

Implementasi Service Quality Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Teller PT. Bank Sinarmas

Maharani Kurnia¹, Diana Chandra Dewi^{2*}, Corry Handayani³, Danang Mulyadipa Suratno⁴

¹Teknik Industri, Sekolah Tinggi Teknologi Nasional

*Corresponding author, e-mail: dianachandradewi.dc@gmail.com

ABSTRACT

Analyzing the implementation of service quality and customer satisfaction with teller services at PT. Sinarmas Bank. The method used is a survey by distributing questionnaires to Bank Sinarmas customers who have used teller services. The results showed that the service quality of Bank Sinarmas tellers had a significant effect on customer satisfaction. Factors such as service speed, information clarity, teller expertise, and service friendliness have a positive impact on customer satisfaction. The practical implication of this research is that PT. Bank Sinarmas can improve the quality of their teller services by improving aspects that affect customer satisfaction, so as to retain existing customers and attract new customers

Keyword: 1.

ABSTRAK

Menganalisis implementasi kualitas layanan dan kepuasan nasabah terhadap pelayanan teller di PT. Bank Sinarmas. Metode yang digunakan adalah survei dengan menyebarkan kuesioner kepada nasabah Bank Sinarmas yang pernah menggunakan layanan teller. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan teller Bank Sinarmas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Faktor-faktor seperti kecepatan pelayanan, kejelasan informasi, keahlian teller, dan keramahan pelayanan memiliki dampak positif terhadap kepuasan nasabah. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah PT. Bank Sinarmas dapat meningkatkan kualitas layanan teller mereka dengan memperbaiki aspek-aspek yang mempengaruhi kepuasan nasabah, sehingga dapat mempertahankan pelanggan yang ada dan menarik pelanggan baru.

Kata kunci: ServQual, Kepuasan Nasabah.

PENDAHULUAN

Nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan akan meningkatkan produktifitas bank itu sendiri, akan tetapi apabila nasabah merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan maka akan beralih ke bank lain untuk mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Tingkat persaingan pelayanan produk dan jasa perbankan yang terjadi dewasa ini semakin ketat, dengan semakin banyaknya jumlah bank saat ini. Hal ini ditandai dengan semakin banyaknya pelayanan produk dan jasa perbankan yang ditawarkan di pasar, dimana masing-masing bank berusaha merebut pangsa pasar yang sebesar-besarnya dengan menggunakan berbagai macam strategi.

Kepuasan nasabah merupakan hal pokok yang tidak boleh diabaikan bagi suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa perbankan. Karena kepuasan nasabah merupakan aspek penting untuk mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas, sehingga pelayanan yang bermutu bagi nasabah perlu ditingkatkan. Peningkatan kualitas pelayanan kepada para nasabah adalah hal penting dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah. [1]

Perencanaan program peningkatan kepuasan nasabah yang banyak dilakukan oleh bank baik yang berstatus bank pemerintah maupun yang di kelolah pihak swasta tampaknya memang tidak dapat dihindari lagi. Nasabah saat ini semakin kritis dan berani menyampaikan keluhan ataupun ketidakpuasaannya apabila menemui permasalahan dalam pelayanan suatu bank.

Keberhasilan yang diberikan kepada nasabah merupakan penunjang yang kuat untuk meningkatkan transaksi-transaksi harian dimana secara tidak langsung akan meningkatkan pendapatan bagi bank itu sendiri. Meningkatkan mutu pelayanan terhadap nasabah adalah suatu hal yang mutlak harus dilakukan oleh pihak bank dalam rangka meningkatkan aktivitas dan kegiatan bank itu sendiri. Meningkatkan kualitas pelayanan (*Service Quality* ditunjukkan dengan reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), bukti fisik (*tangibles*)).[2]

