

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Mayapada Salemba

Theresia Novi Tiara¹, Rendika Vhalery^{2(*)}, Haryanto³

^{1,2,3}Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, Indonesia

²rendikavhalery31@gmail.com

Received: 01 Nov 2024
Revised: 30 Nov 2024
Accepted: 24 Des 2024

Abstract

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling jenuh, sampel yang digunakan sebanyak 32 responden dari 32 populasi. Teknik analisis yang digunakan peneliti adalah regresi linier berganda, analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t dan uji F. Hasil uji analisis yang dilakukan mendapatkan hasil persamaan regresi linier berganda adalah $Y = 20,087 + 0,457X$. Untuk perhitungan koefisien determinasi diperoleh sebesar 0,332 atau 33,2%, yang artinya besarnya pengaruh variabel *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian sebesar sebesar 0,332 atau 33,2%. Uji hipotesis menggunakan uji F sebesar $0,000 < 0,05$ dan $f_{hitung} 53,681 > \text{nilai } f_{table} 53,33$. Hal tersebut membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) secara signifikan.

Keywords: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, Bank

(*) Corresponding Author: rendikavhalery31@gmail.com

INTRODUCTION

Perkembangan industri perbankan dan jasa keuangan telah mengalami kemajuan yang pesat beberapa tahun terakhir ini sebagai akibat dari kemajuan teknologi dan kebijaksanaan deregulasi. Adanya deregulasi finansial mengakibatkan fenomena baru yang mengakibatkan iklim persaingan semakin hangat, termasuk didalamnya adalah persaingan dalam perbankan. Hal ini karena persaingan dalam dunia perbankan dipicu oleh pertumbuhan setiap bank. Sedangkan pertumbuhan setiap bank sangat dipengaruhi oleh perkembangan kemampuannya menghimpun dana masyarakat, baik berskala kecil maupun besar. Sebagai lembaga keuangan, maka dana merupakan masalah bank yang paling utama. Tanpa dana yang cukup, bank tidak dapat berbuat apaapa, atau dengan kata lain bank tidak berfungsi sama sekali.

PT Bank Mayapada Internasional merupakan salah satu bank swasta yang disahkan oleh negara Indonesia sebagai salah satu perusahaan perbankan yang secara legal melakukan transaksi atau kegiatan yang berhubungan dengan perbankan. Selain itu, Bank Mayapada Internasional memenangkan TOP BANK 2023 in Coventional Category: KBMI 2:4th INDONESIA TOP BANK AWARDS 2023: THE ICONOMICS yang bersaing dengan berbagai perusahaan industri perbankan.

Dengan keberagaman produk maka keputusan nasabah untuk memilih produk Bank Mayapada Internasional sangat menjadi prioritas Bank Mayapada

Internasional dalam rangka peningkatan jumlah nasabah dan tentunya dengan meningkatnya jumlah nasabah maka pendapatan akan mengalami peningkatan. Secara umum calon nasabah yang akan menabung tentu memilih bank yang dapat memberikan keuntungan dan kemudahan.

Setiap nasabah akan memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu untuk memutuskan menabung. Selain itu nasabah juga memperhatikan kualitas pelayanan serta produk yang ditawarkan sehingga nasabah termotivasi untuk menggunakannya. Nasabah akan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut untuk mencari kepuasan dalam menyimpan dananya di bank, karena bagaimanapun konsumen dalam perilakunya akan mencari kepuasan yang maksimal dalam memenuhi kebutuhannya.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi dengan nasabah di Bank Mayapada Internasional Cabang Salemba, diperoleh informasi bahwa sebanyak 67% nasabah Bank Mayapada Internasional Salemba memiliki rasa tidak puas terhadap pelayanan yang dilakukan oleh karyawan Bank Mayapada Internasional Cabang Salemba. Menurut beberapa nasabah banyak alasan mengapa tidak puas dengan pelayanan dan kinerja dari karyawan Bank Mayapada Internasional Salemba yaitu belum terselesaikan masalah yang disampaikan, ekspresi kurang baik yang diberikan bahkan kurangnya penjelasan yang diberikan kepada nasabah. Demikian perlu adanya penanganan terhadap rasa kurang puas yang dialami oleh nasabah. Sejalan dengan perkembangan generasi ini, tentunya kepuasan nasabah menjadi prioritas utama untuk dapat memertahankan nasabah agar tidak pindah ke bank lainnya. Layanan yang baik dalam sebuah perbankan memberikan kepuasan terhadap nasabah itu sendiri. Dalam jangka panjang kepuasan nasabah dapat dijadikan tujuan utama bagi perencanaan strategi jasa perbankan. Oleh karena itu, sebuah perbankan harus memperhatikan masalah kepuasan nasabahnya. Karena dalam menciptakan kepuasan nasabah terhadap perusahaan itu tidak mudah (Anggraeni, 2022). Untuk itu bank dituntut untuk mampu berinovasi memberikan layanan terbaik bagi para nasabahnya.

Faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah memilih produk dan layanan suatu bank adalah kepercayaan konsumen dan kualitas layanan. Dalam memberikan pelayanan, setidaknya perusahaan harus memenuhi 5 kriteria kualitas pelayanan yang sering disebut RATER sehingga dapat menciptakan nasabah yang loyal, yaitu; *reliability* (kehandalan) berkaitan dengan kemampuan untuk memberikan jasa secara akurat dan memuaskan artinya para karyawan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan; *assurance* (jaminan) berkaitan dengan perilaku dari petugas pelayanan yang membuat nasabah merasa aman ketika melakukan transaksi; *tangible* (bukti fisik) bahan yang terkait dengan layanan terlihat menarik, tampilan fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi; *empathy* (kemampuan untuk merasakan keadaan emosional orang lain); dan *responsiveness* (cepat tanggap) kemampuan karyawan untuk membantu nasabah menyediakan jasa dengan cepat sesuai dengan yang diinginkan oleh nasabah (Tjiptono, 2015). Cholid (2018) dalam penelitiannya menemukan bahwa perusahaan harus memenuhi 5 kriteria kualitas pelayanan yaitu kehandalan, jaminan, bukti fisik, empati dan daya tanggap agar tercapai kepuasan konsumen.

Strategi peningkatan kepuasan nasabah terhadap pelayanan Bank dapat dilakukan dengan memberikan pelayanan dan penyediaan produk Bank yang prima.

Pernyataan ini didukung oleh Octavia (2019) menyatakan bahwa kepuasan nasabah merupakan hal yang dapat ditentukan nasabah berdasarkan pelayanan dan penyediaan produk Bank kepada nasabah. Jika pelayanan dan penyediaan produk kepada nasabah dilakukan dengan baik akan meningkatkan loyalitas. Nasabah yang memiliki loyalitas pada Bank juga dapat menjadi marketing bagi Bank dengan cara memberikan informasi kepada orang-orang terdekat mengenai produk dan jasa Bank apabila Bank dapat memberikan kepuasan kepada nasabah (Jeany, 2020).

Data riset Setiawan et al. (2019) menunjukkan hasil bahwa responsiveness parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal itu menunjukkan jika semakin baik kualitas pelayanan dari segi reability maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah. Hasil pengujian tangible secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan jika semakin baik kualitas pelayanan dari segi tangible maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen. Hasil pengujian empathy secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan nasabah tidak mempertimbangkan empathy sebagai tolak ukur kepuasan konsumen. Hasil pengujian reliability secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan jika semakin baik kualitas pelayanan dari segi responsiveness maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen. Hasil pengujian responsiveness, reliability, assurance, tangible, empathy, reliability secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Dalam dunia perbankan, kepuasan nasabah merupakan salah satu bagian penting dalam sebuah perusahaan dan menjadi ujung tombak bagi perusahaan yang bergerak di bidang keuangan, khususnya dibidang perbankan dalam persaingan yang semakin meningkatnya bank harus aktif didalam meningkatkan usahanya baik untuk mendapatkan nasabah baru yang potensial maupun untuk mempertahankan nasabah lama. Berdasarkan uraian latar belakang, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut, untuk membahas permasalahan tersebut dalam proposal skripsi yang berjudul: “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Mayapada Cabang Salemba”.

METHODS

Penelitian ini akan dilaksanakan di Bank Mayapada Cabang Salemba yang berlokasi di Jl. Salemba Raya No. 69, Paseban, Kecamatan Senen Kota Jakarta Pusat, DKI Jakarta. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan September 2023 sampai dengan bulan Februari 2024. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif dengan melibatkan 110 orang sebagai sampel penelitian. Pengumpulan data menggunakan kuesioner (telah diuji validitas dan reliabilitas) dengan bantuan Google Form yang akan dianalisis melalui uji prasyarat, uji regresi linear, dan uji hipotesis.

