



Nama Formulir:

**Lembar
Pengesahan
Karya Ilmiah**

No. FR-003/PR-003/KB-02-01/MMP/UPM/2020

Issue/Revisi

1

Tgl Berlaku

15 Juli 2020

Halaman

1

Yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama Lengkap Dr. Iyus Wiadi
Jabatan Dosen Tetap
Program Studi Manajemen
NIP _____

Telah melakukan penelaahan karya ilmiah berjudul:

Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Jasa di Bank Permata Cabang Bintaro dengan Metode SERVQUAL

Dan menyatakan bahwa karya ilmiah tersebut sudah memenuhi kaidah penulisan ilmiah dan oleh karenanya layak diajukan untuk keperluan unggah karya ilmiah di Universitas Paramadina, atas nama:

Nama Lengkap Zahrah Ulum
Jenjang S1
Program Studi Manajemen
NIM 118208023

Demikian hasil penelaahan atas karya ilmiah ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Jakarta, 16 Juli 2021

Penelaah,

NIP: _____

ANALISIS KEPUASAN NASABAH TERHADAP PELAYANAN JASA DI BANK PERMATA CABANG BINTARO DENGAN METODE SERVQUAL

Zahrah Ulum
Adrian Azhar Wijanarko
Universitas Paramadina
zahrah.ulum@students.paramadina.ac.id

Abstract

The services provided by a company have been conventionally proven to affect customer satisfaction. This encourages every company to be able to provide the best service to each of its customers. One of the service providers is a company that provides banking services. One of the banking companies in Indonesia today is PT. Permata Bank., Tbk. To create a sense of satisfaction to customers, PT. Permata Bank., Tbk. improve services with the quality of services provided to each of its customers. SERVQUAL is a tool or method to identify the level or level of service quality of a service industry which consists of five dimensions of service quality are reliability, assurance, tangible, empathy and responsiveness.

Keywords: Customer Satisfaction, The Services, SERVQUAL Method

Abstrak

Pelayanan Jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan telah terbukti secara konvensional mempengaruhi Kepuasan Nasabah. Hal ini mendorong setiap perusahaan untuk dapat memberikan pelayanan jasa yang terbaik kepada setiap nasabahnya. Salah satu perusahaan penyedia jasa pelayanan adalah perusahaan yang menyediakan jasa pelayanan perbankan. Salah satu perusahaan perbankan yang ada di Indonesia saat ini adalah PT. Bank Permata., Tbk. Untuk mewujudkan rasa kepuasan kepada nasabah, PT. Bank Permata., Tbk. meningkatkan pelayanan dengan kualitas jasa yang diberikan kepada setiap nasabahnya. *SERVQUAL* merupakan suatu alat atau metode untuk mengidentifikasi tingkat atau level kualitas pelayanan suatu industri jasa yang terdiri dari lima dimensi kualitas pelayanan yaitu kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), bentuk fisik (*tangible*), empati (*empathy*) dan daya tanggap (*responsiveness*).

Kata kunci: Kepuasan Nasabah, Pelayanan Jasa, Metode *SERVQUAL*

JEL Classification : M41, M42

Article history: Submission date:

Revised date:

Accepted date:

PENDAHULUAN

Tingkat persaingan dalam industri pelayanan semakin hari kian semakin ketat dalam beberapa dekade terakhir ini. Hal ini bukan hanya terjadi di tingkat dunia tetapi juga di tingkat regional maupun lokal. Perusahaan yang mengutamakan kualitas jasa yang dihasilkannya yang dapat bertahan dalam kompetisi seperti, karena salah satu penentu kesuksesan suatu perusahaan adalah kualitas pelayanan yang dimiliki oleh perusahaan tersebut.

