

## **Peran Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Kantor Kas Universitas Islam Malang**

**Adhien Azka Arifatul Ula 1\*)**

**Nur Hidayati 2\*\*)**

**Abdullah Syakur Novianto 3\*\*\*)**

**Email : [adhienazka@gmail.com](mailto:adhienazka@gmail.com)**

**Universitas Islam Malang**

### ***Abstract***

*This study aims to determine the role of service quality dimensions on customer satisfaction of Bank BRI Cash Office of Islamic University of Malang. The data used in this study used primary data by distributing research questionnaires to respondents. The population of this study was customers of Bank BRI Cash Office of Islamic University of Malang, while the sample in this study was 98 respondents. The sampling method in this study uses non-probability sampling, namely accidental sampling. The analytical method used in this study is simple linear analysis with hypothesis testing using t test. Research shows that the dimensions of service quality consisting of tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy have a significant effect on customer satisfaction.*

**Keywords:** *Keywords: Service Quality Dimension, Customer Satisfaction*

### **Pendahuluan**

Pertumbuhan ekonomi memerlukan suatu pola pengolahan sumber daya ekonomi yang tersedia secara terarah dan dimanfaatkan secara penuh bagi kesejahteraan seluruh masyarakat. Perusahaan jasa dalam perekonomian saat ini semakin memegang peranan yang sangat penting dan menjadi primadona. Pada perusahaan jasa, hal utama yang harus diprioritaskan adalah mengambil inisiatif bagaimana cara meningkatkan pelayanannya agar dapat menyesuaikan diri sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Salah satu jenis perusahaan jasa yang memfokuskan pada kualitas dan kepuasan pelanggan adalah perusahaan yang bergerak dibidang lembaga keuangan yaitu Bank.

Untuk menunjang keberhasilan suatu bisnis dalam sektor perbankan yang perlu dilakukan yaitu berupaya untuk meningkatkan kualitas layanan agar terciptanya kepuasan nasabah. Kepuasan dan ketidakpuasan nasabah merupakan hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkan. Kepuasan nasabah dapat menimbulkan kembalinya nasabah untuk menggunakan jasa tersebut serta jumlah nasabah juga bertambah. Sehingga secara tidak langsung dapat meningkatkan laba atau keuntungan bagi pihak bank.

Di dunia perbankan setiap nasabah pasti mempunyai kriteria tersendiri dalam memilih bank yang akan mereka gunakan untuk menyimpan uangnya. Terdapat nasabah yang tertarik dengan bunga yang ditawarkan, keamanan, dan memilih layanan yang diberikan seperti cepat, efisien, dan nyaman. Dengan banyaknya kriteria yang diharapkan nasabah maka dari itu, bank harus melakukan berbagai inovasi yang baru untuk meningkatkan kualitas jasanya. Kualitas layanan banyak dibentuk oleh berbagai dimensi yang mempengaruhinya.

Dimensi kualitas layanan terdiri dari *tangibles* (tampilan bukti fisik) adalah fasilitas yang diberikan seperti interior, gedung serta fasilitas lainnya yang bisa menunjang pelayanan nasabah. *Reliability* (kehandalan) adalah kemampuan untuk melakukan pelayanan yang telah dijanjikan oleh perusahaan kepada nasabah. *Responsiveness* (daya tanggap) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang cepat untuk memenuhi keinginan nasabah. *Assurance* (jaminan) adalah

pengetahuan dan kesopanan yang dimiliki oleh karyawan perbankan untuk menumbuhkan dan meyakinkan kepercayaan nasabah. Dan *Empathy* (empati) adalah perhatian khusus yang diberikan untuk membantu dan menyediakan kebutuhan nasabah.

## Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis

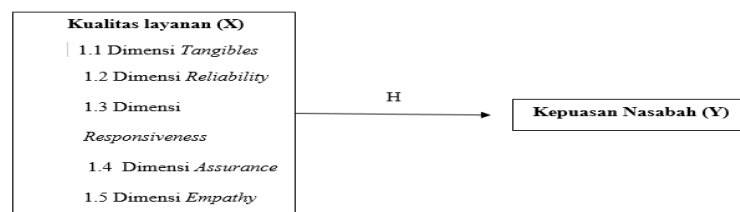
### Kepuasan Nasabah

Menurut Idham (2013) kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan hasil perbandingan antara harapan nasabah dengan kinerja pihak perusahaan yang telah mereka terima. Menurut Tjiptono (2014:369) terdapat lima indikator untuk mengukur kepuasan nasabah yaitu: (1) Kepuasan nasabah keseluruhan (2) Dimensi kepuasan nasabah (3) Konfirmasi harapan (4) Minat pembelian ulang (5) Ketersediaan untuk merekomendasi.

