

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH

PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO), TBK.

UNIT KARTASURA



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-Tugas dan Syarat-Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen Program Studi S1 Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Disusun Oleh:

MUHAMAD DIMAS FAJAR

21120057

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA

TAHUN 2025

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH PT. BANK RAKYAT INDONESIA
(PERSERO), TBK. UNIT KARTASURA**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-Tugas dan Syarat-Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen Program Studi S1 Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta**

Disusun Oleh:

MUHAMAD DIMAS FAJAR

21120057

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA
TAHUN 2025**

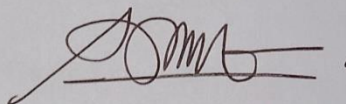
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhamad Dimas Fajar
NIM : 21120057
Program Studi : SI Manajemen
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap
Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia
(Persero), Tbk. Unit Kartasura

Disetujui dan disahkan:

Hari : Kamis
Tanggal : 12 Desember 2024

Pembimbing,



Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H.

NIDN. 0620026601

Mengetahui,

Kepala Program Studi SI Manajemen



Satria Veriansyah Wiguna, S.Sn., M.M.

NIDN. 0606069402

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhamad Dimas Fajar
NIM : 211200057
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah
PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Unit Kartasura

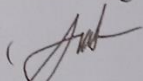
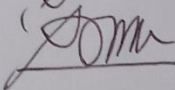
Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan tim penguji Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta dan diterima untuk sebagai persyaratan untuk memenuhi gelar Sarjana Manajemen.

Pada Hari : Jum'at
Tanggal : 03 Januari 2025

Tim Penguji

Ketua : Andri Nurtantiono, S.E., M.M.
Anggota : Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H.

Tanda Tangan

()
()

Mengetahui,

Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta



Aditya Liliyan, S.M.B., M.M.

NIDN. 0606118902

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Muhamad Dimas Fajar
NIM : 211200057
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah
PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Unit Kartasura

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri. Apabila ternyata dikemudian hari ditemukan bahwa skripsi saya dari hasil karya orang lain, maka saya bersedia membatalkan/menggagalkan gelar kesarjanaan saya atau saya bersedia diberikan sanksi sesuai dengan perundangan yang berlaku.

Pembuat Pernyataan,



Muhamad Dimas Fajar

MOTTO

“La ilaha illa anta subhanaka inni kuntu minadzolimin”

(Q.S. Al-Anbiya: 87)

“ Just keep swimming, just keep swimming”

(Finding Nemo)

“Aku tidak takut pada luka dan sakit, apa yang terjadi ku takkan gentar, pergi untuk mencari impian milikku, meskipun ada yang menghalangi untuk sampai ke tujuan.”

(First Rabbit, JKT48)

“Disaat kesulitan cobalah memandang langit, pasti akan terlihat sekumpulan awan”

(Di Tempat Yang Jauh Pun, JKT48)

“Hidup saya adalah untuk bahagia, kalau belum bahagia belum boleh mati. Tapi kalau udah mati duluan tapi belum bahagia? Itu rahasia Illahi.”

(Flora Shafiq, JKT48)

PERSEMBAHAN

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat-Nyalah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi. Hasil dari penelitian ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya, khususnya Mama sebagai orang yang paling istimewa selalu menemani saya mengerjakan penelitian ini hingga tuntas, tidak pernah lelah untuk mendukung, dan mendoakan saya.
2. Kakak-kakak saya, yang selalu memberikan dukungan, semangat, serta cinta yang luar biasa kepada saya.
3. Kerabat terdekat dan sahabat yang senantiasa turut mendukung dan memberikan semangat kepada saya dalam menyelesaikan penelitian ini.
4. Bapak Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H. yang telah membimbing dan mengarahkan saya.
5. Seluruh Dosen Program Studi S1 Manajemen yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya. Berkat karunia dan petunjuk-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini guna memenuhi syarat dalam mencapai gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Strata Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Unit Kartasura”**.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, dorongan, dan pengarahan dari berbagai pihak, kiranya tidak dapat menyelesaikan Skripsi. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Aditya Liliyan, S.M.B., M.M. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
2. Bapak Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan memberikan tenaga untuk memberikan pengarahan, motivasi, saran-saran, semangat, dan motivasi ketika bimbingan skripsi maupun selama masa perkuliahan.
3. Bapak Satria Veriansyah Wiguna, S.Sn, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
4. Bapak dan Ibu dosen yang mengajar di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
5. Ibu Surati dan Bapak Atin Muslim selaku orang tua penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas kasih sayang dan segala sesuatu yang telah diberikan kepada penulis.
6. Povie Nur Rahayu dan Nur Anisa Agustina selaku kakak penulis yang selalu memberikan bantuan kepada penulis.

7. Rakha Dwiky, Vitan Taufik, Rizka Nur, Nadiyah Zalfa, Ghea Aldila, Isnani Ali, Shyifa Prayitno, Selaku sahabat penulis yang telah memberikan dukungan dan semangat untuk segera menyelesaikan dan menyusun Skripsi.
8. Teman – teman semua yang tidak bisa disebutkan-satu persatu.
9. JKT48 yang telah menemani penulis disaat menulis skripsi.
10. Diri sendiri yang sudah berjuang sejauh ini.

