

Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dimasa Covid 19 Pada BRI Unit Manuruki Makassar

Nursapriani¹, Arfianny², Hikmah³

¹Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Terbuka, Indonesia

²Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Terbuka, Indonesia

³Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Terbuka, Indonesia

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi dan sampel pada penelitian ini adalah nasabah BRI yang menggunakan pelayanan BRI Unit Manuruki. Pengambilan data menggunakan accidental sampling yaitu penentuan sampel berdasarkan kebetulan dan didistribusikan kepada 30 orang responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan kuesioner. Metode penelitian yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan bantuan pengolahan data menggunakan IBM SPSS 21. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) berpengaruh simultan dan signifikan $F < (0,000 < 0,05)$ dan Adjusted R-square sebesar 0,763. Artinya kontribusi dimensi kualitas pelayanan (bukti fisik, daya tanggap, keandalan, jaminan dan empati) 76%. Sedangkan sisanya 24% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Secara parsial bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah sebesar 0.026, keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah sebesar 0.031, daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah sebesar 0.008, sementara jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah sebesar 0.019 dan empati berpengaruh signifikan 0,007

Kata Kunci: Dimensi, Kualitas, Pelayanan, Kepuasan, Nasabah

Abstract

The Purpose of the research is to determine the effect of the dimensions of service quality to customer satisfaction. This type of research uses quantitative research. The population and sample in this study were BRI customers who used the BRI service unit Manuruki. Data retrieval uses Accidental Sampling namely the determination of samples based on coincidence and distributed to 30 Respondent. The data collection technique used is observation, interview and questionnaire. The research method used is multiple linear regression with data processing assistance using IBM SPSS 21. The results of this study indicate that the dimensions of service quality (physical evidence, reliability, responsiveness, and empathy) has a simultaneous and significant effect of $F < (0,000 < 0,05)$ and adjusted R-Square is 0,763. This means that the contribution of the dimensions of service quality (physical evidence, responsiveness, reliability, and empathy) is 76%. While the remaining 24% is explained by other variables that have not been studied by researchers. Partially physical evidence has a significant effect on customer satisfaction of 0,026, the situation has a significant effect on customer satisfaction of 0,031, the power has a significant effect on customer satisfaction of 0,008, while guarantees have a significant effect on customer satisfaction of 0,019 and empathy has a significant effect of 0,007.

Keywords: Dimensions, Quality, Service, Satisfaction, Customers

*Penulis Koresponden: Nursapriani (sapriani.sainuddin@gmail.com)

Artikel Masuk: 08 April 2022, Revisi: 16 April 2022, Diterima: 23 April 2022, Publish: 30 April 2022



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.
(<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

Pendahuluan

Pada saat pandemi seperti sekarang ini, ekonomi sangat berpengaruh terlebih masyarakat kalangan menengah ke bawah. Seperti yang diberitakan oleh KOMPAS.com pada 11 agustus 2020 bahwa hampir seluruh sektor terdampak tidak hanya sektor kesehatan tetapi sektor ekonomi juga mengalami dampak serius akibat pandemik virus corona. Pembatasan aktivitas masyarakat berpengaruh pada aktivitas bisnis yang kemudian berimbas pada perekonomianmian. Laporan Badan Pusat Statistik (BPS) agustus tahun itu menyebutkan bahwa pertumbuhan ekonomi pada kurtal II 2020 minus 5,32 persen. Sebelumnya pada kurtal I 2020, BPS melaporkan bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia hanya tumbuh sebesar 2,97 persen, turun jauh dari pertumbuhan 5,02 persen pada periode yang sama 2019 lalu. Hal ini juga menuntut agar masyarakat selaku nasabah bijak dalam menentukan pilihan untuk menggunakan jasa pada suatu perusahaan keuangan.

Dari hasil pengamatan itu terlihat fenomena bahwa tingkat kepuasan nasabah dalam pelayanan yang diberikan masih perlu mendapat perhatian dari pihak bank. Hal ini dianggap penting karena mempengaruhi emosional nasabah dan secara tidak langsung dapat menurunkan kinerja bank itu sendiri dan menurut Infobank 2003 kualitas pelayanan adalah yang menjadi titik sentral. Bukan popularitas sebuah bank atau kemampuan pemberian kredit maupun pemberian hadiah terhadap nasabah.

Dalam penelitian ini penulis mencoba mengidentifikasi kualitas pelayanan menggunakan perhitungan SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, (1991) dalam serangkaian penelitian mereka terhadap beberapa sektor jasa. Model ini juga dikenal dengan istilah Gap analysis Model. lima indikator kualitas pelayanan. Yaitu : yang pertama tangible kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal bagaimana penampilan, penyediaan sarana dan prasarana, fisik perusahaan, keadaan lingkungan sekitar serta penampilan pegawainya yang disediakan oleh kantor BRI unit Mannuruki. Kedua reliability bagaimana kantor BRI Mannuruki dapat memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya dan akurat untuk nasabah dalam memenuhi kepuasan pelayanan nasabahnya. Ketiga responsiveness bagaimana pihak bank membentuk dan memberikan pelayanan yang tepat dan cepat dengan menyampaikan informasi yang jelas terhadap nasabah. Keempat assurance bagaimana kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan dalam menumbuhkan rasa percaya para nasabah kepada perusahaan. Kelima empathy dengan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para nasabah dengan berupaya memahami keinginan nasabah.