Pada saat nasabah selesai bertransaksi maka pihak Bank Sinarmas akan meminta penilaian terhadap pelayanan yang telah diberikan dengan cara memasukan koin ke kotak yang telah disediakan dengan kriteria *excellent*, *good* dan *poor*. Nasabah yang memberikan *poor* setelah mereka menerima pelayanan dapat dikatakan bahwa pelayanan yang diberikan belum memberikan rasa puas. Diperlukan upaya peningkatan bagaimana mengimplementasikan nilai *poor* menjadi *excellent*. [3]

Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan yang dihasilkan.[4] oleh karena itu, kualitas pelayanan merupakan hal penting yang perlu diperhatikan untuk menciptakan kepuasan nasabah. Karyawan Bank Sinarmas Tbk Cabang Jambi Tebing Tinggi akan meminta penilaian terhadap pelayanan yang telah diberikan kepada nasabah dengan cara meminta nasabah untuk memasukkan koin kepuasan pelanggan ke salah satu kotak yang telah disediakan, yaitu *excellent*, *good* dan *poor*. Melalui adanya penilaian tersebut, maka dapat dilihat bahwa masih banyak nasabah yang memberikan *poor* setelah mereka menerima pelayanan dari *teller* bank sinarmas. Dapat dikatakan bahwa pelayanan yang diberikan belum memberikan rasa puas untuk kepuasan kepada nasabah. Diperlukan upaya bagaimana mengimplementasikan nilai *poor* menjadi *excellent*.

Transaksi yang dapat dilakukan di *counter teller* antara lain penyetoran, penarikan tabungan, pencairan dan penempatan deposito, penarikan cek *bilyet giro*, transfer dan pembayaran pembayaran lainnya. pelayanan dari teler sebuat bank merupakan bagian yang sangat berpengaruh

terhadap pelayanan keseluruhan oleh karena itu peran *teller* sangat penting terhadap reputasi pelayanan sebuah bank. Bank harus selalu memperhatikan kualitas pelayanan dari *teller* agar tercapai kepuasan nasabah tanpa harus mengesampingkan aspek keamanan dan kehati – hatian. [5]

Tabel 1. Respon penilaian *teller* oleh nasabah

BULAN	EXCELLENT	GOOD	POOR
MEI	29	33	41
JUNI	18	23	30
JULI	34	32	28
AGUSTUS	47	39	45
SEPTEMBER	31	25	38
OKTOBER	45	55	37
NOVEMBER	47	35	32
DESEMBER	38	21	28
JUMLAH	289	263	279

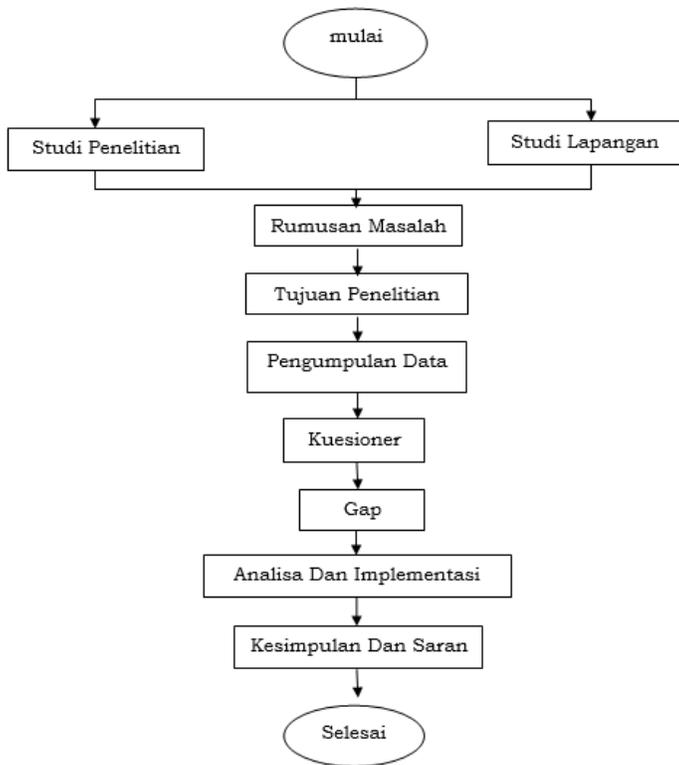
Sumber: Bank Sinarmas Tbk Kcp Jambi Tebing Tinggi

Berdasarkan pengamatan yang terpampang pada tabel 1 diatas bisa terlihat banyaknya nasabah yang merasakan tidak puas atas pelayanan yang diberikan oleh pihak Bank Sinarmas Kcp Jambi Tebing Tinggi. Ketidakpuasan dapat dilihat dari banyaknya koin dalam kotak *poor*.