Parasruman et al., (1990:19) mendefinisikan kualitas layanan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dengan harapan para nasabah atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan memiliki dua bagian yang sangat penting yaitu kualitas dalam pengertian yang nyata (*tangible quality*) maksudnya adalah dimana kita dapat mengukur kualitas ini berdasarkan jasa atau produk yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan, dan kualitas harapan (*expected quality*) yaitu maksudnya adalah dimana kita dapat mengukur kualitas ini berdasarkan harapan nasabah saat menggunakan suatu jasa atau produk yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan. Tetapi seringkali apa yang diharapkan oleh nasabah tidak sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Hal ini dapat disebabkan karena perusahaan tidak mencari tahu dan tidak dapat memahami keinginan dan harapan dari nasabah terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Hal ini juga dapat disebabkan karena adanya kesalahan persepsi yang dianut oleh sebuah perusahaan terkait hal yang diharapkan oleh nasabahnya sehingga dapat menimbulkan gap antara ekspektasi yang diharapkan oleh nasabah dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Agar dapat terciptanya kesesuaian antara kualitas aktual yang dirasakan nasabah dengan kualitas harapan yang diinginkan nasabah, perusahaan harus bisa meniadakan kesenjangan yang terdapat pada pelayanan yang diberikan dengan pelayanan yang diharapkan dengan cara menyajikan yang terbaik dari perusahaan agar dapat memenuhi ekspektasi yang diinginkan oleh nasabah.

Menurut pengertiannya, kepuasan nasabah adalah hasil dari penilaian seseorang terhadap suatu kualitas jasa atau produk. Rasa kepuasan untuk seorang nasabah juga dapat di artikan sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman dalam mengonsumsi sebuah jasa atau produk.

Untuk dapat mencapai *competitive advantage*, meningkatkan pangsa pasar, dan dapat memasuki persaingan, tercapainya kepuasan nasabah merupakan suatu hal yang harus dicapai oleh perusahaan agar dapat mencapai hal tersebut. Jika suatu jasa atau produk dapat memberikan kepuasan yang lebih bernilai kepada seorang nasabah dibandingkan jasa atau produk milik pesaing, bukan tidak mungkin jika nasabah tetap akan loyal pada suatu jasa atau produk tersebut.

Selain manfaat yang didapat yaitu dapat mempertahankan nasabah, manfaat yang juga dapat diperoleh oleh perusahaan jika mampu memberikan kepuasan pada nasabah adalah nasabah akan dapat *sharing* mengenai hal yang menyenangkan tentang perusahaan, produk yang dikeluarkan oleh perusahaan, menggunakan lebih banyak produk perusahaan, serta sudah tidak terlalu memedulikan produk pesaing karena nasabah sudah memiliki kenyamanan pada perusahaan. Diperlukan komitmen yang kuat dari manajemen sebuah perusahaan serta pengetahuan yang tepat terkait persepsi dan keinginan nasabah agar dapat mencapai kepuasan nasabah ini.

Salah satu perusahaan yang menyediakan jasa pelayanan ialah perusahaan jasa pelayanan perbankan. Jasa pelayanan perbankan merupakan salah satu industri jasa yang terus melakukan perkembangan seiring dengan kemajuan teknologi dengan tujuan memberikan yang terbaik bagi setiap nasabahnya. Salah satu perusahaan perbankan yang ada di Indonesia saat ini adalah PT. Bank Permata., Tbk.

Untuk mewujudkan rasa kepuasan kepada nasabah, PT. Bank Permata., Tbk. meningkatkan pelayanan dengan kualitas jasa yang diberikan kepada setiap nasabahnya. Setiap perusahaan diharuskan untuk dapat memberikan nilai yang baik dalam hal pelayanan jasa, maka dari itu setiap nasabah mengharapkan pelayanan yang diterima lebih cepat, efisien dan lebih baik. Jika hal tersebut

tidak dihiraukan, maka dapat menumbuhkan ketidakseimbangan antara harapan dan keinginan nasabah dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan khususnya Bank Permata.

Bank Permata pernah meraih lima penghargaan dalam *Banking Service Excellence Awards* tahun 2020 dari Majalah Infobank dan *Marketing Research Indonesia* (MRI), lima penghargaan tersebut diantaranya, *Best Overall Performance (Plus Digital)*, *Best Walk-in Channel, Teller, Convient Branch Experience*, dan *SMS Banking* (www.mediaindonesia.com). Sebagai bank peraih penghargaan *Banking Service Excellence Awards*, maka penting bagi Bank Permata untuk memberikan pelayanan kualitas yang jauh lebih baik untuk nasabahnya. Untuk meningkatkan kualitas layanan yang dimiliki agar semakin baik, maka Bank Permata harus terlebih dahulu mengetahui aspek layanan apa saja yang dirasa penting bagi nasabahnya, lalu mengetahui kinerja perusahaan pada aspek-aspek layanan yang ada, Dengan demikian, jika terjadi ketimpangan. Perusahaan dapat melakukan perbaikan agar dapat menjadi lebih baik.

