

Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BJB Cabang Subang

Agus Dedi Subagja

Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Subang
agusds@unsub.ac.id

Hanifah

Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Subang
hannyfah123@gmail.com

Abstrak

Kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah dan menguji pengaruh kualitas pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah pada Bank BJB cabang Subang. Penulis menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis deskriptif dan analisis statistik. Populasi pada penelitian ini sebanyak 3.841, dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 orang. Sedangkan alat pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Hasil analisis penelitian menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah pada Bank BJB cabang Subang menunjukkan tingkat hubungan yang tinggi dengan kontribusi pengaruh yaitu sebesar 64,4% dan sisanya sebesar 35,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata kunci: kualitas, pelayanan, kepuasan

Abstract

Service quality is the totality of features and characteristics of a product or service that depends on its ability to satisfy stated or implied needs. Customer satisfaction is the level of one's feelings after comparing the performance (or results) he perceives compared to his expectations. This study aims to analyze the quality of customer service service to customer satisfaction and examine the influence of customer service quality on customer satisfaction at the Bank of the Subang branch BJB. The author uses a quantitative approach with descriptive analysis and statistical analysis methods. The population in this study was 5,240, with a total sample of 100 people. While the data collection tools used were questionnaires. The results of the research analysis showed the influence of customer service quality on customer satisfaction at the Bank of

the Subang branch BJB showed a high level of relationship with the contribution of influence that is equal to 64.4% and the remaining 35.4% is influenced by other factors not examined.

Keyword: *quality, service, satisfaction*

Pendahuluan

Dunia perbankan saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, sehingga menimbulkan persaingan yang ketat. Globalisasi dalam bidang perbankan saat ini berpengaruh besar terhadap persaingan. Perusahaan yang mempunyai keunggulan dalam bersaing akan menjadi kunci sukses dalam persaingan yang semakin ketat seperti sekarang ini. Hal ini harus dilakukan oleh setiap perusahaan karena hanya dengan langkah inilah kelangsungan perusahaan akan dapat terjaga. Selain itu, setiap perusahaan perbankan harus selalu melakukan inovasi baik dalam hal pelayanan sehingga akan lebih diminati oleh nasabah. Kepuasan dan ketidakpuasan nasabah adalah hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli dan menggunakan produk atau jasa bank. Jika nasabah merasa puas, maka nasabah akan kembali menggunakan jasa perusahaan dan menjadi pelanggan yang setia serta akan menceritakan pengalamannya tersebut kepada orang lain, bahkan memberi rekomendasi kepada orang lain untuk menggunakan jasa di perusahaan tersebut. Sebaliknya jika nasabah merasa tidak puas, maka nasabah tersebut juga akan menceritakan pelayanan yang mengecewakan tersebut kepada orang lain, sehingga akan memperburuk citra dan eksistensi perusahaan yang akan berakibat menurunnya jumlah pemakai jasa perusahaan.

Nasabah memang harus diberikan pelayanan yang baik, tepat dan cepat yang berkaitan dengan transaksi bank. Apabila diabaikan maupun pelayanan yang kurang tepat dan cepat, maka nasabah akan meninggalkan bank tersebut dan akan menjadi nasabah bank lain. Salah satu tolak ukur keberhasilan bank dapat dicapai apabila bank memiliki jumlah nasabah yang banyak karena yang menggunakan dananya adalah nasabah. Saat ini, para bank berusaha keras untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan menawarkan berbagai jenis produknya. Semua ini menjadi bagian penting dalam mendorong setiap bank menempatkan orientasinya pada kepuasan nasabah sebagai tujuan utamanya. Para bank pun semakin yakin bahwa kunci sukses untuk memenangkan persaingan terletak pada kemampuannya memberikan *Total Customer Value* yang dapat memuaskan nasabah melalui pelayanan yang diberikan pihak bank.

Pelayanan yang diberikan tentu mewajibkan seluruh karyawan dan personal yang ada di dalamnya untuk memberikan pelayanan yang terbaik khususnya pelayanan *Customer Service* dikarenakan *Customer Service* adalah personal yang lebih banyak menerima keluhan-keluhan dari nasabah. Selain itu, *Customer Service* lebih banyak berinteraksi terhadap para nasabah terutama mengenai produk perbankan. *Customer Service* harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik, agar nasabah merasa puas atas pelayanan yang diberikan. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan yang telah dirasakan oleh nasabah bank harus berusaha melakukan pengukuran tingkat kepuasan nasabah tersebut.