Terkait hal tersebut uraian permasalahan diatas dalam penelitian ini akan membahas Implementasi *Service Quality* Kepuasan Nasabah Kepada *Teller* PT Bank Sinarmas Tbk sebagai acuan untuk penyempurnaan faktor dan tingkat kepuasan nasabah kepada *teller* PT Bank Sinarmas Kcp. Jambi Tebing Tinggi.

METODE

Service Quality merupakan penilaian pelanggan terhadap proses penyediaan jasa dengan demikian pengevaluasian *Service Quality* berarti pengevaluasian terhadap proses produk jasa.[6] Kualitas pelayanan adalah hal mutlak yang harus dimiliki oleh perusahaan atau instansi yang menawarkan jasa, karena dengan kualitas pelayanan kepada konsumen perusahaan atau instansi dapat mengukur tingkat kinerja yang telah dicapai.



Gambar 1. Bagan Alur Penelitian

Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan cukup umum yaitu observasi dan wawancara. Observasi studi lapangan dilakukan untuk memperoleh data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber informasi. Tujuan observasi untuk mengetahui kondisi PT.Bank Sinarmas Tbk Kcp Tebing Tinggi yang diperoleh dengan cara pengamatan langsung untuk mendukung data yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan hal – hal yang berkaitan dengan peneliti. Wawancara dilakukan sebagai upaya pengumpulan data dengan melakukan dialog langsung dengan sumber data dan mendapatkan informasi secara lisan dengan tujuan untuk memperoleh data yang tepat. Dalam wawancara ini akan melibatkan nasabah PT.Bank Sinarmas Tbk Kcp Tebing Tinggi.

Penilaian Gap kepuasan

Pengolahan data dalam penelitian ini untuk mengukur kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dengan menggunakan Hasil Kuesioner Penilaian Gap.

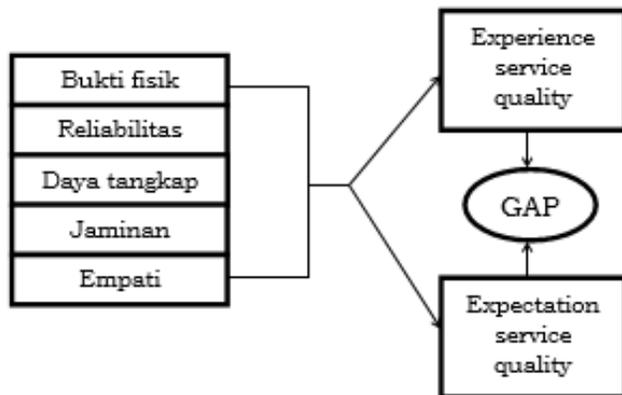
Berdasarkan pengumpulan data dan pengolahan data selanjutnya akan dilakukan analisis hasil yang dihasilkan dari nilai Gap.

Gap antara jasa yang dipersepsikan dan jasa yang diharapkan (*SERVICE GAP*) gap ini berarti bahwa jasa yang dipersepsikan tidak konsisten dengan jasa yang diharapkan. Gap ini menimbulkan sejumlah konsekuensi negatif, seperti kualitas buruk (*negatively confirmed quality*) dan masalah kualitas, dampak negatif terhadap citra korporat, dan kehilangan pelanggan. [7] Lima gap utama yang terangkum meliputi:

1. Gap antara harapan pelanggan dan persepsi manajemen (*knowledge gap*). Gap ini berarti bahwa pihak manajemen mempersepsikan ekspektasi pelanggan terhadap kualitas jasa secara tidak akurat.
2. Gap antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dan spesifikasi kualitas jasa (*standards gap*). Gap ini berarti bahwa spesifikasi kualitas jasa tidak konsistensi dengan persepsi manajemen terhadap ekspektasi kualitas.
3. Gap antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa (*delivery gap*). Gap ini berarti bahwa spesifikasi kualitas tidak terpenuhi oleh kinerja dalam proses produksi dan penyampaian jasa.
4. Gap antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal (*communications gap*). Gap ini berarti bahwa janji-janji yang disampaikan melalui aktivitas komunikasi pemasaran tidak konsisten dengan jasa yang disampaikan kepada para pelanggan.
5. Gap antara jasa yang dipersepsikan dan jasa yang diharapkan (*service gap*). Gap ini berarti bahwa jasa yang dipersepsikan tidak konsisten dengan jasa yang diharapkan.

Service Quality

Pengukuran kualitas jasa dalam model servqual didasarkan pada skala multi item yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan serta gap diantara keduanya pada lima dimensi utama kualitas jasa, daya tangkap, jaminan empati, dan bukti fisik.[8]



Gambar 2. Gap

1. Bukti fisik

Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal. Bank Sinarmas mempunyai gedung untuk aktivitasnya dan kelengkapan fasilitas fisik sesuai standar, penampilan karyawan, area parkir dan keamanan sesuai standar Operating program (SOP).

2. Reliabilitas

kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Bank Sinarmas telah mempunyai ketetapan bank dalam menepati janji, kemampuan dalam memecahkan masalah nasabah, kemampuan mengimplementasi standar pelayanan secara tepat waktu, pencatatan dalam pembukuan secara tepat dan akurat.

3. Daya Tangkap

Kemampuan perusahaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat dalam memberikan informasi kepada nasabah. Seperti pelayanan yang cepat dalam memberikan pertolongan kepada nasabah, memberikan sambutan

dengan ramah kepada nasabah, dan kemampuan nasabah dalam menenangkan nasabah.

4. Jaminan

Pengetahuan produk dan kebijakan perbankan, kesopanan dan kemampuan karyawan untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah kepada perusahaan.

5. Empati

Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi, yang diberikan kepada para nasabah dengan, berupaya memahami keinginan nasabah. Sikap karyawan memberikan pelayanan kepada nasabah, waktu dan tempat nyaman yang diberikan kepada nasabah, perhatian pribadi kepada nasabah dalam hal pelayanan, kepekaan karyawan untuk mengetahui minat nasabah, sikap karyawan mengetahui kebutuhan nasabah.

Skor *Servqual* untuk setiap pasang pertanyaan, bagi masing-masing pelanggan dapat dihitung berdasarkan rumus, [9]

$$\text{skor serqual} = \text{skor persepsi} - \text{skor pelanggan} \quad (1)$$

Data yang diperoleh melalui instrumen SERVQUAL dapat dipergunakan untuk menghitung skor gap kualitas jasa pada berbagai level secara rinci:

1. *Item-by-item analysis*, misal $P1 - H1$, $P2 - H2$, dan seterusnya.
2. *Dimension-by-dimension analysis*, contohnya, $(P1 + P2 + P3 + P4/4) - (H1 + H2 + H3 + H4/4)$, di mana $p1$ sampai $P4$ dan $H1$ sampai $H4$ mencerminkan empat pernyataan persepsi dan harapan berkaitan dengan dimensi tertentu.
3. Perhitungan ukuran tunggal kualitas jasa atau gap SERVQUAL, yaitu $(P1 + P2 + P3 + \dots + P22/22) - (H1 + H2 + H3 + \dots + H22/22)$.