### Dimensi Kualitas Layanan

Menurut Putro (2014) dimensi kualitas layanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh penyedia jasa yang berupa kemudahan, kecepatan dan kemampuan dalam memberikan pelayanan untuk memenuhi harapan konsumen. Menurut Parasuraman, et. al dalam Tjiptono dan Chandra (2011) terdapat lima indikator pada dimensi kualitas layanan yaitu: (1) *tangibles* (tampilan bukti fisik) (2) *reliability* (kehandalan) (3) *responsiveness* (daya tanggap) (4) *assurance* (jaminan) (5) *empathy* (empati).

Berdasarkan landasan teori diatas dapat disusun kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

### Hipotesis

H: Kualitas layanan yang terdiri dari 5 dimensi (*Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Kantor Kas Universitas Islam Malang.

### Metode Penelitian

Jenis penelitian ini berupa data kuantitatif yang bersifat *explanatory research* yang diperoleh melalui metode pengamatan (*survei*) dengan cara membagikan angket penelitian untuk mengumpulkan data. Populasi pada penelitian ini yaitu nasabah Bank BRI Kantor Kas Universitas Islam Malang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *accidental sampling* dan menggunakan rumus slovin sehingga jumlah sampel yang diperoleh yaitu 98 responden.

## Hasil Penelitian Dan Pembahasan

### Frekuensi Jawaban Responden

Pada variabel Dimensi Kualitas Layanan ini diukur menggunakan 5 dimensi dan diakumulasikan untuk mengkategorikan berdasarkan rata-rata jawaban dari responden.

**Tabel 1. Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Dimensi Kualitas Layanan**

|                    | Jawaban Responden |          |    |          |    |          |   |          |   |          |       |      | $\bar{X}$ |
|--------------------|-------------------|----------|----|----------|----|----------|---|----------|---|----------|-------|------|-----------|
|                    | 5                 |          | 4  |          | 3  |          | 2 |          | 1 |          | Total |      |           |
|                    | F                 | $\Sigma$ | F  | $\Sigma$ | F  | $\Sigma$ | F | $\Sigma$ | F | $\Sigma$ | F     | Mean |           |
| 1.1                | 39                | 195      | 40 | 160      | 19 | 57       | 0 | 0        | 0 | 0        | 98    | 4.20 | 4.00      |
| 1.2                | 23                | 115      | 55 | 220      | 18 | 54       | 1 | 2        | 1 | 1        | 98    | 4.00 |           |
| 1.3                | 21                | 105      | 40 | 160      | 34 | 102      | 3 | 6        | 0 | 0        | 98    | 3.81 |           |
| 2.1                | 30                | 150      | 43 | 172      | 22 | 66       | 3 | 6        | 0 | 0        | 98    | 4.02 | 3.99      |
| 2.2                | 30                | 150      | 54 | 108      | 14 | 42       | 0 | 0        | 0 | 0        | 98    | 4.16 |           |
| 2.3                | 16                | 80       | 47 | 188      | 34 | 102      | 1 | 0        | 0 | 0        | 98    | 3.80 |           |
| 3.1                | 18                | 90       | 64 | 256      | 16 | 48       | 0 | 0        | 0 | 0        | 98    | 4.02 | 3.90      |
| 3.2                | 18                | 90       | 40 | 160      | 39 | 117      | 1 | 0        | 0 | 0        | 98    | 3.77 |           |
| 4.1                | 31                | 155      | 47 | 188      | 19 | 57       | 1 | 0        | 0 | 0        | 98    | 4.10 | 4.20      |
| 4.2                | 36                | 180      | 44 | 176      | 18 | 54       | 1 | 0        | 0 | 0        | 98    | 4.15 |           |
| 4.3                | 45                | 225      | 44 | 176      | 8  | 24       | 1 | 0        | 0 | 0        | 98    | 4.36 |           |
| 4.4                | 32                | 160      | 52 | 208      | 13 | 39       | 1 | 0        | 0 | 0        | 98    | 4.17 | 4.18      |
| 5.1                | 35                | 175      | 49 | 196      | 13 | 39       | 1 | 0        | 0 | 0        | 98    | 4.19 |           |
| 5.2                | 28                | 140      | 46 | 184      | 23 | 207      | 1 | 0        | 0 | 0        | 98    | 4.03 |           |
| 5.3                | 43                | 215      | 44 | 176      | 11 | 33       | 0 | 0        | 0 | 0        | 98    | 4.33 |           |
| Rata-rata Variabel |                   |          |    |          |    |          |   |          |   |          |       | 4.07 |           |

