

**PENGARUH STRATEGI PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK BCA KANTOR
CABANG PALEMBANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagai Dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**



Diajukan Oleh :

DILLA ALDILA AGUSTINA

NPM. 1601110087

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIDINANTI
PALEMBANG**

2020

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIDINANTI
PALEMBANG**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : DILLA ALDILA AGUSTINA
Nomor Pokok : 1601110087
Jurusan/ Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata 1 (S.1)
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
**Judul Skripsi : Pengaruh Strategi Promosi Dan Kualitas Pelayanan
Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BCA
Kantor Cabang Palembang**

Pembimbing Skripsi:

**Tanggal 21-10-2020 Pembimbing I : Dra. Hj. Sri Murniati, SE, MM
NIDN : 0028085503**

**Tanggal 21-10-2020 Pembimbing II : Suharti, SE, MM
NIDN : 0220086501**

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi Tridianti :



**Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, AK. CA, CRSR
NIDN : 0205026401**



SURAT PERNYATAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : DILLA ALDILA AGUSTINA

Nomor Pokok : 1601110087

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : **Pengaruh Strategi Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BCA Kantor Cabang Palembang**

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang menjiplak karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan segala konsekuensinya.

Palembang, September 2020



DILLA ALDILA AGUSTINA

MOTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

Tidak ada harga atas waktu tapi waktu sangat berharga. Memiliki waktu tidak menjadikan kita kaya, tetapi menggunakan dengan baik adalah sumber dari kekayaan.

Orang-orang yang berhenti belajar menjadi pemilik masa lalu.

Orang-orang yang terus belajar akan menjadi pemilik masa depan.

Tinggalkanlah kesenangan yang menghalangi pencapaian kecemerlangan

hidup yang diidamkan dan berhati-hatilah, karena beberapa kesenangan adalah cara gembira menuju kegagalan.

Dengan Ridho Allah SWT

KU PERSEMBAHKAN KEPADA :

- 1. Ayah dan Mamaku yang sangat aku sayangi**
- 2. Para Pembimbing Skripsiku**
- 3. Kekasih tercinta ku Baharada A. Dwi Cahyo.**
- 4. Teman-teman seangkatan 2016**
- 5. Almamaterku**

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul ” **Pengaruh Strategi Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BCA Kantor Cabang Palembang.**”

Skripsi ini dibuat untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan studi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Tridinanti Palembang.

Skripsi ini tidak akan bisa selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu kelancaran terselesainya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan baik segi penyajian maupun segi pembahasannya. Hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan dan ilmu yang penulis miliki. Untuk itu penulis sangat mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Ir. Hj. Manisah, MP selaku Rektor Universitas Tridinanti Palembang.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, Ak.CA, CSRS selaku Dekan Universitas Tridinanti Palembang.
3. Ibu Dra. Hj. Sri Murniati, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, dan saran dalam penulisan skripsi ini.

4. Ibu Suharti, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, dan saran dalam penulisan skripsi ini.
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang yang telah memberikan bekal ilmu selama masa studi.
6. Papa dan mama tercinta yang telah memberikan dukungan moril dan materil kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Seseorang yang selalu memberikan semangat, motivasi dan doa kepada penulis.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua,
Amin ya robbal alamin.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Palembang, Oktober 2020