RESULTS & DISCUSSION

Results

Deskripsi Data Penelitian

Tabel 1. Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	110	25	119	55,59	14,872
Kepuasan Nasabah	110	20	68	45,49	11,795
Valid N (listwise)	110				

Sumber: Data primer diolah peneliti (2024)

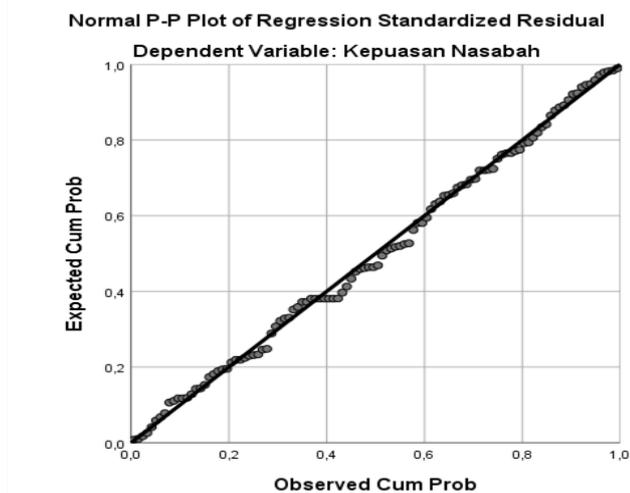
Berdasarkan Tabel 1, analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa rata-rata skor kualitas pelayanan adalah 55,59 dengan deviasi standar 14,872, menunjukkan variabilitas yang relatif tinggi di antara data yang ada, dimana nilai kualitas pelayanan berkisar antara 25 hingga 119. Sebaliknya, kepuasan nasabah memiliki rata-rata skor 45,49 dan deviasi standar 11,795, dengan rentang nilai dari 20 hingga 68, yang juga menunjukkan variasi namun lebih rendah dibandingkan kualitas pelayanan.

Analisis Data

a. Uji prasyarat

1) Uji normalitas data

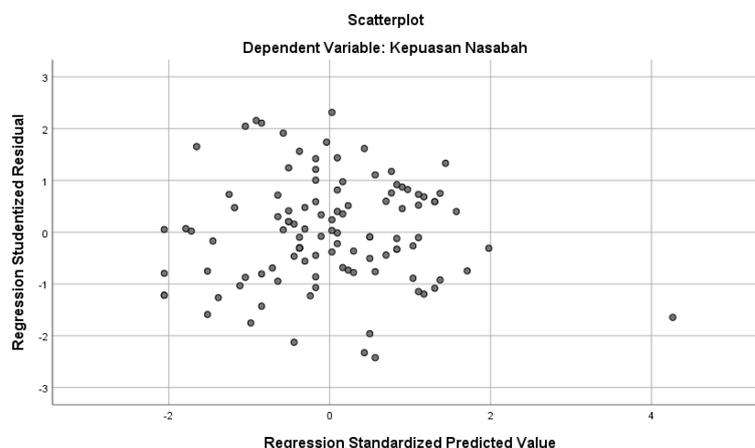
Uji normalitas data dapat dilihat dari grafik P-Plot sebagai berikut.



Gambar 1. P-Plot

Berdasarkan grafik P-Plot di atas, terlihat bahwa titik-titik menyebar lurus di dekat garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian sudah terdistribusi normal.

2) Uji heteroskedastisitas



Gambar 2. Scatterplot

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas melalui grafik *scatterplot* di atas, diperoleh hasil bahwa titik-titik menyebar di atas dan di bawah nilai 0 dan menyebar jauh dari sumbu Y. Selain itu, titik-titik menyebar tanpa membentuk pola tertentu. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada data penelitian. Adapun untuk menguatkan hasil di atas, peneliti juga melakukan pengujian melalui uji glejser berikut ini:

Tabel 2. Hasil Uji Glejser

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
	B	Std. Error	Beta	
1 (Constant)	8,303	2,150		3,862
Kualitas Pelayanan	-0,011	0,037	-0,029	-0,299

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 untuk setiap variabel. Maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian sudah terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

b. Analisis data

Hasil analisis data menunjukkan bahwa persamaan regresi linear yang didapat yaitu $Y = 20,087 + 0,457 X$. Lebih lanjut, Hasil uji koefisien determinasi (R^2) didapat 0,332 atau 33,2%. Hal ini menunjukkan bahwa Kepuasan Nasabah dapat dipengaruhi sebesar 33,2% oleh variabel Kualitas Pelayanan. Sedangkan 66,8% Kepuasan Nasabah dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar variabel penelitian yang digunakan pada penelitian ini. Pengujian hipotesis berdasarkan perhitungan uji t dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3. Hasil uji t

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	20,087	3,588		5,598
	Kualitas Pelayanan	0,457	0,062	0,576	7,327

Dari tabel diatas diketahui bahwa t hitung diperoleh sebesar (7,327) sedangkan t tabel diperoleh sebesar (1,982), dengan ini dapat ditarik kesimpulannya bahwa t hitung lebih besar dari pada t tabel yang menandakan bahwa H₀ ditolak dan H_a diterima. Hal ini membuktikan terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah secara signifikan.

