

## Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Bengkulu Cabang Utama

## The Influence Of Service Quality On Customer Satisfaction At Bank Bengkulu Main Branch

Endang Setyaningsih<sup>1)</sup>; Harius Eko Saputra<sup>2)</sup>; Maryaningsih<sup>3)</sup>  
<sup>1,2,3)</sup> Universitas Dehasen Bengkulu  
Email: <sup>1)</sup> [endangstyaningsih21@gmail.com](mailto:endangstyaningsih21@gmail.com)

### How to Cite :

Setyaningsih. E., Saputra. H. E., Maryaningsih. (2025). The Influence Of Service Quality On Customer Satisfaction At Bank Bengkulu Main Branch. Social Sciences Journal. 2(1).

### ARTICLE HISTORY

Received [15 Oktober 2025]  
Revised [17 November 2025]  
Accepted [19 November 2025]

### KEYWORDS

Service Quality, Customer Satisfaction

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Bengkulu Cabang Utama. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif asosiatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner (angket) dan dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier sederhana untuk menguji hubungan antara variabel kualitas pelayanan (X) dengan kepuasan nasabah (Y). Sampel penelitian sebanyak 85 responden yang merupakan nasabah Bank Bengkulu Cabang Utama. Hasil penelitian menunjukkan adanya korelasi tinggi antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah dengan nilai R sebesar 0,744 atau 74,4%. Uji t membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian, peningkatan kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah di Bank Bengkulu.

### ABSTRACT

This study aims to determine the influence of service quality on customer satisfaction at Bank Bengkulu Main Branch. The research employed a descriptive associative method, with data collected through questionnaires and documentation. The data were analyzed using simple linear regression to test the relationship between service quality (X) and customer satisfaction (Y). The sample consisted of 85 respondents who were customers of Bank Bengkulu Main Branch. The findings indicate a strong correlation between service quality and customer satisfaction, with an R value of 0.744 or 74.4%. The t-test results confirmed that service quality has a significant effect on customer satisfaction. Therefore, improving service quality is a crucial factor in enhancing customer satisfaction at Bank Bengkulu.

## PENDAHULUAN

Perbankan merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam menggerakkan roda perekonomian suatu negara. Bank berfungsi tidak hanya sebagai lembaga intermediasi keuangan yang menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat, tetapi juga sebagai institusi yang memberikan pelayanan jasa keuangan dalam rangka menunjang aktivitas ekonomi masyarakat. Di era globalisasi dan digitalisasi saat ini, sektor perbankan menghadapi tantangan besar berupa persaingan yang semakin ketat, baik antarbank nasional maupun bank pembangunan daerah. Dalam konteks tersebut, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor kunci yang menentukan keberhasilan bank dalam mempertahankan eksistensi dan meningkatkan daya saing. Kualitas pelayanan tidak sekadar dipahami sebagai kemampuan bank dalam menyediakan produk keuangan, melainkan juga mencakup pengalaman nasabah ketika berinteraksi dengan pihak bank. Dimensi seperti kecepatan, ketepatan, keramahan, empati, serta kemudahan akses layanan menjadi tolok ukur bagi nasabah dalam menilai kualitas pelayanan. Ketika pelayanan yang diterima sesuai atau bahkan melebihi harapan, maka kepuasan nasabah akan meningkat. Sebaliknya, pelayanan yang buruk berpotensi menurunkan tingkat kepercayaan, menyebabkan ketidakpuasan, bahkan mendorong nasabah untuk berpindah ke lembaga keuangan lain.

Dalam perspektif manajemen modern, kepuasan nasabah merupakan indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu organisasi. Kepuasan bukan hanya hasil akhir dari transaksi, melainkan juga bagian dari strategi jangka panjang untuk menciptakan loyalitas nasabah. Kotler dan Keller (2016) menyebutkan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Apabila kinerja sesuai dengan harapan, konsumen merasa puas; apabila melebihi harapan, konsumen akan sangat puas; dan apabila kinerja di bawah harapan, konsumen akan kecewa. Oleh karena itu, dalam dunia perbankan, kepuasan nasabah menjadi barometer utama untuk mengukur efektivitas pelayanan sekaligus keberhasilan bank dalam membangun hubungan jangka panjang dengan konsumennya.

