

**PENGARUH RESPONSIVENESS, ASSURANCE, EMPATHY, TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA UNIT DIPONEGORO KOTA SURABAYA**

**Sofiah Nur Iradawaty<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi, Universitas Yos Sudarso Surabaya

Koresponden : Sofiahiradawati@gmail.com

---

***ABSTRACT***

Services received by customers can be used as a standard in assessing the performance of a bank, which means that customer satisfaction is the main thing at PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk tries to provide services that are in accordance with customer expectations and good facilities to retain existing customers and to obtain prospective customers. The analytical method used in this study is multiple linear regression analysis and the type of research used in this research is a quantitative research.

The findings from this study indicate that the results of the regression analysis, namely the dimensions of service quality and customer satisfaction, namely the responsiveness variable, indicate that the responsiveness variable has no effect on customer satisfaction. has an influence on customer satisfaction, the empathy variable, indicates that the empathy variable has no influence on customer satisfaction.

**Keywords** : Assurance; Empathy; Reliability; Responsiveness; Tangibles; Consumer satisfaction.

***ABSTRAK***

Pelayanan yang diterima nasabah dapat dijadikan standar dalam menilai kinerja suatu bank yang berarti bahwa kepuasan nasabah adalah hal yang utama pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk berusaha memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan nasabah dan fasilitas yang baik untuk mempertahankan nasabah yang sudah ada serta untuk mendapatkan calon nasabah, Adapun metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif.

Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa hasil analisis regresi, yakni dimensi kualitas layanan dengan kepuasan nasabah yaitu variabel *responsiveness*, menunjukkan bahwa variabel *responsiveness* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. dimensi kualitas layanan dengan kepuasan nasabah yaitu variabel *assurance*, menunjukkan bahwa variabel *assurance* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah, variabel *empathy*, menunjukkan bahwa variabel *empathy* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

**Kata Kunci** : *Assurance; Empathy; Reliability; Responsiveness; Tangible; Kepuasan konsumen.*

---

## PENDAHULUAN

Kebutuhan masyarakat akan jasa perbankan semakin meningkat, seiring meningkatnya pengetahuan atau kemajuan. Agar masyarakat mau menyimpan uangnya di bank, maka pihak perbankan memberikan rangsangan berupa balas jasa yang akan diberikan kepada para nasabah. Rangsangan tersebut dapat berupa kemudahan pembukaan rekening tabungan, bunga yang tinggi, hadiah-hadiah/souvenir, gratis biaya transfer antar rekening, jaminan keamanan atas dana yang disimpan nasabah, fasilitas ATM yang tersebar diseluruh Indonesia, nasabah dapat mengambil dan menyetor setiap harinya tanpa dibatasi.

Persaingan perbankan membutuhkan usaha yang keras untuk mendapat calon nasabah dan mempertahankan yang sudah ada ditangan. Keberhasilan usaha tersebut sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas. Kualitas pelayanan tercermin dari kepuasan nasabah untuk melakukan penggunaan ulang jasa perbankan. Kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan dapat dijadikan masukan bagi pihak manajemen untuk meningkatkan dan memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan. Untuk itu karyawan bagian pelayanan sebaiknya selalu memantau kepuasan yang dirasakan oleh nasabah perbankan untuk mencapai loyalitas dari para nasabah.

Pelayanan bank harus memenuhi 5 kriteria kualitas pelayanan yang sering disebut RATER sehingga dapat menciptakan nasabah yang loyal, yaitu *reability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *tangible* (bukti fisik), *empathy* (komunikasi), dan *responsiveness* (cepat tanggap), Tjiptono (2008:69). Salah satu cara menciptakan pelayanan yang berkualitas adalah bank dapat membedakan dirinya sendiri dengan cara konsisten menyampaikan mutu lebih tinggi ketimbang pesaingnya, pihak bank melakukan interaksi dengan nasabah yang disertai umpan balik sebagai kontrol dan ukuran keberhasilan.

Pelayanan yang diterima nasabah dapat dijadikan standar dalam menilai kinerja suatu bank yang berarti bahwa kepuasan nasabah adalah hal yang utama pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk berusaha memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan nasabah dan fasilitas yang baik untuk mempertahankan nasabah yang sudah ada serta untuk mendapatkan calon nasabah.

Bank BRI yang merupakan salah satu bank yang terpercaya dan memiliki jaringan yang terluas, saat ini memiliki beberapa produk unggulan yang dapat bersaing baik dari segi teknologi maupun kedekatan kepada masyarakat.

Pelayanan yang diberikan oleh bank BRI apakah ada nasabah yang merasa puas, sehingga loyal terhadap bank ini sehingga nasabah menggunakan serta memanfaatkan kembali. Jika nasabah puas maka yang

diharapkan oleh bank adalah merekomendasikan ke rekannya yang lain untuk menggunakan jasa bank BRI dan meningkatkan proporsi pembelanjaan layanan bank.

PT. Bank Rakyat Indonesia unit Diponegoro Kota Surabaya mempunyai komplek dari para nasabah karena lambatnya pelayanan yang diberikan oleh petugas Bank sehingga mengakibatkan para nasabah harus rela mengantri hingga berjam-jam sehingga para nasabah merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Diponegoro Kota Surabaya.

Penulis tertarik mengadakan penelitian dan membahas kualitas layanan perbankan terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu penulis mengangkat judul “PENGARUH RESPONSIVENESS, ASSURANCE, EMPATHY, TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA UNIT DIPONEGORO KOTA SURABAYA”.

## METODE PENELITIAN

Riset ini dengan pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian ini yaitu penelitian konklusif dengan tujuan menguji hipotesis spesifik dan hubungan dari pengaruh responsiveness, assurance, empathy, terhadap PT. Bank Rakyat Indonesia unit Diponegoro Surabaya, selanjutnya dianalisis secara kuantitatif. Informasi primer didapat dari kuesioner yang disebarkan pada 100 responden lewat wawancara. Sedangkan informasi sekunder didapat dari bermacam literasi novel, postingan ilmiah, postingan kabar, majalah, serta riset terdahulu.

Populasi dalam Penelitian ini diambil dari nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Diponegoro Surabaya. Sampel penelitian berjumlah 100 orang, menggunakan rumus Slovin dengan teknik *sampling aksidental* ialah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Gambar 1. Hasil Uji Validitas *Responsiveness*

Variabel	Koran Pengukuran	Skor awal Mean Value	Standar Karetel	Kelompok
1. Responsiveness	R1	0,733	0,50	Valid
	R2	0,550	0,50	Valid
	R3	0,505	0,50	Valid
	R4	0,614	0,50	Valid

Sumber : Data diolah peneliti

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan variabel konkrit adalah valid.

Gambar 2. Uji Validitas *Assurance*

Assurance	Koran	Skor awal	Standar	Kelompok
2. Assurance	A1	0,689	0,50	Valid
	A2	0,740	0,50	Valid
	A3	0,668	0,50	Valid
	A4	0,649	0,50	Valid

Sumber : Data diolah peneliti

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan variabel reliabilitas adalah valid.

Gambar 3. Uji Validitas *Empathy*

Empathy	Koran	Skor awal	Standar	Kelompok
3. Empathy	E1	0,597	0,50	Valid
	E2	0,673	0,50	Valid
	E3	0,545	0,50	Valid
	E4	0,754	0,50	Valid

Sumber : Data diolah peneliti

Dari tabel di atas terlihat bahwa semua soal jawaban valid.

Gambar 4. Uji Validitas Kepuasan Nasabah

Kepuasan Nasabah	Koran	Skor awal	Standar	Kelompok
4. Kepuasan Nasabah	N1	0,601	0,50	Valid
	N2	0,740	0,50	Valid
	N3	0,704	0,50	Valid
	N4	0,622	0,50	Valid

Sumber : Data diolah peneliti

Dari tabel di atas terlihat bahwa semua poin pertanyaan dari variabel kepuasan nasabah adalah valid.

### Uji Reliabilitas

Gambar 7. Uji Reliabilitas *Responsiveness*

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
RESPONSIVENESS	78,0600	38,362	,221	,785

Sumber : Data diolah peneliti

Pada titik ini taraf signifikansi 5%, koefisien alfa 0,785 (baca 0,785), setelah itu nilai ini dibanding dengan nilai r-tabel, ialah N=86. Serta nilai r-tabel merupakan 0,212, maksudnya r alfa > r tabel. Dari hasil tersebut bisa disimpulkan kalau kuesioner yang diuji sangat reliabel sebab nilai Cronbachs alpha= 0,785.

Gambar 8. Uji Reliabilitas *Assurance*

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ASSURANCE	63,4000	13,400	,281	,685

Sumber : Data diolah peneliti

Disini koefisien alpha 5% yang signifikan adalah 0,685 (dibaca 0,685) setelah itu nilai ini dibanding dengan nilai r tabel ialah N=86. Serta nilai r-tabel merupakan 0,212, maksudnya r alfa > r tabel. Dari hasil tersebut bisa disimpulkan kalau kuesioner yang diuji sangat reliabel sebab nilai Cronbachs alpha= 0,685.

Gambar 9. Uji Reliabilitas *Empathy s*

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
EMPATHY	63,0000	13,111	,254	,692

Sumber : Data diolah peneliti

Pada titik ini koefisien alpha signifikan 5% adalah 0,692 (dibaca 0,692), setelah itu nilai ini dibanding dengan nilai r-tabel ialah N=86. Serta nilai r-tabel merupakan 0,212, maksudnya r alfa > r tabel. Dari hasil tersebut bisa disimpulkan

kalau kuesioner yang diuji sangat reliabel sebab nilai Cronbachs alpha= 0,692.

Gambar 10. Uji Reliabilitas Kepuasan Nasabah

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KEPUASAN	72,0500	32,779	,156	,705

Sumber : Data diolah peneliti

Pada titik ini taraf signifikan 5%, koefisien alfa 0,705 (baca 0,705), setelah itu nilai ini dibanding dengan nilai r-tabel, ialah N=56. Serta nilai r merupakan 0,212, ialah r alpha > r tabel. Dari hasil tersebut bisa disimpulkan kalau kuesioner yang diuji sangat reliabel sebab nilai Cronbachs alpha= 0,705.

### Uji Normalitas

Uji Kolmogorov-Smirnov digunakan dalam uji normalitas karena skala pengukurannya adalah skala Likert serta informasi yang digunakan merupakan informasi ordinal. Bersumber pada keluaran SPSS dengan memakai uji Kolmogorov-Smirnov dikenal Asymp. Sig(2-tailed) 0,058 lebih besar dari Alpha 0,05 hingga bisa disimpulkan kalau informasi ilustrasi berdistribusi wajar.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 14. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variable Entered	Variable Deleted	B	Beta	sig
Konsumen/variabel Kepuasan Nasabah	Konsumen/variabel Kepuasan Nasabah	0,072	0,160	0,153
		0,17	0,183	0,058
		0,18		
		0,18		
R = 0,559		Corrected Total = 4,588		
R Square = 0,315		Adjusted R Square = 0,277		
F = 0,284		Sig. = 0,606		

Sumber : Data diolah peneliti

$$Y = 4,568 + 0,072 X_1 + 0,178 X_2 + 0,191 X_3$$

Berdasarkan persamaan tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta kepuasan nasabah sebesar 4,568 menunjukkan bahwa semakin meningkatnya pelayanan jasa yang diberikan akan berpengaruh terhadap kepuasan yang dirasakan oleh nasabah.
- 2) Koefisien regresi untuk variabel *responsiveness* sebesar 0,072 dan berorientasi positif. Artinya jika kualitas bukti fisik meningkat sebesar 1 poin dan variabel lainnya tetap, maka kepuasan konsumen meningkat sebesar 0,072.
- 3) Koefisien regresi variabel *assurance* sebesar 0,178 dengan arah positif artinya setiap kenaikan 1 poin kualitas reliabilitas GO-JEK dengan variabel lain dianggap konstan, kepuasan konsumen meningkat sebesar 0,178.
- 4) Koefisien regresi variabel *empathy* sebesar 0,191 dengan arah negatif, artinya setiap peningkatan 1 poin kualitas respon, dengan variabel lain dianggap konstan, kepuasan konsumen menurun sebesar 0,191.

#### Uji Hipotesis

Sebelum mempertimbangkan hasil pengujian hipotesis, penting untuk mengetahui hipotesis statistik penelitian ini adalah:

#### Uji T

Uji parsial ini menggunakan uji T, yaitu:  $H_0$  diterima jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada  $\alpha=5\%$ . Berikut ini adalah sebagian

penjelasan dari masing-masing tes :

Model	Uncollected Coefficients		Predicted Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	Std. Error		
(Constant)	4.568	.4378			1.043	.013
empathy	-.191	.0396	-.191	.0396	-4.814	.000
reliability	.072	.0208	.072	.0208	3.452	.000
responsiveness	.072	.0208	.072	.0208	3.452	.000
assurance	.178	.0396	.178	.0396	4.493	.000
empathy	.191	.0396	.191	.0396	4.814	.000

Rumus untuk mencari nilai  $t_{tabel}$  adalah:

$$t_{tabel} = \alpha/2 ; n - k - 1$$

Keterangan:

$$\alpha = 0,05 (5\%)$$

n = Jumlah responden

k = Jumlah variabel bebas

$$\text{Jadi, } t_{tabel} = 0,05/2 ; 86 - 5 - 1 = 0,025 ; 80.$$

Kemudian carilah sebaran nilai tabel untuk mencari nilai tabel 1,99. Hasil pengujian hipotesis yang sebagian didasarkan pada nilai koefisien t-score yang diperoleh dari uji-t yang ditunjukkan pada gambar di atas menunjukkan hal tersebut.:

- a) variabel *responsiveness* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah,  $T_{hitung} (0,785) < T_{tabel} (1,986)$  dan probabilitas signifikansi sebesar 0,434 maka dapat dikatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel *responsiveness* dengan tingkat kepuasan nasabah ( $H_{a3}$  ditolak dan  $H_0$  diterima).
- b) variabel *Assurance* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah,  $T_{hitung} (1,439) < T_{tabel} (1,986)$  dan probabilitas signifikansi sebesar 0,153 maka dapat dikatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel *assurance* dengan tingkat kepuasan nasabah ( $H_{a4}$  ditolak

- dan  $H_0$  diterima).
- c) variabel *Empathy* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah,  $T_{hitung} (1,670) < T_{tabel} (1,986)$  dan probabilitas signifikansi sebesar 0,098 maka dapat dikatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel *empathy* dengan tingkat kepuasan nasabah ( $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima).

#### Uji F

Pengaruh variabel leluasa terhadap variabel terikat bisa dilihat dari uji- F sebaliknya ketentuan uji- F merupakan:

$H_0$  diterima bila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  pada bilangan  $\alpha = 5\%$ ,  $H_a$  diterima bila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$ .

Bersumber pada hasil uji statistik ( Uji Anova/ Uji F) pada tabel di dasar ini selaku berikut

:

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	21,449	5	4,2898	20,186	,000 <sup>a</sup>
Residual	247,254	86	2,8751		
Total	268,703	91			

Pada tabel di atas diperoleh kalau nilai  $F = 20,186$  dengan tingkatan probability ( 0,000 < 0,05). Sehabis mengenali besarnya  $F_{hitung}$ , hingga hendak dibanding dengan  $F_{tabel}$ .

Untuk mencari nilai  $F_{tabel}$  maka memerlukan rumus:

$$k ; n - k$$

Keterangan:

$k$  = Jumlah variabel independent (bebas)

$n$  = Jumlah responden

Jadi,  $F_{tabel} = 5 ; 86 - 5$

$$5 ; 81$$

Setelah itu carilah sebaran nilai  $F_{tabel}$  serta carilah nilai  $F_{hitung}$  sebesar 20,186 lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2,33, hingga bisa disimpulkan kalau variabel leluasa  $X_1, X_2, X_3, X_4$  serta  $X_5$  ( secara simultan) mempengaruhi terhadap variabel terikat ( Y).

### Pengaruh *Responsiveness* Terhadap Kepuasan Nasabah

Variabel *responsiveness* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Prasetyo (2013), dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Simpedes di Bank BRI Unit Baki yang dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada variabel *responsiveness* tidak memiliki Pengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna produk tabungan Simpedes di BRI Unit Baki. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Sudirman (2010) yang menyatakan terdapat hubungan positif dan signifikan antara variabel *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa *responsiveness* merupakan bagian dari kualitas layanan. Di mana *responsiveness* merupakan kesiapan karyawan dalam melayani nasabah, kejelasan informasi yang diterima, ketersediaan staf/karyawan untuk membantu kesulitan yang dihadapi oleh nasabah, dan kecepatangapan karyawan dalam melayani nasabah. Dimensi *responsiveness* harus menjadi fokus perhatian dari manajemen Bank BRI karena masih banyak nasabah yang menyatakan tidak puas dengan pernyataan bahwa adanya staf khusus untuk membantu kesulitan yang

dihadapi nasabah serta masalah kejelasan informasi yang diterima oleh nasabah.

### **Pengaruh Assurance Terhadap Kepuasan Nasabah**

Variabel *assurance* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Gustriani (2012) yaitu pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada tabungan BTN Batara, yang dalam penelitiannya menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara variabel *assurance* terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Bandu (2009) yang menyatakan terdapat hubungan positif dan signifikan antara variabel *assurance* dengan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa *assurance* merupakan bagian dari kualitas pelayanan. Di mana *assurance* merupakan tindakan atau sikap untuk memberikan rasa aman pada nasabah seperti adanya jaminan keamanan dalam melakukan layanan jasa bank, karyawan mampu menanamkan kepercayaan kepada nasabah, karyawan selalu membina hubungan baik dengan nasabah, serta citra bank BRI dimata masyarakat atau nasabah cukup terpercaya.

### **Pengaruh Empathy Terhadap Kepuasan Nasabah**

variabel *empathy* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Happy (2009), berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Luwes Loji Wetan Solo) di mana dalam penelitiannya menunjukkan bahwa variabel *empathy* tidak berpengaruh

terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Gustriani (2012) yang menyatakan terdapat hubungan positif dan signifikan antara variabel *empathy* terhadap kepuasan Nasabah.

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa *empathy* merupakan bagian dari kualitas layanan. Di mana *empathy* merupakan kemudahan dalam melakukan komunikasi dengan nasabah seperti karyawan memberikan perhatian yang lebih kepada nasabah, pemahaman karyawan terhadap kebutuhan spesifik nasabah, perhatian karyawan terhadap nasabah yang komplain dan bagi nasabah baru bank BRI terlebih dahulu menjelaskan keuntungan untuk semua produk bank BRI.

### **KESIMPULAN**

Hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti menarik beberapa kesimpulan atas hasil analisis tersebut yaitu:

1. Berdasarkan hasil analisis regresi, yakni dimensi kualitas layanan dengan kepuasan nasabah yaitu variabel *responsiveness*, menunjukkan bahwa variabel *responsiveness* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah.
2. Berdasarkan hasil analisis regresi, yakni dimensi kualitas layanan dengan kepuasan nasabah yaitu variabel *assurance*, menunjukkan bahwa variabel *assurance* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah.
3. Berdasarkan hasil analisis regresi, yakni dimensi kualitas layanan dengan kepuasan nasabah yaitu variabel *empathy*, menunjukkan bahwa variabel *empathy* tidak

memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Hasil analisis mengenai kelima dimensi kualitas layanan, PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Diponegoro Surabaya maka variabel yang paling dominan pengaruhnya adalah variabel (*empathy*) berdasarkan hasil uji t variabel *reliability* mempunyai nilai Thitung (1,670) > Ttabel (1,986) paling besar dibandingkan dengan variabel lainnya dengan signifikan yang disyaratkan yaitu di bawah atau lebih kecil dari 5% (0,05), dimana signifikansi variabel *empathy* yaitu 0,098.

### Saran

Hasil kesimpulan yang telah dikemukakan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai bahan pertimbangan bagi PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Diponegoro Surabaya sebagai berikut:

1. Disarankan agar dalam meningkatkan kepuasan nasabah maka pihak manajemen perusahaan sebaiknya meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah, khususnya pada dimensi *responsiveness* pihak bank sebaiknya lebih tanggap terhadap kesulitan yang dihadapi oleh nasabah, seperti perlunya *customer service* yang mempunyai kemampuan komunikasi dengan baik sehingga bisa lancar berkomunikasi dengan nasabah. Kemudian untuk dimensi *assurance* pihak bank BRI sebaiknya menjaga image/citranya di mata masyarakat atau nasabah dengan tetap menjaga eksistensinya sebagai bank komersil terkemuka. Adapun untuk dimensi *empathy* pihak bank sebaiknya lebih tanggap terhadap nasabah yang komplain

dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak bank BRI. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Bank BRI akan berdampak bagi kepuasan yang dirasakan oleh nasabah.

2. Variabel *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* harus selalu ditingkatkan, agar nasabah selalu merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Diponegoro Surabaya.
3. Mengingat bahwa *reliability* merupakan variabel yang paling dominan, maka disarankan kepada perusahaan untuk meningkatkan pelayanannya sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya
4. Manajemen PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Diponegoro Surabaya harus mengelolah dengan baik antrian demi meningkatkan kenyamanan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Diponegoro Surabaya
5. Referensi untuk penelitian selanjutnya disarankan dapat mengembangkan penelitian lanjutan dengan meneliti faktor-faktor lain kualitas layanan yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia unit Diponegoro seperti pelayanan utama atau keunggulan produk, elemen manusia dari pengiriman layanan, sistematis pengiriman layanan dan tanggung jawab sosial sehingga data yang didapat sesuai dengan hasil yang diharapkan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin, dkk. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada.

- Akbar. 2009. Prinsip-prinsip pemasaran jasa. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Arikunto. 2012. Statistik Terapan : Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial. Cetakan Ke 3 (Revisi). Gadjah Mada University Press: Yogyakarta.
- Bandu, Muh Yunus. 2009. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) Rayon Barat. Skripsi tidak diterbitkan. Makassar: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.
- Daryanto, 2011. Manajemen Pemasaran. Cetakan Ke 1. Amara Books: Yogyakarta.
- Gustriani, Rini. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Tabungan BTN Batara. Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi Vol. 2 (3): 253-259.
- Happy, Wendi Ardiawan. 2009. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Luwes Loji Wetan Solo). Skripsi tidak diterbitkan. Surakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret.
- Hardiyoko. 2009, Analisis Pengaruh Pelayanan Bank Mandiri Cabang Yogyakarta Terhadap Kepuasan Nasabah. Skripsi tidak diterbitkan. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- Imran. 2009. Riset Pemasaran. Cetakan Ke 5. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Indra, 2010. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah studi kasus pada PD BPR Bank Pasar Kabupaten Karanganyar. Jurnal Universitas Gajayana Malang.
- Kasmir. 2008. Dasar-dasar Perbankan. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta
- Pemasaran Bank. Prenada Media: Jakarta.
- Kotler, Philip 2009. Alih Bahasa: Benyamin Molan; Penyunting: Bambang Sarwiji, SE ; Manajemen Pemasaran. Edisi 12 Jilid 2. PT Indeks: Jakarta.
- Manajemen Pemasaran. Jilid I dan II. Terjemahan Hendra Teguh. PT Prenhalindo; Jakarta.
- Kotler, Philip. 2007. Manajemen Pemasaran. Jilid I dan II. terjemahan Hendra Teguh. Jakarta: PT. Prenhalindo
- Khatimah, Husnul. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah BRI Cabang Semarang. Jurnal Vol 1 (1): 17-21.
- Lovelock, 2011. Service, Quality & Satisfaction. Andi: Yogyakarta
- Leksono, Tri. 2009. Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pengguna kartu BPR Bank Jateng Cabang Utama Semarang. Jurnal Universitas Negeri Semarang.
- Parasuraman, 2011. Manajemen jasa konsep dan implementasi. Edisi kedua. Yogyakarta: Ekonisia.
- Ridwan dan Akdom. Rumusan dan Data Dalam Analisis Statistik. Cetakan Ke 2. Alfabeta: Bandung.
- Prasetyo, Hafit. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Simpedes di

- Bank BRI Unit Baki. Jurnal Paradigma vol. 11 (2): 32-38.
- Setirah, Sarah. 2008, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Penabung Pada PT. Bank Sulselbar. Skripsi tidak diterbitkan. Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
- Sudirman, Dewi Yanti, 2010, Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Tabungan Britama Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) TBK Cabang Ahmad Yani Makassar, Skripsi tidak diterbitkan. Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Bisnis. Cetakan Ke 6. CV Alfabeta: Bandung.
- Metode Penelitian pendidikan Kualitatif. Cetakan ke 6. CV Alfabet: Bandung
- Tjiptono, Fandy. 2013. Manajemen Pelayanan Jasa. Andi: Yogyakarta.
- Strategi Pemasaran. Edisi Ke 2. Andi: Yogyakarta.
- Yamin,S. & Kurniawan, H. 2009. SPSS Complete : Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS. Salemba Infotek, Jakarta