Menurut Kotler (2009: 83) bahwa kualitas pelayanan merupakan totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Ini jelas merupakan definisi kualitas yang berpusat pada konsumen, seorang produsen dapat memberikan kualitas bila produk atau pelayanan yang diberikan dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen.

Fenomena yang terjadi pada saat ini perkembangan jumlah perbankan di Subang sangat pesat sekali hal ini dikarenakan adanya berbagai kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Subang yang berkenaan dengan jaminan kemudahan investasi, seperti dalam pengurusan perizinan, pajak dan retribusi daerah serta jaminan keamanan. Selain dari itu, pemerintah Kabupaten Subang juga berusaha untuk meningkatkan infrastruktur dasar, seperti jalan, air, listrik, dan telekomunikasi. Bank yang ingin berkembang harus dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik dan memberikan rasa aman kepada nasabah. Karena hal itu merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan dari suatu bank. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik dan rasa aman kepada nasabah, maka akan menimbulkan suatu kepuasan bagi nasabah dan sebaliknya. Demikian juga yang terjadi pada Bank BJB Cabang Subang.

Semakin banyaknya jumlah nasabah bila tidak diimbangi dengan peningkatan kualitas pelayanan, Sumber Daya Manusia (SDM), maupun Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) akan membuat kecewa para nasabah atas pelayanan yang diberikan. Bank BJB dituntut untuk dapat mengoptimalkan pelayanan dan memberikan kepercayaan kepada nasabah sehingga para nasabah akan merasa puas.

Menurut Kotler, et al, dalam Fandy Tjiptono (2017: 287) Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya. Hal ini dapat berarti jika kinerja dibawah harapan, nasabah akan merasa tidak puas. Jika kinerja sama dengan harapan, nasabah merasa puas, dan jika kinerja melampaui harapan, nasabah akan sangat puas atau bahagia. Nasabah yang merasa puas, akan selalu memberikan komentar yang baik tentang perusahaan dan cenderung akan setia lebih lama pada perusahaan.

Bank BJB sadar betul bahwa kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan nasabah. Nasabah yang semakin kritis terhadap pelayanan yang diperoleh, membuat Bank BJB cabang Subang harus dapat melaksanakan kegiatan operasional sebaik mungkin untuk memberikan pelayanan yang terbaik. Peningkatan dan penurunan jumlah nasabah dari tahun ke tahun dapat dijadikan evaluasi bagi perusahaan untuk menilai seberapa tinggi kepuasan nasabah pada pelayanan yang diberikan perusahaan.

Kerangka Teori

Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2009: 83) bahwa kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Ini jelas merupakan definisi kualitas yang berpusat pada konsumen, seorang produsen dapat memberikan kualitas

bila produk atau pelayanan yang diberikan dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen.

Kualitas jasa atau kualitas pelayanan (*service quality*) berkontribusi signifikan bagi penciptaan *diferensiasi*, *positioning*, dan strategi bersaing setiap organisasi pemasaran, baik perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa. Perspektif pengukuran kualitas bisa dikelompokkan menjadi dua jenis: internal dan eksternal. Kualitas berdasarkan perspektif internal diartikan sebagai *zero defect* (*“doing it right the first time”* atau kesesuaian dengan persyaratan), sedangkan perspektif eksternal memahami kualitas berdasarkan persepsi pelanggan, ekspektasi pelanggan, kepuasan pelanggan, sikap pelanggan, dan *customer delight*. (Fandy Tjiptono 2016: 113)

Jadi dapat dikatakan kualitas pelayanan merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggannya. Kualitas pelayanan lebih menekankan aspek kepuasan konsumen yang diberikan oleh perusahaan yang menawarkan jasa. Selain itu juga ada faktor implementasi kebijakan yang harus di buat secara komperhensif guna mencapai hasil yang maksimal (Widiyanto, Hikmawan, & Riswanda, 2019). Keberhasilan suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa tergantung dengan kualitas pelayanan yang ditawarkan (Purnamasari & Ramdani, 2019).