Penulis

ABSTRAK

DILLA ALDILA AGUSTINA, Pengaruh Strategi Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BCA Kantor Cabang Palembang. (Dibawah bimbingan ibu Dra. Hj. Sri Muniati, SE, MM. Dan Ibu Suharti, SE, MM.)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis, mengetahui dan membuktikan Pengaruh Strategi Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BCA Kantor Cabang Palembang baik secara parsial maupun secara simultan. Penelitian ini dilakukan pada Bank BCA Kantor Cabang Palembang yang beralamat di Jalan Letkol Iskandar No. 18, Komplek Palembang Indah Mall Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh karyawan Bank BCA Kantor Cabang Palembang, dimana populasi berjumlah 37 orang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Sampel Jenuh* yaitu pengambilan sampel dilakukan secara keseluruhan dari jumlah populasi. Sejalan dengan pendapat tersebut diatas, maka dalam penelitian ini dengan mempertimbangkan jumlah populasi sebesar 37 orang maka penulis mengambil seluruh dari jumlah populasi yaitu sebanyak 37 orang sebagai sampel penelitian. Metode yang dipergunakan yaitu metode survey kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dengan bantuan program *Statistical Package for the Social Sciences versi 17*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Terdapat pengaruh positif dan signifikan Strategi Promosi dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama terhadap Kepuasan Nasabah, Dari table Uji F diatas dapat dilihat bahwa nilai F 27,142 dan nilai sig adalah 0,000. Dari nilai taraf signifikansi tersebut berarti sig <0.05 yang berarti terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan dan Strategi Promosi secara bersama-sama terhadap Kepuasan Nasabah. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Strategi Promosi terhadap Kepuasan Nasabah, Dari tabel Analisis Regresi Linear Berganda dapat dilihat bahwa untuk variabel Strategi Promosi, nilai t = 2.179 dan nilai sig = 0,036. Dari nilai taraf signifikansi tersebut berarti sig <0,05 yang berarti terdapat pengaruh Strategi Promosi terhadap Kepuasan Nasabah. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah, Dari tabel Analisis Regresi Linear Berganda dapat dilihat bahwa untuk variabel Kualitas Pelayanan nilai t = 6.270 dan nilai sig = 0,000. Dari nilai taraf signifikansi tersebut berarti sig <0,05 yang berarti terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah. Nilai koefisien determinasi *Adjusted R Square* sebesar 0,615 atau 61,5% variabel Kepuasan Nasabah dapat dijelaskan atau terdapat pengaruh dengan variabel Strategi Promosi dan Kualitas Pelayanan sedangkan sisanya 38,5% berpengaruh dengan faktor lain yang tidak diteliti seperti keunggulan produk, loyalitas pegawai dan lain-lain.

Dari hasil analisis dan pembahasan diatas dapat dikemukakan saran untuk PT. Secure Parking Palembang, sebaiknya Bank BCA Kantor Cabang Palembang, perlu

melakukan evaluasi terhadap indikator lain yang dapat meningkatkan Kepuasan Nasabah, seperti : Kesesuaian promosi Pelayanan dengan program Bank, Pihak Bank harus mengevaluasi program promosi Bank, Media promosi mempengaruhi nasabah, Kesiediaan Bank dalam keinginan nasabah dalam memilih produk Bank Kesiediaan Bank dalam mengatasi keluhan / Pelayanan. Kesungguhan Bank melayani aktivitas Pelayanan melalui pihak lain yang mau dihubungi. Pemberian Pelayanan terhadap pelanggan secara cepat dan tanggap. Kebersihan, keramahan, kerapihan pegawai Sistem Pelayanan yang tidak berbelit-belit.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah

ABSTRACT

DILLA ALDILA AGUSTINA, The Influence of Promotion Strategies and Service Quality on Customer Satisfaction at Bank BCA Palembang Branch Office. (Under the guidance of Mrs. Dra. Hj. Sri Muniati, SE, MM. And Mrs. Suharti, SE, MM.)

This study aims to analyze, determine and prove the effect of promotional strategies and service quality on customer satisfaction at the BCA Bank Palembang branch office either partially or simultaneously. This research was conducted at Bank BCA Palembang Branch Office which is located at Jalan Letkol Iskandar No. 18, Komplek Palembang Indah Mall Palembang, South Sumatra, Indonesia. The population in this study were all employees of the Bank BCA Palembang Branch, where the population was 37 people. Sampling in this study using Saturated Sample technique, namely sampling is done as a whole from the total population. In line with the above opinion, in this study by considering the total population of 37 people, the authors took the entire population of 37 people as the research sample. The method used is a quantitative survey method with a descriptive approach with the help of the Statistical Package for the Social Sciences program version 17

The results of this study indicate that there is a positive and significant influence on the Promotion Strategy and Service Quality together on Customer Satisfaction. From the F test table above, it can be seen that the F value is 27.142 and the sig value is 0.000. From the significance level value, it means sig <0.05, which means that there is an effect of Service Quality and Promotion Strategy together on Customer Satisfaction. There is a positive and significant effect of Promotion Strategy on Customer Satisfaction. From the Multiple Linear Regression Analysis table it can be seen that for the Promotion Strategy variable, the value of $t = 2.179$ and the value of sig = 0.036. From the significance level, it means sig <0.05, which means that there is an influence of Promotion Strategy on Customer Satisfaction. There is a positive and significant effect of Service Quality on Customer Satisfaction. From the Multiple Linear Regression Analysis table it can be seen that for the Service Quality variable the value of $t = 6.270$ and the value of sig = 0.000. From the significance level, it means sig <0.05, which means that there is an influence of Service Quality on Customer Satisfaction. The value of the Adjusted R Square coefficient of determination of 0.615 or 61.5% of the Customer Satisfaction variable can be explained or there is an influence with the Promotion Strategy and Service Quality variables while the remaining 38.5% has an effect on other factors that are not examined such as product excellence, employee loyalty and others. other.

