

## **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah**

Agus<sup>1</sup> ✉ Serlin Serang<sup>2</sup> Ramlawati<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Program Pascasarjana Universitas Muslim Indonesia

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kinerja karyawan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Antang. Populasi pada penelitian ini mencakup nasabah Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Antang yang berjumlah 700 orang dari tahun 2018-2019. Metode penentuan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Untuk menentukan jumlah sampel maka digunakan rumus slovin, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 88 responden. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan dengan menyebar kuesioner kepada seluruh responden. Data dalam penelitian ini akan diuji dengan beberapa tahapan pengujian, yaitu uji statistik deskriptif, uji kualitas data yang terdiri dari (uji validitas, uji reliabilitas), uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan pengujian seluruh hipotesis melalui uji koefisien determinasi, uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji f). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan dan kinerja karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Antang. Hal ini berarti semakin baik kualitas layanan yang diberikan dan semakin baik kinerja karyawan, maka akan mempengaruhi dan meningkatkan kepuasan nasabah.

**Kata Kunci:** *Kualitas Layanan, Kinerja Karyawan, Kepuasan Nasabah.*

Copyright (c) 2022 Agus

---

✉ Corresponding author :

Email Address : [aguspolda73@gmail.com](mailto:aguspolda73@gmail.com)

## **PENDAHULUAN**

Bank adalah lembaga keuangan yang sangat penting perannya dalam pembangunan ekonomi. Peran strategis bank bukan hanya sebagai wahana yang mampu menghimpun dan menyelurkan dana masyarakat, akan tetapi juga memotivasi dan mendorong inovasi dalam berbagai cabang kegiatan ekonomi (Mawey et al., 2018).

Kepuasan pelanggan adalah penilaian pelanggan terhadap produk atau pelayanan yang telah memberikan tingkat kenikmatan seperti yang diharapkan. Tingkat kepuasan pelanggan sangat tergantung pada mutu suatu produk atau jasa. Pengaruh kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik lebih efisien. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan efisien (Pontoh et al., 2014).

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Sehingga kepuasan pelanggan dapat tercapai apabila setelah produk jasa memenuhi atau melampaui harapan pelanggan,

biasanya pelanggan akan merasa puas. Oleh karena itu hampir setiap bank saat ini menyadari pentingnya arti pelanggan bagi perusahaan dan berupaya keras untuk dapat memberikan kepuasan kepada setiap nasabahnya. Tujuan dari pengukuran tingkat kepuasan pelanggan adalah untuk dapat segera memenuhi faktor-faktor yang membuat para pelanggan tidak puas untuk segera diperbaiki, sehingga pelanggan tidak kecewa (Ismawanto et al., 2020).

Selain dipengaruhi oleh kualitas jasa dan pelayanan, kepuasan pelanggan juga ditentukan oleh pengaruh kinerja individu karyawan (Agung, 2014). Penilaian kinerja karyawan adalah proses penilaian hasil kerja yang akan digunakan oleh pihak manajemen untuk memberikan informasi kepada para karyawan secara individual, tentang mutu hasil kerja yang akan digunakan oleh pihak manajemen untuk memberikan informasi kepada para karyawan secara individual, tentang mutu hasil pekerjaan dipandang dari sudut kepentingan perusahaan. Penilaian yang dilakukan secara teratur bertujuan melindungi perusahaan dalam mencapai tujuan. Penilaian kerja karyawan yang dilakukan secara obyektif, tepat, dan didokumentasikan secara baik cenderung menurunkan potensi penyimpangan yang dilakukan karyawan, sehingga kinerja diharapkan harus bertambah baik sesuai dengan kinerja yang dibutuhkan perusahaan (Ramachandran & Chidambaram, 2012; Utami, 2013).

Peran karyawan sangat penting untuk menunjang keberhasilan setiap perusahaan, terutama perusahaan yang bekerja di sektor jasa. Kinerja karyawan ditunjukkan melalui kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan sehingga perusahaan dapat mengevaluasi kualitas layanan karyawan. Manajemen kinerja adalah suatu sarana untuk mendapatkan hasil lebih baik dari organisasi, tim dan individual dalam kerangka kerja yang disepakati dalam perencanaan tujuan, sasaran dan standar (Jodi, 2018). Penelitian yang dilakukan oleh (Utami, 2013) menemukan bahwa kualitas layanan dan kinerja karyawan mempengaruhi kepuasan nasabah.

Untuk memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik adalah memenuhi dan melebihi ekspektasi kualitas layanan pelanggan sasaran. Kualitas pelayanan digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan dari ekspektasi dengan kinerja. Faktor - faktor yang mempengaruhi dari keputusan pelanggan adalah kualitas produk, harga, service quality, emosional faktor dan berhubungan dengan biaya dan kemudahan mendapatkan produk dan jasa tersebut (Maohizatul, 2019).

Kualitas pelayanan di Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Antang sampai saat ini tidak mengalami banyak masalah, hanya saja ada beberapa pelanggan atau nasabah yang masih kurang puas terhadap pelayanan di Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Antang Makassar. Maka perlu dilakukan evaluasi terhadap karyawan, kualitas layanan dan cara memuaskan nasabah, karena kinerja karyawan sudah cukup baik, tapi banyak karyawan yang ingin berubah menjadi lebih baik lagi.