SERVQUAL adalah suatu metode atau alat yang dapat dijadikan sebuah media untuk dapat menganalisis atau mengidentifikasi sebuah level dan tingkat suatu kualitas pelayanan dari sebuah industri perusahaan jasa yang terdiri dari lima dimensi kualitas pelayanan yaitu bentuk fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*).

Dengan menggunakan metode *SERVQUAL* kita dapat mengetahui apa saja faktor-faktor yang dapat mempengaruhi sebuah pelayanan, apa saja faktor-faktor yang perlu diperbaiki agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan, serta apakah kinerja kualitas pelayanan yang diharapkan oleh nasabah sudah sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Kepuasan Nasabah

Satisfaction atau kepuasan menurut Irawan (2009) adalah sebuah kata dari bahasa latin yaitu satis yang berarti *enough* atau cukup dan *farece* yang berarti *to do* atau melakukan. Sebuah jasa atau produk yang dapat memberikan rasa kepuasan kepada nasabahnya ialah sebuah jasa atau produk yang dapat memberikan sesuatu yang dicari oleh nasabah sampai pada tingkat cukup. Rasa kepuasan nasabah merupakan sebuah hasil penilaian bahwa pelayanan jasa atau produk sudah berhasil memberikan kenikmatan dimana taraf pemenuhan ini dapat kurang atau lebih.

Menurut Kotler dan Keller (2009) *satisfaction* atau kepuasan adalah perasaan saat kita memiliki suatu ekspektasi dan membandingkannya dengan sebuah jasa atau produk yang sedang atau pernah kita gunakan. Jika nasabah tidak puas maka kinerja jauh dari harapannya. jika nasabah puas maka kinerja sesuai dengan harapannya, dan jika nasabah merasa sangat senang dan puas maka kinerja melebihi harapannya.. Dari definisi ini, dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah sebuah perasaan seperti rasa senang, sedih, maupun kecewa yang dialami oleh seseorang terhadap sebuah jasa atau produk yang ditawarkan dengan ekspektasi yang sudah diharapkan sebelumnya.

Hal yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah dapat dilihat dari ukuran atau dimensi kepuasan nasabah menurut Kotler (2011), yaitu:

1. Tetap setia
Nasabah akan menjadi loyal dan setia jika mereka merasa terpuaskan. Nasabah akan cenderung menggunakan jasa atau produk berulang dari sebuah perusahaan yang sama jika nasabah sudah merasa puas terhadap jasa atau produk yang digunakannya.
2. Membeli produk yang ditawarkan
Keinginan untuk menggunakan sebuah jasa yang ditawarkan atau membeli sebuah produk karena ingin menghindari pengalaman yang buruk dan ingin mengulang pengalaman yang baik.
3. Merekomendasikan produk
Kepuasan nasabah merupakan faktor yang mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*) yang bersifat positif. Hal ini dapat berupa nasabah mengatakan hal yang baik terkait jasa atau produk perusahaan dan merekomendasikan kepada teman temannya yang lain.
4. Bersedia membayar lebih
Nasabah cenderung menggunakan harga sebagai patokan kepuasan. Nasabah cenderung berfikir kualitas akan menjadi lebih ketika harga lebih tinggi.
5. Memberi masukan
Walaupun kepuasan sudah tercapai, nasabah selalu menginginkan yang lebih lagi, maka nasabah akan memberi saran dan masukan agar harapan serta keinginan mereka dapat tercapai.

Layanan Jasa

Pelayanan adalah suatu kinerja ataupun tindakan yang dapat diberikan kepada orang lain (Kotler, 2003). Pelayanan nasabah juga dapat diartikan sebagai setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan apapun (Kotler, 2003).

Pada dasarnya, manfaat, aktivitas serta kepuasan nasabah merupakan sebuah bentuk pelayanan yang tidak berwujud. Hal ini diungkapkan oleh Gronroos yang dikutip oleh Tjiptono (2011) yang menyatakan bahwa pelayanan merupakan proses yang terdiri dari serangkaian aktivitas yang bersifat *intangibile* (tidak berwujud). Dari definisi ini, dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan suatu aktivitas yang disajikan oleh sebuah perusahaan dan diberikan kepada nasabah yang merupakan sebuah bentuk

pelayanan yang tidak berwujud dengan tujuan untuk dapat menyelesaikan masalah dan menjadi solusi untuk nasabah.