Bank Bengkulu sebagai bank pembangunan daerah (BPD) memiliki posisi strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi Provinsi Bengkulu. Sebagai lembaga keuangan yang beroperasi di daerah, Bank Bengkulu dituntut tidak hanya untuk mengelola bisnis perbankan secara profesional, tetapi juga berperan sebagai penggerak pembangunan daerah. Bank Bengkulu Cabang Utama yang berlokasi di Kota Bengkulu menjadi pusat pelayanan utama bagi masyarakat. Oleh karena itu, kualitas pelayanan di cabang ini sangat menentukan citra dan kinerja keseluruhan bank. Namun berbagai kendala pelayanan masih sering ditemukan, mulai dari masalah teknis pada layanan digital seperti mobile banking dan ATM yang mengalami gangguan, keterlambatan pelayanan di loket, hingga keterbatasan sumber daya manusia dalam memberikan pelayanan yang optimal. Kondisi tersebut menimbulkan kesenjangan antara harapan nasabah dengan kenyataan pelayanan yang diterima. Kesenjangan inilah yang berpotensi menurunkan kepuasan nasabah dan membentuk persepsi negatif terhadap kinerja bank.

Perkembangan teknologi informasi juga menuntut bank untuk terus beradaptasi. Inovasi layanan digital menjadi kebutuhan utama, tetapi interaksi manusia tetap memiliki peran penting. Nasabah tidak hanya membutuhkan layanan cepat melalui sistem digital, melainkan juga menginginkan perhatian personal, empati, dan kejelasan informasi dari petugas bank. Oleh sebab itu, kualitas pelayanan harus dilihat secara holistik, mencakup pelayanan langsung melalui teller dan customer service maupun pelayanan berbasis teknologi digital.

Kajian terdahulu memperkuat pentingnya kualitas pelayanan dalam membentuk kepuasan nasabah. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) memperkenalkan konsep SERVQUAL yang mengukur kualitas pelayanan melalui lima dimensi: reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles. Kelima dimensi tersebut terbukti relevan dalam sektor jasa termasuk perbankan. Penelitian oleh Hasbullah, Susena, dan Nasution (2021) di Bank Bengkulu Cabang Bintuhan menemukan adanya hubungan positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Temuan serupa juga dihasilkan penelitian pada Bank BRI Unit Tumpaan (Betania et al., 2023) yang menegaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Fakta ini memperlihatkan bahwa pelayanan yang berkualitas merupakan prasyarat utama agar bank dapat mempertahankan kepercayaan serta loyalitas nasabah.

Penelitian ini difokuskan pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Bengkulu Cabang Utama. Permasalahan yang diajukan mencakup tiga hal pokok, yakni bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Bengkulu Cabang Utama, bagaimana tingkat kepuasan nasabah, dan sejauh mana kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan tersebut. Penelitian ini tidak hanya bersifat deskriptif untuk menggambarkan kondisi pelayanan yang ada, melainkan juga bersifat asosiatif untuk menguji hubungan dan pengaruh antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah.

Tujuan penelitian adalah untuk mendeskripsikan kualitas pelayanan di Bank Bengkulu Cabang Utama, menganalisis tingkat kepuasan nasabah, serta menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran komprehensif mengenai sejauh mana kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan nasabah dan seberapa besar kontribusi pelayanan yang baik terhadap peningkatan loyalitas konsumen.

Manfaat penelitian ini terbagi dalam dua aspek utama, yaitu teoretis dan praktis. Pada tataran teoretis, penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang administrasi publik dan manajemen pelayanan. Penelitian ini juga dapat memperkuat kajian teori kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah dalam konteks perbankan daerah. Selain itu, hasil penelitian dapat menjadi referensi bagi peneliti berikutnya yang ingin mengkaji tema serupa dengan lingkup lebih luas atau variabel tambahan seperti loyalitas, kepercayaan, maupun citra perusahaan. Pada tataran praktis, penelitian ini bermanfaat bagi beberapa pihak. Bagi penulis, penelitian ini menjadi sarana untuk memperdalam pemahaman mengenai hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Bagi Bank Bengkulu, penelitian ini dapat menjadi masukan penting untuk melakukan evaluasi menyeluruh terhadap kualitas pelayanan, baik dalam aspek teknis maupun nonteknis, sehingga mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian dapat dijadikan rujukan dalam mengembangkan penelitian lanjutan dengan pendekatan dan variabel yang lebih beragam.

