

**ANALISA *E-SERVICE QUALITY* VIRA PADA LINE BCA
TERHADAP *BRAND AWARENESS* NASABAH**

TUGAS AKHIR



NADIA ERSAFIRA

1141001058

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA


2019

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Nadia Ersafira

NIM : 1141001058

Tanda Tangan : 

Tanggal : 15 Agustus 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Nadia Ersafira

NIM : 1141001058

Program Studi : S1 Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : *Analisa E-Service Quality VIRA pada LINE BCA terhadap Brand Awareness Nasabah*

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

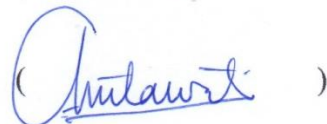
Pembimbing : Holila Hatta, S.Pd, M.M

()

Penguji I : Dr. Ir. Urip Sedyowidodo, M.M

()

Penguji II : Ir. M. Th. Anitawati, M.S, M.Sc

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 15 Agustus 2019

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Subhanahu Wa Ta'ala karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penelitian Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

Penulis menyadari tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai penyusunan Tugas Akhir sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Maka dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Keluarga penulis yang senantiasa mendukung sepanjang waktu. Untuk Mama dan Papa yang sangat kuat bertahan dan berjalan dalam fase hidup apapun, dan senantiasa mendoakan penulis. Kakak Olivia yang memberi masukan bermanfaat, dan menginspirasi penulis. Eca dan Fazza yang selalu ada dalam keadaan apapun;
2. Ibu Holila Hatta, S.Pd, M.M selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang selalu menyediakan waktu untuk memberi arahan, semangat, dan saran sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini tepat waktu;
3. Bapak Ir. Dr. Urip Sedyowidodo, M.M selaku dosen pembahas dalam sidang tugas akhir penulis yang telah memberikan arahan dan nasehat kepada peneliti, sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik;
4. Ibu Ir. M. Th. Anitawati, M.S, M.Sc selaku dosen penguji dalam sidang Tugas Akhir yang memberikan banyak masukan dalam tahap perbaikan Tugas Akhir ini;
5. Segenap dosen pengajar Universitas Bakrie yang telah memberika wawasan, pemahaman, dan inspirasi untuk penulis melangkah kedepan;
6. Mba Arin dan Mas Taufiq yang banyak membantu administrasi semasa perkuliahan, juga seluruh staff Universitas Bakrie yang kooperatif;
7. Ajeng Denia P yang mendukung, memotivasi penulis, memberi hiburan, dan selalu siap membantu dalam segala hal;

8. Tutik, Mia, Tasha, dan Dea atas dukungan, bantuan dan hiburan yang diberikan;
9. Teman – teman Universitas Bakrie yang mewarnai kehidupan perkuliahan penulis;
10. Teman – teman BCA KCP Kelapa Gading, dan CSO 323;
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut mendoakan, dan mendukung penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penyajian dan penyusunan Tugas Akhir ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu penulis menerima saran yang membangun untuk menjadi pelajaran bagi penulis dimasa yang akan datang. Akhir kata, penulis berharap Allah berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, Agustus 2019

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai Sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadia Ersafira

NIM : 1141001058

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Penelitian Kuantitatif

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

***Analisa E- Service Quality VIRA pada LINE BCA
terhadap Brand Awareness Nasabah***

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti Non-eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 15 Agustus 2019

Yang Menyatakan,



Nadia Ersafira

Analisa *E-Service Quality* VIRA pada LINE BCA terhadap *Brand Awareness* Nasabah

Nadia Ersafira¹

ABSTRAK

Perkembangan teknologi mendorong masyarakat memasuki era digital yang lebih *modern*. Fenomena ini memengaruhi berbagai macam industri, salah satunya industri perbankan. Demi meningkatkan efisiensi operasional dan mutu pelayanan bank kepada nasabahnya, pengembangan strategi bisnis yang mengarah pada layanan digital dianggap perlu. Menargetkan generasi milenial yang fasih menggunakan platform *chatting online* untuk saling bertukar informasi, PT Bank Central Asia, Tbk untuk selanjutnya disebut BCA, memperkenalkan layanan elektronik, atau *e-service*, VIRA. VIRA adalah *virtual assistant* di layanan *chat banking* BCA yang salah satunya terdapat di aplikasi *chatting* LINE. Demi efisiensi dan efektifitas perusahaan, *brand awareness* akan suatu produk merupakan salah satu hal yang penting agar produk tersebut menjadi pilihan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa kualitas *e-service* VIRA di aplikasi LINE BCA terhadap *brand awareness* layanan elektronik VIRA di persepsi nasabah. Objek penelitian ini adalah *e-service quality* sebagai variabel independen dan *brand awareness* sebagai variabel dependen. Hipotesis kemudian divalidasi dengan menggunakan uji regresi linier sederhana dan uji korelasi sederhana (*pearson product moment*) dengan menggunakan 132 responden yang merupakan nasabah BCA pengguna VIRA di aplikasi LINE BCA. Hasil studi ini menunjukkan bahwa kualitas *e-service* memengaruhi *brand awareness* layanan VIRA secara signifikan.

Kata kunci: Industri Perbankan, Kualitas Layanan Elektronik, *Brand Awareness*, LINE, BCA.