Dalam dunia perbankan, jasa merupakan suatu hal yang tidak berwujud. Meskipun kita melihat bentuk usaha secara fisik, tetapi yang dijual sebenarnya adalah jasa (Ujang, 2015). Sehingga, dapat diartikan pelayanan perbankan ialah suatu kegiatan yang diciptakan oleh bank itu sendiri yang bertujuan untuk memberikan rasa puas bagi nasabahnya.

SERVQUAL

Secara teoritis, kajian yang akan dijelaskan ini diperoleh dari konsep SERVQUAL (meliputi *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty*) dan model e-SERVQUAL atau yang biasa disebut kualitas layanan online yang meliputi *efficiency, reliability, fulfillment, privacy, responsiveness, kompensasi* dan *contact* (Zeithaml, 2002).

Dimensi dari kualitas layanan, antara lain (Roger, 2013) :

1. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan untuk dapat menyajikan sebuah pelayanan sesuai dengan janji yang telah dibuat. Dari berbagai industri jasa, nasabah sering menganggap dimensi ini ialah dimensi yang paling penting.
2. *Responsiveness* (ketanggapan), yaitu respon atau kesigapan dalam membantu nasabah dan memberikan pelayanan yang tanggap dan cepat.
3. *Assurance* (jaminan), dapat didefinisikan sebagai kemampuan dalam menyampaikan kepercayaan dan keyakinan. Hal ini meliputi keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan nasabah terhadap perusahaan.
4. *Emphaty* (empati), yaitu perhatian secara individu yang diberikan perusahaan kepada nasabah seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan nasabah dan usaha perusahaan untuk memahami kegiatan dan kebutuhan nasabahnya.
5. *Tangibles* (bukti langsung), yaitu penampilan karyawan, fasilitas fisik, perlengkapan, personil dan bahan komunikasi.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif atau dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. (Sugiyono, 2008). Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2008). Penelitian kuantitatif memfokuskan kajian pada faktor-faktor khusus atau tertentu yang mempengaruhi terjadinya gejala sosial, dan hasilnya dapat digeneralisasi kapanpun dan di mana pun (Martono, 2011).

Sampel dan Prosedur Penelitian

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti (Martono, 2011). Sampel dapat didefinisikan sebagai anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi (Martono, 2011). Sampel dalam penelitian ini, diambil dari 117 nasabah Bank Permata Cabang Bintaro.

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Probability Sampling* dengan menggunakan teknik *Cluster Random Sampling*. Data penelitian ini diperoleh melalui kuisioner karena merupakan alat yang sangat cocok untuk mendapatkan data kuantitatif (Walliman, 2011).

Kuesioner penelitian ini adalah kuesioner dengan tipe terstruktur-tertutup (closed format questions) artinya responden harus memilih dari satu set jawaban yang diberikan, cenderung cepat dijawab, mudah untuk dikodekan dan tidak memerlukan keterampilan menulis khusus dari responden dan kemungkinan jawaban telah dibatasi oleh peneliti (Walliman, 2011). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti sudah dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden (Sugiyono, 2008).

Kuesioner terstruktur dalam penelitian ini memberikan alternative respon kepada responden berupa pilihan jawaban skala, yaitu instrument atau mekanisme untuk membedakan individu dalam hal variabel minat yang dipelajari (Sekaran, 2006). Skala yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini adalah Skala Likert yaitu skala yang mengukur tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap serangkaian pernyataan (Sekaran, 2006). Skala Likert dalam kuesioner penelitian ini menggunakan 6 titik panduan (anchors) dari "Sangat Tidak Setuju" sampai "Sangat Setuju" yang penskalaannya dikategorikan ke dalam skala ordinal.