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai pentingnya kualitas pelayanan dalam menciptakan kepuasan nasabah di Bank Bengkulu Cabang Utama. Kualitas pelayanan yang baik merupakan investasi jangka panjang yang berdampak pada peningkatan kepuasan, loyalitas, kepercayaan, sekaligus citra positif bank. Dalam menghadapi persaingan industri perbankan yang semakin kompetitif, keberhasilan bank tidak hanya ditentukan oleh produk keuangan yang ditawarkan, melainkan juga oleh kemampuan menghadirkan pelayanan yang bernilai tinggi serta memberikan pengalaman terbaik bagi setiap nasabah.

## **LANDASAN TEORI**

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan pada dasarnya merujuk pada sejauh mana suatu layanan mampu memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Tjiptono (2011) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Pelayanan yang berkualitas tidak hanya mengutamakan aspek teknis, melainkan juga pengalaman emosional yang diperoleh pelanggan selama berinteraksi dengan penyedia layanan.

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) memperkenalkan model SERVQUAL yang hingga kini menjadi salah satu acuan utama dalam mengukur kualitas pelayanan. Model ini mencakup lima dimensi utama. Pertama, reliability yang menggambarkan kemampuan bank untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan secara konsisten dan akurat. Kedua, responsiveness yang mengacu pada kesediaan karyawan untuk membantu pelanggan serta memberikan pelayanan dengan cepat. Ketiga, assurance yang mencakup pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan rasa percaya dan aman. Keempat, empathy yang berkaitan dengan perhatian personal dan kepedulian kepada pelanggan. Kelima, tangibles yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, penampilan personel, dan sarana komunikasi. Kelima dimensi tersebut menjadi indikator yang dapat digunakan untuk menilai apakah kualitas pelayanan bank sudah sesuai dengan harapan nasabah. Dalam praktiknya, peningkatan kualitas pelayanan di sektor perbankan mencakup perbaikan aspek teknis, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, serta pemanfaatan teknologi informasi untuk mendukung pelayanan yang lebih cepat, mudah, dan transparan.

### **Kepuasan Nasabah**

Kepuasan nasabah merupakan respon emosional yang muncul setelah membandingkan antara harapan dengan kinerja yang dirasakan dari suatu layanan. Menurut Kotler dan Keller (2016), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang dirasakan dengan harapannya. Jika kinerja sesuai dengan harapan, konsumen akan merasa puas; jika melebihi harapan, konsumen akan sangat puas; dan jika kinerja lebih rendah, konsumen akan merasa kecewa.

Dalam konteks perbankan, kepuasan nasabah sering diukur melalui beberapa indikator, antara lain kualitas produk atau jasa, kehandalan pelayanan, kejelasan informasi, kecepatan dan ketepatan layanan, kenyamanan fasilitas, serta sikap ramah dan profesional dari petugas bank. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa faktor emosional juga berperan penting dalam membentuk kepuasan. Nasabah yang merasa dihargai, nyaman, dan diperlakukan dengan penuh perhatian cenderung lebih puas dibandingkan mereka yang hanya menerima pelayanan standar tanpa sentuhan emosional. Kepuasan nasabah tidak hanya berimplikasi pada hubungan jangka pendek, tetapi juga berdampak pada loyalitas jangka panjang. Nasabah yang puas cenderung akan menggunakan kembali layanan bank, merekomendasikan kepada pihak lain, dan menjadi bagian dari promosi tidak langsung bagi bank. Sebaliknya, nasabah yang tidak puas dapat menimbulkan kerugian citra serta potensi kehilangan pasar.

### **Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah**

Keterkaitan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah telah dibuktikan melalui berbagai studi. Parasuraman et al. (1988) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diterima. Grönroos (2007) menambahkan bahwa kualitas layanan yang tinggi akan menghasilkan persepsi positif, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, kualitas pelayanan dapat dipandang sebagai faktor penyebab, sementara kepuasan nasabah merupakan akibat yang muncul dari pengalaman pelayanan tersebut. Dalam konteks Bank Bengkulu Cabang Utama, kualitas pelayanan yang baik mencakup kehandalan pegawai dalam memberikan informasi dan transaksi yang akurat, kecepatan dalam melayani, jaminan keamanan dan kenyamanan, kepedulian terhadap kebutuhan nasabah, serta ketersediaan sarana fisik yang memadai. Apabila aspek-aspek tersebut terpenuhi, maka tingkat kepuasan nasabah akan meningkat. Sebaliknya, pelayanan yang tidak memenuhi harapan akan menurunkan tingkat kepuasan dan dapat mengurangi loyalitas nasabah terhadap bank.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif asosiatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini berupaya mengukur sejauh mana hubungan antara variabel kualitas pelayanan sebagai variabel independen dengan kepuasan nasabah sebagai variabel dependen melalui analisis statistik. Sifat deskriptif asosiatif memungkinkan penelitian untuk menggambarkan kondisi pelayanan yang ada di lapangan sekaligus menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas dua, yakni variabel bebas (X) yaitu kualitas pelayanan dan variabel terikat (Y) yaitu kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan secara konseptual diartikan sebagai tingkat keunggulan layanan yang dirasakan nasabah dibandingkan dengan harapan mereka.

