

## **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH**

**Juli Handayani**

Universitas Perwira Purbalingga

julihandayani@unperba.ac.id

---

### *Abstract*

*The purpose of the study was to find out how the influence of tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy variables on customer satisfaction. This type of research is quantitative with accidental sampling techniques and quantitative analysis techniques with multiple linear regression. The results showed that the variables of tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy simultaneously or jointly affect the level of customer satisfaction. This is indicated by  $F_{count} > F_{table}$ , namely  $29,834 > 2,20$  or the Sig value  $F(0,000) < \alpha = 0,05$ , the result is significant. Partially the variables that have a positive and significant effect are tangibles, reliability, assurance and empathy. Responsiveness variables have a positive but not significant effect. The variables that have most dominant effect are empathy variables.*

**Keywords:** *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy, customer satisfaction*

---

### **PENDAHULUAN**

Persaingan di dunia bisnis yang semakin ketat dan ekonomi global yang berkembang pesat, menuntut perusahaan atau marketing agar selalu memahami situasi di pasar dan memikirkan strategi bisnisnya. Dimana customer focus merupakan salah satu aspek penting yaitu melalui peningkatan kualitas untuk lebih menarik perhatian dari konsumen. Selain kebutuhan akan pelayanan dari suatu badan usaha, konsumen juga menginginkan kualitas pelayanan yang lebih tinggi.

Dunia perbankan merupakan salah satu yang harus tetap mempertahankan ekistensinya sebagai lembaga keuangan

dalam perekonomian. Untuk itu bank dituntut untuk menunjukkan kinerja dan pelayanan yang terbaik.

Kualitas pelayanan menjadi salah satu syarat wajib perusahaan agar dapat bertahan dan terus mendapatkan kepercayaan pelanggan. Menurut Tjiptono (2006:59) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Salah satu tindakan untuk memuaskan pelanggan yaitu dengan memberikan pelayanan sebaik mungkin. Layanan ini dapat mencakup kecepatan dan ketepatan

waktu layanan pelanggan, menanggapi keluhan pelanggan, dan memberikan beberapa solusi terbaik.

Sebagai aturan, perusahaan berusaha untuk mendapatkan laba setinggi mungkin. Dimana dituntut untuk memberikan kesan yang baik kepada pelanggan agar dapat mempertahankannya. Sehingga kualitas pelayanan sangat penting untuk meningkatkan jumlah konsumen. Jika konsumen puas dengan pelayanan perusahaan maka mereka akan terus membeli produk perusahaan sehingga dari konsumen bisa menjadi pelanggan.

Terdapat 5 dimensi kualitas pelayanan yang perlu diperhatikan oleh perusahaan sebagai indikator konsumen dalam menilai apakah pelayanan yang diberikan berkualitas baik atau tidak agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut Parasuraman, Seithaml dan Berry dalam Kotler (2007:56), kelima dimensi tersebut adalah bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Penerapan kelima variabel kualitas pelayanan dilaksanakan dengan pencapaian kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan yang merupakan hasil penilaian pelanggan terhadap pelayanan yang diterima dibandingkan dengan harapan pelanggan.

Kantor BNI cabang Purbalingga yang bergerak di bidang jasa tidak lepas dari persaingan dunia usaha. BNI cabang

Purbalingga diharapkan mampu memberikan nilai lebih kepada nasabahnya sehingga kepuasan nasabah dapat tercapai. Bank harus berusaha memberikan pelayanan sebaik mungkin untuk memuaskan nasabah.

Penelitian ini bertujuan menjelaskan besarnya pengaruh antara Bukti Fisik ( $X_1$ ), Keandalan ( $X_2$ ), Daya Tanggap ( $X_3$ ), Jaminan ( $X_4$ ), dan Empati ( $X_5$ ) secara bersama-sama terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah ( $Y$ ), menjelaskan besarnya pengaruh antara Variabel Bukti Fisik ( $X_1$ ), Keandalan ( $X_2$ ), Daya Tanggap ( $X_3$ ), Jaminan ( $X_4$ ), dan Empati ( $X_5$ ) secara parsial terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah ( $Y$ ), dan untuk mengetahui dan menjelaskan variabel Kualitas Pelayanan manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap Kepuasan Nasabah.