Penelitian diukur menggunakan SPSS yang dikembangkan oleh Norman H. Nie dan C. Hadlai Hull. Nilai alphanya adalah 0,895. Contoh item pernyataannya adalah sebagai berikut:

- Bank Permata Cabang Bintaro memiliki perlengkapan yang terlihat modern.
- Fasilitas fisik dari Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro menarik secara visual.
- Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro berpenampilan rapi.
- Materi komunikasi perusahaan (seperti pamphlet atau pernyataan) di Bank Permata Cabang Bintaro menarik secara visual.
- Ketika Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro berjanji untuk melakukan sesuatu pada waktu-waktu tertentu, janji tersebut ditepati.
- Ketika anda mempunyai masalah, Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro menunjukkan minat yang tulus untuk menyelesaikannya.
- Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro menyediakan pelayanannya pada waktu yang telah dijanjikannya.
- Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro sangat berupaya untuk menyimpan data dengan cepat.
- Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro memberitahu anda secara akurat mengenai kapan pelayanan akan diberikan.
- Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro memberikan anda pelayanan dengan cepat.
- Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro selalu siap membantu anda.
- Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro tidak pernah terlalu sibuk untuk merespon permintaan anda.
- Sikap karyawan Bank Permata Cabang Bintaro menciptakan kenyamanan bagi nasabah.
- Anda merasa nyaman saat bertransaksi dengan Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro.
- Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro dengan konsisten bersikap santun kepada anda.
- Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan anda.
- Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro memberikan anda perhatian secara personal.
- Bank Permata Cabang Bintaro memiliki waktu operasi yang cocok bagi semua nasabahnya.
- Bank Permata Cabang Bintaro memiliki nilai terbaik menurut anda dibandingkan dengan Bank lainnya.
- Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro mengerti kebutuhan khusus anda.

HASIL DAN DISKUSI

Hasil

Uji validitas telah dilakukan terhadap instrumen penelitian. Pengujian ini menggunakan uji Pearson Correlation dengan nilai R table 0.3610. Hasil uji validitas alat ukur disajikan pada tabel di bawah ini :

Tabel 1 Uji Validitas *Pre-Test*

Variabel	Koding	Item Pernyataan	Nilai Uji Validitas	Nilai R Tabel	Hasil Uji Validitas
Tangibles	TAN1	Bank Permata Cabang Bintaro memiliki perlengkapan yang terlihat modern.	0.543	0.163	Valid
	TAN2	Fasilitas fisik dari Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro menarik secara visual.	0.665	0.163	Valid
	TAN3	Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro berpenampilan rapi.	0.618	0.163	Valid
	TAN4	Materi komunikasi perusahaan (seperti pamphlet atau pernyataan) di Bank Permata Cabang Bintaro menarik secara visual.	0.546	0.163	Valid
Reliability	REL1	Ketika Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro berjanji untuk melakukan sesuatu pada waktu-waktu tertentu, janji tersebut ditepati.	0.582	0.163	Valid
	REL2	Ketika anda mempunyai masalah, Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro menunjukkan minat yang tulus untuk menyelesaikannya.	0.572	0.163	Valid
	REL3	Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro menyediakan pelayanannya pada waktu yang telah dijanjikannya.	0.569	0.163	Valid
	REL4	Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro sangat berupaya untuk menyimpan data dengan cepat.	0.538	0.163	Valid
Responsiveness	RES1	Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro memberitahu anda secara akurat mengenai kapan pelayanan akan diberikan.	0.576	0.163	Valid
	RES2	Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro memberikan anda pelayanan dengan cepat.	0.574	0.163	Valid
	RES3	Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro selalu siap membantu anda.	0.534	0.163	Valid
	RES4	Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro tidak pernah terlalu sibuk untuk merespon permintaan anda.	0.517	0.163	Valid
Assurance	AS1	Sikap karyawan Bank Permata Cabang Bintaro menciptakan kenyamanan bagi pelanggan.	0.735	0.163	Valid
	AS2	Anda merasa nyaman saat bertransaksi dengan Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro.	0.714	0.163	Valid
	AS3	Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro dengan konsisten bersikap santun kepada anda.	0.619	0.163	Valid
	AS4	Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan anda.	0.588	0.163	Valid
Emphaty	EMP1	Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro memberikan anda perhatian secara personal.	0.868	0.163	Valid
	EMP2	Bank Permata Cabang Bintaro memiliki waktu operasi yang cocok bagi semua nasabahnya.	0.884	0.163	Valid
	EMP3	Bank Permata Cabang Bintaro memiliki nilai terbaik menurut anda dibandingkan dengan Bank lainnya.	0.811	0.163	Valid
	EMP4	Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro mengerti kebutuhan khusus anda.	0.731	0.163	Valid

