

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH**

(Studi kasus pada Nasabah Bank Mandiri KCP Surabaya Gubeng)

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana
Ilmu Administrasi Bisnis pada FISIP UPN "Veteran" Jawa Timur**



Oleh :

ADI NOVIYANA

0742010009

**YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2011**

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN

NASABAH

(Studi Kasus Pada Nasabah Bank Mandiri KCP Surabaya Gubeng)

Disusun Oleh :

ADI NOVIYANA

0742010009

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama

RY. Rusdianto S.Sos, M.Si

NIP. 372069500461

Mengetahui,

DEKAN

Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si

NIP. 195507181983022001

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT karena atas rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi ini dengan judul “ **Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Study kasus pada Nasabah Bank Mandiri KCP Surabaya Gubeng)** “

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak RY. Rusdianto, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini yang bertujuan untuk memenuhi persyaratan akademis bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik jurusan Ilmu Administrasi Bisnis di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang mendukung terselesaikannya skripsi ini, sebagai berikut :

1. Ibu Hj. Suparwati, Dra. M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak (Alm) Drs. Sadjudi, SE, M.Si selaku ketua program studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Drs. Nurhadi, M.Si selaku sekretaris program studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Bapak dan ibu dosen Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan dalam materi perkuliahan.
5. Orang Tua yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh teman-teman penulis yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap agar penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang memerlukannya. Penulis menyadari jika penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Maka penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun untuk menyempurnakan skripsi ini pada waktu yang akan datang.

Surabaya, Mei 2011

Penulis

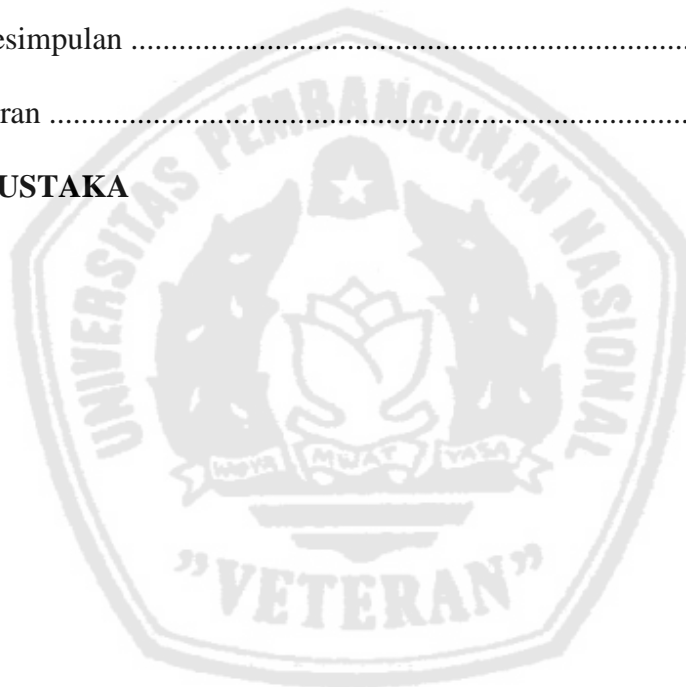
DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAKSI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran Jasa	8
2.1.1.1 Konsep-konsep Pemasaran	9
2.1.1.2 Bauran Pemasaran Jasa/Marketing Mix	11
2.1.2 Pengertian Perilaku Konsumen Jasa	13
2.1.2.1 Proses Keputusan Pembelin Jasa	14
2.1.3 Pengertian Jasa	14
2.1.3.1 Karakteristik Jasa	16
2.1.4 Pengertian Kualitas Jasa	17

2.1.4.1	Dimensi Service Quality (SERVQUAL)	19
2.1.5	Pengertian Kepuasan Pelanggan	22
2.1.5.1	Harapan Pelanggan/ <i>Expectation</i>	24
2.1.5.2	Persepsi Pelanggan/ <i>Perceived</i>	24
2.1.5.3	Pengukuran Kepuasan Pelanggan	25
2.1.6	Pengertian Bank	26
2.1.6.1	Jenis-jenis Bank	27
2.1.6.2	Kegiatan Bank	28
2.1.7	Kerangka Berfikir	29
BAB III	METODE PENELITIAN	31
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	31
3.1.1	Pengukuran Variabel	34
3.2	Populasi, Sampel, dan Penarikan Sampel	35
3.2.1	Populasi	35
3.2.2	Sampel	36
3.2.3	Teknik Penarikan Sampel	37
3.3	Jenis Data, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data	37
3.3.1	Jenis Data	37
3.3.2	Sumber Data	38
3.3.3	Teknik Pengumpulan Data	38
3.4	Teknik Analisis Data	39
3.4.1	Uji Instrumen	39
3.4.2	Analisis Kualitas Layanan	41

BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	45
4.1.2 Lokasi Bank Mandiri KCP Surabaya Gubeng	47
4.1.3 Visi dan Misi Bank Mandiri	47
4.1.4 Budaya Perusahaan Bank Mandiri	48
4.2 Analisis Data	48
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	48
4.2.2 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	52
4.2.2.1. Deskriptif Jenis Kelamin Nasabah	52
4.2.2.2. Deskriptif Umur Nasabah	53
4.2.2.3. Deskriptif Pekerjaan Nasabah	53
4.2.2.4. Deskriptif Frekuensi Mengunjungi Nasabah	54
4.2.3 Tingkat Kesesuaian/kepuasan Antara Kinerja Dengan Harapan Terhadap Layanan yang Diberikan Bank Mandiri KCP Gubeng	55
4.2.3.1. Tingkat Kesesuaian Pada Petugas Security	56
4.2.3.2. Tingkat Kesesuaian Pada Petugas Customer Service	57
4.2.3.3. Tingkat Kesesuaian Pada Petugas Teller	59
4.2.4 Analisis Tingkat Kesenjangan/gap Antara Kinerja Dengan Harapan	61
4.2.4.1. Kesenjangan/gap Antara Kinerja Dengan Harapan Pada Petugas Security	62
4.2.4.2. Kesenjangan/gap Antara Kinerja Dengan Harapan Pada Petugas Customer Service	64

4.2.4.3. Kesenjangan/gap Antara Kinerja Dengan Harapan Pada Petugas Teller	66
4.2.5. Diagram Kartesius	67
4.2.5.1. Diagram Kartesius Untuk Pihak Security	67
4.2.5.2. Diagram Kartesius Untuk Pihak Customer Service	71
4.2.5.3. Diagram Kartesius Untuk Pihak Teller	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kriteria Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	40
Tabel 4.1 Uji Validitas Untuk Hasil Kuesioner Pihak Security	49
Tabel 4.2 Uji Validitas Untuk Hasil Kuesioner Pihak Customer Service	50
Tabel 4.3 Uji Validitas Untuk Hasil Kuesioner Pihak Teller	51
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.5 Deskriptif Jenis Kelamin Nasabah	52
Tabel 4.6 Deskriptif Umur Nasabah	53
Tabel 4.7 Deskriptif Pekerjaan Nasabah	53
Tabel 4.8 Deskriptif Frekuensi Nasabah Mengunjungi Bank Mandiri KCP Surabaya Gubeng	54
Tabel 4.9 Bobot Kinerja dan Harapan serta Tingkat Kesesuaian Pada Petugs Security	56
Tabel 4.10 Bobot Kinerja dan Kepentingan serta Tingkat Kesesuaian Pada Petugas Customer Service	58
Tabel 4.11 Bobot Kinerja dan Harapan serta Tingkat Kesesuaian Pada Petugas Teller	60
Tabel 4.12 Rata-rata Penilaian Tingkat Kinerja dan Tingkat Harapan Serta Gap Pada Petugas Security	62
Tabel 4.13 Rata-rata Penilaian Tingkat Kinerja dan Tingkat Harapan Serta Gap Pada Petugas Customer Service	64
Tabel 4.14 Rata-rata Penilaian Tingkat Kinerja dan Tingkat Harapan Serta Gap Pada Petugas Teller	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Pemasaran dalam Industri Jasa	9
Gambar 2.2 Model Prilaku Konsumen Jasa	14
Gambar 2.3 Model Gap Kualitas Jasa	22
Gambar 2.4 Kerangka Berpikir	29
Gambar 3.1 Diagram Kartesius	43
Gambar 4.1 Diagram Kartesius Antara Harapan dan Kenyataan Untuk Petugas Security	67
Gambar 4.2 Diagram Kartesius Antara Harapan dan Kenyataan Untuk Petugas Customer Service	71
Gambar 4.3 Diagram Kartesius Antara Harapan dan Kenyataan Untuk Petugas Teller	74