Dari hasil data tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Variabel Dimensi Kualitas Layanan dapat disimpulkan beberapa pendapat responden yaitu :

1. Dapat disimpulkan pada dimensi *Tangibles* (tampilan bukti fisik) yang terdiri dari 3 item pernyataan memiliki rata-rata dimensi yaitu 4,00 maka, nasabah setuju bahwa penampilan pegawai dan fasilitas yang diberikan oleh Bank BRI Kantor Kas Universitas Islam Malang standar operasional bank.
2. Dapat disimpulkan pada dimensi *Reliability* (Kehandalan) yang terdiri dari 3 item pernyataan memiliki rata-rata dimensi yaitu 3,99 maka, nasabah cenderung setuju bahwa Bank BRI Kantor Kas Universitas Islam Malang memiliki kemampuan dalam memberikan layanan yang tepat, jelas serta penanganan penyelesaian masalah
3. Dapat disimpulkan pada dimensi *Responsiveness* (Daya tanggap) yang terdiri dari 2 item pernyataan memiliki rata-rata dimensi yaitu 3,90 maka, nasabah cenderung setuju bahwa Bank BRI Kantor Kas Universitas Islam Malang memberikan layanan yang cepat dan kesediaan membantu atas keluhan nasabah
4. Dapat disimpulkan pada dimensi *Dimensi Assurance* (jaminan) yang terdiri dari 4 item pernyataan memiliki rata-rata dimensi yaitu 4,20 maka, nasabah cenderung sangat setuju bahwa Bank BRI Kantor Kas Universitas Islam mempunyai pengetahuan yang luas tentang perbankan, bersikap sopan santun serta jujur untuk menumbuhkan rasa percaya nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa apa yang dirasakan oleh nasabah hampir sama dengan apa yang diberikan oleh Bank BRI Kantor Kas Universitas Islam Malang.
5. Dapat disimpulkan pada dimensi *Dimensi Empathy* (Empati) yang terdiri dari 3 item pernyataan memiliki rata-rata dimensi yaitu 4,18 maka, nasabah cenderung sangat setuju bahwa Bank BRI Kantor Kas Universitas Islam memberikan perhatian, menghargai dan memprioritaskan nasabah

### Statistik Deskriptif

Pengukuran statistik deskriptif variabel dilakukan untuk melihat gambaran data secara umum nilai rata-rata (mean), tertinggi (max), terendah (min), dan standar deviasi dari masing-masing variabel yaitu Kualitas Layanan (X) yang terdiri dari 5 dimensi yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*, serta Kepuasan Nasabah (Y).

**Tabel 2. Hasil tatistik Deskriptif**

| Descriptive Statistics |    |         |          |       |                |
|------------------------|----|---------|----------|-------|----------------|
|                        | N  | Minimum | Maksimum | Mean  | Std. Deviation |
| Tangibles (X1.1)       | 98 | 7       | 15       | 12,01 | 1,750          |
| Reliability (X1.2)     | 98 | 8       | 15       | 11,98 | 1,478          |
| Responsiveness (X1.3)  | 98 | 5       | 10       | 7,79  | 1,067          |
| Assurance (X1.4)       | 98 | 11      | 20       | 16,79 | 1,879          |
| Empathy (X1.5)         | 98 | 6       | 15       | 12,55 | 1,806          |
| Kepuasan Nasabah (Y)   | 98 | 13      | 25       | 21,02 | 2,644          |
| Valid N (listwise)     | 98 |         |          |       |                |

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel hasil uji statistik deskriptif diatas, maka dapat diketahui bahwa:

1. Variabel dimensi kualitas layanan (X) *tangibles* dari data tersebut bisa di deskriptifkan bahwa nilai minimum 7 sedangkan nilai maksimum sebesar 15, nilai rata-rata *tangibles* sebesar 12,01 dan standar deviasi data *tangibles* adalah 1,750.
2. Variabel dimensi kualitas pelayanan (X) *reliability* dari data tersebut bisa di deskriptifkan bahwa nilai minimum 8 sedangkan nilai maksimum sebesar 15, nilai rata-rata *reliability* sebesar 11,98 dan standar deviasi data *reliability* adalah 1,478.
3. Variabel dimensi kualitas pelayanan (X) *responsiveness* dari data tersebut bisa di deskriptifkan bahwa nilai minimum 5 sedangkan nilai maksimum sebesar 10, nilai rata-rata *responsiveness* sebesar 7,79 dan standar deviasi data *responsiveness* adalah 1,067.
4. Variabel dimensi kualitas pelayanan (X) *assurance* dari data tersebut bisa di deskriptifkan bahwa nilai minimum 11 sedangkan nilai maksimum sebesar 20, nilai rata-rata *assurance* sebesar 16,79 dan standar deviasi data *assurance* adalah 1,879.
5. Variabel dimensi kualitas pelayanan (X) *empathy* dari data tersebut bisa di deskriptifkan bahwa nilai minimum 6 sedangkan nilai maksimum sebesar 15, nilai rata-rata *empathy* sebesar 12,55 dan standar deviasi data *empathy* adalah 1,806.
6. Variabel kepuasan nasabah (Y) dari data tersebut bisa di deskriptifkan bahwa nilai minimum 13 sedangkan nilai maksimum sebesar 25, nilai rata-rata kepuasan nasabah sebesar 21,02 dan standar deviasi data kepuasan nasabah adalah 2,644.
7. Pada dimensi kualitas layanan (X) *assurance* memiliki nilai sebesar 1,879 yang artinya bahwa pada dimensi ini terjadi penyimpangan yang besar antara apa yang diharapkan oleh nasabah dengan yang diberikan oleh Bank BRI Kantor Kas Universitas Islam Malang.

## Uji Instrumen

### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya setiap instrumen dengan mengkorelasikan antar skor butir dengan skor total bila korelasi  $r$  di atas 0,30 maka butir instrument tersebut valid. Berikut merupakan hasil uji validitas:

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas**

| Variabel                     | Item | Corrected Item Total Correlation | Hasil Uji |
|------------------------------|------|----------------------------------|-----------|
| Kepuasan Nasabah (Y)         | Y1   | 0,654                            | Valid     |
|                              | Y2   | 0,812                            | Valid     |
|                              | Y3   | 0,719                            | Valid     |
|                              | Y4   | 0,752                            | Valid     |
|                              | Y5   | 0,784                            | Valid     |
| Dimensi Kualitas Layanan (X) | X1.1 | 0,542                            | Valid     |
|                              | X1.2 | 0,706                            | Valid     |
|                              | X1.3 | 0,620                            | Valid     |
|                              | X2.1 | 0,624                            | Valid     |
|                              | X2.2 | 0,559                            | Valid     |
|                              | X2.3 | 0,327                            | Valid     |
|                              | X3.1 | 0,392                            | Valid     |
|                              | X3.2 | 0,579                            | Valid     |
|                              | X4.1 | 0,402                            | Valid     |
|                              | X4.2 | 0,751                            | Valid     |
|                              | X4.3 | 0,641                            | Valid     |
|                              | X4.4 | 0,465                            | Valid     |
|                              | X5.1 | 0,704                            | Valid     |
|                              | X5.2 | 0,675                            | Valid     |
|                              | X5.3 | 0,666                            | Valid     |

Sumber: Data Primer, 2023

Dapat diketahui bahwa  $r$  hitung pada kepuasan nasabah (Y) dan  $r$  hitung pada dimensi kualitas layanan memiliki nilai korelasi  $r$  di atas 0,30 maka instrumen pada penelitian ini dinyatakan valid.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur variabel melalui pertanyaan maupun pernyataan yang telah di sebarakan ke responden. Sehingga suatu variabel dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Alpha Cronbach* lebih besar dari 0,6.

**Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas**

| Variabel                 | Cronbach alpha | Keterangan |
|--------------------------|----------------|------------|
| Dimensi Kualitas Layanan | 0.854          | Reliabel   |
| Kepuasan Nasabah         | 0.799          | Reliabel   |

Sumber: Data Primer, 2023

Hasil Uji Reliabilitas diatas bahwa Nilai Alpha Cronbach Kualitas Layanan (X) sebesar 0,854 dan Alpha Cronbach Kepuasan Nasabah (Y) sebesar 0,799 sehingga semua variabel dapat dikatakan reliabel.