Discussion

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan secara signifikan mempengaruhi Kepuasan Nasabah. Peningkatan Kualitas Pelayanan dapat langsung meningkatkan kepuasan nasabah, yang menunjukkan bahwa nasabah sangat memperhatikan aspek pelayanan yang diterima (Monica & Marlius, 2023). Bank harus fokus pada peningkatan kompetensi staf, kecepatan layanan, dan kepedulian terhadap kebutuhan nasabah untuk mencapai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Selain itu, hubungan yang kuat antara kedua variabel menunjukkan bahwa nasabah lebih cenderung merasa puas jika mereka merasakan pelayanan yang berkualitas, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas dan retensi nasabah (Rizal et al., 2021).

Kepuasan nasabah merupakan hasil dari perbandingan antara harapan awal dan pengalaman aktual yang diterima. Jika Kualitas Pelayanan yang diberikan memenuhi atau melebihi harapan nasabah, maka tingkat kepuasan akan meningkat. Ini karena pelayanan yang berkualitas tidak hanya memenuhi kebutuhan dasar tetapi juga memberikan nilai tambah yang membuat nasabah merasa dihargai dan diperhatikan, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan (Fernos & Gietricen, 2020). Di sisi lain, Kualitas Pelayanan mempengaruhi Kepuasan Nasabah melalui berbagai dimensi, seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik, sebagaimana diuraikan dalam Model SERVQUAL. Setiap dimensi ini berkontribusi pada persepsi nasabah tentang seberapa baik layanan yang diberikan. Misalnya, keandalan memastikan bahwa layanan diberikan sesuai dengan yang dijanjikan, sementara empati menunjukkan perhatian dan perhatian terhadap kebutuhan individual nasabah. Jika dimensi-dimensi ini dikelola dengan baik, nasabah akan merasakan nilai yang lebih tinggi dari pelayanan yang diberikan, yang mengarah pada kepuasan yang lebih tinggi (Ilahi & Arifuddin, 2022).

Selain itu, penelitian ini juga didukung oleh teori kepuasan pelanggan dari Kotler & Keller (2016). Menurut teori ini, kepuasan pelanggan adalah hasil dari perbandingan antara ekspektasi pelanggan dengan kinerja aktual yang dirasakan. Jika pelayanan yang diterima sesuai atau melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa puas. Temuan penelitian ini, yang menunjukkan hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah, menguatkan konsep bahwa kepuasan adalah hasil dari evaluasi pelanggan terhadap layanan yang

diterima. Dengan demikian, peningkatan kualitas pelayanan akan berujung pada peningkatan kepuasan nasabah.

Nasabah mengevaluasi kualitas pelayanan berdasarkan nilai yang mereka terima dibandingkan dengan biaya atau usaha yang mereka keluarkan. Ketika Kualitas Pelayanan tinggi, nasabah merasa bahwa nilai yang mereka terima melebihi atau sesuai dengan biaya yang mereka keluarkan, sehingga meningkatkan tingkat kepuasan mereka (Hariyanto et al., 2022). Kualitas Pelayanan yang unggul tidak hanya memenuhi kebutuhan dasar nasabah tetapi juga memberikan pengalaman tambahan yang memuaskan, seperti kecepatan pelayanan, sikap staf yang ramah, dan kemudahan akses. Hal ini menghasilkan perasaan positif yang menguatkan kepuasan nasabah (D'Ornay, 2021). Kepuasan nasabah adalah fungsi dari perbedaan antara ekspektasi dan pengalaman aktual. Jika pengalaman pelayanan melebihi ekspektasi, nasabah akan merasa puas, memperkuat hubungan antara Kualitas Pelayanan dan kepuasan (Andriyani & Ardianto, 2020).