Kepuasan nasabah sangat penting untuk diperhatikan oleh pihak bank bagi mempertahankan citra dan sikap yang baik pada bank BRI Unit Mannuruki dimata masyarakat yang selama ini sudah tertanam terlebih dimasa covid-19 seperti saat ini yang membutuhkan penanganan lebih khusus dengan adanya protokol kesehatan, membentuk sikap yang baik dan pelayanan yang melebihi ekspektasi nasabah diperlukan agar nasabah mempunyai kepuasan dalam bertransaksi dan dapat bertahan dalam menggunakan jasa pelayanan Bank BRI mengingat semakin kompetitifnya dunia perbankan pada saat ini. Pendekatan harus dijalankan dari berbagai aspek untuk menarik minat masyarakat. Maka perilaku nasabah dan sikapnya dianggap penting untuk menjadi variabel. Sikap sebagai evaluasi konsep secara menyeluruh yang dilakukan seseorang terhadap suatu obyek akan berdampak pada perilaku kelanjutannya (Basu, 1998).

Tinjauan Pustaka

Menurut Dimiyati (2018) kualitas pelayanan adalah kualitas sebagai totalitas dari karakteristik suatu jasa atau produk yang berhubungan untuk memuaskan baik yang dinyatakan maupun yang tersirat. Sedangkan, Tjiptono (2014) mengartikan kualitas sebagai "suatu kondisi dinamis dimana yang berhubungan dengan manusia, produk, jasa, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan dimana terdiri dari bukti fisik (Tangible), kehandalan (reliability), jaminan (assurance), daya tanggap (responsiveness) dan perhatian (emhaty)". Triguno juga mengungkapkan hal senada tentang kualitas. Menurutnya, kualitas adalah "Suatu standar yang harus dicapai oleh seseorang atau kelompok atau lembaga atau organisasi mengenai kualitas sumber daya manusia, kualitas cara kerja, proses dan hasil kerja atau produk yang berupa barang dan jasa". Triguno (1997:76). Dari dua pengertian kualitas yang telah disebutkan ini menunjukkan bahwa kualitas erat kaitannya dengan pencapaian standar yang diharapkan.

Menurut Tjipto (2004) pengertian layanan secara umum yaitu : "Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk

memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan (perceived service) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa atau pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa atau pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan buruk” (Tjiptono, 2004). Pusat dari kualitas jasa atau pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Secara sederhana pula (Tjiptono 2004) mendefinisikan kualitas pelayanan yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Maksudnya adalah kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan atau organisasi tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan pelanggan/pengunjung. Dengan kata lain, faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diharapkan pelanggan/pengunjung dan persepsi masyarakat terhadap pelayanan tersebut. Nilai kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan stafnya dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Lima dimensi pokok yang dikenal dengan SERQUAL (service quality) menurut (Ariani, 2009) dalam Zheithaml et al terdiri dari: a. Bukti fisik atau (Tangible). Yakni suatu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Salah satu cara perusahaan jasa dalam menyajikan kualitas layanan terhadap pelanggan adalah dengan penampilan dan kemampuan penyediaan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan serta keadaan lingkungan sekitarnya. Diantaranya meliputi fasilitas fisik (gedung, buku, rak buku, meja dan kursi, kamar mandi dan sebagainya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan), serta penampilan pegawai. b. Keandalan atau (Reliability). Yakni kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang tercermin dari ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi. c. Daya tanggap atau (Responsiveness) yakni kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat dan tepat dengan penyampaian informasi yang jelas. Salah satu penyebab perspektif negative pelanggan dalam kualitas pelayanan adalah dikarenakan mengabaikan dan membiarkan pelanggan menunggu tanpa alasan yang jelas. d. Jaminan atau (assurance). Yakni pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan terhadap perusahaan. e. Empati atau (empathy) yakni memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Kepuasan (satisfaction) menurut (Kotler 2005) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Kepuasan konsumen merupakan faktor bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang atau pemakaian jasa ulang. Memberikan kepuasan kepada pelanggan hanya dapat diperoleh jika perusahaan memperhatikan apa yang diinginkan oleh konsumen. (Yamit, 2011, hal. 78) mengatakan Konsumen memiliki beberapa karakteristik baik pengetahuan, kelas sosial, pengalaman, pendapatan maupun harapan.

Konsumen tersebut bisa dikatakan puas, jika harapannya terhadap produk tersebut melebihi ekspektasinya. Dapat diketahui kepuasan konsumen setelah konsumen tersebut menggunakan produk dan merasakan pelayanan yang diberikan.

Untuk membentuk fokus pada pelanggan faktor utama yang perlu dilakukan ialah, perusahaan harus menempatkan karyawan untuk berinteraksi secara langsung. Perusahaan hendaklah melibatkan konsumen dalam pengembangan dan kualitas pelayanan ataupun produk agar dapat memenuhi harapan konsumen.

Adapun faktor kepuasan konsumen terdiri dari kualitas produk dan kualitas jasa. Produsen sudah memberikan kualitas ketika produk dan jasa telah memenuhi ekspektasi konsumen. Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler, 2005, hal. 143). Konsumen akan merasa puas jika konsumen bangga akan produk dan jasa yang memiliki tingkat kepuasan yang tinggi.