DAFTAR ISI

JUDUL SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Tujuan Penelitian.....	2
D. Manfaat Penelitian	2
BAB II.....	4
LANDASAN TEORI.....	4
A. Kajian Teori	4
B. Penelitian Terdahulu	13
C. Kerangka Pikir	15
D. Hipotesis.....	16
BAB III	19
METODOLOGI PENELITIAN	19
A. Objek Penelitian	19
B. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	19
C. Tempat dan Waktu	19
D. Sumber Data.....	20

E. Populasi dan Sampel.....	20
F. Teknik Pengumpulan Data	21
G. Definisi Operasional Variabel.....	22
H. Teknik Pengambilan Sampel	31
I. Teknik Analisis Data	32
BAB IV	36
ANALISIS DATA	36
A. Identitas Responden	36
B. Analisis Data	38
C. Pembahasan.....	46
BAB V	49
PENUTUP	49
A. Kesimpulan	49
B. Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN.....	51

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	13
Tabel 2. Definisi Operasional	22
Tabel 3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4. Klasifikasi Responden Berdasarkan Domisili.....	37
Tabel 5. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
Tabel 6. Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	38
Tabel 7. Klasifikasi Responden Berdasarkan Penghasilan	39
Tabel 8. Hasil Uji Validitas	40
Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 10. Hasil Uji Normalitas	41
Tabel 11. Hasil Uji Multikolonieritas	42
Tabel 12. Hasil Uji Heterokedastisitas	43
Tabel 13. Hasil Uji Analisa Linier Berganda	43
Tabel 14. Uji t	45
Tabel 15. Koefisien Determinasi (Adjusted R ²)	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Penelitian	15
-------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	54
Lampiran 2. Tabulasi Jawaban Responden	56
Lampiran 3. Uji Validitas dan Reliabilitas	61
Lampiran 4. Uji Asumsi Klasik	66
Lampiran 5. Uji Hipotesis	68

ABSTRAK

Muhamad Dimas Fajar, 21120057, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Kartasura

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Kartasura. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah aktif PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Kartasura. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin, dan memperoleh hasil sampel 90 responden. Dalam penelitian ini menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner melalui *link google form*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji hipotesis yang diuji menggunakan SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Kartasura. Sedangkan *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Kartasura.

Kata kunci: *Tangible*, *Empathy*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, Kepuasan Nasabah

ABSTRACT

Muhamad Dimas Fajar, 21120057, The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction at PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Kartasura

This research aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction at PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kartasura Unit. The type of research used in this research is a quantitative approach. The population used in this research is active customers of PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kartasura Unit. The sampling method in this research used the Slovin formula, and obtained a sample of 90 respondents. In this research, primary data was used by distributing questionnaires via a Google Form link. The data analysis used in this research is validity test, reliability test, multiple linear regression analysis test, classical assumption test, hypothesis test which was tested using SPSS 25. The results of this research show that tangible, empathy, reliability, responsiveness do not have a significant effect on customer satisfaction PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kartasura Unit. Meanwhile, assurance has a significant effect on PT customer satisfaction. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kartasura Unit.

Keywords: Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, Assurance, Customer Satisfaction

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini, perbankan menjadi bagian integral dari transformasi digital yang mengubah wajah industri keuangan di seluruh dunia. Inovasi teknologi seperti aplikasi perbankan digital, pembayaran online, dan platform *Fintech* telah menggeser paradigma tradisional perbankan. Fenomena ini tidak hanya mempengaruhi cara bank berinteraksi dengan nasabah, tetapi juga menciptakan lingkungan yang lebih terhubung secara global dalam layanan keuangan. Di setiap negara, tantangan dan peluang yang dihadapi oleh sektor perbankan seringkali mencerminkan dinamika globalisasi ekonomi dan perkembangan teknologi yang cepat. Dengan demikian, memahami fenomena ini secara global menjadi krusial untuk menjawab perubahan yang mendalam dalam industri perbankan modern

Industri perbankan menghadapi persaingan yang semakin ketat. PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Sebagai salah satu lembaga keuangan terbesar di Indonesia, harus terus beradaptasi dan meningkatkan kualitas layanannya untuk mempertahankan dan menarik nasabah. Kualitas pelayanan menjadi faktor kunci dalam memenangkan persaingan di industri perbankan, karena berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah.

Kepuasan nasabah merupakan aset berharga bagi bank, karena nasabah yang loyal cenderung melakukan transaksi berulang, merekomendasikan layanan kepada orang lain, dan memberikan kontribusi positif terhadap reputasi serta profitabilitas bank. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank dapat mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah.

Kualitas pelayanan dalam industri perbankan mencakup berbagai aspek, seperti keandalan, responsivitas, jaminan, empati, dan *tangibles* (bukti fisik). Keandalan berkaitan dengan kemampuan bank untuk memberikan layanan yang sesuai dengan janji yang telah dibuat. Responsivitas mengacu pada kesiapan dan kemampuan staf bank dalam membantu nasabah. Kepastian merujuk pada pengetahuan dan kemampuan staf dalam memberikan layanan yang tepat. Empati mencerminkan perhatian dan kepedulian terhadap kebutuhan nasabah, sementara *tangibles* berhubungan dengan aspek fisik dari layanan, seperti fasilitas dan peralatan yang digunakan.

Dampak yang bisa dilihat dengan adanya kualitas pelayanan yang kurang baik maka nasabah akan pindah pada bank lain, jika bank lain dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan nasabah. Sehingga pelayanan yang baik akan menghasilkan tanggapan yang baik pula oleh nasabah. Akan tetapi, pelayanan yang buruk akan menghabiskan kesabaran nasabah.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah ini dan adanya perbedaan hasil antar variable pada penelitian terdahulu maka penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh tentang **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO), TBK. UNIT KARTASURA**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini yaitu Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk. Unit Kartasura.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. Unit Kartasura.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. Unit Kartasura diharapkan memberikan beberapa manfaat yang signifikan, baik bagi perusahaan, praktisi industri perbankan, maupun akademisi. Berikut adalah beberapa manfaat potensial dari penelitian ini:

1. Manfaat Praktis bagi Bank BRI Unit Kartasura

- a. Peningkatan Kualitas Layanan: Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang paling mempengaruhi kepuasan nasabah. Informasi ini memungkinkan manajemen

Bank BRI Unit Kartasura untuk mengidentifikasi area-area yang memerlukan perbaikan dan untuk merumuskan strategi peningkatan kualitas layanan yang lebih efektif.