Untuk mengukur kualitas pelayanan digunakan lima dimensi SERVQUAL yang diperkenalkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, meliputi keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy), dan bukti fisik (tangibles). Setiap dimensi diterjemahkan ke dalam indikator-indikator operasional yang kemudian disusun dalam bentuk item pernyataan pada kuesioner dengan menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Sementara itu, kepuasan nasabah secara konseptual didefinisikan sebagai respon emosional yang muncul setelah nasabah membandingkan kinerja layanan yang diterima dengan harapan awalnya. Indikator kepuasan nasabah diukur melalui aspek kinerja produk atau jasa, kesesuaian dengan harapan, nilai yang dirasakan, faktor emosional, dan atribut tambahan, yang juga dituangkan ke dalam pernyataan-pernyataan kuesioner dengan skala Likert.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Bengkulu Cabang Utama yang melakukan transaksi dan menggunakan layanan dalam periode penelitian. Berdasarkan data internal bank, jumlah populasi tercatat sebanyak 580 orang. Dari jumlah tersebut, penentuan sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% sehingga diperoleh 85 orang responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria nasabah yang telah menggunakan layanan bank minimal sekali dalam satu bulan terakhir dan bersedia mengisi kuesioner penelitian.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama. Pertama, kuesioner atau angket disebarakan kepada 85 responden untuk memperoleh data primer mengenai persepsi mereka terhadap kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan yang dirasakan. Kedua, observasi non-partisipatif dilakukan untuk mengamati secara langsung proses pelayanan di Bank Bengkulu Cabang Utama sebagai data pelengkap. Ketiga, dokumentasi digunakan untuk menghimpun data sekunder berupa profil perusahaan, laporan tahunan, serta dokumen resmi lain yang relevan dengan penelitian.

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner yang disusun berdasarkan indikator-indikator operasional dari masing-masing variabel. Instrumen ini terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas dilakukan untuk memastikan setiap butir pertanyaan mampu mengukur variabel yang dimaksud, menggunakan teknik korelasi Pearson Product Moment dengan kriteria bahwa item dinyatakan valid apabila nilai  $r$  hitung lebih besar daripada  $r$  tabel pada taraf signifikansi 5%. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi internal instrumen dengan metode Cronbach's Alpha.

Suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70, sehingga instrumen dianggap mampu memberikan hasil yang konsisten jika digunakan berulang kali. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berdasarkan jawaban responden, yang kemudian disajikan dalam bentuk tabel frekuensi, persentase, dan distribusi skor.

Analisis inferensial dilakukan menggunakan regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Uji hipotesis menggunakan uji  $t$  untuk menguji signifikansi pengaruh secara parsial, serta uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk mengetahui seberapa besar kontribusi kualitas pelayanan dalam menjelaskan variasi kepuasan nasabah. Melalui analisis ini diharapkan dapat diperoleh jawaban empiris mengenai seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Bengkulu Cabang Utama.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Penelitian ini menghasilkan temuan berdasarkan kuesioner yang disebarakan kepada 85 responden nasabah Bank Bengkulu Cabang Utama. Analisis dilakukan untuk menggambarkan profil responden, persepsi mereka terhadap kualitas pelayanan, serta tingkat kepuasan yang dirasakan, dan kemudian dilanjutkan dengan pengujian hubungan antar variabel. Profil responden memperlihatkan variasi dari sisi

jenis kelamin, usia, dan pendidikan terakhir. Dari jumlah responden, sebanyak 51 orang atau 60 persen berjenis kelamin laki-laki, sedangkan perempuan berjumlah 34 orang atau 40 persen. Dari segi usia, kelompok 21–30 tahun mendominasi dengan jumlah 64 orang atau 73,9 persen, sedangkan responden berusia di bawah 20 tahun sebanyak 15 orang atau 18,9 persen, dan responden berusia di atas 30 tahun sebanyak 6 orang atau 7,2 persen.

