

**TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* DI PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk. UNIT NARMADA**

**ARTIKEL ILMIAH**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian

Program Pendidikan Diploma 3

Program Studi Perbankan dan Keuangan



Oleh :

**AIDA KUSUMA DEWI**

**NIM : 2019110594**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS HAYAM WURUK PERBANAS  
SURABAYA**

**2022**

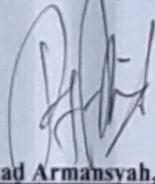
## PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Aida Kusuma Dewi  
Tempat, Tanggal Lahir : Mataram, 29 Oktober 2000  
N.I.M : 2019110594  
Program Studi : Perbankan dan Keuangan  
Program Pendidikan : Diploma 3  
Judul : Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan *Customer Service* Di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Narmada

**Disetujui dan diterima baik oleh :**

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 09 Agustus 2022

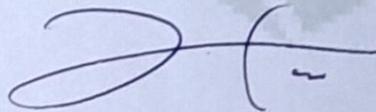


**(Rohmad Fuad Armansyah, SE., M.Si)**

NIDN.0708118405

Ketua Program Studi Diploma 3,

Tanggal : 09 Agustus 2022



**(Kadek Pranetha Praananjawa, SE., MA.)**

NIDN.0708068907

# CUSTOMER SATISFACTION RATE OF CUSTOMER SERVICE AT PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk. NARMADA UNITS

Aida Kusuma Dewi

2019110594

e-mail : [2019110594@students.perbanas.ac.id](mailto:2019110594@students.perbanas.ac.id)

## ABSTRACT

*Customer service is a frontliner which is the job is to interact directly with customers. Customer satisfaction is the main key to the success of a bank where customers have feel the benefits of customer service so that it creates a sense of trust that customer service can provide quality services that can give what customer needs. This study aims to determine the rate of customer satisfaction with customer service at Bank Rakyat Indonesia Narmada units. This research is descriptive quantitative. The data collection technique used a questionnaire with a Likert scale measurement and the sample used 100 respondents who save and transact for at least one year or more. This study showed that loyalty, satisfaction, trust and service quality provided by customer service at Bank Rakyat Indonesia Narmada unit to customers is excellent. However, there are some customers who are not satisfied with customer service and need to further improve the provision of solutions and suggestions to customers.*

**Keywords:** *loyalty, satisfaction, trust and service quality.*

## PENDAHULUAN

Bank adalah tempat penyimpanan dana ataupun menabung serta tempat meminjam uang bagi masyarakat yang membutuhkan dana. Menurut Undang-Undang Perbankan No. 1 Pasal 1 Tahun 1998 menjelaskan bahwa bank ialah suatu lembaga dalam mengumpulkan uang dari masyarakat berbentuk simpanan serta menyalurkan untuk masyarakat berbentuk kredit lainnya untuk dapat meningkatkan ekonomi rakyat banyak.

Pertumbuhan ekonomi semakin meningkat dan menuntut seorang *customer service* untuk dapat lebih berpikir rasional untuk menjelaskan informasi lebih lengkap tentang pemasaran serta tata cara penggunaannya. Kualitas layanan menjadi aspek paling utama yang di perhatikan untuk optimalisasi pelaksanaan kegiatan transaksi produk dan usaha jasa. Semakin maju teknologi pelayanan dalam perbankan maka semakin maju juga inovasi produk serta pelayanannya. Menurut **Kotler dan**

**Armstrong (2011)** menyatakan bahwa kepuasan nasabah ialah tanggapan kinerja terhadap produk yang memenuhi permintaan nasabah. Kinerja dalam produk lebih rendah di banding ketidakpuasan nasabah, sehingga nasabah merasa sangat puas.

Kepuasan nasabah menjadi aspek utama untuk membentuk suatu citra dan perilaku yang baik terhadap PT Bank Rakyat Indonesia Unit Narmada. Dalam proses membentuk karakter kepribadian yang baik sangat di butuhkan oleh nasabah yang memiliki rasa sangat puas dalam layanan karena persaingan dalam perbankan semakin meningkat sehingga di perlukan pendekatan agar dapat menarik minat nasabah pada produk/jasa yang di tawarkan.

*Customer service* merupakan bagian dari *frontliner* yang menjadi salah satu inti dalam perbankan yang bertugas untuk berinteraksi langsung dengan nasabah

menyangkut tentang kepuasan nasabah pada produk maupun jasa yang di tawarkan. Ketika nasabah merasa puas terhadap produk atau jasa yang di gunakan maka nasabah akan berkomitmen dalam menggunakan layanan tersebut tetapi jika nasabah merasa kecewa terhadap pelayanan *customer service*, kemungkinan besar nasabah akan beralih ke produk pesaing.

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka peneliti tertarik dalam melakukan penelitian dengan judul **“Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan *Customer Service* di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Narmada”**.

### **Rumusan Masalah**

Bagaimana loyalitas nasabah terhadap pelayanan *customer service* di BRI unit Narmada, bagaimana kepuasan nasabah terhadap pelayanan *customer service* di BRI unit Narmada, bagaimana kepercayaan nasabah terhadap pelayanan *customer service* di BRI unit Narmada, bagaimana kualitas pelayanan *customer service* terhadap nasabah di BRI unit Narmada.

### **Tujuan Penelitian**

Untuk dapat mengetahui bagaimana loyalitas nasabah terhadap pelayanan *customer service* di BRI unit Narmada, kepuasan nasabah terhadap pelayanan *customer service* di BRI unit Narmada, kepercayaan nasabah terhadap pelayanan *customer service* di BRI unit Narmada, kualitas pelayanan *customer service* terhadap nasabah di BRI unit Narmada.

### **Manfaat Penelitian**

Bagi perusahaan menjadi saran yang dapat di pertimbangkan untuk mengevaluasi dan menyempurnakan proses pelayanan *customer service*. Bagi Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya di harapkan kegunaan penelitian ini bisa di dimanfaatkan untuk menambah ilmu pengetahuan dalam mengenal

pentingnya kepuasan nasabah serta hasil dari kegiatan dapat di jadikan referensi untuk mahasiswa dalam melaksanakan penelitian.