- b. Peningkatan Kepuasan Nasabah: Penelitian ini akan membantu bank dalam memahami lebih baik apa yang diinginkan dan diharapkan oleh nasabah dari layanan perbankan mereka. Dengan memperbaiki aspek-aspek layanan yang kurang memadai, bank dapat meningkatkan tingkat kepuasan nasabah yang pada gilirannya dapat memperkuat kepuasan mereka.

2. Manfaat Teoritis

- a. Kontribusi pada Literatur: Penelitian ini akan menambah wawasan dalam literatur tentang hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah di konteks perbankan, khususnya di Bank BRI Unit Kartasura. Temuan-temuan dari penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas topik serupa.
- b. Model Pengukuran Kualitas Pelayanan: Penelitian ini dapat menguji dan mengembangkan model-model pengukuran kualitas pelayanan yang ada, dengan fokus pada dimensi-dimensi yang relevan dalam konteks Bank BRI Unit Kartasura. Ini berpotensi memperkaya model-model teoritis yang ada dengan data empiris yang spesifik.

Dengan demikian, manfaat penelitian ini tidak hanya terbatas pada internal perusahaan, tetapi juga dapat memengaruhi praktik industri secara lebih luas dan memberikan sumbangan yang berarti bagi pengembangan teori dan praktik manajemen pemasaran serta layanan perbankan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

Untuk mengarahkan penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan, terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk. Unit Kartasura, berikut adalah beberapa konsep teori yang relevan yang dapat menjadi landasan teoritis untuk studi tersebut:

1. Pelayanan

Bahwa kualitas diartikan “sebagai suatu kondisi dinamis dimana yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan” (Tjiptono, 2004). Kemudian Triguno juga mengungkapkan hal yang senada tentang kualitas, yang dimaksud dengan kualitas adalah, “Suatu standar yang harus dicapai oleh seseorang atau kelompok atau lembaga atau organisasi mengenai kualitas sumber daya manusia, kualitas cara kerja, proses dan hasil kerja atau produk yang berupa barang dan jasa” (Triguno, 1997:76). Pengertian kualitas tersebut menunjukkan bahwa kualitas itu berkaitan erat dengan pencapaian standar yang diharapkan.

Berbeda dengan Lukman yang mengartikan kualitas adalah “sebagai janji pelayanan agar yang dilayani itu merasa diuntungkan” (Lukman, 2000:11).

Kemudian bahwa kualitas itu “sebagai suatu strategi dasar bisnis yang menghasilkan barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen internal dan eksternal, secara eksplisit maupun implisit”. (Tjiptono, 2004) menyatakan bahwa terdapat lima perspektif mengenai kualitas, salah satunya yaitu bahwa kualitas dilihat tergantung pada orang yang menilainya, sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas paling tinggi. Selanjutnya pengertian Kualitas menurut (Gasperz, 2007) adalah: “Kualitas merupakan segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan (*meeting the needs of customers*)”.

Kemudian dari definisi tersebut kata Kualitas ini juga memiliki banyak pengertian namun pada dasarnya mengacu pada pengertian pokok sebagai berikut:

- a. Kualitas merupakan usaha untuk memenuhi keinginan pelanggan serta memberikan suatu kepuasan bagi pelanggan atas penggunaan produk dan pelayananyang diberikan.
- b. Kualitas merupakan hal yang dinamis yang mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan.
- c. Kualitas akan selalu tergantung pada waktu sehingga setiap waktu akan berubah.

Dari berbagai pengertian tampak bahwa, disamping kualitas itu menunjuk pada pengertian pemenuhan standar atau persyaratan tertentu, kualitas juga mempunyai pengertian sebagai upaya untuk melakukan perbaikan dan penyempurnaan secara bertahap dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan sehingga dapat memuaskan pelanggan.

2. Konsep Kualitas

Menurut *American Society for Quality Control* dalam Lupiyoadi (2006), kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten. Sedangkan menurut Goetsh dan Davis dalam Tjiptono (2004) mengatakan kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Persoalan kualitas dalam dunia bisnis sudah menjadi harga yang harus dibayar oleh perusahaan agar tetap survive dalam bisnisnya. Konsep kualitas pada dasarnya bersifat relatif, yaitu tergantung dari perspektif yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri dan spesifikasi.

Lupiyoadi (2006) menyatakan pada dasarnya terdapat tiga orientasi kualitas yang seharusnya konsisten satu sama lain: (1). Persepsi konsumen, (2). Produk atau jasa, dan (3). Proses. Untuk yang berwujud barang, ketiga orientasi tersebut dapat dibedakan dengan jelas, namun untuk jasa, produk dan proses tidak dapat dibedakan dengan jelas, bahkan produknya adalah proses itu sendiri.