Source: Hasil Pengolahan Data Primer (2021)

Berdasarkan data dalam Tabel dapat dilihat bahwa semua item pernyataan valid. Langkah selanjutnya dalam pengujian instrument ini adalah uji reliabilitas. Pengujian reliabilitas penelitian ini dilakukan dengan menguji semua variable dan hasilnya ditampilkan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 2 Uji Reliabilitas *Pre-Test*

Variabel	Koding	Item Pernyataan	Conbranch Alpha	Hasil Uji Reliabilitas
Tangibles	TAN1	Bank Permata Cabang Bintaro memiliki perlengkapan yang terlihat modern.	0.895	Reliabilitas Sangat Baik
	TAN2	Fasilitas fisik dari Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro menarik secara visual.		
	TAN3	Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro berpenampilan rapi.		
	TAN4	Materi komunikasi perusahaan (seperti pamphlet atau pernyataan) di Bank Permata Cabang Bintaro menarik secara visual.		
Reliability	REL1	Ketika Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro berjanji untuk melakukan sesuatu pada waktu-waktu tertentu, janji tersebut ditepati.	0.665	Reliabilitas Baik
	REL2	Ketika anda mempunyai masalah, Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro menunjukkan minat yang tulus untuk menyelesaikannya.		
	REL3	Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro menyediakan pelayanannya pada waktu yang telah dijanjikannya.		
	REL4	Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro sangat berupaya untuk menyimpan data dengan cepat.		
Responsiveness	RES1	Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro memberitahu anda secara akurat mengenai kapan pelayanan akan diberikan.	0.793	Reliabilitas Baik
	RES2	Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro memberikan anda pelayanan dengan cepat.		
	RES3	Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro selalu siap membantu anda.		
	RES4	Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro tidak pernah terlalu sibuk untuk merespon permintaan anda.		
Assurance	AS1	Sikap karyawan Bank Permata Cabang Bintaro menciptakan kenyamanan bagi pelanggan.	0.709	Reliabilitas Baik
	AS2	Anda merasa nyaman saat bertransaksi dengan Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro.		
	AS3	Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro dengan konsisten bersikap santun kepada anda.		
	AS4	Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan anda.		
Emphaty	EMP1	Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro memberikan anda perhatian secara personal.	0.842	Reliabilitas Sangat Baik
	EMP2	Bank Permata Cabang Bintaro memiliki waktu operasi yang cocok bagi semua nasabahnya.		
	EMP3	Bank Permata Cabang Bintaro memiliki nilai terbaik menurut anda dibandingkan dengan Bank lainnya.		
	EMP4	Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro mengerti kebutuhan khusus anda.		

Source: Hasil Pengolahan Data Primer (2021)

Batas minimal reliabilitas yaitu 0.60. Berdasarkan data dalam Tabel 2 dapat dilihat bahwa semua variabel memiliki reliabilitas yang baik.

Tabel 3
Analisis Deskriptif Berdasarkan Variabel *Tangibles*

Variabel	Koding	Item Pernyataan	N	Mean
Tangibles	TAN1	Bank Permata Cabang Bintaro memiliki perlengkapan yang terlihat modern.	117	5,29
	TAN2	Fasilitas fisik dari Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro menarik secara visual.	117	5,17
	TAN3	Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro berpenampilan rapi.	117	5,58
	TAN4	Materi komunikasi perusahaan (seperti pamphlet atau pernyataan) di Bank Permata Cabang Bintaro menarik secara visual.	117	5,48

Source: Hasil Pengolahan Data Primer (2021)

Dari **Tabel 3** dapat dilihat bahwa nasabah Bank Permata Cabang Bintaro merasa bahwa tampilan fisik (*tangible*) yang dimiliki dan disajikan oleh Bank Permata sudah baik, yaitu rata-rata 5 (dari skala 6). Artinya, secara umum nasabah merasa puas dengan tampilan fisik yang disajikan oleh Bank Permata Cabang Bintaro. Dari 4 item pernyataan yang disajikan dalam penelitian ini, item yang memiliki nilai tertinggi adalah item TAN3 dengan nilai 5,58.