Dimensi Kualitas Pelayanan

Adapun dimensi kualitas jasa/pelayanan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dimensi menurut Fandy Tjiptono (2016: 137) yaitu :

1. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
2. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staff untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan daya tanggap
3. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff; bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
4. Empati (*empathy*), meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual pelanggan.
5. Bukti fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

Kepuasan

Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap *shareholder value*, walaupun dampaknya bervariasi antara industri dan antar perusahaan. Lebih lanjut, kepuasan pelanggan juga berpotensi memberikan sejumlah manfaat spesifik antaranya:

1. Berdampak positif terhadap loyalitas pelanggan.
2. Berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan, terutama melalui pembelian ulang, *cross-selling*, dan *up-selling*.
3. Menekan biaya transaksi pelanggan di masa depan terutama biaya-biaya komunikasi pemasaran, penjualan dan layanan pelanggan.

Menurut Kotler, et al, dalam Fandy Tjiptono (2017: 287) Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya.

Dimensi Kepuasan

Adapun dimensi kepuasan pelanggan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dimensi menurut Irawan, 2008: 37 dalam Guntur Yulia Satria adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Produk.

Pelanggan merasa puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik.

2. Kualitas Pelayanan (*Service quality*).

Kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Kualitas pelayanan merupakan faktor yang mempunyai banyak dimensi, salah satunya yang populer adalah *servqual*

3. Harga Produk.

Untuk pelanggan yang *sensitive*, biasanya harga produk murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.

4. *Emotional Factor* (Faktor Emosi)

Pelanggan akan merasa puas (bangga) karena adanya *emosional value* yang diberikan oleh *brand* dari produk tersebut,

5. Kemudahan

Pelanggan akan semakin puas apabila *relative* mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service* terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BJB Cabang Subang

Pada dasarnya setiap perusahaan yang melakukan program kualitas pelayanan, maka akan menciptakan kepuasan pelanggan/nasabah. Pelanggan/nasabah yang memperoleh kepuasan dalam pelayanan merupakan modal dasar bagi perusahaan dalam membentuk loyalitas pelanggan/nasabah.

Menurut Kotler (2009: 144) Kualitas produk dan jasa, kepuasan pelanggan, dan profitabilitas perusahaan adalah tiga hal yang terkait erat. Semakin tinggi pula tingkat kualitas, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dihasilkan. Kepercayaan akan timbul apabila konsumen telah merasakan kepuasan karena telah mengkonsumsi atau menggunakan produk dengan kualitas yang bagus.

Menurut Tjiptono (2016: 119) kualitas berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik pelanggan. Pada gilirannya, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Selanjutnya, kepuasan pelanggan berkontribusi pada terciptanya rintangan beralih (*switching barriers*, biaya beralih (*switching costs*), dan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penentu dalam menentukan suatu kepuasan pelanggan, terhadap suatu produk atau jasa. Sedangkan kualitas pelayanan akan tercapai, apabila

mutu dan kualitas pelayanan penjual telah memenuhi harapan pelanggan, sehingga juga akan mempengaruhi kepuasan konsumen.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan metode penelitian deskriptif dan asosiatif. Menurut Sugiyono (2017: 23) metode kuantitatif adalah “Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Menurut Sugiyono (2017: 29) Penelitian deskriptif adalah “Penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain”. Dengan penelitian asosiatif ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.

Populasi pada penelitian ini sebanyak 3.841, dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 orang, dengan tehnik sampling yang digunakan yaitu sampling insidental. Sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Sedangkan alat pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Adapun pengujian instrumen yang digunakan yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

Hasil dan Diskusi

Melalui hasil penelitian dapat diketahui gambaran tentang karakteristik responden. Uraian tentang karakteristik responden terdapat tiga aspek yaitu, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin sebagian besar responden yang didapatkan adalah responden wanita yaitu 68%, karakteristik responden berdasarkan usia terbanyak pada usia 26-35 tahun sebanyak 49%, sedangkan karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan PNS/TNI/POLRI sebanyak 51%.