Menurut Sviokla dalam Lupiyoadi (2006) apabila dianalisis lebih jauh antara kualitas dan keuntungan jangka panjang terlihat dalam dua hal, yaitu factor keuntungan eksternal yang diperoleh dari kepuasan pelanggan dan keuntungan

internal yang diperoleh dari adanya perbaikan dari efisien produk. Keuntungan eksternal yang dimaksudkan di atas dapat diimplikasikan dalam proses produksi suatu barang atau jasa, dimana kualitas produk/jasa yang diberikan oleh perusahaan dapat menciptakan suatu persepsi positif dari pelanggan terhadap perusahaan dan menghasilkan suatu kepuasan serta loyalitas pelanggan. Sementara itu yang dimaksud dengan keuntungan internal dimana fokus perusahaan pada kualitas dapat membawa nilai positif internal perusahaan dalam proses peningkatan (misalnya peningkatan desain produk dan lain sebagainya).

3. Pengertian Kualitas Pelayanan

Pelayanan yang berkualitas merupakan salah satu syarat yang menentukan minat beli konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan, sekaligus menjadi harapan beserta faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

Pelayananan adalah setiap tindakan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu (Tjiptono, 2004:6).

Menurut Kotler (2002:83) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus di kerjakan dengan baik (J. Supranto 2006:226) dari definisi-definisi tentang kualitas pelayanan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentk aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen.

4. Penilaian Kualitas Pelayanan Jasa

Penilaian kualitas pelayanan jasa dalam model Servqual didasarkan pada skala multiitem yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan, serta gap di antara keduanya dalam dimensi-dimensi utama kualitas jasa. Parasuraman, et al., (1985) pada penelitian awalnya mengidentifikasikan 10 dimensi pokok, yaitu keandalan, daya tanggap, kompetensi, akses, kesopanan, komunikasi, kredibilitas, keamanan, kemampuan memahami pelanggan, dan bukti fisik.

Namun pada penelitian berikutnya Parasuraman, et al, (1988) menyempurnakan serta merangkum 10 dimensi tersebut. Kompetensi, kesopanan, kredibilitas, dan keamanan dijadikan menjadi jaminan (*assurance*). Sedangkan akses, komunikasi, dan kemampuan memahami pelanggan dikategorikan sebagai empati (*empathy*). Dengan demikian terdapat 5 dimensi utama dalam menilai kualitas layanan, yaitu

- a. Bukti fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
- b. Empati (*empathy*), meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
- c. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan dijanjikan dengan akurat, segera, dan memuaskan.
- d. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap.
- e. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, atau risiko.

5. *Tangible* (Bukti Fisik)

Menurut Gronroos, (1984) elemen *tangible* adalah aspek yang dapat diukur secara fisik dari produk atau layanan. Ini mencakup semua aspek yang dapat dilihat dan dirasakan yang dapat mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan.

Menurut Zeithaml et al., (1985) dalam Aviliani dan Wilfridus (1997) wujud fisik (*tangibles*) adalah kebutuhan pelanggan yang berfokus pada penampilan fisik, perlengkapan, penampilan pegawai dan sarana komunikasi. Bukti fisik dari perusahaan penyedia jasa dapat mempengaruhi keyakinan dan persepsi konsumen. Harapan konsumen dapat meningkat dengan melihat bukti fisik dari perusahaan penyedia jasa.

Menurut Zoeldhan dalam Rindi (2019) bukti fisik atau *tangible* yaitu berupa sarana dan prasarana yang ada dan memadai, alat bantu pelayanan yang digunakan,

penampilan karyawan, dan bentuk pelayanan yang dapat dirasakan langsung oleh konsumen. Sedangkan menurut Kotler (2001) bukti fisik (*tangible*) adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak luar. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan perusahaan pemberi jasa. Bukti fisik tersebut meliputi penampilan fisik, peralatan, karyawan, mekanik, media komunikasi dan teknologi yang dipergunakan dalam memberikan pelayanan.

Berikut adalah beberapa indikator dari *Tangibles* (Bukti Fisik) menurut Edi Irawan, (2023):

- a. Penampilan fisik dari fasilitas gedung.
- b. Tempat parkir.
- c. Kerapihan penampilan *customer service*.

6. *Empathy* (Empati)

Menurut Kotler (2001) empati (*empathy*) adalah syarat untuk peduli, memberikan perhatian pribadi bagi konsumen. Menurut Parasuraman et al., (1998) dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006) empati (*empathy*) yaitu memberikan sikap yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginannya. Suatu perusahaan dapat berhasil tumbuh dan berkembang apabila dapat mengerti kebutuhan dan keinginan pelanggannya.

Sedangkan menurut Deddy Mulyadi, (2016), empati adalah kemampuan untuk merasakan dan memahami perasaan dan kebutuhan orang lain, serta mampu menempatkan diri dalam posisi orang lain dalam konteks komunikasi dan kepemimpinan. Empati juga penting dalam kepemimpinan untuk memahami tim dan menciptakan lingkungan kerja yang positif.

Berikut adalah beberapa indikator dari *Empathy* (Empati):

- a. Perhatian *customer service* terhadap nasabah

- b. Kesungguhan *customer service* terhadap kepentingan nasabah
- c. Pemahaman *customer service* akan kebutuhan dan perasaan nasabah.

7. Reliability (Keandalan)

Menurut Kotler, (2001) keandalan adalah kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat. Menurut Parasuraman et al., (1998) dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006) keandalan (*reliability*) adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus

Menurut Ahmad Riza, (2020) keandalan adalah kemampuan alat ukur atau sistem untuk menghasilkan hasil yang konsisten dan akurat dari waktu ke waktu, tanpa adanya fluktuasi yang signifikan. Dengan kata lain, suatu sistem atau instrumen dianggap reliabel jika ia dapat memberikan output yang stabil dan dapat diprediksi, sehingga hasil yang diperoleh dapat dipercaya dan digunakan untuk pengambilan keputusan yang tepat.