Kualitas adalah sebuah kata bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus di kerjakan dengan baik. Secara umum, tingkat layanan yang tinggi yang akan menghasilkan kepuasan yang tinggi yang ulangi membelih lebih sering. Kualitas mengatakan mengandung banyak defenisi dan makna, orang yang berbeda akan menfsirkannya berbeda, tapi dari beberapa defenisi dapat ditemukan untuk memiliki beberapa kesamaan, meskipun hanya cara pengiriman biasanya di temukan unsur - unsur berikut: 1. Kualitas meliputi usaha atau superioritas memenuhi harapan

pelanggan. 2. Kualitas mencakup produk, jasa, proses, dan lingkungan. 3. Kualitas adalah kondisi yang selalu berubah (Lubis et al., 2018).

Menurut Tjiptono (2014), setidaknya ada 5 persektif kualitas yang berkembang saat ini yaitu: 1. Transcendental Approach. Dalam perspektif ini, kualitas di pandang sebagai innate excellence, yaitu suatu yang secara intuitif dapat dipadami, namun nyaris tidak mungkin dikomunikasikan, sebgai contoh kecantikan atau cinta. 2. Produc-Based Approach. Perspektif ini mengasumsikan bahwa kualitas merupakan karakteristik, komponen atau atribut objektif yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur. 3. Use-Based Approach. Perspektif ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang menilainya (eyes of the beholder) sehingga produk yang paling memuaskan prefensi seseorang (maximum satisfaction) merupakan produk yang berkualitas paling tinggi. 4. Manufacturing-Based approach. perspektif ini bersifat supply-based dan lebih berfokus pada praktik - praktik perikayasaan dan pemanufakturan, serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian atau kecocokan dengan persyaratan (confermance to requirements). 5. Value-Based Approach. Perspektif ini memandang kualitas dari aspek nilai (value) dan harga (price). Dengan mempertimbangkan trade-off antara kinerja dan harga, kualitas didefinisikan sebagai affordable axcellence, yakni tingkat kinerja 'terbaik' atau sepadan dengan harga yang dibayarkan.

Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah tamahan yang ditujukan melalui sikap dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen (Amelia & Rodhiyah, 2016). Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata - nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut - atribut pelayanan suatu perusahaan. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Sitorus & Yustisia, 2018). Sehingga dimensi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harpan konsumen

Faktor -faktor yang mempengaruhi kualitas layanan menurut (Pratiwi, 2021) untuk mengevaluasi kualitas jasa pelanggan umumnya menggunakan 5 dimensi sebagai berikut: 1. Tangibles/ bukti langsung adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan serta keadaan lingkungan sekitarnya merupakan salah satu cara perusahaan jasa dalam menyajikan kualitas layanan terhadap pelanggan. Dapat meliputi fasilitas fisik (gedung, buku, atm dan sebagainya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan), serta penampilan pegawai. 2. Reliability/ keandalan adalah Rebiability atau keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu. 3. Responsiveness/ketanggapan adalah Resaponsiveness atau daya tanggap merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan oleh langsung karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. 4. Assurance atau jaminan merupakan pengetahuan dan perilaku employe untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam

mengkonsumsi jasa yang ditawarkan. 5. *Empathy*/ empati merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perintah kepada konsumen secara individu.

Kualitas pelayanan diberikan kepada konsumen harus berfungsi untuk lebih memberikan kepuasan yang maksimal, oleh karena itu dalam rangka memberikan pelayanan harus dilakukan sesuai dengan fungsi pelayanan (Paul et al., 2016). Kualitas pelayanan yang diberikan oleh setiap perusahaan tentu mempunyai tujuan. Umumnya tujuan dengan diadakannya pelayanan adalah agar konsumen merasakan adanya kepuasan dan dampaknya bagi perusahaan akan memperoleh laba maksimum (Lee et al., 2012; Sasongko & Putri, 2017).

Istilah kinerja berasal dari kata *job performance* atau *actual performance* (prestasi kinerja atau prestasi sesungguhnya yang dicapai oleh seseorang). Pengeritan kinerja (prestasi kerja) adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya (Alfian, 2020). Kinerja adalah suatu hasil yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas - tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atas kecakapan tugas - tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atas kecakapan, pengalaman dan kesungguhan serta waktu (Sunyoto, 2012), sebagian besar organisasi, kinerja para karyawan individual merupakan faktor utama yang menentukan keberhasilan organisasi.

Ada 5 faktor yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan (Prentice et al., 2020), yaitu: 1. Fasilitas kantor. Fasilitas kantor adalah sarana untuk menunjang seorang karyawan untuk melakukan aktifitas kerjanya dengan baik dan apabila perusahaan tidak dapat memberikan fasilitas yang memadai, tentu saja hal ini akan menurunkan kinerja karyawan. 2. Lingkungan kerja. Lingkungan kerja merupakan faktor yang sangat penting untuk diperhatikan, hampir 80% karyawan resign jika lingkungan kerja mereka tidak baik. Lingkungan kerja yang baik memiliki ruangan kerja yang cukup luas, penerangan cukup dan temperatur udara yang sesuai dengan luas ruangan kerja karyawan. 3. Prioritas kerja. Berikan prioritas kerja yang jelas, karyawan akan merasa bingung jika banyak tugas yang diberikan kepada mereka tetapi tidak memberikan skala prioritas yang jelas. Jika memang ada pekerjaan yang diberikan kepada karyawan maka menejer harus deadline kerja sebelum pekerjaan dikerjakan. Supaya karyawan dapat bekerja dengan tenang dan tidak dikejar oleh waktu. 4. Supportive boss. Memberikan dukungan kepada karyawan agar mendapatkan ide - ide baru pada saat meeting berlangsung dan memberikan dukungan kepada mereka untuk terlibat dalam proyek yang sedang anda kerjakan. Memberikan juga ruang kepada mereka dapat terus mengasah ilmunya, agar jika suatu saat atasan membutuhkan skill tersebut dapat digunakan tenaga mereka tanpa harus merekrut karyawan baru. 5. Bonus. Sebagian karyawan akan bekerja dengan senang hati bila pekerjaan yang mereka kerjakan dihargai oleh perusahaan. Bonus dapat diberikan kepada karyawan yang benar - benar mampu bekerja dengan baik dan sesuai yang diharapkan seperti penghargaan. Penghargaan terhadap karyawan bisa dimulai dari hal yang sederhana seperti pujian.