Semakin tinggi tingkat kualitas, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen yang dihasilkan.

Hipotesis

Berdasarkan permasalahan yang telah dijabarkan diatas hipotesis alternatif yang telah dirumuskan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H1 : Tangible (tampilan fisik) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dimasa covid-19 pada BRI Unit Mannuruki Kota Makassar
- H2 : Empathy (perhatian/empati) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah dimasa covid-19 pada BRI Unit Mannuruki Kota Makassar.
- H3 : Reliability (keandalan) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah dimasa covid-19 pada BRI Unit Mannuruki Kota Makassar.
- H4 : Responsiveness (tanggapan) secara signifikan berpengaruh terhadap nasabah dimasa covid-19 pada BRI Unit Mannuruki Kota Makassar.
- H5 : Assurance (jaminan) secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dimasa covid-19 pada BRI Unit Mannuruki Kota Makassar.x

Metode

Teknik Analisis Data Untuk menguji hipotesis, peneliti menggunakan metode analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Analisis deskriptif digunakan untuk melihat dan menjelaskan tanggapan responden dan kepuasan nasabah. Untuk memudahkan dalam mengukur masing-masing item pertanyaan dalam penelitian ini maka akan diberi skor atau penilaian berdasarkan ukuran interval, yaitu skala yang didasarkan pada ranking, diurutkan dari jenjang yang paling tinggi ke yang paling rendah dan juga sebaliknya. Skala yang digunakan adalah skala likert, skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespon pernyataan berkaitan dengan indikator atau variabel yang diukur (Sanusi, 2011:59). Skala Likert dikembangkan oleh RenisLikert (1930) dimana nilai interval skala Likert adalah 1-5, namun dalam penelitian ini hanya menggunakan interval 1-4 . nilai tengah tidak dihitung untuk menghindari kecenderungan responden dalam memilih alternative jawaban yang berada dalam nilai tengah tersebut (ragur-ragu), Dawes (2008)

Dalam melakukan analisis yang dikumpulkan diperoleh dari jawaban responden maka untuk membuktikan hipotesis yang telah dirumuskan, maka perlu pengolahan data dengan menggunakan solution program komputer yaitu program SPSS versi 21 (Statistical Package Of Social Sciences), yang mana analisis yang digunakan adalah analisis statistik regresi linear sederhana. Adapun rumus persamaan regresi linear sederhana adalah sebagai berikut

Dengan persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + bX_3 + bX_4 + bX_5 + e_i$$

Keterangan:

Y = Variabel Response atau Variabel Akibat (Dependent)

X = Variabel Prediktor atau Variabel Faktor Penyebab (Independent)

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi untuk masing-masing variabel dependen

Uji Validitas Menurut Sugiyono (2017:125) validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Uji Reliabilitas Menurut Ghazali (2011), uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Uji reliabilitas berperan untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Dengan kata lain, reliabilitas instrumen mencirikan tingkat konsistensi. Maksud dari uji reliabilitas adalah untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, dan konsistensi meskipun kuesioner ini digunakan dua kali atau lebih pada lain waktu. Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan dalam kuesioner yang telah dinyatakan valid. Nilai reliabilitas dinyatakan dengan koefisien Alpha Cronbach berdasarkan kriteria batas terendah reliabilitas adalah

0,7. Bila kriteria pengujian terpenuhi maka kuesioner dinyatakan reliable. Setelah melakukan uji instrumen penelitian, maka tahap selanjutnya adalah memilih metode analisis data yang digunakan dan melakukan pengujian terhadap hipotesis penelitian.

Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas berikut adalah penjelasan dari masing-masing uji yang digunakan : a. Uji Normalitas Digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat distribusi normal antara variabel terikat dan variabel bebas. b. Uji Heteroskedastisitas Uji ini bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Menurut Ghazali (2011), Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat dengan residualnya. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis Dikarenakan penelitian ini menggunakan uji kuantitatif maka diperlukan hipotesis statistik yang terdiri dari H_a dan H_0 . H_0 adalah hipotesis yang menyatakan tidak adanya pengaruh antara variabel independen (x) dan variabel dependen (y) sedangkan H_a adalah hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh antara variabel independen (x) dan variabel dependen (y). a. Uji t (t-Test) Uji t digunakan untuk melihat apakah variabel bebas (independen) secara individu mempunyai pengaruh terhadap variabel (dependen) dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan. Pengujian ini menggunakan program SPSS versi 21 b. Uji R² (koefisien determinasi) Digunakan untuk mengetahui sejauh mana sumbangan pengaruh masing-masing variabel bebas dengan asumsi variabel lainnya konstan terhadap variabel terikat. Semakin besar nilai koefisien determinasi maka akan semakin besar sumbangan kontribusinya terhadap variabel terikat. Jika R² mendekati 1 (satu) maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut menerangkan variasi variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika R² makin mendekati 0 (nol) maka semakin lemah variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat.