### **Sistematika Penulisan**

Bagian Awal Tugas Akhir memuat sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan siap diuji, lulus ujian tugas akhir, halaman pengesahan tugas akhir, pernyataan orisinalitas tugas akhir, motto dan persembahan, halaman kata pengantar, halaman abstrak/*abstract*, halaman daftar isi, halaman daftar table, daftar gambar, dan halaman lampiran.

Bagian Utama Tugas Akhir. Bab 1 Pendahuluan berisi penjelasan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan. Bab 2 Tinjauan Pustaka berisi penjelasan mengenai konsep kepuasan nasabah. Bab 3 Metode Penelitian berisi mengenai desain penelitian, batasan penelitian, data dan metode pengumpulan data, serta teknik analisis data. Bab 4 Hasil dan Pembahasan menjelaskan mengenai gambaran subyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan. Bab 5 Penutup menjelaskan mengenai kesimpulan, saran dan implikasi hasil penelitian.

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **Loyalitas Nasabah**

Menurut **Lusiah (2018)**, menyatakan bahwa loyalitas nasabah ialah komitmen yang di pegang erat oleh nasabah dalam membeli atau mengutamakan suatu produk maupun jasa secara terus-menerus. Dapat di simpulkan loyalitas sebagai komitmen nasabah terhadap suatu produk berdasarkan kegunaannya.

Menurut **Zulfikar Rizki (2018)** menyatakan bahwa loyalitas memiliki beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Loyalitas dapat meningkatkan pembelian nasabah dengan memperhatikan bahwa nasabah cenderung menggunakan produk dan layanan perbankan.

2. Loyalitas nasabah dapat menurunkan biaya yang di tanggung perusahaan dalam melayani nasabah.
3. Loyalitas nasabah meningkatkan komunikasi langsung secara positif.

Menurut **Tjiptono (2018)** menyatakan ada beberapa indikator yang dapat digunakan dalam mengukur loyalitas nasabah, antara lain :

1. Merasa puas terhadap manfaat produk tersebut.
2. Memilih setia dalam menggunakan produk tersebut.
3. Memilih tetap memprioritaskan produk dan layanan.
4. Merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain.

### **Kepuasan Nasabah**

Kepuasan nasabah di perbankan memiliki dampak yang sangat luas untuk peningkatan keuntungan, menjadi nasabah setia, dapat mempromosikan produk kepada banyak orang serta membeli ulang produk tersebut. Menurut pendapat **Kasmir (2017)**, menjelaskan bahwa kepuasan nasabah ialah perasaan gembira karena telah membeli suatu barang atau jasa yang di mana barang tersebut sesuai yang di harapkannya.

Menurut **Sugiyono (2017)** kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang di lakukan dengan cara memberi beberapa pernyataan kepada responden untuk di jawab. Ada beberapa cara dalam menggunakan metode ini, yaitu :

1. Pengukuran yang di lakukan secara langsung dengan membuat pertanyaan seperti “seberapa merasa puaskah perasaan saudara terhadap pelayanan di Bank BRI unit Narmada pada skala seperti; sangat puas, puas, cukup puas, tidak puas, sangat tidak puas”.
2. Responden yang di berikan pertanyaan tentang seberapa besar harapannya terhadap suatu produk di belinya dan bagaimana kualitas produk tersebut.
3. Responden dapat mengungkapkan hambatan apa saja yang berkaitan

selama proses penawaran berlangsung serta memberikan saran yang bermanfaat dalam memperbaiki pelayanan di Bank Rakyat Indonesia unit Narmada.

4. Responden dapat memberikan ranking berbagai elemen pada pelayanan yang di lakukan berdasarkan kinerja di Bank BRI unit Narmada

Menurut **Kotler (2015)** menjelaskan bahwa kunci utama dalam mempertahankan nasabah yaitu kepuasan nasabah. Beberapa indikator kepuasan nasabah antara lain :

1. Nasabah merasa puas terhadap sistem dan jaringan yang di sediakan perbankan.
2. Merasa puas terhadap pelayanan yang di berikan oleh *customer service*.
3. Merasa puas dalam penyelesaian pelayanan secara tepat waktu sesuai yang di janjikan.
4. Merasa puas terhadap produk dan pelayanan perbankan.

### **Kepercayaan**

Kepercayaan nasabah adalah kunci dalam pengembangan keinginan yang kuat dalam mempertahankan suatu hubungan jangka panjang. Menurut **Priansa (2017)** menyatakan bahwa kepercayaan ialah suatu keyakinan satu pihak terhadap integritas pihak lain dalam hubungan untuk mempercayai orang lain dalam menghasilkan hasil yang positif. Kepercayaan dapat timbul melalui pandangan yang berulang dan adanya pengalaman.

Menurut **Maharani (2016)** menyatakan ada beberapa indikator kepercayaan nasabah terhadap suatu produk maupun jasa, antara lain :

1. *Customer service* memberikan pelayanan yang cepat tanpa membuat nasabah menunggu terlalu lama.
2. *Customer service* jujur dalam menawarkan suatu produk/jasa sesuai dengan informasi yang di berikan BRI unit Narmada.

3. *Customer service* memberikan sambutan dengan baik kepada nasabah yang datang.
4. *Customer service* memiliki keandalan dalam mengukur konsisten perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan nasabah.

Menurut **Priansa (2017)** menjelaskan bahwa ada beberapa hal yang perlu di pahami sebagai strategi dalam meningkatkan kepercayaan nasabah, sebagai berikut :

1. Menjaga hubungan baik dengan nasabah akan memberikan dampak yang menguntungkan untuk perusahaan.
2. Terbuka dalam komunikasi sehingga nasabah yang memiliki kepercayaan tinggi terhadap perusahaan akan memberikan informasi yang konstruksi untuk perusahaan sehingga arus informasi menjadi benar.
3. Nasabah yang percaya dapat menerima risiko apapun ketika memutuskan untuk menggunakan produk yang di hasilkan oleh perusahaan.
4. Kenyamanan dalam mengkonsumsi produk tersebut membuat nasabah melakukan pembelian secara berulang-ulang baik itu jangka panjang maupun jangka pendek.

### **Kualitas Pelayan**

Menurut **Fandly Tjiptono (2017)** menyatakan bahwa kualitas pelayanan yaitu sebuah perbandingan seberapa baik tingkat layanan yang diterapkan sehingga dapat membuat nasabah merasa puas sesuai harapan. Ada beberapa kualitas pelayanan yang harus di terapkan oleh perusahaan, antara lain :

1. Tersedianya karyawan yang memiliki etika baik ialah faktor pendukung utama untuk sebuah kesuksesan dalam melayani nasabah.
2. Dapat memberikan pelayanan sesuai harapan nasabah secara cepat, tidak membuang-buang waktu serta perhitungan yang tepat.