Penilaian kinerja (*performance appraisal*) pada pasarnya merupakan faktor kunci dalam mengembangkan suatu organisasi secara efektif dan efisien. Karena adanya kebijakan atau program yang lebih baik diatas sumber daya manusia yang ada dalam organisasi. Penilaian kerja individu sangat bermanfaat bagi dinamika pertumbuhan

organisasi secara keseluruhan (Nunkoo et al., 2020; Shanka, 2012). Penilaian kinerja karyawan khususnya dalam bidang jasa dapat disimpulkan sebagai berikut: a. Pelayanan yang kondusif. b. Kedisiplinan. c. Tanggung jawab. d. Kecepatan dan ketepatan waktu. e. Keramahan dan kesopanan. f. Hubungan yang baik dengan pelanggan. g. Kecekatan. h. Penampilan.

Tujuan diadakannya penilaian kerja bagi karyawan dibagi menjadi dua (Hindarsah, 2021), antara lain: a. Tujuan evaluasi. Seorang menejer menilai kinerja dari masa lalu seorang karyawan dengan menggunakan tingkat deskriptif untuk menilai kinerja dan dengan data tersebut berguna untuk mengambil keputusan-keputusan promosi, demosi, terminasi, dan kompensasi. b. Tujuan pengembangan. Seorang manajer mencoba untuk meningkatkan kinerja seorang karyawan di masa yang akan datang dan menghasilkan informasi yang akurat dan valid.

Kepuasan pelanggan merupakan merupakan salah satu kunci keberhasilan usaha. Hal ini dikarenakan dengan memuaskan pelanggan, perusahaan, dapat meningkatkan tingkat keuntungan. Dalam hal ini yang akan dibahas adalah perusahaan jasa. Konsumen merupakan evaluasi atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk atau jasa relatif bagus atau tidak. Masalah kepuasan adalah merupakan masalah perseorangan yang sifatnya subjektif, karena kepuasan seseorang belum tentu sama dengan kepuasan yang dirasakan orang lain. Menurut (Kotler & Keller, 2016; Pakurár et al., 2019), kepuasan konsumen adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan dalam bentuk barang atau jasa yang sesuai dengan harapannya. Konsumen merasa puas jika harapan mereka terpenuhi.

Dalam menentukan kepuasan konsumen ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan (Rao & Sahu, 2013) antara lain: 1. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. 2. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. 3. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau self esteem yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu. 4. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan. 5. Biaya, pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa tersebut.

Menurut Selvakumar (2015) ada empat metode yang bisa digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu: 1. Sistem keluhan dan saran. Perusahaan yang memberikan kesempatan penuh bagi pelanggannya untuk menyampaikan pendapat atau bahkan keluhan merupakan perusahaan yang berorientasi pada konsumen (customer oriented). 2. Survei kepuasan pelanggan. Sesekali perusahaan perlu melakukan survei kepuasan pelanggan terhadap kualitas jasa atau produk perusahaan tersebut. Survei ini dapat dilakukan dengan menyebarkan kuesioner oleh karyawan perusahaan kepada para pelanggan. Melalui survei tersebut, perusahaan dapat mengetahui kurang dan lebihnya produk atau jasa perusahaan tersebut, sehingga perusahaan dapat melakukan perbaikan pada hal yang dianggap kurang



oleh pelanggan. 3. Ghost shopping. Metode ini dilakukan dengan memperkerjakan beberapa orang perusahaan (ghost shopper) untuk bersikap sebagai pelanggan diperusahaan pesaing, dengan tujuan para ghost shopper dapat mengetahui kualitas pelayanan perusahaan pesaing sehingga dapat dijadikan sebagai koreksi terhadap kualitas pelayanan perusahaan itu sendiri. 4. Analisa pelanggan yang hilang. Metode ini dilakukan perusahaan dengan cara menghubungi kembali pelanggannya yang telah lama tidak berkunjung untuk melakukan pembelian lagi di perusahaan tersebut karena telah berpindah ke perusahaan pesaing. Selain itu, perusahaan dapat menanyakan sebab-sebab berpindahannya pelanggan ke perusahaan pesaing.

Berdasarkan masalah pokok dan beberapa teori yang telah dikemukakan, maka hipotesis yang diajukan, yaitu:

H1: Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Antang.

H2: Kinerja karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Antang.