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Output Hasil Uji Validitas
- Lampiran 3 Output Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 4 Deskriptif Karakteristik Responden
- Lampiran 5 Deskriptif Tingkat Kepuasan Nasabah (Kenyataan/Kinerja)
- Lampiran 6 Deskriptif Tingkat Kualitas Layanan (Harapan/Kepentingan)
- Lampiran 7 Deskriptif Tingkat Kepentingan (Harapan) dan Tingkat Kinerja (Pelayanan yang Diterima) pada Petugas Penyaji Jasa
- Lampiran 8 Diagram Kartesius (GAP) antara persepsi dengan harapan nasabah atas pelayanan yang diberikan oleh pihak penyaji jasa Bank Mandiri KCP Surabaya Gubeng.

ADI NOVIYANA.NPM.0742010009.”ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH” (Studi kasus pada Nasabah Bank Mandiri KCP Surabaya Gubeng)

ABSTRAKSI

Pengukuran kepuasan nasabah merupakan hal yang seharusnya dilakukan suatu organisasi secara periodik untuk untuk lebih memantapkan keunggulan bersaingnya dengan kompetitor. Peningkatan kinerja yang dilakukan oleh petugas Bank sebagai petugas penyaji jasa serta pihak manajemen Bank Mandiri sebagai penyedia jasa perbankan, pada atribut yang tepat akan membawa dampak positif yaitu meningkatkan kepuasan nasabah. Namun sebaliknya, peningkatan kinerja pada atribut yang tidak tepat akan membawa suatu organisasi pada pemborosan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kepuasan nasabah dengan menggunakan metode *Importance Performance Analisis* dan diagram kartesius. Metode *Importance Performance Analisis* dapat digunakan untuk menentukan bobot pada kualitas layanan yang dipersepsikan (X) dan kualitas layanan yang diharapkan (Y) atas dasar lima dimensi kualitas pelayanan jasa yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*. Sedangkan metode diagram kartesius digunakan untuk mengidentifikasi prioritas perbaikan kinerja bagi perusahaan.

Variabel penelitian yang digunakan adalah variabel kualitas layanan yang dipersepsikan, dengan simbol X dan variabel kualitas layanan yang diharapkan, dengan simbol Y. Populasi penelitian adalah nasabah Bank Mandiri KCP Surabaya Gubeng yang langsung berinteraksi dengan petugas penyaji jasa bank. Jenis data penelitian ini adalah data primer. Teknik penarikan sampel menggunakan metode *accidental sampling*, dengan jumlah responden 97 orang.

Data penelitian didapat dengan menyebarkan kuesioner yang meliputi pertanyaan-pertanyaan yang mewakili 5 dimensi kualitas pelayanan jasa. Disamping itu, peneliti juga menambahkan beberapa butir pertanyaan yang telah diuji validitasnya dengan menggunakan metode korelasi *product moment* dari Pearson, dan reliabilitasnya dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach*.

Penelitian ini dilakukan pada PT. Bank Mandiri KCP Surabaya Gubeng, dengan hasil yang diperoleh sebagai berikut : Tingkat kepuasan nasabah dilihat dari dimensi servqual pada petugas *security*, *customer service*, *teller* didominasi pada dimensi *emphaty*, dan tingkat kesenjangan/gap pada petugas *security*, *customer service*, *teller* adalah pada dimensi *reliability*, serta atribut-atribut yang dominan pada petugas *security*, *customer service*, *teller* adalah atribut *reliability* 1 dan *reliability* 2 dimensi servqual yang perlu ditingkatkan.

Kata Kunci : Kualitas layanan yang diharapkan, Kualitas layanan yang dipersepsikan, Importance performance analisis, Diagram kartesius

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Lembaga keuangan seperti perbankan merupakan instrumen penting dalam memperlancar jalannya pengembangan dan pembangunan sektor ekonomi suatu bangsa serta pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional ke arah peningkatan taraf hidup rakyat. Saat ini industri perbankan komersil telah memasuki persaingan berskala global, hal ini merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi dan ditangani oleh bank komersil untuk dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pemberdayaan ekonomi kerakyatan.