Ditinjau dari tingkat pendidikan, responden dengan pendidikan terakhir S1 berjumlah 38 orang atau 46,1 persen, disusul oleh lulusan SMA sebanyak 29 orang atau 33,4 persen, SMK sebanyak 14 orang atau 16,5 persen, serta sisanya berasal dari lulusan D3, D4, dan S2 dengan persentase kecil. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas nasabah Bank Bengkulu Cabang Utama merupakan kelompok usia produktif dengan tingkat pendidikan menengah hingga tinggi, sehingga memiliki kapasitas yang baik untuk menilai layanan perbankan.

Penilaian terhadap kualitas pelayanan dianalisis melalui lima dimensi SERVQUAL, yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Pada dimensi bukti fisik, sebagian besar responden menyatakan bahwa fasilitas pelayanan di kantor cabang nyaman digunakan. Sebanyak 48,2 persen menyatakan setuju dan 32,9 persen sangat setuju terhadap pernyataan mengenai kenyamanan fasilitas fisik. Hal ini mengindikasikan bahwa sarana yang tersedia telah mendukung kenyamanan dalam bertransaksi. Pada dimensi keandalan, mayoritas responden menilai bahwa petugas bank mampu melayani dengan cermat, tepat waktu, dan akurat. Persentase yang setuju mencapai 51,8 persen, sedangkan yang sangat setuju sebesar 31,7 persen. Temuan ini memperlihatkan bahwa Bank Bengkulu relatif mampu menjaga keandalan dalam pelayanan kepada nasabah.

Dimensi daya tanggap juga menunjukkan hasil positif. Sebagian besar responden menganggap petugas bank sigap dalam memberikan informasi dan melayani kebutuhan nasabah. Sebanyak 48,2 persen responden menyatakan setuju dan 34,1 persen sangat setuju bahwa respons petugas sudah baik. Pada dimensi jaminan, responden menilai bahwa petugas bank memiliki kemampuan, pengetahuan, dan sikap profesional yang menumbuhkan rasa percaya. Hal ini tercermin dari jawaban yang cenderung positif terhadap pernyataan mengenai keamanan dan keyakinan dalam bertransaksi. Dimensi empati mendapat apresiasi dari responden karena petugas dinilai ramah, komunikatif, serta memberikan perhatian personal terhadap kebutuhan nasabah, sehingga menimbulkan rasa nyaman dalam berinteraksi.

Analisis regresi linier sederhana menghasilkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,744 atau 74,4 persen, yang menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah. Uji *t* membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan kontribusi sebesar 55,4 persen terhadap variasi kepuasan, sedangkan 44,6 persen sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini, seperti citra bank, inovasi produk, dan faktor eksternal ekonomi. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas pelayanan berdampak nyata terhadap kepuasan nasabah di Bank Bengkulu Cabang Utama. Kualitas pelayanan yang mencakup aspek fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati tidak hanya membentuk persepsi positif, tetapi juga menentukan loyalitas nasabah dalam memilih dan menggunakan jasa perbankan.

## **Pembahasan**

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Bengkulu Cabang Utama. Temuan ini menegaskan bahwa pelayanan yang baik, mencakup bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, mampu meningkatkan kepuasan nasabah secara nyata. Nilai koefisien korelasi mencapai 0,744 yang menunjukkan hubungan kuat antara kedua variabel.

Koefisien determinasi sebesar 55,4 persen juga memberi gambaran bahwa lebih dari setengah variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan. Dimensi bukti fisik terbukti mendapat penilaian positif. Nasabah menilai fasilitas kantor cabang sudah cukup nyaman untuk menunjang transaksi. Temuan ini sejalan dengan pendapat Tjiptono (2011) yang menekankan bahwa sarana dan prasarana merupakan elemen penting dalam membentuk persepsi awal pelanggan terhadap mutu layanan. Fasilitas yang memadai tidak hanya memberikan kenyamanan, melainkan juga memperkuat citra profesional lembaga keuangan.