From the results of the analysis and discussion above, it can be suggested that PT. Secure Parking Palembang, preferably the Bank BCA Palembang Branch Office, needs to evaluate other indicators that can increase Customer Satisfaction, such as: The suitability of service promotions with the Bank's program, the Bank must evaluate the Bank's promotional programs, Promotional media affect customers, Bank's willingness to desire customers. in choosing Bank products the Bank's willingness to resolve complaints / services. The seriousness of the Bank in serving Service activities through other parties who want to be contacted. Providing services to customers quickly and responsively. Cleanliness, friendliness, courtesy of the service system employees which are not convoluted.

Keywords: Promotion Strategy, Service Quality, Customer Satisfaction

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Strategi Promosi	9
2.1.1. Pengertian Strategi Promosi.....	9
2. 1.2. Bauran Promosi (Promotion Mix).....	14
2. 1.3. Fungsi Promosi	15
2. 1.4. Tujuan Promosi	17
2. 1.4. Dimensi dan Indikator Promosi	18
2.2 Kualitas Pelayanan	19
2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	19
2. 2.2. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	20
2.3 Kepuasan Pelanggan	22
2.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	22
2.3.2. Manfaat Kepuasan Pelanggan	25
2.3.3. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	26
2.3.4. Prinsip-prinsip Dasar Kepuasan Pelanggan	27

2.3.5. Dimensi dan Indikator Kepuasan Pelanggan.....	28
2.4 Penelitian yang relevan	30
2.5 Kerangka Berfikir	34
2.6 Hipotesis	36

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	38
3.1.1 Tempat Penelitian.....	38
3.1.2 Waktu Penelitian	38
3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.2.1 Sumber Data.....	39
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.3 Populasi, Sampel dan Sampling.....	42
3.3.1 Populasi	42
3.3.2 Sampel.....	42
3.3.3 Sampling	43
3.4 Rancangan Penelitian.....	43
3.5 Variabel dan Definisi Operasional	44
3.6 Instrumen Penelitian	47
3.7 Teknik Analisis Data.....	49
3.8 Uji Hipotesis Statistik	56

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	59
4.1.1 Sejarah Singkat Bank BCA Kantor Cabang Palembang	59
4.1.2 Aktivitas Perusahaan BCA Kantor Cabang Palembang	61
4.1.3 Visi dan Misi Bank BCA Kantor Cabang Palembang.....	63
4.1.4 Struktur Organisasi Bank BCA Kantor Cabang Palembang	63
4.1.5 Deskripsi Jabatan Bank BCA Kantor Cabang Palembang	64
4.2 Pembahasan.....	66
4.2.1 Uji Instrumen	66

4.2.2 Analisis Statistik Deskriptif	71
4.2.3 Analisis Statistik Inferensial	76
4.2.4 Pengujian Hipotesis Statistik	84

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	97
5.2 Saran	98

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian yang Relevan	34
3.1 Jadwal Penelitian	40
3.2 Kisi-Kisi Variabel Strategi Promosi	47
3.3 Kisi-Kisi Variabel Kualitas Pelayanan	47
3.4 Kisi-Kisi Variabel Kepuasan Nasabah.....	48
3.5 Skala Penafsiran Nilai Indikator	56
3.6 Penafsiran Koefisien Korelasi.....	57
4.1 Hasil Uji coba Validitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)	68
4.2 Hasil Ujicoba Validitas Variabel Strategi Promosi (X1).....	68
4.3 Hasil Ujicoba Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	69
4.4 Uji Reliabilitas	70
4.5 Statistik Deskriptif	71
4.6 Distribusi Frekuensi Skor Kepuasan Nasabah	72
4.7 Distribusi Frekuensi Skor Strategi Promosi.....	74
4.8 Distibusi Frekuensi Skor Kualitas Pelayanan	75
4.9 Data Hasil Uji Normalitas.....	77
4.10 Data Hasil Uji Homogenitas	78
4.11 Hasil Uji Linear Variabel Strategi Promosi (X1) dengan Kepuasan Nasabah (Y)	79