## METODOLOGI

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei. Populasi dalam penelitian ini mencakup nasabah Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Antang yang berjumlah 700 orang dari tahun 2018-2019. Metode penentuan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel yang dipilih dengan kriteria tertentu (Sugiyono, 2013). Kriteria sampel adalah yang merupakan nasabah Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Antang. Untuk menentukan jumlah sampel maka digunakan rumus slovin, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 88 orang. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui penelitian di lapangan yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada seluruh responden yang diisi dengan beberapa pertanyaan dengan lima opsi jawaban yang akan diberi bobot skor seperti jawaban (Sangat Setuju=5, Setuju=4, Kurang Setuju=3, Tidak Setuju=2, Sangat Tidak Setuju=1). Data yang telah dikumpulkan akan dianalisis melalui empat tahapan pengujian. Tahap pertama adalah melakukan uji statistik dekriptif. Tahap kedua adalah uji instrumen penelitian yang terdiri dari (uji validitas, uji reliabilitas). Tahap ketiga adalah uji asumsi klasik yang terdiri dari (uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas). Tahap keempat adalah menguji seluruh hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dan akan dibuktikan melalui uji koefisien determinasi, uji parsial dan uji simultan.

**Tabel 1. Operational Variabel**

Variabel	Kode	Indikator	Referensi
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	Bukti fisik (tangibles)	(Agung, 2014; Jodi, 2018; Maohizatul, 2019; Utami, 2013)
	X1.2	Keadalan (reliability)	
	X1.3	Daya tanggap (responsiveness)	
	X1.4	Jaminan (assurance)	
	X1.5	Empati (emphaty)	
Kinerja Karyawan (X2)	X2.1	Disiplin	(Amelia & Rodhiyah, 2016; Lubis et al., 2018; Maohizatul, 2019; Pratiwi, 2021)
	X2.2	Tanggung jawab	
	X2.3	Penampilan	
	X2.4	Keramahan dan kesopanan	
	X2.5	Kecekatan	

Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1.1	Prosedur pelayanan	(Agung, 2014; Ismawanto et al., 2020; Pontoh et al., 2014; Utami, 2013)
	Y1.2	Kepastian jadwal pelayanan	
	Y1.3	Keamanan pelayanan	
	Y1.4	Persyaratan pelayanan	
	Y1.5	Kenyamanan lingkungan	

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Antang yang berjumlah 88 orang. Berdasarkan kuesioner yang disebarakan kepada responden, dapat di sajikan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, pekerjaan dan penghasilan yang dapat dilihat pada table 2.

**Tabel 2. Karakteristik Responden**

Variabel	Measurement	n	%
Jenis Kelamin	Laki-laki	27	31%
	Perempuan	61	69%
Usia	Dibawah 20 Tahun	12	14%
	20 - 30 Tahun	26	29%
	31 - 40 Tahun	18	20%
	41 - 50 Tahun	12	14%
	Diatas 50 Tahun	20	23%
Pendidikan Terakhir	SD	4	5%
	SMP	9	10%
	SMA	27	31%
	Diploma	17	19%
	S1	31	35%
	S2/S3	4	5%
Pekerjaan	PNS	38	42%
	Pegawai Swasta	0	0%
	Wiraswasta	11	13%
	TNI/POLRI	21	24%
	Lain - lain	18	20%
Penghasilan	<500	10	11%
	500 - 1 juta	19	22%
	1 juta - 2 juta	21	24%
	2 juta - 5 juta	35	40%
	>5 juta	3	3%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 2, dapat diperhatikan bahwa responden jenis kelamin pria sebanyak 27 responden, sedangkan responden jenis kelamin wanita sebanyak 61 responden, dengan sebaran usia 20 tahun sebanyak 12 orang, responeden yang berusia antara 20 - 30 tahun sebanyak 26 orang, respeonden yang berusia 31 - 40 tahun sebanyak 18 orang, responden yang berusia 41 - 50 tahun sebanyak 12 orang, dan yang berusia diatas 50 tahun sebanyak 20 orang, Dengan demikian dapat disimpulkan bahawa jumlah responden terbanyak adalah yang berusia 20 - 30 tahun yaitu sebanyak 26 orang dengan jumlah responden sebesar 29%. Berdasarkan tingkat pendidikan, maka dapat diperhatikan bahwa tidak ada responden yang berpendidikan akhir S2/S3. Responden yang berpendidikan terkhir SD sebanyak 4 orang, SMP sebanyak 9 orang, SMA sebanyak 27 orang, Diploma sebanyak 17 orang, dan responden berdasarkan pendidikan terakhir S1 sebanyak 31 orang. Dengan

demikian dapat disimpulkan bahwa jumlah responden terbanyak berpendidikan terakhir S1 yaitu sebanyak 31 orang, dengan presentase sebanyak 35% total responden. Berdasarkan pekerjaan, maka dapat diketahui bahwa tidak ada responden yang pegawai swasta. Responden berdasarkan pekerjaan PNS sebanyak 38 orang, wiraswasta sebanyak 11 oarang, TNI/POLRI sebanyak 21 orang, dan responden berdasarkan pekerjaan lain - lain (petani atau ibu rumah tangga) sebanyak 18 orang. Berdasarkan penghasilan, dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah yang berpenghasiln 2 juta - 5 juta sebanyak 35 orang, penghasilan <500 sebanyak 10 orang, penghasilan sebesar 500 - 1 juta sebanyak 19 orang, jumlah penghasilan sebesar 1 juta - 2 juta sebanyak 21 orang, dan penghasilan >5 juta sebanyak 3 orang.