Tabel 4
Analisis Deskriptif Berdasarkan Variabel *Reliability*

Variabel	Koding	Item Pernyataan	N	Mean
Reliability	REL1	Ketika Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro berjanji untuk melakukan sesuatu pada waktu-waktu tertentu, janji tersebut ditepati.	117	4,83
	REL2	Ketika anda mempunyai masalah, Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro menunjukkan minat yang tulus untuk menyelesaikannya.	117	4,84
	REL3	Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro menyediakan pelayanannya pada waktu yang telah dijanjikannya.	117	4,95
	REL4	Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro sangat berupaya untuk menyimpan data dengan cepat.	117	5,55

Source: Hasil Pengolahan Data Primer (2021)

Dari **Tabel 4** dapat dilihat bahwa nasabah Bank Permata Cabang Bintaro merasa bahwa kehandalan (*Reliability*) yang dimiliki oleh Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro sudah baik, yaitu rata-rata 5 (dari skala 6). Artinya, secara umum nasabah merasa puas dengan kehandalan yang dimiliki oleh Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro. Dari 4 item pernyataan yang disajikan dalam penelitian ini, item yang memiliki nilai tertinggi adalah item REL4 dengan nilai 5,55.

Tabel 5
Analisis Deskriptif Berdasarkan Variabel *Responsiveness*

Variabel	Koding	Item Pernyataan	N	Mean
Responsiveness	RES1	Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro memberitahu anda secara akurat mengenai kapan pelayanan akan diberikan.	117	5,11
	RES2	Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro memberikan anda pelayanan dengan cepat.	117	4,71
	RES3	Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro selalu siap membantu anda.	117	5,42
	RES4	Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro tidak pernah terlalu sibuk untuk merespon permintaan anda.	117	4,82

Source: Hasil Pengolahan Data Primer (2021)

Dari **Tabel 4.5** dapat dilihat bahwa nasabah Bank Permata Cabang Bintaro merasa bahwa daya tanggap pelayanan (*Responsiveness*) yang dimiliki oleh Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro sudah baik, yaitu rata-rata 5 (dari skala 6). Artinya, secara umum nasabah merasa puas dengan daya tanggap yang dimiliki oleh Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro. Dari 4 item pernyataan yang disajikan dalam penelitian ini, item yang memiliki nilai tertinggi adalah item RES3 dengan nilai 5,42.

Tabel 6
Analisis Deskriptif Berdasarkan Variabel *Assurance*

Variabel	Koding	Item Pernyataan	N	Mean
Assurance	AS1	Sikap karyawan Bank Permata Cabang Bintaro menciptakan kenyamanan bagi pelanggan.	117	4,42
	AS2	Anda merasa nyaman saat bertransaksi dengan Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro.	117	4,98
	AS3	Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro dengan konsisten bersikap santun kepada anda.	117	5,01
	AS4	Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan anda.	117	4,71

Source: Hasil Pengolahan Data Primer (2021)

Dari **Tabel 6** dapat dilihat bahwa nasabah Bank Permata Cabang Bintaro merasa bahwa jaminan pelayanan (*Assurance*) yang dimiliki oleh Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro cukup baik, yaitu rata-rata 4 (dari skala 6). Artinya, secara umum nasabah merasa cukup puas dengan jaminan pelayanan yang dimiliki oleh Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro. Dari 4 item pernyataan yang disajikan dalam penelitian ini, item yang memiliki nilai tertinggi adalah item AS3 dengan nilai 5,01.

Tabel 6
Analisis Deskriptif Berdasarkan Variabel *Emphaty*

Variabel	Koding	Item Pernyataan	N	Mean
Emphaty	EMP1	Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro memberikan anda perhatian secara personal.	117	4,11
	EMP2	Bank Permata Cabang Bintaro memiliki waktu operasi yang cocok bagi semua nasabahnya.	117	4,97
	EMP3	Bank Permata Cabang Bintaro memiliki nilai terbaik menurut anda dibandingkan dengan Bank lainnya.	117	4,31
	EMP4	Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro mengerti kebutuhan khusus anda.	117	4,84

Source: Hasil Pengolahan Data Primer (2021)

Dari **Tabel 7** dapat dilihat bahwa nasabah Bank Permata Cabang Bintaro merasa bahwa empati pelayanan (*Emphaty*) yang dimiliki oleh Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro cukup baik, yaitu rata-rata 4 (dari skala 6). Artinya, secara umum nasabah merasa cukup puas dengan empati pelayanan yang dimiliki oleh Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro. Dari 4 item pernyataan yang disajikan dalam penelitian ini, item yang memiliki nilai tertinggi adalah item EMP2 dengan nilai 4,97.