Hasil dan Pembahasan

Variabel dependent adalah variabel yang di pengaruhi oleh oleh variabel (X). Dalam Bahasa Indonesia variabel ini disebut variabel terikat biasa juga disebut variabel output, konsekuen, kriteria. Yang di lambangkan dengan (Y). variabel (Y) pada penelitian ini adalah kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah adalah bila mana ekspektasi dari nasabah sesuai dengan realita yang terjadi, nasabah tidak mengeluh, dan tidak memberikan wajah sinis atau komentar negative terkait pelayanan yang dia terima.

Penelitian ini dilakukan pada BRI Unit Mannuruki di Kota Makassar dengan jumlah responden sebanyak 30 orang. Penelitian menggunakan kuesioner atau biasa juga disebut angket yang dapat dilihat pada beberapa tabel yang akan diuraikan. Adapun identitas responden dapat dilihat sebagai berikut : Karakteristik responden berdasarkan usia

Tabel 1. Karakteristik responden berdasarkan usia

Usia	frekuensi	Persentase
< 20 Tahun	2	7%
21-30 Tahun	9	30%
31-40 Tahun	9	30%
41-50 > Tahun	10	33%
Jumlah Orang	30 Orang	100%

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2021

Dari 30 orang yang menjadi responden pada saat penyebaran kuesioner dapat diketahui bahwa jumlah responden dibawah usia 20 tahun adalah 2 orang atau setara dengan 7%, pada usia 21-30 tahun diketahui sebanyak 9 orang ataupun setara dengan 30% dari seluruh responden begitu juga dengan responden yang berusia 41-50 tahun. Adapun responden pada 41-50 tahun ke-atas sebanyak 10 orang atau samadengan 33%. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin :

Tabel 2. Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	frekuensi	Persentase
Laki-laki	15	50 %
Perempuan	15	50 %
Jumlah Orang	30 Orang	100%

Sumber : data pimer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel karakteristik responden menurut jenis kelamin diatas maka dapat disimpulkan bahwa jumlah responden lelaki dan perempuan adalah sama yaitu lelaki sebanyak 15 orang atau sama dengan 50% dan perempuan juga sebanyak 15 orang. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Tabel 3. berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	frekuensi	Persentase
Wiraswasta	12	40%
Karyawan	4	13,3 %
PNS	4	13,3%
Pelajar/Mahasiswa	6	20%
Lain-lain	4	13,3 %
Jumlah Orang	30 Orang	100%

Sumber : Data Primer diolah pada tahun 2021

Hasil perhitungan data responden yang setelah mengisi kuesioner responden berdasarkan pekerjaannya adalah didominasi oleh wiraswasta dengan jumlah 12 dari 30 orang responden dengan persentase sebanyak 40%, kemudian pelajar atau mahasiswa sebanyak 6 orang atau setara dengan 20 persen, kemudian diikuti oleh karyawan, PNS dan lain-lain dengan jumlah frekuensi masing-masing 4 orang atau 13,3% masing-masingnya. Analisis Statistik Deskriptif Variabel

Kualitas Pelayanan Menurut Tjipto (2004) "Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan (perceived service) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Adapun pada kualitas pelayanan ini menggunakan perhitungan SERVQUAL yaitu mengukur lima dimensi pokok yang ada pada metode service quality yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1991). Yaitu : Bukti Fisik (Tangible) Bukti fisik atau Tangible yakni suatu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal dalam penelitian ini nasabah. Salah satu cara perusahaan jasa dalam menyajikan kualitas pelayanan terhadap pelanggan adalah dengan menampilkan dan kemampuan menyediakan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan serta keadaan lingkungan sekitarnya. Berikut ini variasi tanggapan responden terhadap indikator variabel Tangible atau disebut bukti fisik :

Tabel 4. Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Tangible

Ket	F	%
SP	18	60 %
P	12	40 %
KP	-	-
TP	-	-
Jumlah	30 Orang	100 %

Sumber : Data diolah pada tahun 2021

Tabel diatas menunjukkan tanggapan responden terhadap variabel bukti fisik (Tangible) dengan indikator fasilitas fisik. Setelah digambarkan dari beberapa pertanyaan maka hasil tanggapan 30 orang responden terhadap seluruh pertanyaan X1 adalah sangat puas sebesar 60% dan puas sebesar 40%. Dalam variabel X1 ini tidak ditemukan responden yang kurang puas dan tidak puas terhadap fasilitas fisik yang disediakan oleh BRI Unit Mannuruki Kota Makassar. Hal ini dapat dilihat dari tanggapan 30 responden yang hanya memilih kolom sangat puas dan puas.

Keandalan (Reability) Keandalan yaitu kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan atau dalam penelitian ini adalah nasabah. Berikut ini variasi tanggapan responden terhadap indikator dan variabel reability atau keandalan:

Tabel 5. Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Reability

Ket	F	%
SP	20	67 %
P	10	33 %
KP	-	-
TP	-	-
Jumlah	30 Orang	100 %

Sumber : Data diolah pada tahun 2021

Tabel diatas menunjukkan tanggapan responden terhadap variabel Keandalan (Reliability) dengan indikator pelayanan yang merata tanpa kesalahan, sikap simpatik dan akurat yang tinggi. Setelah digambarkan dari beberapa pertanyaan maka hasil tanggapan 30 orang responden terhadap seluruh pertanyaan X2 adalah sangat puas sebesar 67% dan puas sebesar 33%. Dalam variabel X2 ini tidak ditemukan responden yang kurang puas dan tidak puas terhadap keandalan pegawai BRI Unit Manuruki Kota Makassar. Hal ini dapat dilihat dari tanggapan 30 responden yang hanya memilih kolom sangat puas dan puas.