Berikut adalah beberapa indikator dari *Reability* (Keandalan):

- a. Ketepatan waktu pelayanan
- b. Kecermatan *customer service* dalam melayani nasabah
- c. Kesungguhan *customer service* terhadap nasabah yang memiliki permasalahan
- d. Keakuratan pencatatan dokumen.

8. Responsiveness (Daya Tanggap)

Menurut Kotler (2001) daya tanggap (*responsiveness*) adalah kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. Menurut Parasuraman et al., (1998) dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006) daya tanggap (*responsiveness*) adalah suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan

tepat kepada para pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dapat meningkatkan kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh perusahaan.

Menurut Budi Santosa, (2021) daya tanggap adalah kemampuan suatu organisasi atau sistem untuk memberikan tanggapan yang cepat dan sesuai terhadap permintaan, keluhan, atau kebutuhan pelanggan. Santosa menekankan bahwa daya tanggap yang tinggi mencerminkan efisiensi dalam komunikasi dan pelayanan, yang sangat penting untuk membangun kepuasan dan kepercayaan pelanggan.

Berikut adalah beberapa indikator dari *Responsiveness* (Daya Tanggap):

- a. Kejelasan informasi
- b. Kecepatan dan kemauan dalam merespon kebutuhan dan permintaan pelanggan.
- c. Kesiediaan *customer service* dalam membantu kesulitan nasabah.
- d. Kelengkapan waktu *customer service* dalam menanggapi permintaan nasabah.

9. Assurance (Jaminan):

Menurut Kotler (2001) jaminan (*assurance*) adalah pengetahuan terhadap produk secara tepat, kesopanan-santunan karyawan dalam memberikan pelayanan keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberi pelayanan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan terhadap perusahaan.

Menurut Hendrik Kurniawan, (2022) jaminan adalah kemampuan suatu layanan untuk memberikan kepastian kepada pelanggan bahwa mereka akan menerima layanan yang berkualitas dan sesuai dengan harapan. Kurniawan menekankan bahwa jaminan melibatkan aspek kepercayaan, kompetensi, dan profesionalisme dari penyedia layanan, serta komunikasi yang efektif untuk memastikan bahwa pelanggan merasa yakin dan nyaman.

Berikut adalah beberapa indikator dari *Assurance* (Jaminan):

- a. Perasaan aman bagi nasabah.
- b. Kemampuan *customer service* dalam menangani masalah.
- c. Kesiapan *customer service* dalam membantu kesulitan nasabah.

10. Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler & Keller, (2021) kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil dari perbandingan antara hasil kerja suatu produk maupun jasa yang telah diterima dengan yang diharapkannya. Secara umum, kepuasan yaitu sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk atau pelayanan yang diterima dengan apa yang diharapkan oleh konsumen.

Sedangkan menurut Umar, (2016) kepuasan nasabah merupakan orientasi pemasaran yang semakin penting untuk dilaksanakan. Pengertian kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan nasabah setelah membandingkan dengan harapannya

Menurut Band dalam Nasution, (2005) kepuasan nasabah akan tercapai ketika kualitas memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen. Bila kualitas tidak memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen maka kepuasan tidak akan tercapai. Konsumen yang tidak puas pada barang atau jasa yang dikonsumsi, ia akan mencari perusahaan lain yang mampu menyediakan kebutuhannya.

Sedangkan, kepuasan nasabah menurut Kotler dan Keller, (2021), kepuasan nasabah adalah perasaan senang ataupun kecewa dari nasabah yang tumbuh setelah nasabah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan, kepuasan nasabah merupakan perasaan yang tumbuh atas membandingkan hasil atau kinerja setelah nasabah menggunakan produk ataupun jasa yang diharapkan dengan apa yang dirasakan. Jadi, apabila hasil dari kinerja tersebut di bawah harapan nasabah maka nasabah akan merasakan tidak puas, sedangkan

jika dari kinerja tersebut sesuai dengan harapan nasabah maka nasabah akan merasa puas begitupun juga jika kinerja dapat melampaui harapannya nasabah akan sangat puas. Apabila suatu lembaga tersebut tidak dapat menciptakan rasa puas kepada nasabahnya maka tidak menutup kemungkinan nasabah tersebut akan mencari lembaga lain yang dirasa dapat memberikan rasa puas.

Berikut adalah beberapa indikator dari Kepuasan Nasabah:

- a. Kecepatan staf dalam merespons permintaan atau masalah nasabah.
- b. Keramah *customer service* dalam memberikan layanan.
- c. Keefektifan *customer service* dalam menyelesaikan keluhan atau masalah nasabah

