



Pengaruh Pelayanan Teller dan Customer Service terhadap Kepuasan Nasabah dalam Peningkatan Produk Funding di Bank BCA Karawang

Tito Meitawati¹, Kana Sujana²

Stei Bina Cipta Madani, Indonesia

*Penulis korespondensi: tito@stei-bcm.ac.id

Abstrac. *This study aims to analyze the influence of teller and customer service performance on customer satisfaction in an effort to enhance funding products at BCA Bank Karawang. The results indicate that, partially, teller service has a positive and significant effect on customer satisfaction, with a significance value of 0.000 (< 0.05) and a t -value of 5.60 ($> t$ -table value of 1.97). Customer service performance also has a positive and significant effect, with a significance value of 0.003 (< 0.05) and a t -value of 2.99 ($> t$ -table value of 1.97). Simultaneously, teller and customer service performance contribute 71.1% to customer satisfaction, while the remaining 28.9% is influenced by other variables outside the scope of this study. High customer satisfaction is positively correlated with increased interest in using funding products, as satisfied customers tend to conduct more transactions and increase the volume of funds deposited. These findings confirm that teller and customer service performance play an important role in enhancing customer satisfaction and supporting the development of funding products at BCA Bank Karawang.*

Keywords: *Customer Satisfaction; Customer Service; Funding Products; Service Quality; Teller Services.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pelayanan teller dan customer service terhadap kepuasan nasabah dalam upaya peningkatan produk funding di Bank BCA Karawang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, pelayanan teller berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) dan nilai t hitung sebesar 5,60 ($> t$ tabel 1,97). Pelayanan customer service juga memberikan pengaruh positif dan signifikan, dengan nilai signifikansi sebesar 0,003 ($< 0,05$) dan t hitung sebesar 2,99 ($> t$ tabel 1,97). Secara simultan, pelayanan teller dan customer service memberikan kontribusi sebesar 71,1% terhadap kepuasan nasabah, sementara sisanya sebesar 28,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Kepuasan nasabah yang tinggi berkorelasi positif dengan peningkatan minat dalam penggunaan produk funding, di mana nasabah yang merasa puas cenderung melakukan lebih banyak transaksi serta meningkatkan volume dana yang dihimpun. Temuan ini menegaskan bahwa pelayanan teller dan customer service memainkan peran penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah dan pengembangan produk funding di Bank BCA Karawang.

Kata Kunci: Customer Service; Kepuasan Nasabah; Pelayanan Teller; Produk Funding; kualitas pelayanan.

1. PENDAHULUAN

Persaingan didunia perbankan itu sendiri berjalan sangat intensif hal ini menuntut bank untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah, karena setiap bank bersaing untuk merebut hati nasabahnya. Dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah, pelayanan menjadi salah satu faktor yang menentukan, semakin baik pelayanan yang diberikan maka semakin banyak nasabah yang akan datang melakukan transaksi (Amanda et al., 2025).

Dalam hal pelayanan setiap bank pasti memiliki karyawan yang bertugas melayani nasabah secara langsung, yaitu yang biasa disebut frontliner. Frontliner terdiri dari teller, customer service, dan security mereka ditempatkan dibarisan paling depan, yang tentunya akan sering berhadapan dengan nasabah. maka dari itu para frontliner wajib memberikan pelayanan yang baik dimata nasabah, sehingga ketika pelayanan yang dilakukan dengan baik ini maka akan menjadi daya tarik nasabah untuk melakukan transaksi (Nuriyah et al., 2025).

Teller dan customer service sama-sama bertugas melayani nasabah, pengukuran kepuasan nasabah salah satunya dari pelayanan yang diberikan oleh petugas teller dan customer service. Penentuan kepuasan nasabah itu berdasarkan terpenuhinya harapan yang dimiliki nasabah tersebut maka dari pada itu nasabah memiliki kendali atas penilaian terhadap petugas teller dan petugas customer service dari kedua petugas tersebut tentunya nasabah bisa merasakan pelayanan yang lebih memuaskan nasabah (Vebriansyah et al., 2025).

Untuk meningkatkan dan memberikan kepuasan kepada nasabah, dalam hal pelayanan maka teller dan customer service Bank Central Asia Karawang harus bisa memberikan pelayanan yang berkualitas. Menurut Kotler dan A.B Susanto “kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibanding dengan harapan” jadi kepuasan nasabah sangat bernilai bagi bank atau perusahaan sehingga tidak heran selalu ada slogan pelanggan/nasabah adalah raja, yang perlu dilayani sebaik mungkin (A'yun & Ulfah, 2025).