Daya Tanggap (Responsiveness) Daya tanggap yakni kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat dan tepat dengan menyampaikan informasi yang jelas. Berikut ini variasi tanggapan responden terhadap indikator dan variabel responsiveness atau daya tanggap:

Tabel 6. Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Responsiveness

Ket	F	%
SP	15	50
P	12	40
KP	3	10
TP	-	-
Jumlah	30	100

Sumber : Data diolah pada tahun 2021

Tabel diatas menunjukkan tanggapan responden terhadap variabel Daya Tanggap (Responsiveness) dengan indikator penyediaan jasa dengan cepat dan tepat. Setelah digambarkan dari beberapa pertanyaan maka hasil tanggapan 30 orang responden terhadap seluruh pertanyaan X3 adalah sangat puas sebesar 50% sedangkan puas sebesar 40% dan kurang puas sebesar 10%. Dalam variabel X3 ini ditemukan responden yang kurang puas sebanyak 3 Orang sedangkan peneliti tidak menemukan responden yang tidak puas terhadap daya tanggap pegawai BRI Unit Manuruki Kota Makassar. Hal ini dapat dilihat dari tanggapan 30 responden dengan tanggapan sangat puas sebanyak 15 orang, puas 13 orang dan kurang puas 3 orang.

Jaminan (Assurance) Jaminan ialah kesopanan santunan dan kemampuan pegawai perusahaan dan penelitian ini adalah bank, menumbuhkan rasa percaya para nasabah atau calon nasabah terhadap nasabah bank BRI Unit Manuruki. Berikut ini variasi tanggapan responden terhadap indikator dan variabel Assurance atau jaminan :

Tabel 7. Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Assurance

Ket	F	%
SP	18	60%
P	8	27%
KP	4	13%
TP	-	-
Jumlah	30 orang	100 %

Sumber : data diolah pada tahun 2021

Tabel diatas menunjukkan tanggapan responden terhadap variabel dimensi jaminan (Assurance) dengan indikator sopan santun dan keamanan. Setelah digambarkan dari beberapa pertanyaan maka hasil tanggapan 30 orang responden terhadap seluruh pertanyaan X4 adalah sangat puas sebesar 60% sedangkan puas sebesar 27% dan kurang puas sebesar 13%. Dalam variabel X4 ini ditemukan responden yang kurang puas sebanyak 4 Orang sedangkan peneliti tidak menemukan responden yang tidak puas terhadap jaminan yang diberikan atau ditawarkan pegawai BRI Unit Manuruki Kota Makassar. Hal ini dapat dilihat dari tanggapan 30 responden dengan tanggapan sangat puas sebanyak 18 orang, puas 8 orang dan kurang puas 4 orang.

Empati (Empathy) Empati adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dalam penelitian ini nasabah dengan berupaya memahami keinginan nasabah dimana perusahaan atau bank diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang nasabah, memahami kebutuhannya secara spesifik serta memiliki pengoperasian yang nyaman bagi nasabah. Berikut ini variasi tanggapan responden terhadap indikator dan variabel empathy atau empati:

Tabel 8. Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Assurance

Ket	F	%
SP	14	46,66%
P	14	46,66%
KP	2	6,66%
TP	-	-
Jumlah	30 orang	100 %

Sumber : Data diolah pada tahun 2021

Tabel diatas menunjukkan tanggapan responden terhadap variabel empati (emphaty) dengan indikator perhatian individual dan jam operasional. Setelah digambarkan dari beberapa pertanyaan maka hasil tanggapan 30 orang responden terhadap seluruh pertanyaan X5 adalah sangat puas dan puas sebesar 46,66% masing-masingnya sedangkan kurang puas sebesar 6,66%. Dalam variabel X45 ini ditemukan responden yang kurang puas sebanyak 2 Orang sedangkan peneliti tidak menemukan responden yang tidak puas terhadap empati yang ditunjukkan pegawai BRI Unit Manuruki Kota Makassar. Hal ini dapat dilihat dari tanggapan 30 responden dengan tanggapan sangat puas dan puas masing-masing sebanyak 14 orang, sedangkan kurang puas 2 orang.

Kepuasan Nasabah Kepuasan nasabah adalah pemahaman atau persepsi nasabah bahwa harapannya telah terpenuhi, diperoleh hasil yang optimal bagi setiap nasabah dan pelayanan perbankan dengan memperhatikan kemampuan nasabah dan keluarganya, perhatian terhadap kebutuhan nasabah dan keluarganya sehingga berkesinambungan dengan sebaik-baiknya antar puas dan hasil, Tjiptono dalam Noviyantie (2001).