## **KAJIAN LITERATUR**

Menurut Tjiptono (2006:59) bahwa kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Sedangkan menurut Simamora (2003) kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara harapan sebelum menerima pelayanan dan pengalaman mereka setelah menerima pelayanan. Kualitas jasa merupakan tingkat

*excellence* (keunggulan) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas jasa menurut Jasfar (2005:47) adalah bagaimana tanggapan konsumen terhadap jasa yang dikonsumsi atau dirasakannya. Sedangkan menurut Praseyo dan Miftahul (2012:72), kualitas pelayanan adalah hasil persepsi dibenak pelanggan setelah membandingkan antara persepsi kualitas yang mereka terima (*perceived service*) dengan harapan mereka terhadap layanan tersebut (*expected service*). Artinya dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan diukur dengan kemampuan untuk memenuhi harapan pelanggan dan juga merupakan ciri dan karakteristik yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang dianggap memenuhi atau melebihi harapan.

Lima dimensi kualitas pelayanan (*servqual*) yang digunakan konsumen untuk menilai atau menentukan kualitas pelayanan menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2001:148), adalah:

1. Bukti fisik (*tangibles*), yaitu kemampuan perusahaan untuk menunjukkan keberadaannya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan serta keadaan lingkungan merupakan indikasi yang jelas dari layanan yang diberikan oleh penyedia

jasa, yaitu fasilitas fisik (gedung dan gudang), karyawan, alat komunikasi dan perlengkapan.

2. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya.
3. Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan memberikan informasi yang jelas.
4. Jaminan (*assurance*) yaitu ketrampilan dan kesopanan karyawan. Hal ini dapat menanamkan kepercayaan nasabah terhadap adanya resiko dan keraguan tentang perusahaan.
5. Empati (*empathy*), adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan perhatian yang tulus kepada para nasabah dan memahami apa yang mereka butuhkan.

Kepuasan pelanggan pada dasarnya berkaitan dengan tingkat perasaan mereka setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Kepuasan menurut Sunarto (2004:17) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya. Dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan tergantung pada perbedaan antara kinerja

yang dirasakan dan harapan. Konsumen dapat memahami salah satu tingkat kepuasan secara umum, yaitu jika kinerja lebih rendah dari yang diharapkan, konsumen akan kecewa, kinerja sesuai dengan harapan, konsumen akan puas dan kinerja melebihi harapan, maka konsumen akan sangat puas.

Banyak pengguna jasa Bank BNI cabang Purbalingga saat ini yang semakin kritis terhadap layanan yang diberikan. Hal ini disebabkan karena banyaknya bank yang dapat memberikan pilihan yang luas kepada nasabah. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Emphaty secara simultan dan parsial terhadap kepuasan nasabah di BNI cabang Purbalingga dan variabel manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan.

Hipotesis penelitannya sbb:

1. H1 : Variabel Bukti Fisik (X1), Keandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4) dan Empati (X5) secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel tingkat Kepuasan Nasabah (Y).
2. H2 : Variabel Bukti Fisik Variabel Bukti Fisik (X1), Keandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4) dan Empati (X5) secara parsial mempunyai pengaruh

terhadap variabel tingkat Kepuasan Nasabah (Y).

3. H3 : Variabel manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap Kepuasan Pelanggan.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan yaitu explanatory (penjelasan). Menurut Singarimbun dan Effendi (Ed, 1982:3) bahwa penjelasan (explanatory research) adalah penelitian yang menyoroti hubungan antara variabel-variabel penelitian dan menguji hipotesa yang telah dirumuskan sebelumnya. Berdasarkan rumus Slovin jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 84 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling*. Untuk metode pengumpulan data menggunakan kuisioner. Alat analisis menggunakan regresi linear berganda.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X<sub>1</sub> = Variabel Bukti Fisik

X<sub>2</sub> = Variabel Keandalan

X<sub>3</sub> = Variabel Daya Tanggap

X<sub>4</sub> = Variabel Jaminan

X<sub>5</sub> = Variabel Empati

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**Analisis Regresi Linear Berganda**