### Uji Normalitas

Uji Normalitas untuk mengetahui apakah variabel penelitian dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov dengan kriteria jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka dinyatakan berdistribusi normal.

**Tabel 4. Hasil Uji Normalitas**

|                                  |                | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N                                |                | 98                      |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | 0                       |
|                                  | Std. Deviation | 1.839448                |
|                                  | Absolute       | 0.073                   |
| Most Extreme Differences         | Positive       | 0.073                   |
|                                  | Negative       | -0.059                  |
| Test Statistic                   |                | 0.073                   |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | .200 <sup>c,d</sup>     |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Primer, 2023

Dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal, yang ditunjukkan dengan nilai signifikan lebih besar dari 0,05 yaitu 0,200.

### Analisis Regresi Linear Sederhana

Uji analisis regresi linear sederhana untuk menguji hubungan dari satu atau dua variabel independen dan variabel dependen.

**Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana**

|       |                          | Coefficients <sup>a</sup>   |                           | t     | Sig.   |
|-------|--------------------------|-----------------------------|---------------------------|-------|--------|
|       |                          | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients |       |        |
| Model |                          | B                           | Std. Error                | Beta  |        |
| 1     | (Constant)               | 2.431                       | 1.847                     |       | 1.316  |
|       | Dimensi Kualitas layanan | 0.304                       | 0.030                     | 0.718 | 10.114 |

Sumber: Data Primer, 2023

Hasil uji regresi linear sederhana dapat dianalisis sebagai berikut:

**a. Persamaan Regresi:**

$$Y = \alpha + \beta X$$

$$Y = 2,431 + 0,304X$$

- b.** Konstanta = 2,431 merupakan nilai konstan dan apabila variabel Dimensi Kualitas Layanan (X) sebesar 0, maka kepuasan nasabah sebesar 2,431.
- c.**  $\beta = 0,304$  menunjukkan koefisien regresi variabel dimensi kualitas layanan (X) dengan nilai positif maka setiap peningkatan dimensi kualitas layanan (X) sebesar 1% akan meningkatkan kepuasan Nasabah (Y) sebesar 0,304.

### Uji Hipotesis

#### Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen jika nilai signifikan < 0,05.

**Tabel 6. Hasil Uji t**

|       |                          | Coefficients <sup>a</sup>   |                           | t     | Sig.   |
|-------|--------------------------|-----------------------------|---------------------------|-------|--------|
|       |                          | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients |       |        |
| Model |                          | B                           | Std. Error                | Beta  |        |
| 1     | (Constant)               | 2.431                       | 1.847                     |       | 1.316  |
|       | Dimensi Kualitas layanan | 0.304                       | 0.030                     | 0.718 | 10.114 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel diatas bahwa variabel dimensi kualitas layanan memiliki nilai t yaitu 10.114 dan signifikasinya yaitu 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 maka variabel dimensi kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

## Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen menjelaskan variabel dependen dengan melihat  $R^2$ .

**Tabel 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

| Model Summary |                   |          |                   |                            |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model         | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1             | .718 <sup>a</sup> | 0.516    | 0.511             | 1.84900                    |

a. Predictors: (Constant), Dimensi Kualitas Layanan (X)

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari tabel 4.15 dapat disimpulkan bahwa *Adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0,516 yang artinya terdapat pengaruh dari variabel dimensi kualitas layanan (X) terhadap kepuasan nasabah sebesar 51,6 % dan 48,4 % lainnya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

## Kesimpulan Dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa dimensi kualitas layanan yang terdiri dari *tangibles* (tampilan bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati). berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Kantor Kas Universitas Islam Malang. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa memberikan kualitas layanan yg baik, maka akan meningkatkan kepuasan nasabah Bank BRI Kantor Kas Universitas Islam Malang.

Disisi lain pada penelitian ini terdapat keterbatasan sehingga banyak yang perlu diperbaiki oleh perusahaan dan peneliti selanjutnya yaitu dalam upaya memberikan layanan yang berkualitas Bank BRI Kantor Kas Universitas Islam Malang diharapkan para pegawai meningkatkan *responsiveness* (daya tanggap) yaitu pegawai memberikan pelayanan yang cepat dan selalu berusaha tanggap atas keluhan nasabah baik yang bertransaksi secara langsung maupun online dan untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat mencari dan menambah variabel-variabel lain yaitu nilai nasabah, kepercayaan dan citra perusahaan yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.