Sebagai lembaga intermediasi, pihak perbankan membutuhkan kepercayaan dari masyarakat terutama nasabahnya sehingga kelangsungan sektor perbankan sebagai urat nadi perekonomian dapat terus berjalan. Untuk memperoleh kepercayaan dari masyarakat, maka sektor perbankan harus dikelola secara profesional mulai dari strategi pelayanan, strategi pemasaran yang baik, strategi sumber daya manusia, dan strategi keuangan yang harus dikelola dengan prinsip kehati-hatian, serta perbankan juga harus inovatif dalam menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing, menuntut setiap bank untuk memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabahnya serta berusaha memenuhi apa yang mereka harapkan dengan cara yang lebih unggul serta lebih memuaskan dari pada yang dilakukan oleh pihak bank pesaing lainnya, sehingga memperoleh keunggulan bersaing, sesuai dengan teori yang diungkapkan Lele (1991) yang mengatakan bahwa perusahaan menggunakan strategi untuk mengutamakan kepuasan pelanggan karena akan memperoleh beberapa keunggulan bersaing. Sehingga perhatian bank tidak hanya terbatas pada produk barang atau jasa yang dihasilkan saja, tetapi juga pada aspek proses, sumber daya manusia, serta lingkungannya.

Sebagai langkah awal dari upaya mendefinisikan tuntutan nasabah, maka hal yang harus diperhatikan dan tidak dapat dipisahkan adalah ketersediaan informasi yang menyangkut persepsi dan harapan nasabah terhadap layanan yang ditawarkan oleh pihak bank. Untuk itulah perlu dilakukan analisis untuk mengetahui sejauh mana nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diterimanya. Era sekarang ini yang ditandai oleh revolusi teknologi komunikasi dan informasi mengakibatkan terjadinya perubahan (*change*) yang luar biasa. Adanya kemudahan yang diperoleh dari komunikasi dan informasi muncul kompetisi yang sangat ketat yang berakibat pelanggan (*customer*) semakin banyak pilihan dan sangat sulit untuk dipuaskan karena telah terjadi pergeseran yang semula hanya untuk memenuhi kebutuhan, meningkat menjadi harapan (*expectation*) untuk memenuhi kepuasan. Sehingga bagi perusahaan perbankan, kunci kearah

profitabilitas bukan lagi volume penjualan melainkan kepuasan jangka panjang bagi pelanggan.

Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berkaitan erat. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Penilaian akan kualitas layanan dikembangkan oleh Barry, Parasuraman dan Zeithaml (1990) yang dikenal dengan *service quality* (SERVQUAL), yang berdasarkan pada lima dimensi kualitas yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati).

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian Konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Kepuasan pelanggan dalam bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuhkembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan. Demikian pula dengan bisnis perbankan, merupakan bisnis yang

berdasarkan pada azas kepercayaan, masalah kualitas layanan (*service quality*) menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan bisnis ini.

Bank Mandiri sebagai salah satu bank terbesar di Indonesia tentunya telah memiliki pengalaman yang cukup banyak dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Sebagai bank yang telah cukup lama dikenal oleh masyarakat luas, maka Bank Mandiri tentunya telah memiliki standar pelayanan yang diimplementasikan secara seragam di seluruh jaringan kantornya. Kualitas pelayanan merupakan hal penting yang harus diperhatikan. Sesuai dengan slogannya “Bank Mandiri Terdepan, Terpercaya, Tumbuh Bersama Anda“. Bank Mandiri KCP Surabaya Gubeng sebagai salah satu lembaga perbankan yang dipercaya masyarakat harus mampu memberikan pelayanan yang baik, fasilitas yang memadai, dan *profesionalisme* yang tinggi dari pegawai Bank Mandiri KCP Surabaya Gubeng sehingga dapat memberikan kepuasan bagi nasabah. Peningkatan kualitas pelayanan Bank Mandiri KCP Surabaya Gubeng dilakukan dengan dasar budaya Bank Mandiri yaitu TIPCE (*Trust, Integrity, Profesionalisme, Customer fokus, Excellence*) dan implementasi jiwa servis.