3. Mampu berkomunikasi dengan bahasa yang baik, sopan serta dapat bekerja sama dengan tim.
4. Dapat menjaga kepercayaan nasabah sehingga dapat menjadi pembentukan reputasi bank dari waktu ke waktu.
5. Memiliki wawasan yang luas sehingga dapat menghadapi permasalahan yang di hadapi nasabah.

Manfaat dari pelayanan yaitu membantu memenuhi kebutuhan umum nasabah. Menurut **Kotler dan Keller (2016)** ada beberapa manfaat kualitas pelayanan, antara lain :

1. Mempercepat proses pelayanan sehingga menghemat waktu.
2. Meningkatkan produktivitas (produk/jasa).
3. Memperoleh kualitas produk terbaik.
4. Memenuhi harapan nasabah terhadap penggunaan produk tersebut.
5. Kebutuhan nasabah akan di proses secara benar dan tepat waktu.

Menurut **Abdullah (2017)** menyatakan bahwa kualitas pelayanan suatu perasaan yang di rasakan secara nyata oleh nasabah. Beberapa indikator pelayanan yang harus ada dalam kualitas pelayanan, antara lain :

1. Merasa *customer service* disiplin dalam memberikan layanan.
2. Merasa *customer service* memiliki rasa peduli yang tinggi dan membantu bagi nasabah.
3. Merasa *customer service* mampu menawarkan produk dari perbankan.
4. Merasa *customer service* mendengarkan saran dan keluhan nasabah.

## **METODE PENELITIAN**

### **Desain Penelitian**

Penelitian dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Jenis penelitian ini dapat berbentuk angka yang dapat diukur secara langsung serta berdampak pada kualitas layanan terhadap nasabah pada BRI Unit Narmada. Tujuan adanya penelitian ini untuk dapat memahami kondisi pada konteks yang

mengarahkan pendeskripsian lebih rinci serta memperdalam gambaran kondisi sebenarnya yang terjadi di lapangan pada saat penelitian berlangsung.

**Batasan Penelitian**  
**Batasan Topik**

Peneliti di batasi untuk dapat lebih fokus pada proses penelitian yang di lakukan. Batasan yang di lakukan dalam penelitian ini dapat mencakup tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan *customer service* di BRI unit Narmada.

**Batasan Judul**

Dalam judul penelitian yang di bahas ialah tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan *customer service* di BRI unit Narmada.

**Analisis Data**

Metode dalam analisis data yang digunakan ialah metode penelitian deskriptif kuantitatif dimana metode tersebut dapat mendeskripsikan beberapa data yang telah di kumpulkan sebelumnya melalui kuesioner dan studi dokumentasi secara lengkap.

**Data dan Metode Pengumpulan Data**

Data dan metode pengumpulan data terdapat waktu dan tempat penelitian, sumber data, dan metode pengumpulan data yang digunakan.

**Waktu dan Tempat Penelitian**

Jadwal penelitian di mulai tanggal 24 Juni hingga 30 Juli 2022 pada waktu penelitian berlangsung. Tempat dilaksanakan penelitian adalah di Bank Rakyat Indonesia unit Narmada yang berlokasi di Jl. Ahmad Yani, Lembuak, Kecamatan Narmada, Kabupaten Lombok Barat, NTB, 83127.

**Sumber Data**

Sumber data yang akan dimanfaatkan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.

**1. Data primer**, yaitu sebuah data yang di ambil berdasarkan pengamatan yang di lakukan secara langsung melalui pengisian kuesioner yang telah di

berikan. Data primer mencakup hasil responden dengan pertanyaan tertutup mengenai tingkat kepuasan nasabah berdasarkan pelayanan *customer service* di BRI unit Narmada.

**2. Data sekunder**, dapat diperoleh melalui media perantara ataupun tidak langsung yang meliputi beberapa bukti, catatan seperti hasil yang berupa studi dokumentasi tentang tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan *customer service* di Bank BRI unit Narmada.

**Metode Pengumpulan Data**

Dalam menyusun penelitian ini, ada beberapa metode pengumpulan data yang dapat digunakan yaitu sebagai berikut :

**1. Metode Kuesioner**

Metode kuesioner yang digunakan dalam menghimpun data baik itu secara langsung dari nasabah BRI Unit Narmada maupun tidak langsung dengan cara mengisi *google form* dan memilih jawaban dari beberapa pertanyaan yang telah disediakan. Dalam jangka waktu penyebaran kuesioner dimulai pada tanggal 24 Juni 2022 – 30 Juli 2022.

**Loyalitas**

1	Saya akan terus menjadi nasabah di BRI Unit Narmada.	LN1	Tjiptono (2018)
2	Saya tidak akan menerima penawaran dan berbagai alasan dengan bank lain.	LN2	
3	Saya tetap memprioritaskan produk dan layanan di BRI Unit Narmada.	LN3	
4	Saya tidak keberatan memberi saran orang lain untuk menjadi nasabah di BRI Unit Narmada.	LN4	

**Kepuasan**

1	Saya merasa puas terhadap kinerja sistem dan jaringan di BRI Unit Narmada.	KN1	Kotler (2015)
2	Saya merasa puas terhadap kecepatan pelayanan yang diberikan oleh <i>Customer Service</i> BRI Unit Narmada.	KN2	
3	Saya merasa puas dalam menyelesaikan pelayanan tepat waktu yang dijanjikan.	KN3	
4	Saya merasa puas terhadap produk yang ditawarkan BRI Unit Narmada	KN4	

### Kepercayaan

1	<i>Customer Service</i> BRI Unit Narmada memberikan pelayanan yang cepat tanpa membuat nasabah menunggu lama.	K1	Priansa (2017)
2	<i>Customer service</i> jujur dalam menawarkan suatu produk atau jasa yang sesuai dengan informasi yang diberikan BRI unit Narmada.	K2	
3	<i>Customer Service</i> memberikan sambutan dengan baik kepada nasabah yang datang.	K3	
4	<i>Customer service</i> memiliki kuandalan dalam mengukur konsisten perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan nasabah.	K4	

### Kualitas Layanan

1	Saya merasa <i>Customer Service</i> BRI Unit Narmada disiplin dalam memberikan layanan.	KL1	Abdullah (2017)
2	Saya merasa <i>Customer Service</i> BRI Unit Narmada memiliki rasa peduli yang tinggi dan membantu bagi nasabah.	KL2	
3	Saya merasa <i>Customer Service</i> BRI Unit Narmada mampu dalam menawarkan produk BRI.	KL3	
4	Saya merasa <i>Customer Service</i> BRI Unit Narmada mendengarkan saran dan keluhan nasabah.	KL4	

## 2. Metode Dokumentasi

Studi dokumentasi yang digunakan ialah mengumpulkan data dari beberapa sumber secara tertulis maupun akun *website* resmi dari Bank Rakyat Indonesia serta diambil dari beberapa buku maupun artikel ilmiah lainnya.