4.12 Hasil Uji Linear Variabel Kualitas Pelayanan (X2) dengan Kepuasan Nasabah (Y)	80
4.13 Hasil Uji Multikolinearitas Variabel-Variabel Bebas	80
4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	81
4.15 Hasil Regresi Strategi Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah	82
4.16 Hasil Uji F Strategi Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah	83
4.17 Hasil Uji Korelasi Strategi Promosi (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan	24
2.2 Manfaat Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	27
2.3 Kerangka Berfikir Penelitian.....	38
4.1 Struktur Organisasi Bank BCA Kantor Cabang Palembang.....	65
4.2 Histogram Frekuensi Kepuasan Nasabah.....	73
4.3 Histogram Frekuensi Strategi Promosi.....	74
4.4 Histogram Frekuensi Skor Kualitas Pelayanan.....	76

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Implikasi yang banyak disarankan untuk menjadikan pemasaran berhasil adalah ; kenalilah nasabah anda, berilah apa yang mereka inginkan, gunakan media yang tepat, puaskan dengan Pelayanan yang prima, tajamkan promosi. Untuk memahami konsumen dan mengembangkan strategi yang tepat kita harus memahami apa yang mereka pikirkan (kognisi) dan mereka rasakan (pengaruh), apa yang mereka lakukan (perilaku), apa yang mempengaruhi keputusan konsumen

Premis tersebut perlu mendapat perhatian, sebab bila premis ini diabaikan, konsekwensinya perusahaan akan gagal. Implementasi strategi organisasi yang sukses pada umumnya tergantung pada kemampuan manajemen dalam mempromosikan suatu produk atau jasa, termasuk didalamnya aktivitas Pelayanan jasa perbankan. Menyangkut proses perbankan yang bertujuan untuk memuaskan nasabahnya ada beberapa hal dalam bentuk kualitas yang harus diperhatikan yaitu kecepatan, ketepatan daya tanggap terhadap keluhan, kemudahan prosedur dalam transaksi, respon, jaminan, dan perhatian yang diberikan oleh perusahaan perbankan yang bertujuan memuaskan nasabah dengan kualitas yang baik. Salah satu strategi yang dapat menunjang keberhasilan bisnis dalam sektor perbankan adalah berusaha menawarkan kualitas jasa dengan kualitas pelayanan tinggi yang akan nampak dalam kinerja layanan yang ada.

Kualitas pelayanan suatu perusahaan perbankan akan memotivasi nasabah untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan nasabah serta kebutuhannya. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan nasabah dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman nasabah yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman nasabah yang kurang menyenangkan. Hal ini sesuai dengan pendapat Lupiyoadi dan Hamdani (2013:193) bahwa “Dengan meningkatnya kualitas atribut produk dan pelayanan, maka kepuasan nasabah juga akan meningkat. Dengan meningkatnya kualitas atribut produk dan pelayanan, maka kepuasan nasabah juga akan meningkat. Dengan meningkatnya kepuasan nasabah maka diharapkan nasabah yang bertahan juga meningkat, yang akhirnya akan menghasilkan laba yang lebih besar”.

PT. Bank Central Asia Tbk adalah salah satu bank swasta terkemuka di Indonesia yang sudah dikenal oleh masyarakat luas diantara sekian banyak bank yang ada di Kota Palembang, tim manajemen yang sangat profesional serta jaringan yang luas. Bank BCA sebagai bank transaksional yang menawarkan rangkaian jasa perbankan yang memiliki ATM Tunai maupun Non Tunai yang disediakan di berbagai lokasi strategis di seluruh Indonesia untuk memenuhi beragam kebutuhan para nasabah.