Pelayana teller dan customer service yang baik akan menghasilkan kepuasan nasabah dan nasabah akan datang kembali melakukan transaksi. Dengan terpuaskannya nasabah oleh pelayanan, maka hal itu akan menambah kepercayaan nasabah sehingga nasabah akan percaya untuk menabung di bank, sehingga hal ini akan berpengaruh pada produk funding yang dimiliki oleh bank tersebut (Malinda et al., 2026).

Produk funding sendiri adalah produk - produk yang dimiliki bank untuk mengumpulkan dana dari nasabah untuk menunjang berjalannya operasional perusahaan jenis jenis produk funding sendiri seperti giro, tabungan dan deposito. Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Pelayanan Teller dan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Peningkatan Produk Funding di Bank BCA Karawang”

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini merupakan penelitian yang dilakukan secara langsung di lapangan atau bisa disebut dengan field research yakni dengan melakukan penelitian dan pengambilan data terhadap objek yang telah ditentukan dengan cara turun langsung ke lapangan, dengan cara tersebut maka data yang akan didapatkan akan akurat.

3. HASIL & PEMBAHASAN

UJI VALIDITAS

Analisis validasi butir instrumen penelitian berupa kuisioner dengan SPSS dan persetujuan dari validator ahli. Perhitungan validitas dilakukan dengan menggunakan SPSS dengan tiga variabel yang pertama yaitu variabel bebas X1 (Pelayanan Teller), variabel X2 (Customer Service) dan Variabel terikat Y (Kepuasan Nasabah). Variabel bebas X1 dan X2 berisi masing-masing 10 item soal dan diuji cobakan kepada 366 responden dan variabel terikat Y berisi 10 item soal yang diuji cobakan kepada 366 responden.

Berdasarkan hasil analisis SPSS maka dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan untuk variabel-variabel penelitian ini memiliki status valid, karena nilai r hitung (Person Correlation) > r kritis sebesar 0,102.

UJI RELIABILITAS

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
X1	.836	10
X2	.814	10
Y	.821	10

Berdasarkan tabel diatas Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan yang dinyatakan valid. Suatu variabel dilakukan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan selalu konsisten. Jadi hasil koefisien reliabilitas Pelayanan Teller, Customer Service dan Kepuasan Nasabah, ternyata memiliki nilai "*Alpha Cronbach*" lebih besar dari 0,60, yang berarti ketiga instrumen reliabel atau memenuhi persyaratan

UJI NORMALITAS

uji normalitas dengan Test of Normality Kolmogorov-Smirnov. Dimana, dalam tabel tersebut diperoleh nilai probabilitas sebesar 0,193. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih dari 0,05 ($0,193 > 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini memiliki model regresi normal atau berdistribusi normal.

UJI LINIER BERGANDA

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.204	2.537		8.358	.000
	TOTAL_X1	.270	.048	.281	5.607	.000
	TOTAL_X2	.151	.050	.150	2.998	.003

Berdasarkan hasil uji di atas, maka dapat dikembangkan sebuah soal persamaan regresi sebagai berikut = $Y = 21.204 + (0.270) + (0.151)$. Berdasarkan persamaan diatas maka dapat diuraikan sebagai berikut:

Konstanta sebesar 21.204 dan bersifat positif, artinya jika variabel Pelayanan Teller (X1) dan Customer Service (X2) bernilai nol atau konstan maka nilai variabel Kepuasan Nasabah (Y) adalah sebesar 21.204

Koefisien regresi X1 sebesar 0.270 menyatakan bahwa setiap kenaikan satu satuan unit pada variabel Pelayanan Teller , akan menaikkan variabel Kepuasan Nasabah sebesar 0.270 dan sebaliknya, jika variabel Pelayanan Teller mengalami penurunan 1 satuan unit, maka variabel Kepuasan Nasabah mengalami penurunan sebesar 0.270. Dengan asumsi variabel independen nilai lainnya tetap. Nilai koefisien positif (0.270) menunjukkan bahwa Pelayanan Teller terhadap Kepuasan Nasabah berpengaruh positif.

Koefisien regresi X2 sebesar 0,151 menyatakan bahwa setiap kenaikan satu satuan unit pada variabel Customer Service, akan menaikkan variabel Kepuasan Nasabah sebesar 0,151 dan sebaliknya, jika variabel Customer Service mengalami penurunan 1 satuan unit, maka variabel Kepuasan nasabah mengalami penurunan sebesar 0,151. Dengan asumsi variabel independen nilai lainnya tetap. Nilai koefisien positif (0,151) menunjukkan bahwa Customer Service terhadap Kepuasan Nasabah berpengaruh positif

KOEFISIEN DETERMINAN

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.640 ^a	.715	.711	5.020

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi di atas, menunjukkan hasil sebesar 0,711 dapat diartikan bahwa Pelayanan Teller dan Customer Service mampu berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah sebesar 71.1 % dan 28,9 % dipengaruhi oleh faktor lainnya.