**Tabel. 1 Rekapitulasi Uji Regresi Linier dan Regresi Parsial**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t <sub>hitung</sub>	Sig.	Keputusan terhadap H <sub>0</sub>
	B	Std. Error	Beta			
Constant	.232	4.979		.047	.962	
X1	.264	.118	.166	2.226	.028	Ditolak
X2	.943	.149	.523	6.381	.000	Ditolak
X3	-.731	.475	-.415	-1.539	.129	Diterima
X4	.575	.193	.242	3.004	.003	Ditolak
X5	1.106	.487	.607	2.277	.024	Ditolak
N	84					
R	: 0,810					
R Square	: 0,658					
Adjusted R Square	: 0,635					
F <sub>hitung</sub>	: 29,834					
Signifikansi	: 0,000					

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda pada tabel 1, diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

$$Y = 0,232 + 0,264X_1 + 0,943 X_2 + -0,731X_3 + 0,575X_4 + 1,106 X_5 + e$$

Dari hasil persamaan regresi linear berganda diatas dapat disimpulkan:

- a. Nilai konstanta a (a) adalah 0,232. Artinya jika variabel bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), dan empati (X5) nilainya 0 maka tingkat kepuasan nasabah nilainya positif, yaitu 0,232.
- b. Tingkat kepuasan nasabah akan meningkat 0,264 satuan untuk setiap

tambahan satu satuan X1 (bukti fisik). Jadi apabila bukti fisik mengalami peningkatan 1 satuan, maka tingkat kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,264 satuan dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.

- c. Tingkat kepuasan nasabah akan meningkat 0,943 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X2 (keandalan). Jadi apabila keandalan mengalami peningkatan 1 satuan, maka tingkat kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,943 satuan dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.
- d. Tingkat kepuasan nasabah akan meningkat -0,731 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X3 (daya

tanggap). Jadi apabila daya tanggap mengalami peningkatan 1 satuan, maka tingkat kepuasan nasabah akan menurun sebesar -0,731 satuan dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.

- e. Tingkat kepuasan nasabah akan meningkat 0,575 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X4 (jaminan). Jadi apabila jaminan mengalami peningkatan 1 satuan, maka tingkat kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,575 satuan dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.
- f. Tingkat kepuasan nasabah akan meningkat 1,106 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X5 (empati). Jadi apabila empati mengalami peningkatan 1 satuan, maka tingkat kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 1,106 satuan dengan asumsi variabel lainnya

dianggap konstan.

**Hasil Pengujian Hipotesis**

**Uji Hipotesis F test**

Berdasarkan dari hasil pengujian Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh besarnya pengaruh variabel bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4) dan empati (X5) secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah (Y) dapat dilihat dari nilai  $R^2$  (koefisien determinasi) yaitu sebesar 0,657 atau 65,7% yang artinya bahwa 65,7% variabel tingkat kepuasan nasabah (Y) akan dipengaruhi oleh variabel bebasnya, yaitu (bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), dan empati (X5), sedangkan sisianya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

**Tabel 2. Uji F ANOVA<sup>a</sup>**

<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean of Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
<i>Regression</i>	1084.596	5	216.918	29.834	.000 <sup>b</sup>
<i>Residual</i>	567.156	78	7.272		
1	1651.752	83			

- a. Dependent Variable: Kepuasan nasabah
- b. Predictors: (Constant), Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati

Berdasarkan tabel 2. hasil pengujian Uji F diperoleh besarnya pengaruh variabel bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4) dan empati (X5) secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah (Y) diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 29,834 dan  $F_{tabel}$  sebesar 2,20 Dimana  $29,834 > 2,20$  sehingga  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka hasilnya signifikan. Dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yaitu Bukti Fisik (X1), Keandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4), dan Empati (X5) yang merupakan variabel Kualitas pelayan secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

### Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Dalam penelitian ini dilakukan uji regresi parsial dengan uji t, dikatakan jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$  maka hasilnya signifikan dan berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sedangkan jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} > -t_{tabel}$  maka hasilnya tidak signifikan dan berarti  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak atau nilai signifikansi  $< \alpha$  (0,05), maka  $H_0$  ditolak. Dapat dilihat pada tabel 1 diperoleh hasil bahwa Variabel bukti fisik (X1), keandalan (X2), jaminan (X4) dan empati (X5) dengan nilai signifikan variabel masing-masing berturut turut yaitu (X1) = 0,028 , (X2) = 0,00, (X4) = 0,003, (X5) = 0,024. Dengan nilai  $\alpha = 0,05$ , maka Sig variabel (X1), (X2),

(X4) dan (X5)  $< 0,05$ . Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh signifikan masing-masing yaitu antara variabel bukti fisik (X1), keandalan (X2), jaminan (X4) dan empati (X5) dengan kepuasan nasabah (Y). Besarnya pengaruh bukti fisik (X1), keandalan (X2), jaminan (X4) dan empati (X5) terhadap tingkat kepuasan nasabah (Y) dengan  $t_{hitung}$  masing-masing variabel (X1)=2,226; (X2)=6,381 ; (X4)=3,004 ; (X5)= 2,277. Dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,99085, maka pengaruh bukti fisik (X1), keandalan (X2), jaminan (X4) dan empati (X5) terhadap kepuasan nasabah (Y) adalah signifikan. Hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan nasabah (Y) dapat dipengaruhi secara signifikan oleh bukti fisik (X1), keandalan (X2), jaminan (X4) dan empati (X5). Sedangkan untuk variabel daya tanggap (X3) diperoleh nilai signifikan sebesar 0,128 dengan nilai  $\alpha = 0,05$ , maka  $Sig > \alpha$  yaitu  $0,129 > 0,05$  yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel daya tanggap (X3) dengan kepuasan pelanggan (Y). Besarnya pengaruh daya tanggap (X3) terhadap kepuasan nasabah (Y) adalah -0,731 (B3) dengan  $t_{hitung}$  sebesar -1,539 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,99085. Karena  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka pengaruh daya tanggap (X3) terhadap kepuasan nasabah (Y) adalah tidak signifikan. Hal ini berarti  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, maka dapat

disimpulkan bahwa tingkat kepuasan nasabah (Y) tidak dapat dipengaruhi secara signifikan oleh daya tanggap (X3).

### **Uji Hipotesis (dominan)**

Dari kelima variabel bebas yang paling dominan pengaruhnya terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y) adalah Empati (X5) dengan koefisien regresi (b) paling besar yaitu sebesar 1,106.

### **Pembahasan**

Atas dasar hasil penelitian diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4) dan empati (X5) secara simultan (bersama-sama) memiliki tingkat signifikan terhadap variabel tingkat kepuasan nasabah (Y). Hal tersebut menunjukkan bahwa semua variabel dikombinasikan dapat memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah yaitu dengan memperhatikan keinginan dan harapan nasabah terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan jasa, maka perusahaan akan dapat mengevaluasi dan meningkatkan kualitas pelayanan secara berkelanjutan, sehingga dapat memenuhi atau bahkan melebihi harapan nasabah.

Sedangkan secara parsial hanya beberapa variabel kualitas pelayanan (X) yang tidak signifikan terhadap variabel

tingkat kepuasan nasabah (Y) yaitu variabel daya tanggap (X3). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Bukti fisik (X1) seperti kelengkapan fasilitas bank dapat membuat nyaman nasabah dan menarik perhatian calon nasabah. Untuk variabel keandalan (X2) diketahui dari hasil penelitian bahwa dalam memberikan pelayanan harus memenuhi apa yang dijanjikan agar nasabah merasa puas karena terpenuhinya harapan dan keinginannya. Keahlian dalam penyampaian layanan dapat dicapai dengan memberikan solusi atas masalah yang muncul dan memberikan pemahaman produk perbankan. Kemudian untuk variabel jaminan (X4) dijelaskan bahwa Bank BNI cabang Purbalingga memberikan jaminan keamanan kepada nasabahnya sehingga nasabah merasa sangat yakin dan aman dalam menyimpan simpanannya di bank. Sedangkan variabel daya tanggap (X3) dari hasil penelitian berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) dapat dijelaskan bahwa Bank BNI cabang Purbalingga dapat membantu menyelesaikan permasalahan dengan cepat dan tepat untuk nasabah. Tentunya hal ini kepuasan nasabah dapat tercipta sehingga nasabah merasa senang apabila permasalahan yang dihadapi dapat diselesaikan dengan cepat dan tepat. Hal ini harus dipertahankan dan terus



ditingkatkan oleh Bank BNI cabang Purbalingga.