Bank BCA Kantor Cabang Palembang dituntut untuk melakukan penyesuaian secara terus menerus searah dengan perubahan-perubahan yang terjadi dalam lingkungan bisnis, sehingga jasa perbankan seperti halnya Bank

BCA Kantor Cabang Palembang harus mampu berperan sebagai lembaga yang memberikan Pelayanan perbankan kepada masyarakat yang memerlukannya. Disamping itu dituntut untuk meningkatkan Pelayanan perbankan yang bermutu sehingga diperlukan penyesuaian yang menyangkut sumber daya manusia yang berkualitas serta fasilitas penunjang yang modern mengikuti persaingan antar Bank yang sangat pesat dan ketat, juga peran Bank akan berhasil bila semua upaya pemasaran diorientasikan kepada konsumen melalui keputusan yang tepat sasaran agar dapat tercapai bila ditunjang dengan pemasaran jasa yang tepat.

Konsumen dihadapkan dengan banyak pilihan untuk setiap keputusan membeli produk yang mereka butuhkan, sehingga dibutuhkan konsep pemasaran dengan membangun hubungan yang kuat dengan para konsumen, memberikan nilai yang tinggi kepada pelanggan merupakan kunci sukses dalam persaingan pasar yang semakin meningkat. Peluang yang tersedia dalam era globalisasi dan sekarang banyak dilirik oleh dunia bisnis salah satunya adalah bidang perbankan. Salah satu usaha yang bergerak dalam bidang perbankan ini yang telah lama memanfaatkan kesempatan yang ada tersebut adalah Bank BCA Kantor Cabang Palembang. Persaingan perbankan tidak hanya berasal dari faktor-faktor fisik tetapi lebih ditentukan oleh sistem Pelayanan yang mampu memberikan kepuasan kepada nasabah, perubahan-perubahan pola pikir masyarakat yang selain menginginkan jasa perbankan, tetapi juga menginginkan kepuasan dari Pelayanan Bank dalam rangka menyusun perencanaan, strategi dan program-program pemasaran yang tepat harus memanfaatkan peluang yang ada dan mengungguli

para pesaingnya, sehingga pihak manajemen Bank perlu memahami faktor-faktor apa saja yang dapat mengganggu kepuasan nasabah.

Saat ini manajemen Bank BCA Kantor Cabang Palembang menyadari betul bahwa keunggulan bersaing yang hanya mengandalkan pada kemegahan gedung, kemajuan teknologi, dan nama Bank terkenal, semakin sulit untuk dipertahankan. Oleh sebab itu, mereka mulai memberikan perhatian yang semakin besar terhadap aspek Kualitas Pelayanannya, karena Kualitas Pelayanan yang memuaskan dapat dijadikan sebagai suatu strategi untuk memenangkan persaingan.

Agar dapat memenangkan persaingan pasar yang semakin kompetitif tersebut, tuntutan akan kebutuhan dan kepuasan yang diinginkan nasabah haruslah diwujudkan dalam bentuk Pelayanan yang baik dan memuaskan. Hal itu merupakan salah satu kunci penting keberhasilan Bank, dimana manajemen pihak Bank harus selalu memonitor dan mengetahui apakah nasabah telah memperoleh kesesuaian antara yang diharapkan dengan Pelayanan yang diberikan. Tuntutan ini berlaku secara umum termasuk pada Bank yang telah lama berdiri dan terkenal, terutama Pelayanan terhadap nasabah perbankan, untuk menempuh hal tersebut Bank harus mengadakan analisis pasar, dalam hal ini Bank dapat mencari informasi-informasi mengenai :

- tanggapan nasabah terhadap akreditasi Bank
- reaksi nasabah terhadap fasilitas yang ada
- tingkat Pelayanan yang dilakukan oleh Bank.

Situasi persaingan tidak dapat dihindari, karena hal ini berlaku dalam perkembangan perusahaan, begitu juga Bank. Langkah yang dilakukan oleh Bank dalam melayani nasabah akan selalu diperhatikan oleh pesaingnya. Oleh karena itu tiap organisasi harus memperhatikan, menelusuri, mengikuti dan bahkan mengetahui segala perkembangan pesaingnya. Strategi Promosi merupakan inti dari kegiatan pemasaran, jika Bank menginginkan pencapaian terhadap tujuan Bank, maka diperlukan perencanaan yang matang terhadap bauran pemasaran tersebut, salah satu yang sangat berperan adalah promosi.

Setiap Bank pasti mempunyai permasalahan masing-masing, selama Bank itu masih menjalankan usahanya maka selama itu pula persoalan tersebut masih akan selalu timbul, baik itu dari segi Pelayanan, fasilitas ataupun kinerjanya. PT.Bank Central Asia Palembang dituntut untuk mampu bersaing dengan melakukan promosi dan memberikan Kualitas Pelayanan perbankan secara maksimal.