Tabel 9. Tanggapan Responden Berdasarkan Kepuasan Nasabah Dimasa Covid-19

Ket	F	%
SP	21	70%
P	7	23%
KP	2	7%
TP	-	-
Jumlah	30 Orang	100%

Sumber : Data diolah pada tahun 2021

Tabel diatas menunjukkan tanggapan responden terhadap variabel kepuasan nasabah dengan indikator pengakuan dan harapan. Setelah digambarkan dari beberapa pertanyaan maka hasil tanggapan 30 orang responden terhadap seluruh pertanyaan Y adalah sangat puas sebesar 70% sedangkan puas sebesar 23% dan kurang puas sebesar 7%. Dalam variabel Y ini ditemukan responden yang kurang puas sebanyak 2 Orang sedangkan peneliti tidak menemukan responden yang tidak puas dalam menerima pelayanan yang disediakan oleh bank BRI Unit Manuruki Kota Makassar. Hal ini dapat dilihat dari tanggapan 30 responden dengan tanggapan sangat puas sebanyak 21 orang, puas 7 orang dan kurang puas 2 orang.

Uji Hiotesis Uji Parsial (t) Uji parsial digunakan untuk menguji apakah variabel bebasnya secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat apabila dihitung $> t$ table maka dapat dinyatakan signifikan, yaitu terdapat pengaruh antara variabel bebas yang diteliti dengan variabel terikat. Adapun hasil uji t sebagai dibawah :

Tabel 10. Uji Parsial (t)

Model	Unstandardized		Standardized	T	Sig.	Collinearity	
	Coefficients		Coefficients			Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)'	3.129	1.513		2.068	.050		
1 Tangible	.144	.146	.106	1.986	.026	.706	2.417
Reability	.126	.141	.095	1.848	.031	.211	2.958

Responsivese	.307	.178	.300	2.726	.008	.370	3.702
Assurance	.253	.159	.217	2.091	.019	.338	2.281
Empaty	.384	.130	.470	2.953	.007	.321	3.113

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah
Sumber : Data Diola Dengan SPSS 21. 2021

Analisis uji-t pada tabel diatas untuk variabel tangible, nilai t hitungnya sebesar 1.986 sementara itu nilai t tabel disrtibusi 0.05 (5%) sebesar 1.697 maka t hitung > t tabel dan nilai signifikan yaitu $0.026 < 0.05$ artinya individual variabel bukti fisik (tangible) X1 berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah. Untuk variabel keandalan (Reability) nilai t hitungnya sebesar 1.848 sementara nilai t tabel distribus 0,05 (5%) sebesar 1.697 maka t hitung > t tabel dan nilai signifikannya yaitu $0.031 < 0.05$ artinya individual variabel keandalan (rebility) X2 berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nabasah. Pada variabel daya tanggap (Responsivenes) nilai t hitungnya sebesar 2.726 sementara nilai t tabel distribusi 0.05 (5%) sebesar 1.697 maka t hitung > t tabel dan nilai signifikannya yaitu $0.008 < 0.05$ artinya individual variabel daya tanggap (responsiveness) X3 berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sementara variabel jaminan (Assurance) nilai t hitungnya sebesar 2.091 sementara nilai tabel distribusi 0.05 (5%) sebesar 1.697 maka t hitung > t tabel dan nilai signifikannya $0.019 < 0.05$ artinya individual variabel jaminan (Assurance) X4 berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Pada variabel empati (emphaty) nilai t hitungnya sebesar 2.953 sementara nilai tabel distribusi 0.05 (5%) sebesar 1.697 maka t hitung > t tabel dan nilai signifikannya $0.007 < 0.05$ artinya variabel empati X5 berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil sajian data diatas, variabel bukti fisik, daya tanggap, keandalan, jaminan dan empati secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, dengan ini kelima hipotesis yang diajukan dapat diterima, dan dari kelima variabel yang paling berpengaruh adalah variabel empati (X5) yang memperoleh nilai t hitung = 2.953.

Uji Simultan (F) Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama variabel bebas secara signifikan terhadap variable terikat. Jika F hitung > dari F tabel maka dapat dinyatakan variabel bebas dapat menerangkan variabel terikatnya secara serentak. Adapun hasil uji F disajikan di bawah ini :

Tabel 11. Uji Simultan (F)
ANOVAa

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	67.048	5	13.410	19.722	.000b
Residual	16.319	24	.680		
Total	83.367	29			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah
Predictors: (Constant), Empaty, Tangible, Reability, Assurance, Responsivese
Sumber : Data Diolah Dengan IBM SPSS 21. 2021

Hasil perhitungan statistik uji-F pada tabel 4.19 menunjukkan nilai F hitung 19,722. setelah itu dibandingkan dengan nilai F tabel sebesar 2,042 dengan signifikan 5% (0.05). maka dapat ditarik kesimpulan F hitung > dari F tabel (19,722) dengan signifikan F $0,000 < 0,05$ dimensi variabel independen bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), Jaminan(X4) dan empati (X5) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, sehingga dinyatakan kelima hipotesis yang diajukan dapat diterima.

Uji Koefisien Determinasi (R²) Koefisien determinasi (R²) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independent menjeaskan mengenai variabel dependen. Nilai R square dikatakan baik jika diatas 0,5 karena nilai R berkisar antara 0-1.