Tahap pertama dalam menganalisis data penelitian ini adalah analisis statistik deslriptif. Statistik deskriptif digunakan untuk mencari nilai rata-rata (mean) dan standar deviasi, maksimum dan minimum dari variabel kualitas layanan, kinerja karyawan dan kepuasan pelanggan. Adapun hasil analisis statistik deskriptif dapat dilihat pada tabel 3.

**Tabel 3. Hasil Analisis Statistik Deskriptif**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Layanan	88	2.40	5.00	4.0614	.50411
Kinerja Karyawan	88	1.50	5.00	4.0847	.59497
Kepuasan Nasabah	88	3.00	5.00	4.2273	.54850
Valid N (listwise)	88				

Sumber: Data diolah SPSS 24

Dari tabel 3 dapat dilihat bahwa hasil deskripsi statistik variabel penelitian yang terdiri dari Kualitas Layanan (X1) dengan jumlah data (N) sebanyak 88, mempunyai rata-rata 4.06 % dengan nilai minimum 2.40 dan maksimal 5.0 dengan standardize deviasinya 0.504. Variabel Kinerja Karyawan (X2) dengan jumlah data (N) sebanyak 88 mempunyai rata-rata 4.08% dengan nilai minimum 2.5 dan maksimal 5.00, dengan standardize deviasinya 0.594. Variabel Variabel Kepuasan Nasabah (Y) dengan jumlah data (N) sebanyak 88 mempunyai rata-rata 4.22 dengan nilai minimum 3.00, dan maksimal 5.00 dengan standardize deviasinya 0.548.

Tahap kedua adalah uji instrument data penelitian yang terdiri dari uji validitas dan reliabilitas. Instrumen dikatakan baik apabila instrumen penelitian tersebut memenuhi persyaratan utama yaitu valid (sahih) dan reliabel (andal). Apabila nilai Product Moment hasilnya menunjukkan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka butir pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid. Hasil uji validitas dan reabilitas dapat dilihat pada tabel 4.

**Tabel 4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas**

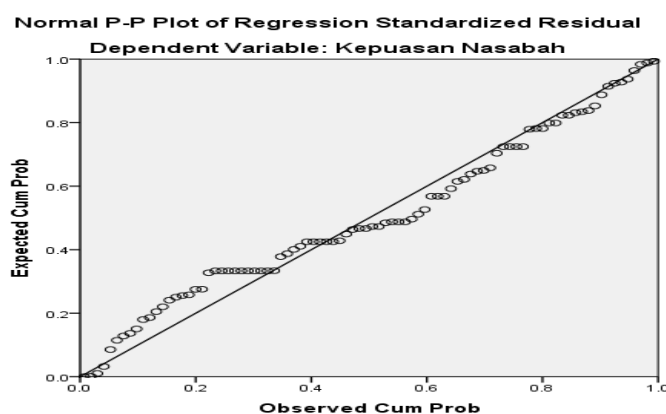


Variabel	Kode	r-hitung	r-table	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Layanan	X1.1	0.801	0,30	0.855	Valid dan reliabel
	X1.2	0.820	0,30		Valid dan reliabel
	X1.3	0.885	0,30		Valid dan reliabel
	X1.4	0.850	0,30		Valid dan reliabel
	X1.5	0.843	0,30		Valid dan reliabel
Kinerja Karyawan	X2.1	0.818	0,30	0.908	Valid dan reliabel
	X2.2	0.885	0,30		Valid dan reliabel
	X2.3	0.858	0,30		Valid dan reliabel
	X2.4	0.877	0,30		Valid dan reliabel
	X2.5	0.885	0,30		Valid dan reliabel
Kepuasan Nasabah	Y1.1	0.892	0,30	0.915	Valid dan reliabel
	Y1.2	0.834	0,30		Valid dan reliabel
	Y1.3	0.914	0,30		Valid dan reliabel
	Y1.4	0.895	0,30		Valid dan reliabel
	Y1.5	0.879	0,30		Valid dan reliabel

Sumber: Data diolah SPSS 24

Berdasarkan tabel 4, nilai r tabel diperoleh dari (degree of freedom)  $df = (n-2)$ , dimana n merupakan jumlah sampel penelitian, jadi nilai  $df = (88-2)$  maka diperoleh sebesar 86, dengan tingkat signifikan sebesar 0.05, maka diperoleh nilai r tabel sebesar 0,30. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel-variabel dari butir pertanyaan tersebut dikatakan valid karena memenuhi asumsi, di mana nilai r hitung > nilai r tabel. Sedangkan hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel-variabel penelitian memenuhi asumsi dan dapat dikatakan reliabel karena memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60.

Tahap ketiga adalah uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas yang bertujuan untuk mengetahui apakah dalam distribusi variabel, baik variabel terikat maupun variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal. Dari gambar 1, dapat dilihat bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa distribusi data adalah normal.



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Selanjutnya uji multikolinearitas yang bertujuan untuk untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antar variabel bebas. Jika terjadi korelasi yang signifikan

antar variabel bebas maka terjadi problem multikolinearitas. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Layanan (X1)	.733	1.373
Kinerja Karyawan (X2)	.733	1.373

Sumber: Data diolah SPSS 24

Dari hasil uji pada tabel 5, ditemukan bahwa nilai Varian Inflation Factor (VIF) dari 2 variabel yaitu Kualitas Layanan (X1) Kinerja Karyawan (X2), lebih kecil dari 5 dan nilai Tolérance tidak kurang dari 1. Maka dapat dikatakan bahwa model regresi terbebas dari problem multikolinearitas.

