

## Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Singaraja

Made Novianti Putri<sup>1</sup>, Putu Agus Gandi Griastana<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Universitas Pendidikan Ganesha, Indonesia

<sup>2</sup> Institut Agama Hindu Negeri Mpu Kuturan, Singaraja, Indonesia

Email: [madenovianti.putri10@gmail.com](mailto:madenovianti.putri10@gmail.com)<sup>1</sup>, [gandigriastana@stahnmpukuturan.ac.id](mailto:gandigriastana@stahnmpukuturan.ac.id)<sup>2</sup>

### Abstrak

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengkaji peranan kualitas layanan dalam meningkatkan kepuasan nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Singaraja. Seluruh nasabah aktif dijadikan responden melalui teknik sampling jenuh, sehingga terkumpul 100 partisipan. Analisis dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan uji regresi sederhana, korelasi, koefisien determinasi, serta pengujian hipotesis. Hasil deskriptif menunjukkan bahwa kualitas layanan berada dalam kategori baik dengan rata-rata skor 62,90, sementara kepuasan nasabah juga termasuk kategori baik dengan nilai rata-rata 21,32. Uji regresi memperlihatkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan koefisien sebesar 0,267 dan nilai signifikansi < 0,001.

**Kata Kunci:** Bank, Kepuasan Nasabah, Kualitas Pelayanan.

### *Analyzing the Effect of Service Quality on Customer Satisfaction at PT. Bank Rakyat Indonesia, Singaraja Branch*

### Abstract

*This study investigates the role of service quality in enhancing customer satisfaction at PT Bank Rakyat Indonesia, Singaraja Branch. A saturated sampling technique was employed, in which all active customers were included as respondents, resulting in a total of 100 participants. The data were analyzed using a quantitative approach through simple regression analysis, correlation tests, coefficient of determination, and hypothesis testing. The descriptive findings indicate that service quality was rated in the "good" category with an average score of 62.90, while customer satisfaction also fell into the "good" category with an average score of 21.32. Further regression analysis revealed that service quality significantly influences customer satisfaction, as reflected by a regression coefficient of 0.267 with a significance level of < 0.001.*

**Keywords:** Bank, Customer Satisfaction, Service Quality.

### PENDAHULUAN

Kemajuan industri perbankan pada saat ini mengalami percepatan yang signifikan, sehingga menciptakan tingkat persaingan yang semakin intens. Kondisi ini mendorong setiap bank untuk berinovasi dalam menarik calon nasabah sekaligus menjaga loyalitas yang telah terbentuk. Salah satu langkah strategis yang perlu diutamakan untuk menghadapi persaingan tersebut adalah meningkatkan kualitas layanan, sehingga bank mampu mempertahankan serta memperluas basis nasabahnya (Wijaya & Andriyani, 2022). Sebagai institusi keuangan yang berperan dalam menghimpun dana dan menyalurkannya kembali,

keberlanjutan operasional bank sangat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan dan kepuasan nasabah, yang menjadi elemen kunci dalam mendukung pertumbuhan serta menjaga daya saing secara berkelanjutan. (Oktaviani & Nugroho, 2021).

Seiring berkembangnya kondisi sosial dan ekonomi yang semakin kompleks, terjadi pergeseran yang cukup besar pada nilai serta pola pikir konsumen. Saat ini, masyarakat cenderung lebih kritis, selektif, dan menuntut layanan yang cepat, praktis, serta memiliki kualitas tinggi. Persaingan yang semakin intens membuat bank tidak dapat hanya mengandalkan produk yang ditawarkan, tetapi juga harus memperhatikan mutu pelayanan kepada nasabah. Kualitas memiliki peran krusial dalam menciptakan loyalitas serta rasa puas nasabah. Pemberian pelayanan maksimal tidak hanya berkontribusi dalam peningkatan kepuasan, tetapi memperkuat hubungan jangka panjang antara bank dan para nasabahnya. (Puspita & Sari, 2020).

Kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai reaksi emosional yang muncul akibat adanya perbedaan harapan pelanggan dan kinerja nyata dari layanan yang diperoleh (Kotler & Keller, 2020). Ketika mutu layanan yang diberikan mampu melebihi harapan nasabah, tingkat kepuasan mereka cenderung meningkat. Namun, jika layanan yang disediakan tidak memenuhi ekspektasi, maka dapat membuat rasa ketidakpuasan. Maka dari itu, memahami harapan nasabah menjadi aspek yang sangat krusial.

Industri perbankan pada masa kini mengalami pertumbuhan sangat cepat, sehingga menciptakan persaingan yang semakin ketat dan dinamis. Kondisi saat mendorong bank untuk merancang dan menerapkan berbagai strategi guna menarik sekaligus mempertahankan minat nasabah. Dalam konteks globalisasi serta perubahan sosial dan ekonomi masyarakat, terjadi pergeseran nilai dan perspektif yang menjadikan nasabah lebih teliti, selektif, dan kritis dalam menentukan lembaga keuangan yang dipilih sebagai mitra pemenuhan kebutuhan mereka. Persaingan antar bank tidak selalu terletak pada inovasi produk, tetapi berpengaruh juga pada mutu pelayanan, di mana nasabah kini menuntut terpenuhinya kebutuhan fungsional sekaligus kebutuhan emosional yang berdampak pada terciptanya kepuasan dan loyalitas.