Fenomena yang ada bahwa masih terdapat banyak nasabah yang komplain pada PT.Bank Central Asia Palembang, antara lain kesalahan pada transaksi, pencatatan saldo, kegagalan transaksi dan sistem antrean. Selain itu, dari temuan sementara di PT.Bank Central Asia Palembang, melalui wawancara dengan manajemen diketahui masih terdapat banyak nasabah yang komplain. Kebanyakan komplain meliputi kesalahan transaksi, mesin ATM yang macet atau uang tidak keluar ketika melakukan penarikan uang tunai, kesalahan pencatatan saldo, mesin penghitung uang yang macet, kegagalan transaksi dan sistem

antrean. Hal ini tentunya menjadi masalah, dengan asumsi bahwa seberapa besarnya komplain yang terjadi akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Masalah lainnya pada PT.Bank Central Asia Palembang, adanya nasabah yang kurang memahami produk-produk yang ditawarkan oleh PT.Bank Central Asia Palembang akibat dari promosi yang dilakukan masih kurang memadai. Dengan kurangnya pemahaman nasabah terhadap produk-produk Bank Central Asia Palembang maka akan menyebabkan penurunan nilai pelanggan sehingga berdampak pada penurunan kepuasan nasabah.

Situasi demikian memaksa Bank untuk lebih menaruh perhatian pada banyak faktor yang menentukan keberhasilannya, baik faktor internal maupun faktor eksternal Bank. Faktor eksternal merupakan faktor yang penting untuk diperhatikan, karena berhubungan langsung dengan pasar. Oleh karena itu, Bank harus mengarahkan perhatiannya kearah pasar atau *market oriented*, dengan harapan calon nasabah suatu saat akan tertarik untuk menjadi nasabah. Hal ini pada akhirnya tentu akan meningkatkan nilai Bank serta tentunya akan diikuti oleh laba atau keuntungan Bank dalam jangka panjang, sehingga akan terus berkembang sejalan meningkatnya kepercayaan dari nasabah.

Dengan berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis berkeinginan untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam dengan judul **“Pengaruh Strategi Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT.Bank Central Asia”**.

1.2 Perumusan Masalah

Adapun masalah yang akan diselesaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh Strategi Promosi secara parsial Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BCA Kantor Cabang Palembang?
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan secara parsial Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BCA Kantor Cabang Palembang?
3. Pengaruh Strategi Promosi Dan Kualitas Pelayanan secara simultan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BCA Kantor Cabang Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang diinginkan pada penelitian ini adalah untuk menganalisis, mengetahui dan membuktikan:

1. Ada Pengaruh Strategi Promosi secara parsial Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BCA Kantor Cabang Palembang?
2. Ada Pengaruh Kualitas Pelayanan secara parsial Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BCA Kantor Cabang Palembang?
3. Ada Pengaruh Strategi Promosi Dan Kualitas Pelayanan secara simultan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BCA Kantor Cabang Palembang?

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

- a. Menambah wawasan peneliti dalam bidang ilmu manajemen, khususnya mata kuliah manajemen pemasaran.
 - b. Memperkaya secara empiris bidang ilmu manajemen pada mata kuliah manajemen pemasaran khususnya pada Strategi Promosi Dan Kualitas Pelayanan serta Kepuasan Nasabah .
2. Manfaat Praktis
- a. Bagi Bank BCA Kantor Cabang Palembang. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan pertimbangan dalam Strategi Promosi Dan Kualitas Pelayanan serta Kepuasan Nasabah.
 - b. Bagi penulis. Dapat memberikan wawasan yang lebih luas dalam memahami dan menganalisa permasalahan yang ada serta meningkatkan pengetahuan khususnya tentang Manajemen Pemasaran khususnya pada Strategi Promosi Dan Kualitas Pelayanan serta Kepuasan Nasabah.
 - c. Bagi pihak-pihak lain yang berkepentingan. Semoga hasil penelitian ini dapat menjadi sumber informasi dan sumbangan pemikiran mengenai pengaruh pada Strategi Promosi Dan Kualitas Pelayanan serta Kepuasan Nasabah.
 - d. Bagi Peneliti Selanjutnya. Dapat dimanfaatkan sebagai bahan referensi untuk mempelajari Strategi Promosi Dan Kualitas Pelayanan serta Kepuasan Nasabah serta menambah pengetahuan dan wawasan bagi semua pembaca yang berkepentingan.