Selanjutnya uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. metode pengujian yang digunakan Uji Glesjer.

Tabel 6. Uji heteroskedastisitas (Uji Glesjer)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	1 (Constant)	.423	.252		
Kualitas Layanan (X1)	.096	.074	.169	1.297	.181
Kinerja Karyawan (X2)	.129	.064	.278	2.016	.088

Sumber: Data diolah SPSS 24

Dari output pada tabel 6, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi tiga variabel independen lebih dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

Tahap keempat yaitu pengujian seluruh hipotesis melalui uji parsial (uji t), uji simultan (uji f) dan uji koefisien determinasi. Uji T (uji parsial) dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dari masing-masing variabel independen Kualitas Layanan (X1), Kinerja Karyawan (X2), terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Antang, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7. Hasil Uji Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	1 (Constant)	1.116	.372		
X1	.245	.106	.223	2.311	.013
X2	.538	.091	.532	5.912	.000

Sumber: data primer diolah

Berdasarkan tabel 7, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 1,116 + 0,245 X_1 + 0,538 X_2$$

Persamaan tersebut dapat diinterpretasikan bahwa nilai dari  $\beta_0 = 1.107$  nilai konstan, mempunyai arti bahwa, apabila variabel Kualitas Layanan ( $X_1$ ), Kinerja Karyawan ( $X_2$ ), tidak mengalami perubahan, maka Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Antang sebesar 1,116.  $\beta_1 X_1 = 0.245$ , nilai koefisien variabel Kualitas Layanan ( $X_1$ ), hal ini berarti bahwa apabila Kualitas Layanan ( $X_1$ ) meningkat satu persen, maka Kepuasan Nasabah ( $Y$ ) pada Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Antang meningkat sebesar 24.5%.  $\beta_2 X_2 = 0.538$ , nilai koefisien variabel Kinerja Karyawan ( $X_2$ ) hal ini berarti bahwa apabila Kinerja Karyawan ( $X_2$ ) meningkat satu persen, maka Kepuasan Nasabah ( $Y$ ) pada Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Antang sebesar 53.8%,

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 7, diperoleh nilai t hitung = 2.311 dan nilai signifikansi sebesar 0,013, lebih kecil jika dibandingkan dengan tingkat  $\alpha = 5\%$ . Hasil ini menunjukkan bahwa secara parsial Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Antang. Hipotesis pertama terbukti (di terima). Dan hasil penelitian yang menguji pengaruh kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah diperoleh nilai t hitung = 5.912 dan nilai signifikansi sebesar 0,000, lebih besar jika dibandingkan dengan tingkat  $\alpha = 5\%$ . Hasil ini menunjukkan bahwa secara parsial kinerja karyawan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Antang. Hipotesis kedua terbukti (di terima).

Selanjutnya uji F (uji simultan) dimaksudkan untuk menguji secara bersama sama (simultan) pengaruh variabel Kualitas Layanan ( $X_1$ ), Kinerja Karyawan ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Nasabah ( $Y$ ) Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel 8.

**Tabel 8. Hasil Uji Simultan**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	13.288	2	6.644	43.738	.000b
Residual	12.912	85	0.152		
Total	26.200	87			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kinerja Karyawan, Kualitas Layanan

Sumber: data primer diolah

Berdasarkan Tabel 8, diperoleh F-hitung = 43.738 dan r tabel = 3.10, memiliki nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa model regresi yang telah digunakan dapat meningkatkan Kepuasan Nasabah ( $Y$ ) pada Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Antang, secara bersama-sama dan berpengaruh positif dan signifikan. Selanjutnya uji koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui besarnya proporsi sumbangan variabel Kualitas Layanan ( $X_1$ ), Kinerja Karyawan ( $X_2$ ), terhadap Kepuasan Nasabah ( $Y$ ). Koefisien korelasi ( $R$ ) = 0.733 atau 73.3%, menunjukkan kriteria korelasi kuat dan bernilai positif. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel 9.

**Tabel 9. Hasil Uji Korelasi (R)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.733a	.537	.496	.38958

Sumber: Data diolah SPSS 24

Berdasarkan tabel 9 output SPSS 24, diketahui nilai koefisien determinasi atau R Square adalah sebesar 0.537. Nilai R Square 0.537, ini berasal dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi atau "R", yaitu  $0.733 \times 0.733 = 0.537$ , Besarnya angka koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah 0,537 atau sama dengan 53.7%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel Kualitas Layanan (X1), Kinerja Karyawan (X2), secara simultan berhubungan terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y) sebesar 53.7%, sedangkan sisanya ( $100\% - 53.7\% = 46.3\%$ ) dipengaruhi oleh variabel lain atau variable yang tidak diteliti.

## **Pembahasan**

### *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa parsial kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Antang. Pada pembahasan ini dijelaskan bahwa kualitas layanan yang berdasarkan indikator bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Antang. Hal ini sangat penting diterapkan kepada perusahaan untuk dapat meningkatkan kepuasan nasabahnya. Kualitas pelayanan atau customer service ini dapat dibedakan ke dalam dua kriteria yaitu jenis kualitas pelayanan yang baik dan kualitas pelayanan yang buruk. Kualitas pelayanan ini bukanlah suatu hal yang permanen atau kaku, melainkan fleksibel dan dapat dirubah. Perubahan ini tentunya berupa peningkatan kualitas pelayanan agar semakin lebih baik lagi. Dalam proses perubahan kualitas pelayanan tersebut diperlukan beberapa hal untuk menunjang prosesnya. Misalnya survei atau observasi kepada pelanggan, termasuk didalamnya berupa masukan, pendapat maupun feedback tentang pelayanan yang telah diberikan. Kualitas pelayanan ini dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan nasabah. Sedangkan tingkat kepuasan tamu ini sendiri dapat diperoleh dari perbandingan atas jenis pelayanan yang nyata diterima oleh nasabah dengan jenis pelayanan yang diharapkan.