Pengujian Instrumen Penelitian

Data yang telah dikumpulkan terlebih dahulu diuji dengan uji validitas dan uji reliabilitas, dengan bantuan *Statistic Programme For Social Science (SPSS) version 18* sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu instrumen dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk mengukur validitas atau uji instrumen yang ditujukan untuk mengetahui alat ukur yang digunakan untuk objek yang relevan.

Instrumen-instrumen pada setiap variabel dalam penelitian ini dapat dikatakan valid apabila nilai pada setiap variabel bernilai positif dan diatas 0,165. Berdasarkan tabel 4.4 dapat dijelaskan instrumen-instrumen yang terdapat dalam variabel di penelitian ini valid, karena nilai pada setiap variabel bernilai positif dan diatas 0,165.

Tabel 1

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Item	R korelasi antara butir & skor	r tabel (batas minimum)	Kesimpulan
1	0,269	0,165	Valid
2	0,325	0,165	Valid
3	0,502	0,165	Valid
4	0,559	0,165	Valid
5	0,361	0,165	Valid
6	0,336	0,165	Valid
7	0,550	0,165	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Tabel 2

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan (Y)

Item	R korelasi antara butir & skor	r tabel (batas minimum)	Kesimpulan
1	0,231	0,165	Valid
2	0,590	0,165	Valid
3	0,331	0,165	Valid
4	0,295	0,165	Valid
5	0,394	0,165	Valid
6	0,622	0,165	Valid
7	0,545	0,165	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017: 209), "Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur yang dipercaya dapat diandalkan". Koefisien alat ukur yang umum digunakan adalah \square *Cronbach*

Instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Alfa Cronbach* > 0,6. Uji reliabilitas dinyatakan pada tabel 4.6 sebagai berikut:

Tabel 3
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.598	14

3. Pengujian Hubungan (Asosiatif)

Pengujian hubungan antara pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dicari berdasarkan hasil pengujian SPSS 18 dan menggunakan rumus koefisien korelasi

Tabel 4
Pengujian Hubungan (Asosiatif)

		X	Y
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.803**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Kepuasan Nasabah	Pearson Correlation	.803**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel diatas, dapat dijelaskan bahwa antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BJB cabang Subang “kuat” dengan nilai 0,803 sebagaimana dikemukakan Sugiyono (2014: 184) nilai tersebut berada pada interval koefisien 0,80 – 1,000.

4. Analisis Regresi Linear Sederhana

Berikut ini adalah hasil regresi sederhana guna menjawab permasalahan yang menjadi kajian peneliti, yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BJB cabang Subang, sebagai berikut:

Tabel 5
Analisis Regresi Linear Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.951	1.675		2.359	.020
X	.838	.063	.803	13.320	.000

a. Dependent Variable: Kualitas Pelayanan

Berdasarkan tabel diatas, dapat dijelaskan bahwa persamaan regresi antara pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dilakukan analisis koefisien regresi dapat disusun sebagai berikut:

$$Y = a + Bx$$

$$Y = 3.951 + 0,838x$$

Dimana :

X = Kualitas pelayanan

Y = Kepuasan nasabah

a = Nilai konstanta menunjukkan bahwa jika tidak ada pengaruh kualitas pelayanan maka kepuasan nasabah akan mencapai nilai 3.951

b = Koefisien regresi sebesar 0,838 artinya setiap penambahan atau peningkatan pengaruh kualitas pelayanan 1% maka kepuasan nasabah juga akan meningkat sebesar 0,838.

5. Uji Regresi Secara Parsial (Uji t)

Diperoleh t_{hitung} sebesar 13.320 dan selanjutnya menentukan t_{tabel} , tabel distribusi dicari pada $\alpha = 0,1$ dengan derajat bebas N-2 yaitu $100-2= 98$, maka t_{tabel} diperoleh 1.290 oleh karena itu r_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $13.320 > 1.290$ maka H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BJB cabang Subang atau dengan kata lain variabel kualitas pelayanan (X) memberi pengaruh positif terhadap variabel kepuasan nasabah (Y).