Diskusi

Indikator *Tangibles* dalam *Service Quality* yang disajikan oleh Bank Permata Cabang Bintaro mempengaruhi kepuasan nasabahnya. Hal ini meliputi penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik Bank Permata Cabang Bintaro yang dapat diandalkan kepada lingkungan sekitarnya yang merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh Bank Permata Cabang Bintaro, fasilitas fisik (gedung), perlengkapan dan peralatan yang digunakan serta penampilan karyawan Bank Permata Cabang Bintaro. Selain itu, indikator *Reliability* dalam *Service Quality* yang disajikan oleh Bank Permata Cabang Bintaro juga mempengaruhi kepuasan nasabahnya. Hal ini meliputi pemberian jasa secara tepat sejak saat pertama (*right at the first time*) oleh karyawan Bank Permata Cabang Bintaro memberikan jasanya secara tepat. Indikator *reliability* juga meliputi janji yang sudah disepakati antara nasabah dan pihak pemberi jasa. Misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal yang telah disepakati. Dalam unsur ini, Bank Permata Cabang Bintaro dituntut dan berhasil menyediakan pelayanan jasa yang terbaik.

Indikator *Responsiveness* dalam *Service Quality* yang disajikan oleh Bank Permata Cabang Bintaro pun mempengaruhi kepuasan nasabahnya. Hal ini meliputi respon atau kesigapan karyawan Bank Permata Cabang Bintaro dalam membantu nasabahnya dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap dalam melayani transaksi. Unsur lain yang juga penting dalam elemen *responsiveness* ini adalah karyawan yang selalu siap membantu nasabahnya. Lalu terdapat indikator *Assurance* dalam *Service Quality* yang disajikan oleh Bank Permata Cabang Bintaro yang juga mempengaruhi kepuasan nasabahnya. Hal ini meliputi komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun karyawan Bank Permata Cabang Bintaro. Persaingan antara bank saat ini sangat kompetitif, karyawan Bank Permata Cabang Bintaro harus tampil lebih kompeten, artinya memiliki pengetahuan dan keahlian di bidang masing-masing. Faktor *security*, yaitu memberikan rasa aman dan terjamin kepada nasabah merupakan hal yang penting pula. Selain itu, karyawan Bank Permata Cabang Bintaro harus bersikap

ramah dengan menyapa pelanggan yang datang. Indikator terakhir yang terdapat dalam *Service Quality* yaitu *Empathy* yang disajikan oleh Bank Permata Cabang Bintaro mempengaruhi kepuasan nasabahnya. Hal ini meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan antara nasabah dengan karyawan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para nasabah. Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro juga harus memahami nasabahnya. Dengan memahami nasabah, nasabah akan merasa nyaman dalam bertransaksi di Bank Permata Cabang Bintaro.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dijelaskan, kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah:

- Nasabah Bank Permata Cabang Bintaro sudah cukup merasa puas dengan pelayanan jasa yang diberikan oleh Karyawan Bank Permata Cabang Bintaro

Gibson, J. L., Ivancevich, J. M., Donnelly, J. H., & Konopaske, R. (2008). *Organizations*. 13th edition.

Martono, N. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Sugitono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Waliman, N. (2011). *Research Methods: The Basics*. Abingdon: Routledge.

Notes:

An articles sent in Ms. Word format with the following conditions: A4 paper (21 cm X 21.7 cm) with pages margin; left (2 cm), top (2 cm), right (2 cm), and bottom (2 cm). Header and footer refer to this template. The number of manuscript pages between 12 and 24 pages. This text consists of one column. The conjunctions (and, in, or, with, and, about, that, against, so, for, then, for, for) and the foregoing (in, too, from, on, to, in, by, with) lowercase letters.