### Teknik Analisis Data

Menurut pendapat Sugiyono (2017) menyatakan bahwa analisis data ialah suatu metode yang digunakan untuk mencari dan menyusun data hasil kuesioner dan dokumentasi secara sistematis dengan cara membagi beberapa data ke dalam berbagai kategori, menguraikan ke dalam unit, menggunakan sintesis, menyusun ke dalam bentuk pola kemudian menentukan pilihan paling penting dalam mempelajari serta dapat membuat kesimpulan untuk dapat di mengerti oleh penerbit sendiri ataupun orang lain. Analisis deskriptif kuantitatif yang digunakan pada penelitian ini ialah presentase, antara lain :

1. Memberikan beberapa pertanyaan tertulis kepada responden melalui kuesioner.
2. Mengumpulkan beberapa informasi berupa data yang akan menjadi dasar untuk melakukan suatu penelitian.
3. Menjadikan tabel distribusi sebagai jawaban dari variable X & Y.
4. Menghitung skor jawaban responden melalui ketentuan skor yang di tetapkan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Subyek Penelitian

#### 1. Sejarah Perusahaan

Bank Rakyat Indonesia merupakan Bank milik pemerintah yang kedudukannya terbesar di Indonesia. BRI di dirikan di daerah purwokerto, Jawa Tengah dan di dirikan pada tanggal 16 Desember 1895 oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja. Pada priode kemerdekaan Republik Indonesia, berdasarkan wewenang pemerintah No. 1 Tahun 1946 Pasal 1 menyatakan bahwa BRI merupakan Bank pemerintah pertama di Republik Indonesia. Pada waktu peperangan mempertahankan NKRI Tahun 1948, kegiatan BRI berhenti sementara waktu hingga kembali aktif lagi setelah terjadinya perjanjian *ranville* pada Tahun 1949 dengan merubah nama menjadi Bank Rakyat Indonesia Serikat.

Berdirinya Bank Rakyat Indonesia Unit Narmada memiliki tujuan dalam membantu, meningkatkan pertumbuhan ekonomi serta pemerataan pembangunan daerah di seluruh bidang untuk dapat tercapainya peningkatan biaya hidup masyarakat. BRI unit Narmada salah satu unit yang memiliki kelengkapan dalam otonomi daerah di berbagai bidang perbankan & keuangan dalam menjalankan usahanya sebagai bank umum.

#### 2. Visi dan Misi

##### Visi BRI

Menjadi *the most valuable banking group* di Asia Tenggara *and champion of financial inclusion*.

### Misi BRI

- Melaksanakan kegiatan dalam perbankan dengan memberikan yang terbaik serta lebih memberikan pelayanan kepada segmen mikro, kecil dan menengah dalam meningkatkan ekonomi masyarakat.
- Memberikan pelayanan yang prima serta fokus terhadap nasabah melalui SDM yang *professional* dan memiliki budaya berbasis kinerja, teknologi yang handal serta beberapa jaringan kerja yang konvensional baik digital produktif dalam menerapkan prinsip yang operasional.
- Berkerja dengan baik dan optimal untuk pihak yang memiliki kepentingan serta memperhatikan prinsip keuangan yang berkelanjutan.

### Hasil Penelitian

Dalam bab ini akan membahas mengenai hasil penelitian berdasarkan rumusan masalah penelitian. Berdasarkan teknik pengambilan data dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kuesioner yang pengambilan data menggunakan metode *survey* secara tertulis yang di berikan langsung kepada responden. Adapun responden yang menjadi objek dalam penelitian ini yaitu nasabah Bank Rakyat Indonesia unit Narmada dengan menyebarkan kuesioner ke 100 orang. Data yang berhasil terkumpul berjumlah 100 responden yang akan di jadikan fokus dalam penelitian ini.

#### Jumlah Data Yang Terkumpul

Keterangan	Jumlah metode langsung	jumlah metode Google formulir	Presentase
Kuesioner yang di bagikan	40	60	100%
Kuesioner yang di kembalikan	-	-	-
Jumlah kuesioner yang di olah	40	60	100%

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, dapat disimpulkan kuesioner yang dibagikan sejumlah 100, kuesioner yang tidak

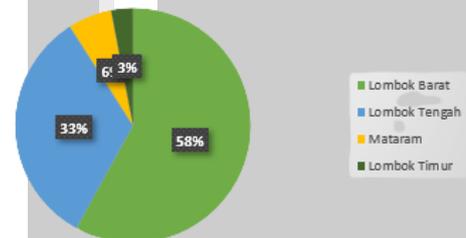
dikembalikan 0 dan kuesioner yang dapat diolah sebanyak 100 dengan tingkat presentase 100% dari kuesioner yang dibagikan.

### Karakteristik Responden

Karakteristik umum responden dapat diperoleh melalui data bagian informasi yang terdapat pada kuesioner penelitian. Karakteristik responden digunakan untuk mengetahui keragaman dari responden berdasarkan alamat, kota, jenis kelamin, umur, pekerjaan dan lamanya menabung. Bagian tersebut sangat diharapkan dapat memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai kondisi dari responden serta berkaitan pada masalah dan tujuan penelitian tersebut.