UJI T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.204	2.537		8.358	.000
	TOTAL_X1	.270	.048	.281	5.607	.000
	TOTAL_X2	.151	.050	.150	2.998	.003

Dapat disimpulkan mengenai uji hipotesis secara parsial masing- masing variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut :

Pengujian Pengaruh Pelayanan Teller terhadap Kepuasan Nasabah. Hasil menunjukkan bahwa nilai sig $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung variabel Pelayanan Teller $5.60 >$ dari T tabel 1.97 ($df = n-k = 366-2$

$= 364$). Dapat disimpulkan Pelayanan Teller sangat berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

Pengujian Pengaruh Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah. Hasil menunjukkan bahwa nilai sig $0,003 < 0,05$ dan nilai T hitung variabel Kepatuhan $2.99 >$ T tabel 1.97 ($df = n-k = 366-2 = 364$). Dapat disimpulkan Customer Service sangat berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pelayanan teller dan customer service memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam peningkatan produk funding.

Pengaruh Pelayanan Teller: Berdasarkan hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel Pelayanan Teller berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan nasabah bank BCA di Karawang, dibuktikan dengan nilai sig , $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung variabel Pelayanan Teller

$5.60 >$ dari T tabel 1.97 . Dapat disimpulkan secara parsial variabel Pelayanan Teller berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan nasabah bank BCA di Karawang.

Pengaruh pelayanan Customer Service: Berdasarkan hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel Customer Service berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA di Karawang, dibuktikan dengan nilai sig $0,003 < 0,05$ dan nilai T hitung variabel Kepatuhan $2.99 >$ T tabel 1.97 . Dapat disimpulkan secara parsial variabel Customer Service berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA di Karawang.

Pengaruh pelayanan teller dan customer service terhadap kepuasan nasabah: Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi di atas, menunjukkan hasil sebesar $0,711$ dapat diartikan bahwa Pelayanan Teller dan Customer Service mampu berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah sebesar 71.1% dan $28,9 \%$ dipengaruhi oleh faktor lainnya. Tingkat kepuasan nasabah yang tinggi berbanding lurus dengan peningkatan minat mereka dalam menggunakan produk funding. Nasabah

DAFTAR REFERENSI

- Ade Syarif Maulana. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan PT. TOI. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul Jakarta*, 7(2), 117.
- Alfajri, D. R., Pratama, I. A., Said, S., & Atiah, I. N. (2026). Revisiting food purchasing intention determinants: Strategic roles of social media promotion and halal labelling. *Airlangga Journal of Innovation Management*, 7(1), 1–19. <https://doi.org/10.20473/ajim.v7i1.87284>
- Amanda, I. M., Badri, M., & Nurcahaya, C. (2025). Analisis kepuasan nasabah memilih Byond by BSI berdasarkan kualitas layanan dan keamanan pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang. *Jurnal Manajemen Bisnis Era Digital*, 2(3), 229–245. <https://doi.org/10.61132/jumabedi.v2i3.744>
- Atik, & Ratminto. (2015). *Manajemen pelayanan: Disertai dengan pengembangan model konseptual, penerapan citizen's charter dan standar pelayanan minimal*. Pustaka Pelajar.
- A'yun, E. F., & Ulfah, M. (2025). Efektivitas BYOND by BSI dalam kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah di BSI KCP Krian Sidoarjo. *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen dan Ekonomi Syariah*, 3(1), 301–308. <https://doi.org/10.61132/nuansa.v3i1.1637>
- Hamidah, I., & Isnandar, F. R. (2024). Pengaruh marketing mix terhadap kepuasan nasabah produk funding pada Bank Syariah Indonesia Cikarang. *At-Tamwil: Journal of Islamic Economics and Finance*, 3(1), 67–83. <https://doi.org/10.33558/attamwil.v3i1.9605>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press.
- Ikatan Bankir Indonesia. (2014a). *Memahami bisnis bank syariah*. Gramedia Pustaka Utama.
- Ikatan Bankir Indonesia. (2014b). *Mengelola kualitas layanan perbankan*. Gramedia Pustaka Utama.
- Ismawan, M. A., Pratama, I. A., & Saputra, R. (2025). Analisis kelayakan bisnis dengan pendekatan ekonomi teknik usaha angkringan (Studi kasus Angkringan 86 Forum Komunikasi Pemuda Pangkat, Tangerang, Banten). *Jurnal Inkofar*, 8(2).
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif: Teori, penerapan, dan riset nyata*. Anak Hebat Indonesia.
- Jayengsari, R., Yunita, R., & Maloka, S. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan customer service terhadap kepuasan nasabah pada Bank BJB KCP Cipanas. *Ar-Rihlah: Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, 1(1), 11–24. <https://doi.org/10.35194/arps.v1i1.1291>
- Kotler, P., Berger, R., & Bickhoff, N. (2010). *The quintessence of strategic management: What you really need to know to survive in business*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-642-14544-5>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen pemasaran jasa*. Salemba Empat.
- Malinda, S., Anatasya, V., & Claudia, C. (2026). Systematic literature review (SLR): Peran sumber daya manusia terhadap kualitas pelayanan pada industri food and beverage. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini*, 3(1), 207–221. <https://doi.org/10.61132/jumbidter.v3i1.1203>