Tabel 12. Uji Determinasi (R²)
Model Summaryb

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.897a	.804	.763	.82459	1.555

Predictors: (Constant), Empaty, Tangible, Reability, Assurance, Responsivese
Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

Sumber : Data Diolah Dengan IBM SPSS 21. 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa Adjuster R Square memiliki nilai sebesar 0.763 artinya variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati memberikan pengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar 76.3% dan sisanya 24% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Analisis Regresi Berganda Pengujian persyaratan penyajian analisis asumsi klasik dasar regresi yang telah dilaksanakan sebelumnya memberikan hasil bahwa variabel-variabel yang terliat didalamnya memenuhi kualifikasi persyaratan dan asumsi klasik tersebut, penelitian dilanjutkan dengan melakukan pengajuan signifikan dan inter prestasi model regresi.

Tabel 13. Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	(Constant) ^a	3.129	1.513				2.068
1 Tangible	.144	.146	.106	1.986	.026	.706	2.417
Reability	.126	.141	.095	1.848	.031	.211	2.958
Responsivese	.307	.178	.300	2.726	.008	.370	3.702
Assurance	.253	.159	.217	2.091	.019	.338	2.281
Empaty	.384	.130	.470	2.953	.007	.321	3.113

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

Sumber : Dat Diolah Dengan Aplikasi IBM SPSS 21. 2021

Berdasarkan table diatas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta X_1 + \beta X_2 + \beta X_3 + \beta X_4 + \beta X_5 + e_i$$

$$Y = 3.129 + 0.144 X_1 + 0.126 X_2 + 0.307 X_3 + 0.253 X_4 + 0.384 X_5 + e_i$$

Interprestasi dari persamaan regresi berganda tersebut sebagai berikut : Jika nilai dari variabel X1 bukti fisik (tangible), X2 keandalan (reability), X3 daya tanggap (reponsiveness), X4 jaminan (assurance) dan X5 empati (emphaty) adalah konstan atau sama dengan nol, maka nilai variabel Y (kepuasan nasabah) adalah 3,129. Variabel bukti fisik (tangible) X1 mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah (Y) dengan koefisien sebesar 0.144 yang artinya jika terjadi peningkatan variabel bukti fisik (X1) sebesar satuan maka kepuasan nasabah (Y) akan berkurang sebesar 0.144. Dengan catatan variabel lain tetap konstan. Variabel keandalan (reability) X2 mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah (Y) dengan koefisien sebesar 0.126 yang artinya jika terjadi peningkatan varibel keandalan (X2) sebesar satuan maka kepuasan nasabah (Y) akan berkurang sebesar 0.126. Dengan catatan variabel lain tetap konstan. Variabel daya tanggap (responsiveness) X3 mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah (Y) dengan koefisien sebesar 0.037 yang artinya jika peningkatan variabel daya tanggap (X3) sebesar satuan maka kepuasan nasabah (Y) akan berkurang sebesar 0.037. Dengan catatan variabel lain tetap konstan. Variabel jaminan (assurance) X4 mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah (Y) dengan koefisien sebesar 0.253 yang artinya jika peningkatan variabel jaminan (X4) sebesar satuan maka kepuasan nasabah (Y) akan berkurang sebesar 0.253. dengan catatan variabel lain tetap konstan. Variabel empati (empaty) X5 mempunyai pengaruh positif terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) dengan koefisien sebesar 0.384 yang artinya jika peningkatan variabel emati (X5) sebesar satuan maka kepuasan nasabah (Y) akan berkurang sebesar 0.384. Dengan catatan variabel lain tetap konstan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitan yang telah dilakukan oleh peneliti untuk menguji pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dimasa Covid-19 pada Bank Rakyat Indonesia Tbk Unit Mannuruki Kota makassar, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut 1. Bukti fisik (tangible) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dimasa Covid-19 di BRI Unit Mannuruki Kota Makssar. Hal ini berarti ketersediaan fasilitas yang disediakan oleh pihak BRI Unit Mannuruki berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pelayanannya. 2. Keandalan (reabiity) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dimasa Covid-19. Hal ini menunjukkan kemampuan BRI Unit Mannuruki Kota Makssar dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya dapat mempengaruhi kepuasan nasabah dalam menerima pelayanan. Ini juga berarti bahwa kualitas keandalan dalam pelayanan

sangat perlu untuk dipertahankan dan lebih ditingkatkan lagi untuk menjaga nasabah tetap puas dalam menerima pelayanan. 3. Daya anggap (resonsiveness) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dimasa Covid-19. Ini menunjukkan kemauan karyawan dalam membantu nasabah dan memberikan jasa yang cepat dan tepat dengan penyampaian informasi yang jelas membuat perspektif positif dan menjadikan salah satu sebab nasabah puas terhadap pelayanan yang mereka dapatkan di BRI Unit Mannuruki Kota Makssar. 4. Jaminan (assurance) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dimasa Covid-19 artinya kesopanan santunan para pegawai dalam melayani nasabah juga keamanan yang ditawarkan dan disediakan oleh BRI Unit Mannuruki Kota Makssar mampu menumbuhkan rasa percaya para nasabah terhadap BRI Unit Mannuruki Kota Makssar sehingga nasabah merasa puas. Hal ini tentu perlu selalu ditingkatkan lagi oleh para pegawai agar supaya tingkat kepuasan nasabah lebih meningkat daripada sebelumnya. 5. Empati (empathy) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dimasa Covid-19 juga sebagai variabel yang paling dominan diantara kelima variabel yang diujikan oleh peneliti terhadap kepuasan nasabah. Artinya ketulusan para pegawai dalam memberikan perhatian terhadap setiap individu dan berupaya dalam memahami keinginan nasabah sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah itu sendiri dalam menggunakan jasa dan layanan perbankan yang disediakan oleh BRI Unit Mannuruki Kota Makssar. 6. Kelima variabel yang diujikan pada penelitian ini berpengaruh simultan terhadap kepuasan nasabah dimasa Covid-19 pada BRI Unit Mannuruki Kota Makssar. Artinya semakin baik tingkat pelayanan yang diberikan oleh BRI Unit Mannuruki Kota Makssar maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah dalam bertansaksi dan menerima pelayanan di BRI Unit Mannuruki Kota Makssar.xx