Seiring dengan perubahan struktur sosial dan ekonomi di Indonesia, terjadi perubahan signifikan pada nilai serta cara pandang konsumen. Nasabah kini menunjukkan sikap yang lebih kritis dan memiliki tuntutan tinggi terhadap layanan jasa keuangan, baik dari sisi kecepatan, kenyamanan, keamanan, maupun kejelasan informasi. Kemajuan teknologi informasi yang menyediakan beragam kemudahan melalui layanan secara digital, contohnya *mobile banking*, *internet banking*, dan aplikasi berbasis online, menjadikan terbentuknya karakter nasabah yang lebih proaktif sekaligus kritis dalam memilih layanan perbankan. Pada kondisi ini, tujuan nasabah tidak lagi sebatas memenuhi kebutuhan transaksi, melainkan mencari pengalaman pelayanan yang memberikan kepuasan secara menyeluruh. Dalam jangka panjang, tingkat kepuasan yang tinggi diyakini mampu meningkatkan loyalitas, memperkuat hubungan bisnis yang berkelanjutan, serta berkontribusi pada pencapaian profitabilitas perusahaan. Dengan demikian, perbankan perlu secara konsisten mengimplementasikan prinsip-prinsip utama kualitas layanan, yang mencakup *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*. Dengan memahami kebutuhan dan ekspektasi nasabah secara mendalam serta melaksanakan strategi pelayanan yang tepat sasaran, bank dapat mengoptimalkan kepuasan nasabah yang pada gilirannya

menjadi faktor penentu keunggulan bersaing dan keberlanjutan usaha di tengah kompetisi industri keuangan yang semakin kompleks.

Dalam konteks ini, PT. Bank BRI Cabang Singaraja merupakan salah satu institusi keuangan yang secara berkelanjutan berupaya meningkatkan mutu layanan bagi nasabahnya, antara lain melalui kerja sama payroll serta penempatan unit ATM di lokasi-lokasi strategis guna mempermudah proses transaksi. Namun, temuan pra-penelitian mengindikasikan masih adanya sejumlah kendala, antara lain layanan yang belum berjalan secara optimal, ketidakpuasan nasabah prioritas terhadap pelayanan yang diterima, keterlambatan dalam menanggapi keluhan, serta minimnya keramahan yang ditunjukkan kepada nasabah baru. Situasi ini menggambarkan adanya gap antara harapan dan persepsi nasabah kepada mutu pelayanan yang diberikan. Oleh sebab itu, PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Cabang Singaraja perlu melakukan evaluasi dan analisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah. Fokus penelitian ini adalah mengkaji sejauh mana kelima dimensi kualitas layanan berdampak pada kepuasan nasabah, sekaligus menyusun rekomendasi perbaikan yang lebih tepat dan efektif.

Merujuk pada permasalahan yang telah dipaparkan sebelumnya, peneliti menetapkan untuk mengkaji topik mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Singaraja.

## METODE

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan fokus pada desain asosiatif, yang bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh kualitas pelayanan (variabel X) terhadap kepuasan nasabah (variabel Y). Populasi yang diteliti adalah 100 nasabah aktif PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Cabang Singaraja. Seluruh populasi ini dijadikan sampel melalui teknik sampling jenuh, menjadikan total responden sebanyak 100 orang.

Data dikumpulkan dengan instrumen berupa kuesioner yang telah divalidasi dan diuji reliabilitasnya. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan beberapa teknik statistik. Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk memprediksi sejauh mana variabel X dapat memengaruhi variabel Y. Uji korelasi dipakai untuk mengukur eratnya hubungan, sementara koefisien determinasi menunjukkan persentase variasi kepuasan nasabah yang dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan. Pengujian hipotesis juga dilakukan untuk mengkonfirmasi keberadaan pengaruh signifikan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Analisis Deskriptif*

**Tabel 1. Hasil Analisis Descriptive Statistics**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KUALITAS PELAYANAN	100	52	75	62.90	5.321
KEPUASAN	100	17	25	21.32	1.780
Valid N (listwise)	100				

Kualitas pelayanan memperoleh skor minimum 52 dan maksimum 75 dengan rata-rata 62,90 serta standar deviasi 5,321. Kepuasan nasabah berada pada kisaran 17–25 dengan rata-rata 21,32 dan standar deviasi 1,780.

**Analisis Verifikatif**

Pengujian ini dilakukan untuk membuktikan apakah hubungan antar variabel yang dihipotesiskan benar adanya.

**a. Regresi Linier Sederhana**

**Tabel 2. Regresi Linier Sederhana  
 Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.508	1.283		3.513	<.001
	KUALITAS PELAYANAN	.267	.020	.799	13.149	<.001

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Hasil persamaan:  $Y = 4,508 + 0,267X$ .