11. Hubungan Antar Konsep

Di era modern ini persaingan didunia perbankan sangat ketat, salah satu cara untuk mendapatkan konsumen atau nasabah yang loyal adalah dengan memuaskan kebutuhan konsumen atau asabah secara konsisten dari waktu ke waktu. (Ferrinadewi, 2005) banyak cara yang dapat digunakan perusahaan untuk memuaskan kebutuhan konsumen atau nasabah. Kristianto (2011) mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen atau nasabah mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Pertemuan antara kedua kepentingan ini menentukan seberapa besar tingkat kepuasan konsumen atau nasabah. Wilkie (1994) menyatakan bahwa terdapat lima elemen kepuasan konsumen yaitu (1) *Expectations* merupakan harapan yang dibangun konsumen; (2) *Performance* yaitu bagaimana konsumen menyadari dan menerima kinerja pelayanan jasa tersebut; (3) *Comparison* yaitu perbandingan yang dilakukan konsumen setelah mengkonsumsi palayanan jasa; (4) *Confirmation* atau *disconfirmation* merupakan hasil perbandingan yang akan menghasilkan *confirmation of expectation* atau *menghasilkan disconfirmation of expectation*; (5) *Disrepancy*, mengindikasikan bagaimana perbedaan antara level kinerja dengan harapan. Ketika kinerja aktual berada dibawah harapan, akan mengakibatkan tingginya ketidakpuasan. Salah satu indikator yang cukup handal yang dapat mempengaruhi konsumen atau nasabah adalah kualitas

pelayanan. Kualitas pelayanan sendiri adalah persepsi keseluruhan kinerja pelayanan perusahaan dan sering berubah-ubah.

Parasuraman et al., (1985) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai penilaian atau sikap global yang berkenaan dengan superioritas suatu layanan. Sedangkan kepuasan nasabah adalah respon dari penilaian tersebut. Kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan nasabah dan berakhir pada persepsi nasabah. Semua pihak yang membeli dan mengkonsumsi jasa akan memberikan penilaian yang berbeda-beda terhadap kualitas layanan. Hal ini memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

B. Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah contoh penelitian terdahulu yang relevan dengan pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan mobile banking terhadap kepuasan nasabah di sektor perbankan. Penelitian ini disajikan dalam bentuk tabel untuk memudahkan pemahaman:

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Poppy Alvianolita Sanistasya (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan Britama Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Samarinda	Penelitian <i>explanatory</i>	Hasil penelitian menunjukkan Bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

2	Mutiara Theadora, Betania Lucky F, dan Tamengkel Joula J. Rogahang (2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Unit Tumpaan	Analisis <i>Structured Equation Model (SEM)</i>	Kualitas pelayanan dan fasilitas fisik berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kepuasan nasabah.
3	Arahandson Napitupulu (2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Sibolangit	Kuesioner dan Analisis Regresi	Kepercayaan nasabah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
4	Christine Agustina, Sudadi, dan Chandra Lukita (2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Berdasarkan Dimensi TERRA (<i>Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, Assurance</i>) Pada PD. BPR Astanajapura Cabang Cirebon Selatan)	Survei dan Analisis Statistik	Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas berpengaruh secara simultan pada kepuasan nasabah.

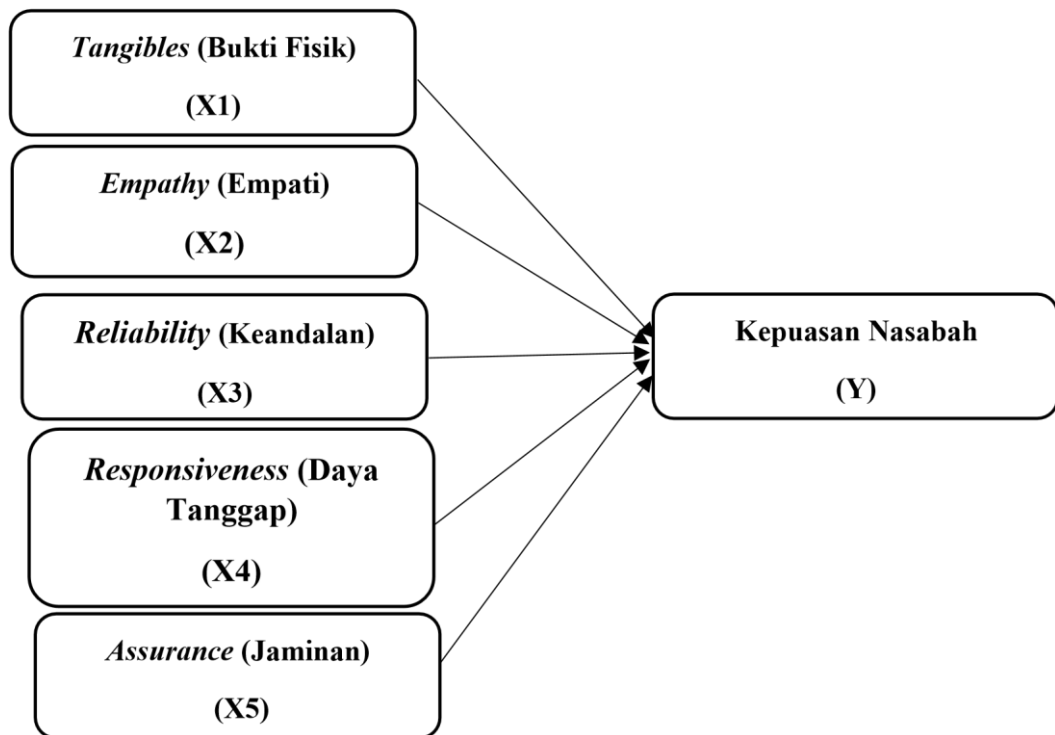
5	Abdul Rahman (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Rakyat Indonesia Tbk. Unit Daeng Sirua Cabang Panakkukang Makassar	Survei dan Analisis Regresi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan nasabah.
---	------------------------	--	-----------------------------	--

Dengan mempertimbangkan temuan-temuan tersebut, penelitian masa lalu ini dapat memberikan landasan teoritis dan empiris yang kuat untuk studi yang lebih mendalam tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. Unit Kartasura pada masa sekarang.