Dimensi keandalan memperlihatkan bahwa petugas bank dinilai cermat dan tepat waktu dalam melayani. Hal ini mendukung teori Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) yang menempatkan keandalan sebagai inti dari kualitas pelayanan. Nasabah merasa lebih percaya ketika pelayanan sesuai harapan, karena hal tersebut menunjukkan konsistensi antara janji bank dan kenyataan. Dimensi daya

tanggap menunjukkan bahwa nasabah menilai petugas sigap dalam memberikan informasi maupun melayani kebutuhan transaksi.

Penilaian ini konsisten dengan penelitian Hasbullah, Susena, dan Nasution (2021) yang membuktikan bahwa responsivitas karyawan memberikan kontribusi besar terhadap kepuasan. Layanan yang cepat dianggap bentuk perhatian bank terhadap kebutuhan nasabah. Dimensi jaminan memperlihatkan bahwa profesionalitas, pengetahuan, dan sikap petugas berhasil menumbuhkan rasa aman pada nasabah. Kotler dan Keller (2016) menegaskan bahwa rasa percaya merupakan bagian penting dalam membangun kepuasan. Ketika pelanggan yakin terhadap kemampuan karyawan, maka keputusan untuk terus menggunakan layanan akan lebih kuat.

Dimensi empati menjadi aspek yang sangat diapresiasi oleh responden. Nasabah merasa petugas bersikap ramah, komunikatif, serta memperhatikan kebutuhan mereka secara personal. Grönroos (2007) menekankan bahwa pelayanan tidak hanya menyentuh sisi teknis, tetapi juga sisi emosional. Nasabah yang merasa dihargai akan memiliki tingkat kepuasan lebih tinggi dan cenderung lebih loyal. Temuan penelitian ini juga menunjukkan adanya faktor lain di luar kualitas pelayanan yang berkontribusi terhadap kepuasan, yakni sebesar 44,6 persen. Faktor tersebut meliputi reputasi bank, inovasi produk, kualitas layanan digital, serta kondisi eksternal seperti stabilitas ekonomi. Artinya, strategi peningkatan pelayanan perlu disertai inovasi produk dan pengembangan teknologi agar pengalaman nasabah lebih optimal.

Secara empiris, hasil penelitian ini selaras dengan temuan Betania et al. (2023) pada Bank BRI Unit Tumpaan yang juga menemukan pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan. Konsistensi ini memperkuat argumen bahwa pelayanan berkualitas merupakan faktor universal yang menentukan kepuasan nasabah di sektor perbankan, meskipun lokasi dan karakteristik lembaga berbeda. Bagi Bank Bengkulu Cabang Utama, hasil penelitian ini memiliki implikasi penting. Manajemen perlu menjadikan peningkatan kualitas pelayanan sebagai strategi inti.

Upaya perbaikan fasilitas, peningkatan kompetensi karyawan, percepatan layanan, jaminan keamanan, dan kepedulian terhadap nasabah harus terus dijalankan. Integrasi layanan digital dan tatap muka juga perlu diperkuat agar kebutuhan nasabah dapat terpenuhi secara menyeluruh. Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas pelayanan merupakan kunci utama peningkatan kepuasan nasabah. Setiap langkah peningkatan mutu pelayanan akan berkontribusi langsung terhadap persepsi positif dan loyalitas nasabah. Strategi yang berorientasi pada kepuasan pelanggan akan membantu Bank Bengkulu Cabang Utama menjaga daya saing dalam industri perbankan yang semakin kompetitif.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Bengkulu Cabang Utama menghasilkan temuan penting yang menunjukkan adanya hubungan kuat antara kedua variabel. Analisis data memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan yang diukur melalui lima dimensi SERVQUAL, yakni bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, memperoleh penilaian positif dari mayoritas responden. Nasabah menilai fasilitas fisik sudah memadai, pelayanan yang diberikan relatif andal, petugas sigap dalam merespons kebutuhan, sikap profesional menumbuhkan rasa percaya, serta perhatian personal menciptakan kenyamanan dalam berinteraksi.

Hasil pengujian statistik memperlihatkan bahwa nilai koefisien korelasi sebesar 0,744 menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah, sedangkan koefisien determinasi sebesar 55,4 persen menandakan bahwa lebih dari separuh variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan. Uji t juga membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Bengkulu Cabang Utama. Artinya, semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah yang dirasakan.