#### a. Distribusi Responden Berdasarkan Kota/Kabupaten

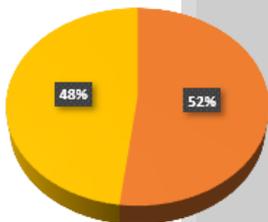
Distribusi frekuensi berdasarkan kota/kabupaten responden Bank Rakyat Indonesia unit Narmada, dapat dilihat pada gambar berikut :



Berdasarkan gambar diatas, menjelaskan bahwa responden yang berasal dari kota/kabupaten Lombok Barat sebanyak 58 orang dengan presentase sejumlah 58%, Lombok Tengah sebanyak 33 orang dengan presentase sejumlah 33%, Lombok Timur sebanyak 3 orang dengan presentase sejumlah 3%, Mataram sebanyak 6 orang dengan presentase sejumlah 6%, Berdasarkan distribusi kota/kabupaten responden sebagian besar berasal dari kota Lombok Barat sebanyak 58 orang dengan presentase 58% dari total responden sebanyak 100 orang. Hal tersebut dikarenakan lokasi BRI Unit Narmada terletak pada kota Lombok Barat yang sebagian besar responden beralamat di desa Lembuak Narmada.

**b. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

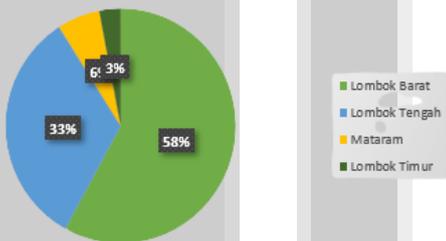
Distribusi frekuensi berdasarkan jenis kelamin Bank Rakyat Indonesia Unit Narmada, dapat dilihat pada gambar berikut :



Berdasarkan gambar diatas, bahwa jenis kelamin responden Bank Rakyat Indonesia unit Narmada dengan rincian laki-laki sebanyak 52 orang dengan presentase sebesar 52% dan responden perempuan sebanyak 48 orang dengan presentase 48% dari total responden sebanyak 100 orang. Sehingga responden Bank Rakyat Indonesia unit Narmada sebagian besar berjenis kelamin laki-laki.

**c. Distribusi Responden Berdasarkan Usia**

Distribusi frekuensi menurut usia responden Bank Rakyat Indonesia unit Narmada, dapat dilihat pada gambar berikut :

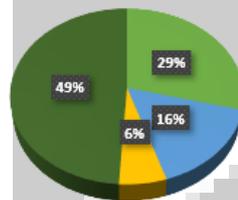


Pada gambar diatas dapat dilihat bahwa usia responden BRI unit Narmada yang berusia antara 18 – 20 Tahun sebanyak 23 orang dengan presentase sebesar 23%, responden yang berumur 20 – 25 Tahun sebanyak 41 orang dengan presentase sebesar 41%, responden yang berumur 25 – 30 Tahun sebanyak 28 orang dengan presentase sebesar 28%, responden yang berumur >30 Tahun sebanyak 8 orang dengan presentase sebesar 8% dari total responden sebanyak 100 orang. Berdasarkan karakteristik umur responden

sebagian besar berumur antara 20 – 25 Tahun yaitu sebanyak 41 responden (41%). Hal tersebut di karenakan sebagian besar responden mengalami masalah pada kartu ATM seperti lupa pin, terblokir, tertelan dan kartu ATM hilang.

**d. Distribusi Responden Berdasarkan Lamanya Menabung**

Distribusi frekuensi menurut lama menabung responden Bank Rakyat Indonesia unit Narmada, dapat dilihat pada gambar berikut :



Pada gambar diatas dapat dilihat bahwa lama menabung responden BRI unit Narmada dengan rincian <1 Tahun sebanyak 16 orang dengan presentase 16%, 1 – 3 Tahun sebanyak 49 orang dengan presentase 49%, 3 – 5 Tahun sebanyak 29 orang dengan presentase 29%, >5 Tahun sebanyak 6 orang dengan presentase 6% dari total responden sebanyak 100 orang. Sehingga responden yang tertinggi berdasarkan lamanya menabung di BRI Unit Narmada yaitu 1 – 3 Tahun sebanyak 49 orang (49%). Hal tersebut menyatakan bahwa jangka waktu menabung di dominasi oleh responden yang lebih dari 1 tahun menjadi nasabah di BRI Unit Narmada.

**Karakteristik Tanggapan Responden**

Dalam tahapan ini peneliti melakukan analisis data untuk menjawab rumusan masalah yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Skala yang digunakan pada kuesioner penelitian adalah skala likert dengan interval 5 skala. Menggunakan kategori tersebut dapat di anggap membantu memudahkan penelitian. Interval dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$IK = \frac{STt - STr}{JK} \dots (I)$$

Keterangan :

Ik : Interval kelas  
 STt : Skor Tertinggi (1)  
 STR : Skor Terendah (5)  
 JK : Jumlah Kelas

**Tabel Interval**

Interval	Keterangan	Kesimpulan
$1,00 < X \leq 1,80$	Sangat Tidak Puas	Kepuasan nasabah sangat tidak setuju
$1,80 < X \leq 2,60$	Tidak puas	Kepuasan nasabah tidak setuju
$2,60 < X \leq 3,40$	Cukup Puas	Kepuasan nasabah cukup setuju
$3,40 < X \leq 4,20$	Puas	Kepuasan nasabah setuju
$4,20 < X \leq 5,00$	Sangat Puas	Kepuasan nasabah sangat setuju

Dalam menentukan nilai rata-rata dari masing-masing responden terhadap beberapa item pernyataan maka harus dilakukan perhitungan pada setiap item dalam tiap pernyataan. Kemudian hasil dari keseluruhan jawaban responden di ukur menggunakan nilai rata-rata, Selanjutnya X merujuk kepada nilai rata-rata tersebut.

### 1. Tanggapan Responden tentang Loyalitas Nasabah

No	Pernyataan	Tanggapan Responden					Mean	Kategori
		1	2	3	4	5		
1	LN1	0 (0.00%)	0 (0.00%)	2 (2%)	53 (53%)	45 (45%)	4.43	Sangat Loyal
2	LN2	2 (2%)	2 (2%)	6 (6%)	56 (56%)	34 (34%)	4.18	Loyal
3	LN3	0 (0.00%)	0 (0.00%)	9 (9%)	67 (67%)	24 (24%)	4.14	Loyal
4	LN4	0 (0.00%)	0 (0.00%)	22 (22%)	28 (28%)	50 (50%)	4.06	Loyal
Rata - Rata Mean						4.20	Sangat Loyal	

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden sebanyak 53 orang (53%) setuju untuk terus menjadi nasabah yang loyal di BRI unit Narmada. Sedangkan responden sebanyak 2 orang (2%) kurang setuju untuk menjadi nasabah yang loyal di BRI unit Narmada. Responden sebanyak 56 orang (56%) setuju untuk menolak penawaran dari Bank lain dan memilih menjadi nasabah yang loyal di BRI unit Narmada. Sedangkan responden sebanyak 2 orang (2%) tidak setuju menjadi nasabah yang loyal di BRI unit Narmada karena masih mau menerima penawaran dari Bank lain.