Konsep Pelayanan

Konsep kualitas layanan dikatakan bermutu apabila pelayanan yang diharapkan lebih kecil daripada pelayanan yang dirasakan bermutu. [10] Dikatakan konsep kualitas

layanan memenuhi harapan, apabila pelayanan yang diharapkan sama dengan yang dirasakan memuaskan. [11] Demikian pula dikatakan persepsi tidak memenuhi harapan apabila pelayanan yang diharapkan lebih besar dari pada pelayanan yang dirasakan tidak bermutu. Berdasarkan pengertian di atas terdapat tiga konsep kualitas layanan yaitu:

1. Bermutu (*Quality Surprise*), bila kenyataan layanan yang diterima melebihi pelayanan yang diharapkan pelanggan.
2. Memuaskan (*satisfactory quality*), bila kenyataan pelayanan yang diterima sama dengan layanan yang diharapkan pelanggan.
3. Tidak bermutu (*unacceptabel quality*) bila ternyata kenyataan pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan pelanggan.

Pengukuran Kepuasan Konsumen

Pada prinsipnya kepuasan konsumen dapat diukur dengan berbagai metode. Menurut Kotler yang dikutip oleh Djiptono (2001), perusahaan dapat menggunakan metode-metode sebagai berikut

1. Sistem Keluhan dan Saran
Organisasi yang berwawasan pelanggan akan memudahkan pelanggannya memberikan saran dan keluhan. Dalam perusahaan hendaknya disediakan formulir yang isinya tentang apa yang disukai dan tidak disukai pelanggan. Dapat juga dengan menyediakan kotak saran atau bahkan nomor telepon bebas pulsa yang nantinya akan dapat menampung segala keluhan dari pelanggan.
2. Survei Kepuasan Konsumen
Perusahaan yang responsif mengukur kepuasan konsumen dengan mengadakan survei berkala. Perusahaan mengirinkan daftar pertanyaan atau menelpon sekelompok sampel acak dari pembeli terbaru mereka untuk mengetahui penilaian mereka terhadap berbagai aspek kinerja perusahaan, misalnya: Menanyakan puas dan tidak puas, harapan pelanggan tentang suatu atribut, masalah-masalah yang dihadapi

pelanggan, saran dari pelanggan untuk perbaikan kinerja perusahaan, ranking berbagai elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini yaitu hasil data kuesioner yang disebar secara Offlineselama 15 hari pada jam operasional. Dimana 60 responden telah mengisi kuesioner yang telah di sediakan dalam waktu 15 hari sesuai jam operasional pelayanan di PT.Bank Sinarmas Kcp Jambi Tebing Tinggi Tungkal Ulu.

Data Responden

Sasaran responden sebanyak 60 orang yang menggunakan layanan PT.Bank Sinarmas Kcp Jambi Tebing Tinggi Tungkal Ulu lokasi tepatnya di kompleks Perkantoran PT.LPPI Desa Tebing Tinggi Tabung Jabung Barat Jambi. Dari seluruh data yang telah diperoleh didapatkan bahwa responden yang mengisi adalah 55% pria dan 45% wanita. Pekerjaan wirausaha 25% responden, karyawan swasta 30% responden dan petani 45% responden.

Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan setelah semua kuesioner yang telah disebar ke beberapa responden yang menggunakan layanan PT.Bank Sinarmas Tbk. Kcp Jambi Tebing Tinggi Tungkal Ulu telah terkumpul. Pengolahan data pada penelitian ini dengan mengolah nilai Gap yang telah di hasilkan dari kuesioner. Hasil penilaian pertanyaan kepuasan nasabah dapat dilihat pada tabel 2 hasil kuesioner terhadap penilaian kepuasan nasabah.

Nilai Skala likert 1-4 dimana nilai 1 sangat buruk, nilai 2 buruk, nilai 3 baik dan nilai 4 sangat baik. Hasil kuesioner terhadap penilaian ekspektasi yaitu jumlah hasil Kuesioner dengan banyaknya responden memilih nilai 3 dan 4 untuk setiap pertanyaan artinya harapan nasabah sangat baik dan sangat menginginkan perubahan terhadap pelayanan PT.Bank Sinarmas Kcp Jambi Tebing Tinggi Tungkal Ulu.