References

- Anggi Rahayu, Susianti. 2018. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Marhamah studi Kasus Pada PT. Bank Sumut KPCSy Kota Baru Marelan". Dalam Prodi Perbankan Syariah : Jurnal FEB Vol.1 No.1. Medan : <http://e-journal.potensi-utama.ac.id/ojs/index.php/FEB/article/view/783/1154> didownload pada 11 Februari 2021 pukul 20:23
- Anwar Sanusi. 2011. Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta : Salemba Empat
- Alfred Pakai. 16 April 2019. 10 Bank Terbaik di Indonesia Menurut Forbes, BCA Peringkat Teratas. Vibiznews.com <https://www.vibiznews.com/2019/04/16/10-nak-terbaik-di-indonesia-menurut-forbest-bca-peringkat-teratas> diakses pada,08:00pm sabtu, 20 Maret 2021
- Ariani, D. Wahyu. 2009. Manajemen Operasi Jasa. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Basu Swatha DH. 1998. Asas-Asas Marketing. Edisi 3. Yogyakarta : Liberty
- Basu Swatha DH. 1998. Manajemen Pemasaran Modern. Edisi 2. Cetakan II. Yogyakarta: Liberty.
- Daes, C, 2008. Salevary Flow Patterns And The Health Of Hard And Soft Oral Tissues, The Journal Of The American Dental Association. 139:185-245
- Dimiyati, Mohamad. 2018. Pendekatan Hayati : Strategi Pemasaran Untuk Menghadapi Strategi Yang Dinamis., The Hayati Appoarch : A Maketing Strategy for Dinamic Competetion. Jakarta. Mitra Wacana Media
- Fatimah, Hanif, Muhammad, Taufiqur, Yusril. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian (Persero) Area Surabaya 2". Dalam Jurnal MANOVA Volume IV No.1. Surabaya : <http://e-journal.potensi-utama.ac.id/ojs/index.php/FEB/article/view/783/1154> didownload pada 11 Februari 2021 pukul 20:27
- Gaspers, V. 2007. Lean Six Sigma Of Manufacturing and service Industries. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Gay,L.R dan Diehl,P.L. 1992. Research Methodods For Busines and Mannagement. New York: Mac Millan. Publishing Company. Ginting
<https://www.sedoxo.co.id/faktor-kepuasan-pelanggan> diakses pada, 02:00pm Kamis, 3 Juni 2021
- Infobank 2003. Analisis Strategi Perbankan Dan Keuangan. Sun Life Finansia
- Intan Kamila. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jakarta Simprug. Jakarta <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/35596/1/INTAN%20KAMILA-FEB.pdf> didownload pada 11 Februari 2021 pukul 20:42

- Jawahir Gustav Rizal. Selasa 11 Agustus 2020. Dampak Covid-19, Apa Saja Dampak Pada Sektor Ketenagakerjaan. Jakarta.
<https://www.compas.com/tren/read/2020/08/11/102500165/pandemi-covid-19-apa-saja-dampak-pada-sektor-ketenagakerjaan-inonesia-> diakses pada, 12:31pm Kamis, 3 Juni 2021
- Kotler, P. 2005. Manajemen Pemasaran : analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol. Jakarta : PT Prenhallindo.
- Kotler, P. 2005. Manajemen Pemasaran. Jakarta : PT Indeks Gramedia.
- Lukman, Denda Wijaya. 2000. Manajemen Perbankan. Ghalia Indonesia : Jakarta.
- Meli Adriani, Riski Eko Adrianto. 2020. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Nasabah Bank". Dalam EKOMABIS : Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis volume 01 Issue 02. Jakarta : <http://journal.lppmpelitabangsa.id/index.php/ekomabis/article/view/73/29> didownload pada 11 Februari 2021 pukul 19:34
- Muh.Syaiful Islam, Nasir Hamzah Amir Mahmud. 2020. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Negara Indonesia (persero) Tbk Unit Siwa Kabupaten Wajo". Dalam Tata Kelola: Volume 7 Nomor 2. Makassar : <http://pasca-umi.ac.id/index.php/tata> didownload pada 11 Februari 2021 pukul 19:02
- Nafsi, Rahmad, Sabri. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah". Dalam Ekonomika Syariah Jurnal of Economic Studies: Vol.4 No.1. Sumatera Barat: <http://ejournal.iainbukittinggi.ac.id/index.php/febi/article/view/3146/727> didownload pada 11 Februari 2021 pukul 19:16