Responden sebanyak 67 orang (67%) setuju untuk terus memprioritaskan produk dan layanan di BRI unit Narmada dengan loyal. Sedangkan responden sebanyak 9 orang (9%) kurang setuju terhadap produk dan layanan dengan loyal yang diberikan BRI unit Narmada dengan loyal. Responden sebanyak 50 orang (50%)

sangat setuju dalam memberikan saran kepada orang lain untuk bergabung menjadi nasabah yang loyal di BRI unit Narmada. Sedangkan 22 orang (22%) kurang setuju untuk memberikan saran kepada orang lain untuk bergabung menjadi nasabah yang loyal di BRI unit Narmada. Dapat di simpulkan mengenai loyalitas secara keseluruhan di dapatkan nilai rata-rata sebesar 4.20 dengan kategori sangat setuju (loyal) terhadap pelayanan *customer service* di BRI unit Narmada sehingga sebgaiian besar memilih untuk terus menjadi nasabah di BRI unit Narmada.

### 2. Tanggapan Responden tentang Kepuasan Nasabah

No	Pernyataan	Tanggapan Responden					Mean	Kategori
		1	2	3	4	5		
1	KN.1	0 (0.00%)	0 (0.00%)	18 (18%)	46 (46%)	36 (36%)	4.18	Puas
2	KN.2	0 (0.00%)	0 (0.00%)	11 (11%)	66 (66%)	23 (23%)	4.12	Puas
3	KN.3	0 (0.00%)	0 (0.00%)	17 (17%)	56 (56%)	27 (27%)	4.10	Puas
4	KN.4	1 (1%)	0 (0.00%)	14 (14%)	60 (60%)	25 (25%)	4.08	Puas
Rata - Rata Mean						4.12	Puas	

Berdasarkan tanggapan responden mengenai kepuasan nasabah pada tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah responden sebanyak 46 orang (46%) merasa puas terhadap kinerja, sistem dan jaringan di BRI unit Narmada. Sedangkan responden sebanyak 18 orang (18%) kurang puas terhadap kinerja, sistem dan jaringan di BRI unit Narmada. Responden sebanyak 66 orang (66%) merasa puas terhadap kecepatan *customer service* dalam memberikan pelayanan di BRI unit Narmada. Sedangkan responden sebanyak 11 orang (11%) kurang puas untuk kecepatan *customer service* dalam memberikan pelayanan di BRI unit Narmada.

Responden sebanyak 56 orang (56%) merasa puas terhadap *customer service* dalam menyelesaikan pelayanan tepat waktu sesuai yang di janjikan. Sedangkan responden sebanyak 17 orang (17%) kurang puas terhadap *customer service* dalam menyelesaikan pelayanan tepat waktu sesuai yang di janjikan. Responden sebanyak 60 orang (60%) merasa puas dalam menggunakan produk yang di tawarkan BRI unit Narmada. Sedangkan

responden sebanyak 1 orang (1%) sangat tidak puas dalam menggunakan produk yang di tawarkan BRI unit Narmada. Dapat di simpulkan mengenai kepuasan nasabah secara keseluruhan di dapatkan nilai rata-rata sebesar 4.12 dengan kategori puas terhadap pelayanan *customer service* secara cepat dan tepat waktu.

### 3. Tanggapan Responden tentang Kepercayaan Nasabah

No	Pernyataan	Tanggapan Responden					Mean	Kategori
		1	2	3	4	5		
1	K.1	0 (0.00%)	2 (2%)	20 (20%)	46 (46%)	32 (32%)	4.08	Percaya
2	K.2	0 (0.00%)	0 (0.00%)	15 (15%)	53 (53%)	32 (32%)	4.17	Percaya
3	K.3	0 (0.00%)	0 (0.00%)	10 (10%)	54 (54%)	36 (36%)	4.26	Sangat Percaya
4	K.4	1 (1%)	0 (0.00%)	18 (18%)	56 (56%)	25 (25%)	4.04	Percaya
Rata - Rata Mean							4.14	Percaya

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah responden sebanyak 46 orang (46%) merasa percaya terhadap *customer service* BRI unit Narmada telah memberikan pelayanan yang cepat tanpa membuat responden menunggu lama. Sedangkan responden sebanyak 2 orang (2%) tidak percaya terhadap *customer service* BRI unit Narmada dapat memberikan pelayanan tanpa membuat responden menunggu lama. Responden sebanyak 53 orang (53%) merasa percaya bahwa *customer service* jujur dalam menawarkan suatu produk ataupun jasa sesuai dengan informasi yang diberikan oleh BRI unit Narmada. Sedangkan responden sebanyak 15 orang (15%) kurang percaya bahwa *customer service* jujur dalam menawarkan suatu produk ataupun jasa sesuai dengan informasi yang diberikan oleh BRI unit Narmada.

Responden sebanyak 54 orang (54%) percaya terhadap *customer service* selalu memberikan sambutan dengan baik kepada nasabah yang datang. Sedangkan responden sebanyak 10 orang (10%) kurang percaya terhadap *customer service* selalu memberikan sambutan baik kepada nasabah yang datang. Responden sebanyak 56 orang (56%) merasa percaya bahwa *customer service* memiliki keandalan dalam mengukur konsisten perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan nasabah. Sedangkan responden sebanyak 1 orang

(1%) sangat tidak percaya bahwa *customer service* memiliki keandalan dalam mengukur konsisten perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan nasabah. Dapat di simpulkan mengenai kepercayaan secara keseluruhan di dapatkan nilai rata-rata sebesar 4.14 dengan kategori percaya bahwa *customer service* di nilai jujur dalam melakukan pelayanan dan menawarkan produk sesuai informasi yang diberikan oleh BRI unit Narmada.