Temuan ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan Bank Bengkulu Cabang Utama dalam menjaga kepuasan dan loyalitas nasabah. Aspek pelayanan yang baik bukan hanya meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan, melainkan juga memperkuat citra bank di mata masyarakat. Walaupun demikian, masih terdapat faktor lain di luar kualitas pelayanan yang turut memengaruhi kepuasan, seperti reputasi lembaga, inovasi produk, serta kualitas layanan digital. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan perlu disertai pengembangan layanan yang lebih inovatif agar nasabah memperoleh pengalaman yang lebih komprehensif.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Bengkulu Cabang Utama, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan. Pihak manajemen Bank Bengkulu perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan pada setiap dimensi SERVQUAL. Fasilitas fisik

yang sudah memadai sebaiknya tetap dirawat dan diperbarui agar kenyamanan nasabah tetap terjaga, khususnya pada ruang tunggu dan sarana pendukung pelayanan digital. Dari sisi keandalan, karyawan bank perlu diberikan pelatihan berkala agar mampu melayani nasabah secara lebih cermat, akurat, dan konsisten. Pada aspek daya tanggap, disarankan agar petugas meningkatkan kecepatan dalam memberikan pelayanan serta lebih proaktif dalam membantu nasabah yang menghadapi kendala. Untuk aspek jaminan, bank dapat memperkuat program peningkatan kompetensi sumber daya manusia sehingga nasabah semakin yakin terhadap kemampuan, pengetahuan, dan profesionalitas petugas. Sementara itu, pada dimensi empati, karyawan bank perlu mempertahankan sikap ramah dan penuh perhatian, serta mampu memahami kebutuhan nasabah secara lebih personal sehingga tercipta hubungan yang harmonis antara bank dan nasabah.

Selain fokus pada kualitas pelayanan konvensional, Bank Bengkulu juga disarankan untuk mengembangkan inovasi layanan berbasis teknologi. Peningkatan fitur mobile banking, perbaikan sistem antrian digital, serta integrasi layanan tatap muka dan digital akan memperkuat pengalaman nasabah dalam menggunakan jasa bank. Penelitian ini juga menyarankan agar manajemen melakukan survei kepuasan secara rutin, sehingga perbaikan pelayanan dapat dilakukan berdasarkan umpan balik nyata dari nasabah. Dari sisi akademis, penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah pada lingkup yang lebih luas. Penelitian berikutnya dapat menambahkan variabel lain, seperti loyalitas nasabah, citra perusahaan, dan kualitas layanan digital agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif. Dengan demikian, kajian mengenai kualitas pelayanan dalam sektor perbankan akan semakin kaya dan relevan dengan dinamika kebutuhan masyarakat yang terus berkembang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2020). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Betania, M. T., Langi, A., & Wauran, P. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI Unit Tumpaan. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*.
- Cowell, D. W. (1988). *The Marketing of Services*. London: Heinemann Books.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goetsch, D. L., & Davis, S. B. (2005). *Quality Management: Introduction to Total Quality Management for Production, Processing, and Services*. New Jersey: Prentice Hall.
- Grönroos, C. (2007). *Service Management and Marketing: Customer Management in Service Competition* (3rd ed.). Chichester: Wiley.
- Hasbullah, H., Susena, K. C., & Nasution, S. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah di Bank Bengkulu Cabang Bintuhan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- I, Agustian, HE Saputra, A Imanda. (2019). Pengaruh sistem informasi manajemen terhadap peningkatan kualitas pelayanan di pt. jasaraharja putra cabang Bengkulu. *Professional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*.
- Ibrahim. (2008). *Pelayanan Publik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Ladhari, R. (2009). Service quality, emotional satisfaction, and behavioral intentions: A study in the hotel industry. *Managing Service Quality*.
- Lovelock, C. H., & Wirtz, J. (2016). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (8th ed.). New Jersey: Pearson.
- Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2020). *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 12/POJK.03/2020 tentang Konsolidasi Bank Umum*. Jakarta: OJK.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*.
- PT Bank Pembangunan Daerah Bengkulu. (2023). *Laporan Tahunan Bank Bengkulu*. Bengkulu: Bank Bengkulu.
- Sabda, Ahmad. (2024). Pengaruh Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Bank Bengkulu Cabang Pembantu Panorama. *Managing Service Quality*.

- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). Strategi Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, H. (2018). Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta: Rajawali Pers.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm (7th ed.).