4.4	Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y)	73
4.5	Uji Reliabilitas	73
4.5.1	Uji Reliabilitas Kualitas Layanan (X1).....	74
4.5.2	Uji Reliabilitas Kepercayaan (X2).....	74
4.5.3	Uji Reliabilitas <i>Customer Empowerment</i> (X3)	75
4.5.4	Uji Reliabilitas Kepuasan Nasabah (Y)	75
4.6	Uji Asumsi Klasik.....	76
4.6.1	Uji Normalitas.....	76
4.6.2	Uji Multikolinearitas	78
4.6.3	Uji Heteroskedastisitas.....	78
4.6.4	Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	80
4.7	Uji Kelayakan Hipotesis	82
4.7.1	Uji Parsial (Uji t).....	82
4.7.2	Uji Simultan (Uji F)	84
4.7.3	Koefisien Determinasi (R^2).....	85
4.8	Pembahasan Hasil Penelitian	86
4.8.1	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah	86
4.8.2	Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah	88
4.8.3	Pengaruh <i>Customer Empowerment</i> terhadap Kepuasan Nasabah.....	89
4.8.4	Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan <i>Customer Empowerment</i> terhadap Kepuasan Nasabah	91
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	93
5.1	Simpulan	93
5.2	Saran	94
DAFTAR PUSTAKA.....		97
LAMPIRAN.....		101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Laporan Brand Finance Top 500 Banking Brands	3
Gambar 1. 2 Review Pelayanan BCA KC Harapan Indah Bekasi	4
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	24
Gambar 4. 1 Logo PT Bank Central Asia (BCA).....	45
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi PT Bank Central Asia (BCA).....	47
Gambar 4. 3 Grafik Normal P-P Plot Uji Normalitas	77
Gambar 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot	79

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Dependen	30
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Independen.....	31
Tabel 3. 3 Tabel Jawaban dengan Skala Likert	37
Tabel 4. 1 Produk dan Layanan PT Bank Central Asia (BCA).....	47
Tabel 4. 2 Karakteristik Domisili Responden	51
Tabel 4. 3 Karakteristik Usia Responden	52
Tabel 4. 4 Karakteristik Pekerjaan Responden	52
Tabel 4. 5 Karakteristik Lamanya Menjadi Nasabah	53
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Layanan (X1)	54
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepercayaan (X2)	59
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden terhadap Variabel Customer Empowerment (X3).....	63
Tabel 4. 9 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan Nasabah (Y).....	66
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Instrumen Kualitas Layanan (X1).....	70
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Instrumen Kepercayaan (X2).....	71
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Instrumen Customer Empowerment (X3).....	72
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Instrumen Kepuasan Nasabah (Y)	73
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan (X1)	74
Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan (X2)	74
Tabel 4. 16 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Customer Empowerment (X3)	75
Tabel 4. 17 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y).....	75
Tabel 4. 18 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	76
Tabel 4. 19 Hasil Uji Multikolinearitas.....	78
Tabel 4. 20 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser.....	80
Tabel 4. 21 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	81
Tabel 4. 22 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	83
Tabel 4. 23 Uji Simultan (Uji F)	84
Tabel 4. 24 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	85
Tabel 4. 25 Perbandingan Nilai Mean Dimensi Variabel Kualitas Layanan.....	87
Tabel 4. 26 Perbandingan Nilai Mean Dimensi Variabel Kepercayaan	88
Tabel 4. 27 Perbandingan Nilai Mean Dimensi Variabel Customer Empowerment	90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Pengolahan Data SPSS 29.....	102
Lampiran 2. Kuesioner.....	118
Lampiran 3. Daftar Populasi & Sampel	125
Lampiran 4. Tabulasi Data Responden	130
Lampiran 5. Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi	147
Lampiran 6. Surat Keterangan Bebas Plagiasi	148
Lampiran 7. Hasil Cek Plagiasi.....	149
Lampiran 8. Formulir Saran & Perbaikan Skripsi	150
Lampiran 9. Daftar Riwayat Hidup.....	151