### 4. Tanggapan Responden tentang Kualitas Layanan

No	Pernyataan	Tanggapan Responden					Mean	Kategori
		1	2	3	4	5		
1	KL.1	1 (1%)	1 (1%)	4 (4%)	56 (56%)	38 (38%)	4.29	Sangat Baik
2	KL.2	1 (1%)	1 (1%)	11 (11%)	58 (58%)	29 (29%)	4.13	Baik
3	KL.3	2 (2%)	0 (0.00%)	20 (20%)	46 (46%)	32 (32%)	4.06	Baik
4	KL.4	1 (1%)	3 (3%)	21 (21%)	56 (56%)	19 (19%)	3.89	Baik
Rata - Rata Mean							4.09	Baik

Berdasarkan tabel di atas dapat di lihat bahwa jumlah responden sebanyak 56 orang (56%) setuju terhadap sikap disiplin *customer service* dalam memberikan layanan di BRI unit Narmada dengan baik. Sedangkan responden sebanyak 1 orang (1%) tidak setuju terhadap sikap disiplin *customer service* dalam memberikan layanan di BRI unit Narmada dengan baik. Responden sebanyak 58 orang (58%) setuju terhadap pelayanan *customer service* yang memiliki rasa peduli dan membantu permasalahan nasabah dengan baik. Sedangkan responden sebanyak 1 orang (1%) tidak setuju terhadap pelayanan *customer service* yang memiliki rasa peduli dan membantu permasalahan nasabah dengan baik.

Responden sebanyak 46 orang (46%) setuju bahwa *customer service* mampu dalam menawarkan produk BRI dengan baik. sedangkan responden sebanyak 2 orang (2%) sangat tidak setuju bahwa *customer service* mampu dalam menawarkan produk BRI dengan baik. responden sebanyak 56 orang (56%) setuju bahwa *customer service* BRI unit Narmada mendengarkan saran dan keluhan nasabah dengan baik. Sedangkan responden sebanyak 3 orang (3%) tidak setuju bahwa *customer service* BRI unit Narmada

mendengarkan saran dan keluhan nasabah dengan baik. Dapat di simpulkan mengenai kualitas layanan secara keseluruhan di dapatkan nilai rata-rata sebesar 4.09 dengan kategori setuju (baik) terhadap kemampuan *customer service* dalam menawarkan produk dan disiplin dalam melakukan pelayanan dengan baik.

## **Pembahasan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkatan kepuasan nasabah terhadap pelayanan di BRI unit Narmada. Penelitian ini terdiri dari dua variable yaitu nasabah (X) dan *customer service* di BRI unit Narmada (Y). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan skala likert. Data yang di dapatkan berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner menggunakan penyebaran langsung dan *google form* kepada 100 responden yang merupakan nasabah di BRI unit Narmada.

### **1. Loyalitas Nasabah terhadap Pelayanan Customer Service di Bank Rakyat Indonesia Unit Narmada**

Hasil penelitian mengenai loyalitas nasabah secara keseluruhan di dapatkan jumlah responden yang loyal dan sangat loyal  $\geq 50\%$  atau nilai rata-rata sebesar 4.20 dengan kategori “sangat loyal”. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas nasabah terhadap pelayanan *customer service* di BRI unit Narmada di nilai sangat loyal sehingga responden akan terus menjadi nasabah di BRI unit Narmada. Sedangkan  $\leq 10\%$  responden yang tidak loyal untuk memberi saran kepada orang lain untuk bergabung menjadi nasabah di BRI unit Narmada. Untuk jumlah responden dengan nilai tertinggi sebanyak 67 orang (67%) dengan kategori loyal untuk terus memprioritaskan produk dan layanan di BRI unit Narmada. Sedangkan untuk jumlah responden dengan nilai terendah sebanyak 22 orang (22%) dengan kategori tidak loyal untuk memberikan saran kepada

orang lain untuk bergabung menjadi nasabah di BRI unit Narmada.

Berdasarkan hasil penelitian terdapat evaluasi bahwa nasabah telah merasakan loyal untuk terus menjadi nasabah di BRI unit Narmada dan tetap memprioritaskan produk dan layanan di BRI unit Narmada, akan tetapi sebaiknya BRI unit Narmada bisa mempertahankan nasabah yang loyal agar memberikan saran ke orang lain untuk bergabung menjadi nasabah di BRI unit Narmada.

### **2. Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan Customer Service di Bank Rakyat Indonesia Unit Narmada**

Hasil penelitian mengenai kepuasan secara keseluruhan di dapatkan jumlah responden yang puas dan sangat puas  $\geq 50\%$  atau nilai rata-rata sebesar 4.12 dengan kategori “puas”. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah terhadap pelayanan *customer service* di nilai puas dalam kinerja, *system* dan jaringan di BRI unit Narmada. Sedangkan  $\leq 10\%$  responden yang tidak puas terhadap produk yang di tawarkan oleh *customer service* di BRI unit Narmada. Untuk jumlah responden dengan nilai tertinggi sebanyak 66 orang (66%) dengan kategori puas terhadap kecepatan *customer service* dalam memberikan pelayanan di BRI unit Narmada. Sedangkan untuk jumlah responden dengan nilai terendah sebanyak 18 orang (18%) dengan kategori tidak puas terhadap sistem dan jaringan yang stabil di BRI unit Narmada.

Berdasarkan hasil penelitian terdapat evaluasi bahwa nasabah telah merasakan puas untuk pelayanan *customer service* khususnya dalam hal kinerja, akan tetapi sebaiknya BRI unit Narmada khususnya bagian *customer service* juga perlu melakukan peningkatan dalam pemberian solusi kepada nasabah.

### **3. Kepercayaan Nasabah terhadap Pelayanan Customer Service di Bank Rakyat Indonesia Unit Narmada**

Hasil penelitian mengenai kepercayaan secara keseluruhan di dapatkan jumlah responden yang percaya dan sangat percaya

$\geq 50\%$  atau nilai rata-rata sebesar 4.14 dengan kategori “percaya”. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah terhadap pelayanan *customer service* di nilai percaya bahwa *customer service* memberikan sambutan dengan baik kepada nasabah yang datang. Sedangkan  $\leq 10\%$  responden yang tidak percaya bahwa *customer service* memiliki keandalan dalam mengukur konsisten perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan nasabah. Untuk jumlah responden dengan nilai tertinggi sebanyak 56 orang (56%) dengan kategori percaya bahwa *customer service* memiliki keandalan dalam mengukur konsisten perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan nasabah. Sedangkan untuk jumlah responden dengan nilai terendah sebanyak 20 orang (20%) dengan kategori kurang percaya bahwa *customer service* BRI unit Narmada dapat memberikan pelayanan yang cepat tanpa membuat responden menunggu lama.

Berdasarkan hasil penelitian terdapat evaluasi bahwa nasabah merasa percaya terhadap *customer service* yang selalu bersikap ramah dengan memberikan sambutan baik kepada nasabah yang datang, akan tetapi sebaiknya BRI unit Narmada khususnya bagian *customer service* dapat mengukur konsisten perusahaan dalam peningkatan kepercayaan nasabah.

#### **4. Kualitas Pelayanan Customer Service terhadap Nasabah Di Bank Rakyat Indonesia Unit Narmada**

Hasil penelitian mengenai kualitas pelayanan secara keseluruhan di dapatkan jumlah responden yang baik dan sangat baik  $\geq 50\%$  atau nilai rata-rata sebesar 4.09 dengan kategori “baik”. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *customer service* di nilai baik terhadap kedisiplinan dalam memberikan layanan. Sedangkan  $\leq 10\%$  responden yang tidak baik bahwa *customer service* mendengarkan saran dan keluhan dari nasabah. Untuk jumlah responden dengan nilai tertinggi sebanyak 58 orang (58%)

dengan kategori setuju terhadap pelayanan *customer service* yang memiliki rasa peduli dan membantu permasalahan nasabah dengan baik. Sedangkan untuk jumlah responden dengan nilai terendah sebanyak 21 orang (21%) dengan kategori kurang setuju bahwa *customer service* yang mendengarkan saran dan keluhan dari nasabah dengan baik.

Berdasarkan hasil penelitian terdapat evaluasi bahwa nasabah telah merasa baik terhadap *customer service* yang disiplin dalam memberikan layanan kepada nasabah, akan tetapi sebaiknya BRI unit Narmada khususnya *customer service* dapat mendengarkan saran dan keluhan dari nasabah yang di jadikan masukan untuk berkembang menjadi lebih baik.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat di simpulkan bahwa hasil tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan *customer service* BRI unit Narmada telah berjalan dengan memuaskan. Bank telah melakukan evaluasi kinerja *customer service* melalui *briefing* setiap minggunya. Dari hasil evaluasi responden menyatakan bahwa sebagian besar responden merasa puas atas pelayanan yang di berikan oleh *customer service* BRI unit Narmada :

1. Loyalitas nasabah terhadap pelayanan *customer service* BRI unit Narmada tergolong sangat tinggi dimana nasabah telah merasakan manfaat dari pelayanan *customer service* sehingga pelayanan tersebut di katakan baik.
2. Kepuasan yang di rasakan nasabah terhadap pelayanan *customer service* di BRI unit Narmada tergolong sangat tinggi dimana nasabah merasa puas terhadap kinerja yang dilakukan *customer service* dalam menawarkan produk dengan baik sehingga kepuasan tersebut dikatakan baik.
3. Kepercayaan nasabah terhadap *customer service* tergolong sangat

tinggi dimana nasabah merasa percaya bahwa *customer service* mampu memberikan sambutan dengan baik kepada nasabah yang datang sehingga kepercayaan tersebut dikatakan baik.

4. Kualitas layanan terhadap *customer service* tergolong tinggi dimana nasabah merasa pelayanan *customer service* dapat memfasilitasi keinginan dan kebutuhan nasabah sehingga kualitas layanan terhadap customer service di katakan baik.

### **Saran dan Implikasi Penelitian**

#### **Saran**

1. Di harapkan untuk penelitian selanjutnya sebaiknya menambahkan penggunaan metode selain kuesioner dalam pengumpulan data seperti menambahkan metode wawancara untuk mendapatkan data yang lebih valid.
2. Penelitian selanjutnya dapat mencermati terlebih dahulu subjek dan objek yang akan di gunakan dalam penelitian, sebagai pengumpulan data lebih tepat.

#### **Implikasi Penelitian**

1. PT Bank Rakyat Indonesia unit Narmada telah memberikan kepuasan atas pelayanan yang di berikan terhadap nasabah khususnya dalam hal kinerja *customer service* yang mampu menawarkan produk dengan baik sesuai informasi yang di berikan oleh BRI unit Narmada.
2. PT Bank Rakyat Indonesia unit Narmada khususnya bagian *customer service* sebaiknya perlu meningkatkan solusi yang di berikan terhadap permasalahan yang sedang di alami nasabah.
3. PT Bank Rakyat Indonesia unit Narmada telah memberikan pelayanan terhadap nasabah dengan baik khususnya *customer service* yang disiplin dalam memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang telah di

tentukan oleh BRI unit Narmada.

4. PT Bank Rakyat Indonesia unit Narmada khususnya *customer service* sebaiknya mendengarkan saran dan keluhan dari nasabah sehingga bisa di jadikan masukan untuk pelayanan *customer service* agar dapat berkembang menjadi lebih baik.

### **DAFTAR RUJUKAN**

- Abdullah. (2017). *Kualitas Pelayanan. Manajemen Pemasaran*, 22.
- Armstrong, K. (2011). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Pearson.
- BRI. (2022, June 26). *Tentang BRI*. Retrieved from Sejarah Singkat Bank Rakyat Indonesia: <https://bri.co.id>
- BRI. (2022, June 27). *Tentang BRI*. Retrieved from Makna logo BRI: <https://bri.ci.id>
- Grafika, S. (1998). *Undang-Undang Perbankan No. 10 Pasal 1 Tahun 1998*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Kasmir. (2016). *Bank dan Lembaga Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Kasmir. (2017). *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Kotler. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, K. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: PT. Indeks.
- Lusiah, D. (2018). *Loyalitas Pelanggan*. Medan: Deepublish.
- Maharani. (2016). Indikator Kepercayaan Nasabah. *Manajemen*, 22.
- Priansa. (2017). *Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.

Priansa. (2017). *Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.

Rizki, Z. (2018). *Manfaat Loyalitas keuangan dan Perbankan*, 12.

Sugiyono, D. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, D. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, D. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, D. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.