- Manis, F. A., Sonani, N., & Fitrianti, D. (2023). Pengaruh kualitas layanan teller terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank BTN Kantor Cabang Pembantu Jampang. *Judicious*, 4(2), 199–209. <https://doi.org/10.37010/jdc.v4i2.1196>
- Moenir. (2016). *Manajemen pelayanan umum di Indonesia*. Bumi Aksara.
- Nuriyah, P., Listyawati, L., Lestari, D. S., & Asnawi, A. (2025). The influence of experiential marketing on repurchase intention and customer satisfaction of restaurants in Surabaya. *Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis dan Digital*, 2(3), 363–379. <https://doi.org/10.61132/jimakebidi.v2i3.780>
- Patadungan, H., & Suhaila, G. (2024). Pengaruh strategi komunikasi, kualitas pelayanan teller terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Palopo. *JURSIMA*, 12(2), 315–321. <https://doi.org/10.51771/jumper.v2i1.637>
- Pratama, I. A. (2025). Inovasi pemanfaatan kain perca ulos sebagai pelestarian budaya Batak dalam menghadapi bonus demografi 2045 (Studi kasus Kampung Ulos Hutaraja, Kabupaten Samosir). *J-ABDI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(1), 77–90. <https://doi.org/10.53625/jabdi.v5i1.10304>
- Pratama, I. A., Asa, S. A., Irwin, M., & Ferdaus, N. N. (2025). Analisis pengaruh TPT dan IPM terhadap jumlah penduduk miskin. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, 4(3), 3859–3866. <https://doi.org/10.56799/peshum.v4i3.8570>
- Pratama, I. A., Mukhsin, M., & Suhartini, N. (2025). Mengurai kontribusi keuangan syariah terhadap pertumbuhan ekonomi dengan inflasi sebagai mediator. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 10(2).
- Rusmawati, Y., & Ristyanadi, B. (2018). Analisis pelayanan CS (customer service) terhadap kepuasan nasabah pada Bank Danamon di Sukodadi Lamongan. *Jurnal Ekbis*, 19(1), 1092–1099. <https://doi.org/10.30736/ekbis.v19i1.141>
- Sobariyah, S., Muawanah, M., & A'yun, D. S. (2024). Pengaruh personal branding funding officer terhadap loyalitas nasabah pada produk pembiayaan di PT BPRS Lantabur Tebuireng Jombang. *Indonesian Journal of Economy and Education Economy*, 2(1), 207–215.
- Subagja, A. D., & Hanifah, H. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan customer service terhadap kepuasan nasabah pada Bank BJB Cabang Subang. *Wahana Bisnis Akuntansi*, 2(2). <https://doi.org/10.37950/wbaj.v2i2.938>
- Sunindyo, A. (2021). Analisis pengaruh kualitas pelayanan teller terhadap kepuasan anggota pada BMT Polidana Politeknik Negeri Semarang. *Keunis*, 9(1), 1–12. <https://doi.org/10.32497/keunis.v9i1.2156>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran* (4th ed.). Andi.
- Triandini, H. (2013). Pengaruh layanan jemput bola produk funding terhadap DPK dan jumlah nasabah: Studi pada BPRS Artha Karimah Irsyadi. *Etikonomi*, 12(2). <https://doi.org/10.15408/etk.v12i2.1913>
- Vebriansyah, D. A., Yasari, N. K. K., Samudra, D. I., & Dhewi, T. S. (2025). Sentiment analysis of KAI Access app customer reviews to improve customer service using natural language processing. *Jurnal Rimba: Riset Ilmu Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 3(2), 192–205. <https://doi.org/10.61132/rimba.v3i2.1751>