Hasil penelitian ini relevan dengan temuan dari berbagai penelitian terdahulu yang juga meneliti pengaruh antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah. Monica & Marlius (2023) menunjukkan bahwa peningkatan Kualitas Pelayanan berkontribusi pada peningkatan Kepuasan Nasabah di Bank Nagari, sejalan dengan hasil penelitian ini yang menemukan dampak positif signifikan dari Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah. Rizal et al. (2021) juga menemukan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia, yang mendukung temuan bahwa Kualitas Pelayanan merupakan faktor kunci dalam menentukan kepuasan. Fernos & Gietricen (2020) menegaskan hal serupa dalam konteks Mobile Banking, menunjukkan bahwa kualitas layanan yang baik berdampak positif pada kepuasan nasabah, mirip dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan pengaruh signifikan. Ilahi & Arifuddin (2022) mengonfirmasi bahwa Kualitas Pelayanan mempengaruhi Kepuasan Nasabah, konsisten dengan hasil yang ditemukan di penelitian ini.

Penelitian oleh Hariyanto et al. (2022) menambahkan bahwa Kualitas Pelayanan berperan penting dalam kepuasan pelanggan, relevan dengan temuan penelitian ini. (D'Ornay, 2021) juga melaporkan bahwa Kualitas Pelayanan berkontribusi signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, menguatkan bukti bahwa aspek pelayanan merupakan faktor utama dalam menentukan kepuasan nasabah. Semua hasil ini menunjukkan konsistensi dalam bukti empiris bahwa Kualitas Pelayanan secara signifikan mempengaruhi Kepuasan Nasabah di berbagai konteks dan lembaga. Namun, hasil penelitian oleh Andriyani & Ardianto (2020) menunjukkan perbedaan hasil dengan hasil penelitian ini. Penelitian mereka menemukan bahwa Kualitas Layanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di Bank, yang bertentangan dengan hasil penelitian ini.

CONCLUSION

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Beberapa implikasi penelitian yang dapat diungkapkan. (1) Implikasi Teoritis: Penelitian ini memperkaya literatur tentang hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah dengan memberikan

bukti empiris yang mendukung teori-teori yang ada. Temuan ini dapat memperkuat model-model teoritis yang ada atau menjadi dasar untuk pengembangan model baru yang mengintegrasikan variabel tambahan yang mungkin mempengaruhi kepuasan nasabah. (2) Implikasi Praktis: Bank Mayapada Cabang Salemba dapat menerapkan hasil penelitian ini untuk merancang dan melaksanakan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan Kualitas Pelayanan. Dengan fokus pada aspek-aspek pelayanan yang terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, bank dapat meningkatkan loyalitas dan retensi nasabah serta menciptakan pengalaman yang lebih memuaskan. (3) Implikasi untuk Pengambil Kebijakan: Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh pengambil kebijakan untuk merumuskan dan menerapkan kebijakan yang mendukung peningkatan standar kualitas pelayanan di lembaga keuangan. Regulasi yang menetapkan standar pelayanan minimal dapat memastikan bahwa nasabah di seluruh lembaga keuangan menerima layanan yang konsisten dan berkualitas.

REFERENCES

- Andriyani, M., & Ardianto, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(02), 133–140. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i02.73>
- Anggraeni, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keunggulan Produk terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Bandung. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 59-64.
- D'Ornay, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Bank Sulselbar Cabang Parepare. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Kewirausahaan*, 8(2), 174–183.
- Cholid, I. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Tiket Garuda di PT. Totogasono Sekawan Samarinda Tahun 2016). *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 12(1), 18-24.
- Fernos, J., & Gietricen, G. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah Mobile Banking pada Bank Pembangunan Daerah Provinsi Sumatera Barat. *Jurnal Pundi*, 3(2), 137. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i2.157>
- Hariyanto, A. T., Wahyuni, S., & Widodo, J. (2022). Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Warung Makan Bank One 2 Di Jalan Mastrip Jember). *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 16(1), 33–39. <https://doi.org/10.19184/jpe.v16i1.22938>
- Ilahi, A. A. A., & Arifuddin. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Amsir Bunga Rampai Journal*, 1(1), 27–40. <https://doi.org/10.56870/ambitek.v3i1.65>
- Jeany, J. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BPR Artha Prima Perkasa* (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT.Indeks.

- Monica, C., & Marlius, D. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Nagari cabang Muaralabuh. *Jurnal Pundi*, 7(1). <https://doi.org/10.31575/jp.v7i1.465>
- Octavia, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Index Lampung. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 35–39. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.35-39>
- Rizal, S., Violin, V., Wardiana, E., & Abdullah, I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 25–33. <https://doi.org/10.34308/eqien.v8i2.232>
- Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). The Influence of Service Quality on Consumer Satisfaction. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia (Local Journal)*, 9(2), 114–126.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.