DAFTAR PUSTAKA

- A Shimp, Terence, 2012. "Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu)". Jilid I, edisi Terjemahan, Jakarta : Erlangga.
- Ali Hasan, 2018, Marketing, Cetakan Pertama, Media Pressdindo Yogyakarta.
- Akbar, Muhammad Muzahid dan Noorjahan Parvez, 2009."Impact of Service, Quality, Trust and Customer Satisfaction on Customer Loyalty".ABAC.Vol. 29, No.1, (January-April), pp: 24-38
- Basu Swastha dan Irawan, (2014), Manajemen Pemasaran Modern, Edisi 2, Yogyakarta : Liberty.
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl McDaniel. 2011. Pemasaran, Edisi pertama. Salemba Empat. Jakarta
- Etta Mamang Sangadji, Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: ANDI.
- Fandy Tjiptono, 2012, Strategi Pemasaran, Edisi 1, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Ghozali, Imam. 2014. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gito Sudarmo Indriyo (2014), " Manajemen Operasi ", BPFE Yogyakarta
- Garvin dan Davis. 1994. Manajemen Mutu Terpadu. Terjemahan M.N. Nasution. Erlangga, Jakarta.
- Gusti Ayu Putu Ratih Kusuma Dewi, Ni Nyoman Kerti Yasa dan Putu Gde S. "Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah PT BPR Hoki Di Kabupaten Tabanan." (2014)
- Hurriyati, Ratih. (2015). Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung: ALFABETHA
- Haryono Siswoyo,2014. Diktat Metodologi Penelitian dan Bisnis Teori dan Aplikasi
- Istijanto. (2015). Riset Sumber Daya Manusia. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

- Juanda. 2013. Metodologi Penelitian. Gunung Agung, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2012, Marketing Management, Millenium Edition, Prentice-Hall
- Kotler dan Amstrong. 2011. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kuswadi. 2014. Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Biaya. PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Lupiyoadi, Hamdani. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2015. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat
- Mudjahirin Tohir, 2012. Metode Penelitian. Rineka Cipta, Jakarta.
- Moekijat, 2013, Manajemen Sumber Daya Manusia, CV. Mandar Maju, Bandung
- Nasution, Mulia, 2012, Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan, Penerbit PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Rivai, Veithzal. 2012, Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan: dari Teori ke Praktik, Jakarta : RajaGrafindo Persada
- Simorangkir, 2012, Pengantar Lembaga Keuangan Bank Dan Non Bank, Bogor; Ghalia Indonesia.
- Santoso, Singgih. 2014. SPSS Statistik Multivariat. Elik Media Komputindo, Jakarta
- Sugiyono, 2010. Manajemen Sumber Daya Manusia, Bumi Aksara, Jakarta.
- Schiffman dan Kanuk, Amelia. 2016. “Analisa Marketing Mix, Lingkungan Sosial, Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita”. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra. Vol. 1, No. 2.
- Sumarwan, Ujang, Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran, Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor, 2013
- Sarwono, Jonathan, “Analisis Jalur untuk Riset Bisnis dengan SPSS”. Penerbit ANDI, Yogyakarta, 2011.
- Sugiyono. 2014, Metode Penelitian. CV. Alfabeta. Bandung

- Tjiptono, Fandy. (2015). *Manajemen Jasa*. Edisi Keempat. Andi. Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy & Chandra, Gregorius, 2012 “Service Quality & Satisfaction”, Andi, Yogyakarta.
- Wahjono, Sentot Imam, 2013 “Manajemen Pemasaran Bank”, Graha Ilmu, Yogyakarta,
- Young, 2012. *Metodologi Penelitian*. PT.Rajagrafindo Persada, Jakarta
- Yuliarmi, Ni Nyoman dan Putu Riyasa. 2007. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan PDAM Kota Denpasar. Denpasar: Buletin Studi Ekonomi Volume 12 Nomor 1 Tahun 2007
- Yuliani, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Peminjam, Studi Pada Bank Perkreditan Rakyat Nusamba Ngunut Tulungagung, 2011”, *Dinamika* Volume 11, Nomor 2, Nopember, 2011.