¹ Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Bakrie

The Analysis of the Quality of BCA's VIRA as an E-Service in LINE on the Brand Awareness of VIRA as an E-Service of BCA

Nadia Ersafira²

ABSTRACT

The advancement of technology has shifted the society to enter to a more modern digital era. This phenomenon has the impacts on various industries, including the banking industry. In order it increase the operational efficiency and the quality of service of the bank to its clients or customers, it is necessary to do the development of business startegy towards digital services. Targeting the millennials who are fluent in utilising online chatting platform to exchange informations, PT Bank Central Asia, Tbk or BCA, has introduced an e-service called VIRA. VIRA is a virtual assistant in the BCA's banking chat service in the chatting application called LINE. For the company's efficiency and its effectivity, the brand awareness of a product is one of the crucial factor for the customer to make them choose the product. This study aims to analyse the quality of VIRA e-service on BCA's LINE application to the brand awareness of VIRA as an e-service of BCA on customer perception. The object of this research is e-service quality as an independent variable and brand awareness as the dependent variable. The hypothesis is validated using the simple linier regresion test and the simple correlation test (pearson product moment) based on the data collected from 132 respondents who is customer of BCA that has the experience of using VIRA in BCA's LINE account. The result of this study shows that the quality of VIRA e-service quality effects the brand awareness of VIRA in BCA's LINE account significantly.

Keywords: *Banking Industry, E-Service Quality, Brand Awareness, LINE, BCA.*

² Student of Management Studies of Universitas Bakrie

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS..... i

HALAMAN PENGESAHAN..... ii

KATA PENGANTAR iii

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI..... v

ABSTRAK..... vi

ABSTRACT..... vii

DAFTAR ISI..... viii

DAFTAR GAMBAR x

DAFTAR GRAFIK..... x

DAFTAR TABEL..... x

BAB I PENDAHULUAN..... 1

 1.1 Latar Belakang 1

 1.2 Rumusan Masalah 5

 1.3 Tujuan Penelitian 6

 1.4 Manfaat Penelitian 6

 1.4.1 Manfaat Teoritis..... 6

 1.4.2 Manfaat Praktis 6

BAB II TINJAUAN TEORITIS 7

 2.1 Landasan Teori..... 7

 2.1.1 Pengerian, Karakteristik, dan Kategori Jasa 7

 2.1.2 Brand Awareness 9

 2.1.3 E-Service Quality..... 11

 2.2 Penelitian Terdahulu 13

 2.3 Hipotesis..... 15

BAB III METODE PENELITIAN 16

 3.1 Jenis Penelitian dan Variabel Penelitian 16

 3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran..... 16

 3.3 Data dan Teknik Pengumpulan Data..... 18

 3.4 Populasi dan Metode Pengambilan Sampel 19

 3.5 Uji Instrumen Penelitian 20

 3.6 Teknik Analisa Data..... 21

3.6.1	Analisa Regresi Linier Sederhana.....	21
3.6.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	21
3.6.3	Uji Hipotesis	21
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	23
4.1	<i>Virtual Assistant</i> VIRA BCA.....	23
4.2	<i>Pre-test</i> Kuesioner.....	25
4.3	Karakteristik Responden	26
4.3.1	Jenis Kelamin.....	27
4.3.2	Usia	27
4.3.3	Pendidikan Terakhir.....	28
4.3.4	Domisili	28
4.3.5	Pekerjaan.....	29
4.3.6	Pengeluaran Internet per Bulan.....	30
4.3.7	Alasan Utama Menggunakan Internet	31
4.4	Uji Instrumen Penelitian	32
4.4.1	Uji Validitas.....	32
4.4.2	Uji Reliabilitas	33
4.5	Deskriptif Variabel Penelitian.....	33
4.6	Teknik Analisa Data.....	35
4.6.1	Analisa Regresi Linier Sederhana.....	35
4.6.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	36
4.6.3	Uji Hipotesis	36
4.7	Impikasi Teoritis dan Manajerial	39
BAB V	PENUTUP.....	41
5.1	Kesimpulan	41
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	41
5.3	Saran.....	41
DAFTAR PUSTAKA	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Alasan Utama Penggunaan Internet	2
Gambar 1.2 Alasan Kedua Penggunaan Internet	3
Gambar 1.3 VIRA	4
Gambar 4.1 Icon VIRA	23
Gambar 4.2 Screen LINE	24

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Komposisi Pengguna Internet Berdasarkan Usia (APJII, 2019)	2
Grafik 1.2 Penetrasi Media Sosial di Indonesia (2018) (Statista, 2019).....	5
Grafik 2.1 Piramida <i>Brand Awareness</i>	10
Grafik 2.2 Kerangka Pemikiran	15

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	16
Tabel 3.2 Skala Pengukuran.....	17
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 30 Responden.....	26
Tabel 4.2 Karakteristik Jenis Kelamin	27
Tabel 4.3 Karakteristik Usia	28
Tabel 4.4 Karakteristik Pendidikan.....	28
Tabel 4.5 Karakteristik Domisili.....	29
Tabel 4.6 Karakteristik Pekerjaan	30
Tabel 4.7 Karakteristik Pengeluaran Internet per Bulan.....	31
Tabel 4.8 Karakteristik Alasan Utama Menggunakan Internet.....	31
Tabel 4.9 Uji Validitas 132 Responden	32
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas 132 Responden.....	33
Tabel 4.11 Deskriptif Variabel Penelitian.....	33
Tabel 4.12 Hasil Koefisien Regresi Linier Sederhana	35
Tabel 4.13 Hasil Uji Determinasi (R^2).....	36
Tabel 4.14 Hasil Uji t.....	37
Tabel 4.15 ANOVA	37
Table 4.16 Hasil Uji Korelasi Sederhana.....	38
Tabel 4.17 Interpretasi Tingkat Hubungan Korelasi.....	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	47
Lampiran 2 Tampilan VIRA di LINE BCA.....	53
Lampiran 3 Hasil Olah Data Kuesioner	55