Hasil penelitian menunjukkan variabel kualitas pelayanan (X) yang paling dominan adalah empati (X5) karena memiliki nilai koefisien regresi (b) terbesar, sehingga memiliki pengaruh paling kuat dibandingkan dengan variabel lainnya. Empati yaitu menjalin hubungan yang baik dengan nasabah karena karyawan dapat memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan cara yang ramah. Hasil penelitian menerangkan bahwa Bank BNI Cabang Purbalingga menjaga hubungan baik dengan nasabah karena pegawai dapat memahami kebutuhan dan keinginan nasabah dengan ramah. Perhatian dan sikap karyawan bank dengan menjalin hubungan interaktif dengan nasabah membuat nasabah merasa lebih dihargai dan merasakan kedekatan antara nasabah dan karyawan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Penelitian menemukan adanya pengaruh secara bersama-sama (simultan) antara variabel Bukti Fisik (X1), Keandalan (X2), Daya tanggap (X3), Jaminan (X4) dan Empati (X5) terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y) di Bank BNI cabang Purbalingga. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda diperoleh nilai  $F_{hitung}$

$29,834 > F_{tabel} 2,20$  signifikansi sebesar 0,0000 dimana nilai tersebut  $<$  nilai tingkat signifikansi  $\alpha$  (0,05). Hasil penelitian ini juga menunjukkan tingkat dukungan variabel Bukti Fisik (X1), Keandalan (X2), Daya tanggap (X3), Jaminan (X4) dan Empati (X5) yang ditunjukkan nilai R Square sebesar 0,658 yang berarti variabel kualitas pelayanan secara simultan memberikan dukungan sebesar 65,8% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa pengaruh secara parsial antara variabel Bukti Fisik (X1), Keandalan (X2), Daya tanggap (X3), Jaminan (X4), Empati (X5) dan hanya satu variabel kualitas pelayanan (X) yang tidak signifikan terhadap variabel tingkat kepuasan nasabah (Y) di Bank BNI cabang Purbalingga yaitu variabel Daya Tanggap (X3).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel paling dominan dari kualitas Pelayanan (X) adalah Empati (X5), karena memiliki koefisien regresi (b) paling besar yaitu sebesar 1,106. Dengan demikian, variabel Empati (X5) memiliki pengaruh paling dominan terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

## Saran

Bank diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan layanan Empati, dimana Empati memiliki pengaruh yang dominan terhadap tingkat kepuasan nasabah, yaitu salah satunya dengan menjalin hubungan yang interaktif yaitu memberikan perhatian kepada nasabah sehingga mereka merasa lebih dihargai dan merasakan kedekatan diantara nasabah dan pegawai bank sehingga kepuasan nasabah akan meningkat.

Dari kelima Variabel Kualitas Pelayanan yang kurang mampu memperngaruhi Tingkat Kepuasan Nasabah (Y) adalah Variabel Daya Tanggap (X3) sehingga diharapkan Bank BNI cabang Purbalingga mampu mengatasi permasalahan nasabah dengan cepat dan tepat.

Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel lain selain variabel yang sudah dimasukkan dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

Jasfar Farida (2005). *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, cetakan pertama. Penerbit Ghalia.

Kotler, Philip. 2002b. *Manajemen Pemasaran*. Ahli Bahasa : Hendra Teguh, Ronny Antonius Rusli. Edisi Millenium II. Jilid II Jakarta : PT

Prenhalindo.-----, 2005.

*Manajemen Pemasaran*. AhliBahasa : Benyamin Molan. Jilid 1. Jakarta. PT INDEKS Kelompok Gramedia.

Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Jakarta : Salemba Empat.

Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah.2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*.Edisi 7.Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada.

Simamora, Bilson. 2003. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Singarimbun, Masri dan Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*.Bandung : Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. 2006. *Pemasaran Jasa*. Malang : Bayumedia.