Jenis kualitas pelayanan yang baik adalah jenis pelayanan yang memuaskan dan sesuai dengan pelayanan yang diharapkan oleh nasabah. Namun jika pelayanan ini dapat melampaui harapan nasabah, maka jenis kualitas pelayanan ini dapat dikategorikan sebagai pelayanan yang sangat berkualitas atau sangat memuaskan. Pelayanan memiliki pengertian yaitu terdapatnya dua unsur atau kelompok orang dimana masing-masing saling membutuhkan dan memiliki keterkaitan, oleh karena itu peranandan fungsi yang melekat pada masing-masing unsur tersebut berbeda. Hal-hal yang menyangkut tentang pelayanan yaitu faktor manusia yang melayani, alat atau fasilitas yang digunakan untuk memberikan pelayanan, mekanisme kerja yangdigunakan dan bahkan sikap masing-masing orang yang memberi pelayanan danyang dilayani. Kualitas pelayanan ini menjadi penting karena akan berdampak langsung pada citra perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik akan menjadi sebuah keuntungan bagi perusahaan. Bagaimana tidak, jika suatu perusahaan sudah mendapat nilai positif di mata konsumen, maka konsumen tersebut akan memberikan feedback yang baik, serta bukan tidak mungkin akan menjadi pelanggan tetap atau repeat buyer. Maka dari itu, sangat penting untuk mempertimbangkan aspek kepuasan pelanggan terkait kualitas pelayanan yang diberikan. Jenis-jenis pelayanan yang dapat diberikan misalnya berupa kemudahan, kecepatan, kemampuan, dan

keramahamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan tindakan langsung kepada nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut berarti kepuasan nasabah dipengaruhi perubahan kualitas layanan. Semakin baik kualitas layanan yang diberikan pihak Bank SulutGo maka kepuasan nasabah akan semakin meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Mawey et al., 2018; Pontoh et al., 2014) yang menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

#### *Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kinerja karyawan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Antang. Pada pembahasan ini dijelaskan bahwa kinerja karyawan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Antang. Hal ini sangat penting diterapkan kepada perusahaan untuk dapat meningkatkan kepuasannya, adapun indikator dari kinerja karyawan adalah disiplin, tanggung jawab, kecepatan atau ketepatan waktu, keramahan dan kesopanan, dan hubungan baik antara karyawan dan nasabah. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya respon nasabah yang menjawab sangat setuju pada pertanyaan kuesioner yang diajukan. Dari hasil perhitungan frekuensi jawaban responden, maka diantara kelima pertanyaan sesuai indikator dalam kualitas layanan yang paling rendah adalah kecekatam sehingga dalam kinerja karyawan yang perlu diperhatikan adalah pelatihan karyawan dalam menanggapi kebutuhan nasabah.

Jika karyawan mampu menunjukkan kinerja yang tinggi dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, maka para nasabh akan merasakan kenyamanan dan tidak mengeluh. Hal tersebut menandakan bahwa nasabag merasa puas ketika menggunakan jasa layanan bank. Sebaliknya, jika karyawan bekerja asal-asalan, tidak ramah, malas, menunjukkan performa yang buruk dalam memberikan pelayanan, maka nasabah akan komplain atau mengeluh. Ketika ada komplain atau keluhan dari nasabh, menandakan bahwa nasabh tidak merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Hasil penelitian ini mendukung teori dan penelitian-penelitian sebelumnya yang mengkaji tentang pengaruh kinerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan, seperti (Agung, 2014; Ismawanto et al., 2020) dalam penelitiannya memperoleh kesimpulan bahwa kinerja karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik kinerja karyawan, maka konsumen akan semakin terpuaskan. Pelanggan akan menyatakan puas, jika perusahaan yang diwakili karyawan mereka mampu memberikan kinerja layanan sesuai dengan harapan konsumen. Hal ini akan menyebabkan konsumen akan melakukan pembelian ulang atas jasa yang ditawarkan perusahaan. Jadi, kepuasan pelanggan akan terbentuk jika karyawan berkinerja tinggi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa baik secara parsial maupun simultan, variabel kualitas layanan dan kinerja karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Antang. Hal ini berarti semakin baik kualitas layanan yang diberikan dan semakin baik kinerja karyawan, maka akan



mempengaruhi dan meningkatkan kepuasan nasabah. Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan maka adapun saran – saran yang dapat diberikan sehubungan dengan hasil penelitian ini adalah: 1. Disarankan pada Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Antang memperhatikan faktor yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan lebih meningkatkan kualitas layanan dan kinerja karyawan terhadap setiap nasabah yang datang ke kantor tersebut. 2. Disarankan bagi peneliti selanjutnya agar menambahkan variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.