Tabel 2. Hasil Kuesioner Penilaian Harapan (Ekspetasi)

No	Gap	Pertanyaan	Skala Likert			
			1	2	3	4
1	Bukti fisik (Tangible)	Gedung yang dimiliki			18	42
		Fasilitas keamanan			10	50
2	Keandala (Reliability)	Ketepatan bank menepati janji			16	44
		Kemampuan melakukan pelayanan secara tepat			17	43
3	Daya Tangkap (Responsiveness)	Pertolongan karyawan terhadap kesulitan nasabah			18	42
		Cara karyawan menyambut nasabah		1	13	46
4	Jaminan (Assurance)	Rasa aman yang diberikan disetiap transaksi kepada nasabah			19	41
		Sikap karyawan dalam memberikan pelayanan			11	49
5	Empati (Empaty)	Perhatian pribadi kepada nasabah dalam hal pelayanan			21	39
		Sikap karyawan mengetahui kebutuhan khusus nasabah			16	44

Hasil penilaian realiti dapat dilihat pada tabel 3 Nilai skala likert 1-4 dimana hasil kuesioner terhadap penilaian realiti yaitu jumlah hasil kuesioner dengan banyaknya responden memilih nilai 2 dan 3 untuk setiap pertanyaan artinya harapan nasabah sangat baik untuk menginginkan perubahan terhadap pelayanan PT.Bank Sinarmas Kcp Jambi Tebing Tinggi Tungkal Ulu.

Tabel 3. Hasil Kuesioner Penilaian Realiti

No	Gap	Pertanyaan	Skala Likert			
			1	2	3	4
1	Bukti Fisik (Tangible)	Gedung yang dimiliki		8	51	1
		Fasilitas keamanan	1	21	36	2
2	Keandala (Reliability)	Ketepatan bank menepati janji	4	40	16	
		Kemampuan melakukan pelayanan secara tepat	7	34	19	
3	Daya Tangkap (Responsiveness)	Pertolongan karyawan terhadap kesulitan nasabah		20	40	
		Cara karyawan menyambut nasabah		8	52	
4	Jaminan (Assurance)	Rasa aman yang diberikan disetiap transaksi kepada nasabah		10	50	
		Sikap karyawan dalam memberikan pelayanan		8	52	

5	Empati (Empaty)	Perhatian pribadi kepada nasabah dalam hal pelayanan		17	43
		Sikap karyawan mengetahui kebutuhan khusus nasabah		14	46

Mengukur Penilaian Antara Ekspetasi dan Realita

Nilai ekspetasi lebih besar dari reality maka nasabah tidak puas terhadap pelayana *teller* Bank Sinarmas, jika nilai expetasi lebih kecil dari reality maka nasabah merasa puas terhadap pelayanan *teller* Bank Sinarmas dan jika nilai expetasi dan reality sama maka nasabah merasa puas terhadap pelayanan *teller* Bank Sinarmas.

No	Gap	Pertanyaan	Rata – Rata Pertanyaan	
			Expetasi	Reality
1	Bukti Fisik (Tangible)	Gedung yang dimiliki	4,46	3,44
		Fasilitas keamanan	4,58	3,18
2	Keandala (Reliability)	Ketepatan bank menepati janji	4,52	2,6
		Kemampuan melakukan pelayanan secara tepat	4,48	2,58
3	Daya Tangkap (Responsiveness)	Pertolongan karyawan terhadap kesulitan nasabah	4,44	3,24
		Cara karyawan menyambut nasabah	4,64	3,42
4	Jaminan (Assurance)	Rasa aman yang diberikan disetiap transaksi kepada nasabah	4,42	3,38
		Sikap karyawan dalam memberikan pelayanan	4,64	3,46
5	Empati (Empaty)	Perhatian pribadi kepada nasabah dalam hal pelayanan	4,44	3,22
		Sikap karyawan mengetahui kebutuhan khusus nasabah	4,56	3,3