6. Analisis Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui ada atau tidak adanya hubungan antara pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BJB cabang Subang, maka pengujian antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah dicari berdasarkan hasil pengujian *Statistic Programme For Social Science (SPSS) version 18* dan menggunakan rumus koefisien korelasi dua arah, yaitu sebagai berikut :

Tabel 6
Tabel Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.803 ^a	.644	.641	1.073	2.228

a. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan nasabah

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, menunjukkan bahwa R sebesar 0,803 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan nilai R Square atau r^2 merupakan koefisien determinasi atau koefisien penentu.

Dari tabel diatas, nilai R Square sebesar $0,644 \times 100\% = 64,4\%$ yang berarti bahwa variabel independen (kualitas pelayanan) mempengaruhi variabel dependen (kepuasan nasabah) sebesar 64,4% dan sisanya sebesar 35,4% yang diperkirakan dipengaruhi oleh faktor lain.

Kesimpulan

Variabel Kualitas Pelayanan *Customer Service* pada Bank BJB Cabang Subang cukup tinggi. Mayoritas jawaban responden adalah menyatakan setuju bahwa kualitas pelayanan *customer service* sesuai dengan yang diharapkan nasabah dan dinilai cukup baik oleh nasabah. Dengan demikian, Bank BJB cabang Subang harus meningkatkan kualitas pelayanan, karena kepuasan dan ketidakpuasan nasabah adalah hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli dan menggunakan produk atau jasa bank. Jika nasabah merasa puas, maka nasabah akan kembali menggunakan jasa perusahaan dan menjadi pelanggan yang setia serta akan menceritakan pengalamannya tersebut kepada orang lain, bahkan memberi rekomendasi kepada orang lain untuk menggunakan jasa di perusahaan tersebut. Sebaliknya jika nasabah merasa tidak puas, maka nasabah tersebut juga akan menceritakan pelayanan yang mengecewakan tersebut kepada orang lain, sehingga akan memperburuk citra dan eksistensi perusahaan yang akan berakibat menurunnya jumlah pemakai jasa perusahaan.

Variabel Kepuasan nasabah pada Bank BJB cabang Subang berdasarkan hasil jawaban responden sebanyak 100 orang menghasilkan jawaban yang variatif, mulai dari jawaban ragu-ragu hingga positif. Jawaban didominasi dengan responen yang menyatakan setuju yaitu 54%. Dalam hal kepuasan, mayoritas nasabah merasa puas dengan pekerjaan karyawan yang ada dalam perusahaan tersebut. Mulai dari fasilitas pelayanan yang memuaskan (parkiran, tempat antrian, kursi, ruang pelayanan), dan lain-lain yang mendukung akan mendorong kepuasan nasabah.

Dalam penelitian ini, memperlihatkan pengaruh kualitas pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah dengan metode regresi linear sederhana memberikan hasil pengujian yang signifikan pada taraf signifikansi sebesar 10% mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 64,4%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan menjadi faktor yang penting dalam kepuasan nasabah.

Referensi

- Harun, Risdianti. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Sungguminasa. *Jurnal Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*
- Hasibuan, Malayu. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Madona, Fitri. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang*
- Poerwanto. (2006). *New Business Administration*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Purnamasari, H., & Ramdani, R. (2019). Evaluasi Program Badan Usaha Milik Desa (BUM DESA) Oleh Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa di Kabupaten Karawang. *International Journal of Demos*, 1(1), 89-100.
- Rahayu, Betty. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT BPR Artha Pamenang Cabang Jombang. *Skripsi Universitas Darul' Ulum Jombang*
- Satria, Guntur, Yulia. (2014). Identifikasi Faktor Kepuasan Pelanggan Stadion Atletik dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Program Ilmu Keolahragaan Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta*
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. (2017). *Service Management*. CV: Andi Offset Yogyakarta
- Wahab, Wirdayanti. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru. *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahaputara Riau*
- Widiyanto, A., Hikmawan, M. D., & Riswanda, riswanda. (2019). JSPG: Journal of Social Politics and Governance Implementasi Rencana Aksi Nasional Bela Negara Berdasarkan Instruksi Presiden Nomor 7 Tahun 2018 Oleh Dewan Ketahanan Nasional Republik Indonesia. *Journal of Social Politics and Governance*, 1(2), 95-115