## Referensi :

- Agung, D. (2014). Pengaruh kualitas layanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah koperasi pondok pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro. UNS (Sebelas Maret University). <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/41893>
- Alfian, M. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Central Asia Cabang Madiun. Stie mahardhika surabaya. <http://repository.stiemahardhika.ac.id/1581/>
- Amelia, R., & Rodhiyah, R. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan pasien (studi kasus pada pasien rawat inap RS. Pelabuhan Jakarta). Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 5(4), 163–172. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/13498>
- Hindarsah, I. (2021). The influence of service quality, emotional marketing and spiritual marketing on customer satisfaction. Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT), 12(3), 3685–3689. <https://turcomat.org/index.php/turkbilmat/article/view/1650>
- Ismawanto, T., Setianegara, R. G., & Rahmani, S. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan kinerja karyawan frontliner terhadap kepuasan nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Balikpapan Sudirman Unit Klandasan. Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan, 16(1), 1–11. <https://dx.doi.org/10.31940/jbk.v16i1.1713>
- Jodi, I. W. G. A. S. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Artha Adyamurthi Di Kediri Tabanan. Jurnal Ilmiah Satyagraha, 1(2), 103–110. <https://doi.org/10.47532/jis.v1i2.47>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). A framework for marketing management. Pearson Boston, MA.
- Lee, S. M., Lee, D., & Kang, C.-Y. (2012). The impact of high-performance work systems in the health-care industry: employee reactions, service quality, customer satisfaction, and customer loyalty. The Service Industries Journal, 32(1), 17–36. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02642069.2010.545397>
- Lubis, L. A. P., Cahyono, Y. T., & MM, A. (2018). Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada KOPMA UMS). Universitas Muhammadiyah Surakarta. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/67701>
- Maohizatul, H. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah (studi kasus pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram). Universitas Muhammadiyah Mataram. <http://repository.ummat.ac.id/365/>
- Mawey, T. C., Tumbel, A., & Ogi, I. W. J. (2018). Pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Sulutgo. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 6(3). <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20106>
- Nunkoo, R., Teeroovengadum, V., Ringle, C. M., & Sunnassee, V. (2020). Service quality and customer satisfaction: The moderating effects of hotel star rating. International Journal of Hospitality Management, 91, 102414. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431918310508>

- Pakurár, M., Haddad, H., Nagy, J., Popp, J., & Oláh, J. (2019). The service quality dimensions that affect customer satisfaction in the Jordanian banking sector. *Sustainability*, 11(4), 1113. <https://www.mdpi.com/415378>
- Paul, J., Mittal, A., & Srivastav, G. (2016). Impact of service quality on customer satisfaction in private and public sector banks. *International Journal of Bank Marketing*. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJBM-03-2015-0030/full/html>
- Pontoh, M. B., Kawet, L. K., & Tumbuan, W. A. (2014). Kualitas layanan, citra perusahaan dan kepercayaan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah Bank Bri Cabang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3). <https://doi.org/10.35794/emba.2.3.2014.5502>
- Pratiwi, A. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Kota Pinang. IAIN Padangsidimpuan. <http://etd.iain-padangsidimpuan.ac.id/6969/>
- Prentice, C., Dominique Lopes, S., & Wang, X. (2020). The impact of artificial intelligence and employee service quality on customer satisfaction and loyalty. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(7), 739–756. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/19368623.2020.1722304>
- Ramachandran, A., & Chidambaram, V. (2012). A review of customer satisfaction towards service quality of banking sector. *Periodica Polytechnica Social and Management Sciences*, 20(2), 71–79. <https://pp.bme.hu/so/article/view/1570>
- Rao, P. S., & Sahu, P. C. (2013). Impact of service quality on customer satisfaction in hotel industry. *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 18(5), 39–44. <https://www.academia.edu/download/34068822/F01853944.pdf>
- Sasongko, N., & Putri, E. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan (studi pada Universitas Muhammadiyah Surakarta). <https://publikasiilmiah.ums.ac.id/xmlui/handle/11617/9237>
- Selvakumar, J. J. (2015). Impact of service quality on customer satisfaction in public sector and private sector banks. *PURUSHARTHA-A Journal of Management, Ethics and Spirituality*, 8(1), 1–12. <http://journals.smsvaranasi.com/index.php/purushartha/article/view/62>
- Shanka, M. S. (2012). Bank service quality, customer satisfaction and loyalty in Ethiopian banking sector. *Journal of Business Administration and Management Sciences Research*, 1(1), 1–9. [https://www.researchgate.net/profile/Mesay-Sata-Shanka/publication/281823265\\_Bank\\_Service\\_Quality\\_Customer\\_Satisfaction\\_and\\_Loyalty\\_in\\_Ethiopian\\_Banking\\_Sector/links/57fbd2e908ae329c3d497c9f/Bank-Service-Quality-Customer-Satisfaction-and-Loyalty-in-Ethiopian-Banking-Sector.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Mesay-Sata-Shanka/publication/281823265_Bank_Service_Quality_Customer_Satisfaction_and_Loyalty_in_Ethiopian_Banking_Sector/links/57fbd2e908ae329c3d497c9f/Bank-Service-Quality-Customer-Satisfaction-and-Loyalty-in-Ethiopian-Banking-Sector.pdf)
- Sitorus, T., & Yustisia, M. (2018). The influence of service quality and customer trust toward customer loyalty: the role of customer satisfaction. *International Journal for Quality Research*, 12(3), 639. <http://www.ijqr.net/journal/v12-n3/6.pdf>
- Sugiyono. (2013). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan tindakan.
- Sunyoto, D. (2012). Manajemen sumber daya manusia. Yogyakarta: CAPS (center for academic publishing service).