C. Kerangka Pikir

Kerangka ini bermanfaat karena mempengaruhi pelaksanaan prosedur penelitian yang diperlukan. Selain itu, kerangka pikir membantu dan menjamin bahwa penelitian akan tetap berada dalam batas-batas bidang yang telah ditentukan sebelumnya. Kerangka pikir dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1. Kerangka Penelitian



D. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2015:96), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah pada suatu penelitian, dimana rumus suatu penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Berdasarkan uraian kerangka pikir diatas, hipotesis penelitian ini adalah:

a. Pengaruh *Tangible* (bukti fisik) terhadap Kepuasan Nasabah

Penelitian yang dilakukan Poppy Alvianolita Sanistasya, (2020) memperoleh hasil bahwa *Tangible* (bukti fisik) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Samarinda. Penelitian yang dilakukan Mutiara Theadora, Betania Lucky F, dan Tamengkel Joula J. Rogahang, (2023) memperoleh hasil bahwa *Tangible* (bukti fisik) berpengaruh signifikan atau positif terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI Unit Tumpaan.

H1: *Tangible* (bukti fisik) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah

b. Pengaruh *Empathy* (empati) terhadap Kepuasan Nasabah

Penelitian yang dilakukan Abdul Rahman, (2020) memperoleh hasil bahwa *Empathy* (empati) berpengaruh signifikan atau positif terhadap kepuasan nasabah pada Bank Rakyat Indonesia Tbk. Unit Daeng Sirua Cabang Panakkukang Makassar. Penelitian yang dilakukan Arahandson Napitupulu, (2023) memperoleh hasil bahwa *Empathy* (empati) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Sibolangit.

H2: *Empathy* (empati) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah

c. Pengaruh *Reliability* (kehandalan) terhadap Kepuasan Nasabah

Penelitian yang dilakukan Christine Agustina, Sudadi, dan Chandra Lukita, (2022) memperoleh hasil bahwa *Reliability* (kehandalan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PD. BPR Astanajapura. Penelitian yang dilakukan Mutiara Theadora, Betania Lucky F, dan Tamengkel Joula J. Rogahang, (2023) memperoleh hasil bahwa *Reliability* (kehandalan) berpengaruh positif atau signifikan terhadap kepuasan nasabah.

H3: *Reliability* (kehandalan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah

d. Pengaruh *Resvonsiveness* (daya tanggap) terhadap Kepuasan Nasabah

Penelitian yang dilakukan Arahandson Napitupulu, (2023) memperoleh hasil bahwa *Resvonsiveness* (daya tanggap) berpengaruh positif atau signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Sibolangit.

Penelitian yang dilakukan Abdul Rahman, (2020) memperoleh hasil bahwa *Resvonsiveness* (daya tanggap) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Rakyat Indonesia Tbk. Unit Daeng Sirua Cabang Panakkukang Makassar.

H4: *Resvonsiveness* (daya tanggap) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah

e. Pengaruh *Assurance* (jaminan) terhadap Kepuasan Nasabah

Penelitian yang dilakukan Mutiara Theadora, Betania Lucky F, dan Tamengkel Joula J. Rogahang, (2023) memperoleh hasil bahwa *Assurance* (jaminan) berpengaruh positif atau signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan Arahandson Napitupulu, (2023) memperoleh hasil bahwa *Assurance* (jaminan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Sibolangit.

H5: *Assurance* (jaminan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari analisis data dan pembahasan diatas mengenai *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* terhadap kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Unit Kartasura, maka memperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. *Tangible* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Unit Kartasura.
2. *Empathy* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Unit Kartasura.
3. *Reliability* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Unit Kartasura.
4. *Responsiveness* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Unit Kartasura.
5. *Assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Unit Kartasura.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti ingin memberikan beberapa saran dalam penelitian yang dilakukan, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Bank Rakyat Indonesia Unit Kartasura hendaknya mampu memberikan pelatihan-pelatihan terhadap *customer service* agar *customer service* Bank Rakyat Indonesia Unit Kartasura bisa meningkatkan kemampuan dalam melayani nasabah serta memberikan rasa aman kepada nasabah. Sehingga permasalahan terkait rendahnya Kualitas Pelayanan akan dapat teratasi.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menentukan jumlah sampel yang lebih seimbang dan mengembangkan variabel yang tidak tercantum pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, C., Pranata, S., & Lukita, C. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Berdasarkan Dimensi Terra (Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, Dan Assurance) Pada Pd. Bpr Astanajapura Cabang Cirebon Selatan. *Jurnal Digit*, 12(1), 67. <https://doi.org/10.51920/jd.v12i1.218>
- Aziz, N., & Putra, Y. E. (2015). *Nasabah Pt Bank Rakyat Indonesia Cabang Padang*. 71–86.
- Darma. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Pramuda pada bengkel mobil Paramitha Auto Graha (PAG) Denpasar. *Universitas Islam, Riau*, 1–23.
- INDRIANI, A. R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia Tbk. Unit Daeng Sirua Cabang Panakkukang Makassar. *Accounting, Accountability, and Organization System (AAOS) Journal*, 2(1), 24–36. <https://doi.org/10.47354/aaos.v2i1.238>
- Irawan, E. (2023). *Irawan (2023) bab 2. 1(4)*, 118–130.
- Junaidi. (2010). T tabel. In *Junaidi FE UNJA*. <https://junaidichaniago.wordpress.com/2010/04/24/download-tabel-durbin-watsondwengkap/>
- Klavert, L. P. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Politeknik*.
- Mutiara Theadora Betania, Tamengkel, L. F., & Rogahang, J. J. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BRI Unit Tumpaan*. 4(3), 1–23.
- Napitupulu, A. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Sibolangit*. 22-23.
- Novitawati, R. A. D., Prihatminingyan, B., & Imansyah. (2019). JISIP : Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi Email : retta111171@gmail.com ; imanprasta248@gmail.com Berbisnis sekarang semakin lama semakin sengit , berbagai perusahaan bekerja keras agar tetap bisa bersa. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 8(4), 175–180.
- Sanistasya, P. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan Britama Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 8(3), 199. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v8i3.3800>
- Viera Valencia, L. F., & Garcia Giraldo, D. (2019). Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2, 20–40.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO), TBK. UNIT KARTASURA

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir, saya Muhamad Dimas Fajar Mahasiswa Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIES). Saat ini saya sedang melakukan penelitian tentang "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO), TBK. UNIT KARTASURA".