Tabel 4 diatas memperlihatkan bahwa pernyataan Gap Tangible, Gedung yang dimiliki, Fasilitas keamanan, Reliability, Ketepatan bank menepati janji, Kemampuan

melakukan pelayanan secara tepat, responsiveness, Pertolongan karyawan terhadap kesulitan nasabah, cara karyawan menyambut nasabah, assurance, rasa aman yang diberikan disetiap transaksi kepada nasabah, sikap karyawan dalam memberikan pelayanan empathy, perhatian pribadi kepada nasabah dalam hal pelayanan, sikap karyawan mengetahui kebutuhan khusus nasabah. Hasil nilai rata-rata pertanyaan dapat disimpulkan bahwa nasabah merasa tidak puas akan pelayanan *teller* Bank Sinarmas

Service Quality (Servqual)

Variabel bukti fisik mempengaruhi keputusan nasabah dalam bertransaksi, gedung yang dimiliki dengan lokasi yang mudah dijangkau dimana bank sinarmas berlokasi dekat dengan instansi perkantoran, terletak didaerah pemukiman dan perumahan yaitu dikantor besar PT.LPPI.

Variable keandalan mempengaruhi keputusan nasabah dalam bertransaksi, pencatatan pembukuan juga dengan pembukuan yang secara teratur dan rapi.

Variable daya tangkap mempengaruhi keputusan nasabah dalam bertransaksi, pelayanan yang cepat kepada nasabah dimana dalam melayani permintaan nasabah harus dilakukan dengan segera hingga nasabah merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh teller bank sinarmas seperti pertolongan karyawan terhadap kesulitan nasabah dan cara penyambutan nasabah yang ingin bertransaksi ke loket teller.

Variable jaminan mempengaruhi keputusan nasabah dalam bertransaksi, karyawan dalam memberikan pelayanan dengan cara karyawan sopan dan santun ramah tamah serta pelayanan kepada nasabah yang memberikan rasa aman dalam memberikan setiap transaksi kepada nasabah.

Variable empati karyawan kepada nasabah mempengaruhi keputusan nasabah dalam bertransaksi, dimana sikap karyawan memberikan pelayanan kepada nasabah, waktu dan tempat yang nyaman serta perhatian pribadi kepada nasabah dalam hal pelayanan bahkan sikap karyawan dalam mengetahui kebutuhan – kebutuhan khusus nasabah dalam bertransaksi.

KESIMPULAN

Faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu

Ketepatan bank menepati janji, kemampuan melakukan pelayanan secara tepat, fasilitas keamanan, perhatian pribadi kepada nasabah dalam hal pelayanan, pertolongan karyawan terhadap kesulitan nasabah, dan sikap karyawan mengetahui kebutuhan khusus nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Nina. 2016 analisis kulaitas pelayanan bank terhadap kepuasan nasabah pada bank muamalat indonesia kantor cabang pembantu tulungagung
- [2] Tjiptono, Fandy & Chandra, Gregorius. 2005. Service, Quality & Satisfaction. Andi Offset. Yogyakarta
- [3] Ranti Anjelia, 2020 Implementasi Service Quality Servqual Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT.Bank Sinarmas TBK
- [4] Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 Edisi 13 Jakarta: Erlangga
- [5] Ahmad Guspul. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah Kospin Jasa Cabang Wonosobo
- [6] Bates, John E. G., dan Douglas Hoffman. 1990. Managing Services Marketing: Text and Readings. Orlando: The Dryden Press Harcourt Brace College Publisher.
- [7] Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”. Journal of Retailing. Vol 64 (1) pp 12-37
- [8] Parasuraman. 2001. The Behaviorial Consequences of Service Quality, Jurnal of Marketing. Vol 60. Hal. 40-101.
- [9] Zeithaml, V.A, Parasurman, A. And Berry, L.L 1990 Delivering quality service: balancing customer perceptions and expectations, new york : The Free Press

- [10] Wijaya, Tony. 2011. Manajemen Kualitas Jasa, Cetakan ke 1, Kembangan Jakarta Barat : PT indeks
- [11] Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yuliati. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung.
- [12] Fandy, Tjiptono. 2011. Management Mewujudkan Layanan Prima. Edisi 2. Yogyakarta: Andi