Upaya peningkatan kualitas pelayanan oleh Bank Mandiri KCP Surabaya Gubeng bersifat inovatif, perspektif pelanggan, perspektif karyawan dan berorientasi pada servis/pelayanan untuk menciptakan kepuasan nasabah. Namun masih muncul pertanyaan, apakah hal tersebut dapat memberikan kepuasan bagi nasabah Bank Mandiri KCP Surabaya Gubeng bila dilihat dari lima dimensi pelayanan, yaitu *tangibles* (bukti

fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati). Bank Mandiri KCP Surabaya Gubeng perlu mengidentifikasi apakah pelayanan yang diberikan selama ini telah sesuai dengan harapan nasabah. Hal ini sebagai bukti perhatian Bank Mandiri KCP Surabaya Gubeng terhadap kepuasan nasabahnya. Apabila harapan nasabah lebih besar dari tingkat layanan yang diterima, maka nasabah tidak puas. Sebaliknya apabila harapan nasabah sama/lebih kecil dari tingkat layanan yang diterima, maka nasabah akan puas. Lima dimensi pelayanan tersebut, manakah yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Mandiri KCP Surabaya Gubeng.

Hal inilah yang mendorong peneliti untuk mengetahui lebih jauh lagi tentang kepuasan nasabah setelah menerima pelayanan dari Bank Mandiri KCP Surabaya Gubeng, dengan ini bisa diketahui dimensi pelayanan manakah yang paling dominan memberikan kepuasan bagi nasabah. Penelitian ini diharapkan Bank Mandiri KCP Surabaya Gubeng lebih meningkatkan lagi pelayanan yang belum dominan mempengaruhi kepuasan nasabah dan mempertahankan pelayanan yang dominan mempengaruhi kepuasan nasabah tentunya dengan tetap berlandaskan pada budaya bank mandiri, yaitu TIPCE. Sehingga dapat meningkatkan *market share* dan tetap eksis dikancah persaingan. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Nasabah Bank Mandiri KCP Surabaya Gubeng)”

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan hal-hal yang dijelaskan diatas, maka dalam penulisan ini dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh Bank Mandiri KCP Surabaya Gubeng ditinjau dari lima dimensi kualitas pelayanan (SERVQUAL), yaitu kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), serta bukti fisik (*tangible*) ?
2. Bagaimana tingkat kesenjangan (GAP) antara persepsi (pelayanan/kinerja petugas bank yang diterima nasabah) dengan harapan (kepentingan nasabah) yang terurai dalam *service quality gaps* terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak penyaji jasa Bank Mandiri KCP Surabaya Gubeng ?
3. Atribut-atribut apa yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan dalam memperoleh keunggulan yang kompetitif dalam hal pelayanan dalam era persaingan seperti sekarang ini ?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah dilihat dari sudut dimensi kualitas layanan (SERVQUAL) yaitu, dimensi *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati).

2. Untuk mengetahui dan menganalisis tingkat kesenjangan (Gap) antara kualitas layanan yang dipersepsikan dengan kualitas layanan yang diharapkan nasabah. untuk petugas penyaji jasa Bank Mandiri KCP Surabaya Gubeng.
3. Mengetahui dan menganalisis atribut-atribut yang harus dipertahankan serta ditingkatkan guna memberikan layanan yang terbaik bagi nasabah bank mandiri KCP Surabaya Gubeng.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasi penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat :

1. Secara Praktisi

Hasil Dapat dijadikan sebagai sumber informasi bagi pihak bank dalam usaha meningkatkan kualitas pelayanan supaya lebih memuaskan nasabah serta untuk mempertahankan tingkat pelayanan yang menguntungkan dimasa kini dan dimasa mendatang. Penelitian ini juga membantu pihak bank apabila ingin meningkatkan kepuasan nasabah dengan menekankan pada dimensi-dimensi *service quality* yang paling signifikan berpengaruh pada kepuasan nasabah.

2. Secara Teoritis

Sebagai referensi untuk penelitian dibidang kulaitas pelayanan jasa perbankan dimasa yang akan datang dan sebagai bahan untu menambah khasanah pustaka dibidang pemasaran berdasarkan penerapan yang ada dalam kenyataan.