1. Konstanta (4,508) mengindikasikan bahwa kepuasan nasabah tetap berada pada level tersebut meskipun kualitas layanan tidak meningkat.
2. Koefisien regresi (0,267) berarti setiap peningkatan satu poin kualitas layanan berkontribusi menaikkan kepuasan nasabah sebesar 0,267.
3. Nilai signifikansi < 0,001 menegaskan adanya pengaruh yang signifikan.
4. Uji t menghasilkan 13,149 > 1,984, memperkuat bukti pengaruh positif kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah.

**b. Koefisien Korelasi**

**Tabel 3. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi  
 Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah  
 Correlations**

		KUALITAS PELAYANAN	KEPUASAN N
KUALITAS PELAYANAN	Pearson Correlation	1	.799**
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	100	100
KEPUASAN	Pearson Correlation	.799**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Korelasi sebesar 0,799 menunjukkan hubungan kuat dan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah.

### c. Koefisien Determinasi

**Tabel 4. Hasil Analisis Koefisien Determinasi Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.799 <sup>a</sup>	.638	.635	1.076

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN

Kualitas pelayanan menyumbang 63,8% variasi kepuasan, sedangkan sisanya 36,2% dipengaruhi variabel lain di luar penelitian.

### d. Uji Hipotesis

**Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.508	1.283		3.513	<.001
	KUALITAS PELAYANAN (X)	.267	.020	.799	13.149	<.001

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Hasil uji t mendukung hipotesis bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Rata-rata skor kualitas layanan (62,90) menegaskan bahwa layanan PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Singaraja dipandang baik oleh nasabah. Demikian pula kepuasan nasabah berada pada kategori tinggi dengan rata-rata 21,32. Analisis regresi, korelasi, dan determinasi secara konsisten menunjukkan bahwa kualitas layanan berkontribusi nyata terhadap kepuasan, di mana semakin baik layanan, semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah.

### SIMPULAN

Penelitian ini menegaskan adanya hubungan kuat antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Singaraja. Data menunjukkan bahwa kualitas layanan yang dinilai baik oleh responden berkorelasi positif dengan tingkat kepuasan nasabah yang tinggi. Lebih lanjut, uji hipotesis membuktikan bahwa kualitas pelayanan secara signifikan memengaruhi kepuasan nasabah. Kontribusi kualitas pelayanan dalam menjelaskan kepuasan nasabah mencapai 63,8%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Dengan demikian, kualitas layanan terbukti menjadi penentu utama kepuasan nasabah, sebuah temuan yang mendukung literatur yang ada.

Merujuk pada hasil dan Kesimpulan pada penelitian ini, bisa diajukan beberapa saran sebagai berikut:

- 1) Peningkatan kualitas pelayanan perlu diprioritaskan secara berkelanjutan, khususnya pada aspek-aspek yang bersifat interaktif langsung dengan nasabah seperti kecepatan pelayanan dan kejelasan informasi. Hal ini penting agar bank tidak hanya mempertahankan kepuasan nasabah, tetapi juga meningkatkan loyalitas mereka.
- 2) Pihak manajemen bank disarankan untuk melakukan pelatihan secara berkala kepada frontliner agar pelayanan yang dapat diberikan tetap konsisten, ramah, dan profesional dalam berbagai situasi, terutama saat menghadapi keluhan atau permintaan yang kompleks dari nasabah.
- 3) Bank juga perlu memperhatikan faktor-faktor eksternal yang dapat memengaruhi kepuasan nasabah, seperti kemudahan akses layanan digital, transparansi biaya administrasi, dan sistem antrian yang efisien. Dengan memperbaiki faktor-faktor ini, maka bank dapat meningkatkan kepuasan secara lebih komprehensif.
- 4) Penelitian selanjutnya, disarankan agar bisa menambahkan variabel lainnya seperti loyalitas nasabah, persepsi harga, atau citra merek bank agar diperoleh pemahaman yang lebih utuh mengenai determinan kepuasan nasabah dalam layanan perbankan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Hasibuan, A. R., Putra, F. M., & Siregar, S. (2022). Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada bank syariah di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12(1), 45–53.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Oktaviani, R., & Nugroho, S. (2021). Kualitas layanan dan loyalitas nasabah: Studi pada bank umum nasional. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 19(1), 45–56.
- Puspita, M. D., & Sari, R. M. (2020). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah di era digital. *Jurnal Bisnis Digital*, 5(1), 55–67.
- Setiono, B. A., & Hidayat, S. (2022). Influence of service quality with the dimensions of reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles on customer satisfaction. *International Journal of Economics, Business and Management Research*.
- Sitorus, T., & Yustisia, F. (2020). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada industri jasa perbankan. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 5(2), 134–142.
- Sugiarto, S., & Octaviana, V. (2021). Service quality (SERVQUAL) dimensions on customer satisfaction: Empirical evidence from bank study. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*.
- Supriyanto, A., Wiyono, B. B., & Burhanuddin, B. (2021). Effects of service quality and customer satisfaction on loyalty of bank customers. *Cogent Business and Management*.
- Wijaya, D. A., & Andriyani, N. R. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), 112–123.