Sehubungan dengan itu, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/Sdri untuk berpartisipasi dalam mengisi kuesioner penelitian ini dengan sebenar-benarnya agar menghasilkan data yang valid. Informasi yang anda berikan sangat membantu kelancaran penelitian ini. Semua data yang diberikan akan terjaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian saja. Semoga penelitian ini dapat memberi manfaat bagi semua pihak.

Demikian atas kesediaan dan waktunya untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

A. Identitas Responden

Nama :
Alamat : Sukoharjo
Surakarta
Sragen
Karanganyar

Wonogiri

Boyolali

Klaten

Lain-lain

Jenis Kelamin : Laki-laki/Perempuan

Usia : 18 – 25 Tahun

26 – 35 Tahun

36 – 45 Tahun

46 – 55 Tahun

Pekerjaan : Karyawan Swasta

Wiraswasta

Pegawai Negeri

Pelajar/Mahasiswa

Ibu Rumah Tangga

Lain-lain

Penghasilan : < Rp 500.000

> Rp 500.000 - Rp 1.000.000

> Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000

> Rp 2.000.000 - Rp 3.000.000

> Rp 3.000.000

B. Petunjuk Kuesioner

Pilih pada salah satu jawaban untuk menjawab pertanyaan dengan keterangan sebagai berikut:

Sangat Setuju

Setuju

Kurang Setuju

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

C. Pengisian Kuesioner

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
	Variabel X1: <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)					
1	Saya merasa fasilitas yang dimiliki oleh Bank BRI Unit Kartasura terlihat bersih dan rapi.					
2	Saya melakukan transaksi di Bank BRI Unit Kartasura selalu mendapatkan tempat parkir yang disediakan.					
3	Saya merasa penampilan <i>customer service</i> dan staf yang bertugas rapi dan bersih					

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
	Variabel X2: <i>Empathy</i> (Empati)					
1	Saya merasa <i>customer service</i> memberikan perhatian kepada nasabah.					
2	Saya merasa <i>customer service</i> memberikan sikap tulus, fokus, dan baik terhadap kepentingan nasabah					
3	Saya merasa <i>customer service</i> mengerti, dan merespon kebutuhan serta emosional yang dialami oleh nasabah.					

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
	Variabel X3: <i>Reliability</i> (Keandalan)					

1	Saya merasa pelayanan yang diberikan <i>customer service</i> cepat dan teliti.					
2	Saya merasa <i>customer service</i> menyampaikan informasi dengan jelas dan akurat.					
3	Saya merasa <i>customer service</i> telah menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh nasabah dengan penuh perhatian.					

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
	Variabel X3: <i>Reliability</i> (Keandalan)					
1	Saya merasa pelayanan yang diberikan <i>customer service</i> cepat dan teliti.					
2	Saya merasa <i>customer service</i> menyampaikan informasi dengan jelas dan akurat.					
3	Saya merasa <i>customer service</i> telah menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh nasabah dengan penuh perhatian.					

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
		Variabel X4: <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)				
1	Saya merasa informasi yang diberikan <i>customer service</i> mudah dipahami.					
2	Saya merasa <i>customer service</i> cepat dalam mengatasi permasalahan nasabah.					
3	Saya merasa <i>customer service</i> telah memberikan solusi kepada nasabah.					

4	Saya merasa <i>customer service</i> untuk memberikan perhatian dan waktu yang cukup dalam merespon permintaan atau pertanyaan nasabah.					
---	--	--	--	--	--	--

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Variabel X5: Assurance (Jamian)						
1	Saya merasa <i>customer service</i> telah memberikan perasaan aman saat melakukan transaksi.					
2	Saya merasa <i>customer service</i> telah memberikan pelayanan yang efektif, responsif, dan memuaskan.					
3	Saya merasa <i>customer service</i> telah bersikap sabar, tenang, dan responsif selama berinteraksi dengan nasabah.					

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Variabel Y: Kepuasan Nasabah						
1	Saya merasa puas dengan kecepatan <i>customer service</i> dalam menyelesaikan permasalahan nasabah.					
2	Saya merasa puas terhadap sikap dan perilaku <i>customer service</i> yang menunjukkan kehangatan, kesopanan, dan perhatian terhadap nasabah.					
3	Saya merasa puas terhadap <i>customer service</i> dalam menyelesaikan keluhan atau masalah nasabah dengan tepat dan cepat.					

Lampiran 2. Tabulasi Jawaban Responden

No	VARIABEL X1 (<i>TANGIBLE</i>)				VARIABEL X2 (<i>EMPATHY</i>)				VARIABEL X3 (<i>RELIABILITY</i>)			
	X1.1	X1.2	X1.3	TOTAL X1	X2.1	X2.2	X2.3	TOTAL X2	X3.1	X3.2	X3.3	TOTAL X3
1	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	5	15