## Referensi

- Arikunto, 2010:50. (2010). Metodologi Penelitian. *Metode Penelitian*, 50. CV.Alfabet
- Fandy Tjiptono dan Chandra G. (2011). *Service.Quality and Satisfuction* Edisi ketiga, ANDI, Yogyakarta
- Fandy, Tjiptono Dan Gregorius Chandra. 2012. *Service, Quality Satisfaction*. Jogjakarta: Andi Offset.
- Ghozali, Imam. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hamzah, Z., & Purwati, A. A. (2019). The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction of Sharia Banking. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 3, 98–105.
- Idham, B. F. (2013). Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Implikasi Loyalitas Pada Pt. Bank Tabungan Pensiunan Nasional, Tbk Cabang Kertajaya Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 3(1), 93. <https://doi.org/10.14414/jbb.v3i1.257>
- Indriantoro, N., dan B.Supomo. 2014. Metodologi Penelitian Bisnis. BPFE. Yogyakarta
- Intan Dian Utaminingsih. (2010). *Analisis Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Ditinjau Dari Kualitas Pelayanan Bank Studi Kasus PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Solo Slamet Riyadi*. Tesis.Univeristas Sanata Dharma. Yogyakarta.
- Kasmir. 2014. Dasar Dasar Perbankan, Edisi Revisi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Kasmir. 2014. Manajemen Perbankan, Edisi Revisi. Jakarta: PT. Raja Grafindo
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran, edisi 13. Jakarta: Erlangga, 14.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.

- Miftaqr Rochmah. (2021). *Pengaruh Tangible, Reliability, Responsiveness, assurance, Empathy Dalam Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Jatim Syariah KC Kediri*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Tulungagung.
- Novianto, A. S. (2021). Pengaruh Pendatapan Dan Tingkat Bonus Terhadap Tabungan Wadiah Perbankan Syariah Di Indonesia. *Journal Koperasi Dan Manajemen*, 2(02), 53-60.
- Nurdiyansyah, F., Hidayati, N., & Susilowati, D. (2015). PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PENGUNJUNG GRAPARI TELKOMSEL MALANG. *JEMA*, 13(03).
- Purnomo, Sabar, 2007, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Hubungannya Terhadap Loyalitas Nasabah Prioritas pada PT Bank Central Asia Tbk Cabang Solo, Thesis Magister Manajemen UNS.
- Putro, S. W. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-9.
- Rahmad Sugianto. (2012). *Analisis Dimensi Kualitas Jasa pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) cabang Malang*. Diploma thesis, Universitas Negeri Malang. Malang.
- Rahman, A., Robustin, T. P., & D.P, R. W. (2019). Peran Dimensi Service Quality Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Bank Cimb Niaga Cabang Lumajang. *Progress Converence*, 2(July), 493–501.
- Rangkuti, F. (2002). *Measuring Customer Service*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Reza Nurul Ichsan, Ahmad Karim. (2021). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Jasa Raharja Medan. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 6(1), 54–57.  
<https://doi.org/10.32696/jp2sh.v6i1.729>
- Rochmah, S., & Ernawati, F. Y. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Bank dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Kas Polres Pati. *Jurnal STIE Semarang*, 14(3), 27–34.
- Santosa, S., & Ifrianti, B. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bri Kantor Cabang Payakumbuh*. 11(2), 1–10.
- Santoso, S. (2013). *Statistika ekonomi plus aplikasi SPSS*. Ponorogo: Umpo Press. ISSN, 2614-5502.
- Sayekti, F., Tarigan, B., Endang, L., & Reni, W. (2022). *Jurnal Riset Akuntansi dan Auditing Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pemakai Layanan Jasa The Influence of Service Quality Dimensions on Service User Satisfaction Jurnal Riset Akuntansi dan Auditing*. 9, 16–26.
- Sudjana, *Metode Statistika* (Bandung: Tarsito, 2000), h. 19.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung: Alfabeta.
- Taghipourian, M.J., Bakhsh, M.M., 2016. Brand Attachment on Service Loyalty in Banking Sector. *Internasional Journal Marketing Studies*. Vol. 8, 146.
- Tjiptono, F. 2012. *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran jasa–prinsip, penerapan, dan penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Undang-undang Republik Indonesia nomor 10 tahun 1998 tentang Perbankan.

Adhien Azka Arifatul Ula\*) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Nur Hidayati\*\*) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Abdullah Syakur Novianto\*\*\*) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma