

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN CUSTOMER  
SERVICE TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT.  
BANK SULUTGO CABANG UTAMA**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Manajemen (S.Tr.M)  
Pada Program Studi Manajemen Bisnis*

**Oleh  
CATHERINE MIRACLE MARAMIS  
NIM. 21 053 116**



**POLITEKNIK NEGERI MANADO  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS D-IV**

**2025**

CATHERINE MIRACLE MARAMIS, 2025 **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN CUSTOMER SERVICE TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK SULUTGO CABANG UTAMA”** Di bawah bimbingan Drs. Laurens Ponggohong, M.Si dan Dra. Margaretha Annatje Rundengan, M.Pd.

### **ABSTRAK**

Persaingan di industri perbankan semakin ketat sehingga menuntut lembaga keuangan untuk tidak hanya menghadirkan produk yang berkualitas, tetapi juga pelayanan prima guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah. Customer Service sebagai garda terdepan memiliki peran penting dalam menciptakan citra positif perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan Customer Service terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank SulutGo Cabang Utama. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Data diperoleh melalui observasi, kuesioner, dan kajian pustaka, dengan sampel sebanyak 36 responden yang ditentukan menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan melalui uji validitas, reliabilitas, regresi linier sederhana, serta uji t dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Customer Service pada PT. Bank SulutGo termasuk dalam kategori baik dengan skor rata-rata 3,75, sedangkan kepuasan nasabah juga berada pada kategori baik dengan skor rata-rata 3,84. Analisis regresi memperlihatkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan Customer Service terhadap kepuasan nasabah, yang ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi positif serta signifikansi  $< 0,05$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan Customer Service, semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan kompetensi, responsivitas, serta profesionalisme Customer Service untuk memperkuat citra dan daya saing bank.

**Kata Kunci :** *Kualitas Pelayanan Customer Service, Kepuasan Nasabah, PT Bank SulutGo Cabang Utama*

CATHERINE MIRACLE MARAMIS, 2025 **"THE EFFECT OF CUSTOMER SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AT PT. BANK SULUTGO CABANG UTAMA"** Under the guidance of Drs. Laurens Ponggohong, M.Si and Dra. Margaretha Annatje Rundengan, M.Pd.

### **ABSTRACT**

*Competition in the banking industry is getting tighter, so it requires financial institutions to not only provide quality products, but also excellent service to increase customer satisfaction and loyalty. Customer Service as the front line has an important role in creating a positive image of the company. This study aims to determine the influence of the quality of Customer Service on customer satisfaction at PT. Bank SulutGo Cabang Utama. The research uses quantitative methods with a descriptive and verifiable approach. Data were obtained through observation, questionnaires, and literature review, with a sample of 36 respondents determined using purposive sampling techniques. Data analysis was carried out through validity, reliability, simple linear regression, and t-test with the help of the SPSS program. The results of the study show that the quality of Customer Service services at PT. Bank SulutGo is included in the good category with an average score of 3.75, while customer satisfaction is also in the good category with an average score of 3.84. Regression analysis showed a positive and significant influence between the quality of customer service on customer satisfaction, which was shown by the value of a positive regression coefficient and a significance of  $< 0.05$ . Thus, it can be concluded that the better the quality of service provided by Customer Service, the higher the level of customer satisfaction. These findings affirm the importance of increasing competence, responsiveness, and professionalism of Customer Service to strengthen the bank's image and competitiveness.*

**Keywords:** *Customer Service Quality, Customer Satisfaction, PT Bank SulutGo Cabang Utama*

## **MOTTO**

*“ Karena Masa Depan Sungguh Ada, Dan Harapanmu  
Tidak Akan Hilang ”*

**( Amsal 23:18 )**

*“ Pencobaan-Pencobaan Yang Kamu Alami Ialah Pencobaan-Pencobaan  
Biasa, Yang Tidak Melebihi Kekuatan Manusia. Sebab Allah Setia Dan Karena  
Itu Ia Tidak Akan Membiarkan Kamu Dicobai Melampaui Kekuatanmu. Pada  
Waktu Kamu Dicobai Ia Akan Memberikan Kepadamu Jalan Ke Luar,  
Sehingga Kamu Dapat Menanggungnya ”*

**( 1 Korintus 10:13 )**

**“ Trust in God’s timing, rely on His promises, and believe in His miracles. “**

### **Kupersembahkan Karya Ini Untuk :**

*Tuhan Yesus Kristus yang tidak pernah  
membiarkan anak-Nya berjalan sendirian,  
serta senantiasa menganugerahkan Kasih dan  
Kemurahan-Nya yang nyata hingga saat ini.  
Papa, Mama, Carine, Christofer yang menjadi  
motivasi terbesar saya dalam menyelesaikan  
studi ini, dan yang selalu memberikan  
dukungan serta doa untuk keberhasilan saya.*

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi oleh Catherine Maramis ini  
Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Manado, 15 September 2025

Disetujui,

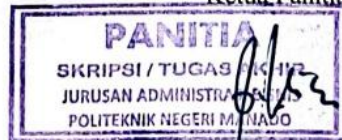
Dosen Pembimbing 1,

Dosen Pembimbing 2,

**Drs. Laurens Ponggohong, M.Si**  
NIP. 19610208 198811 1 001

**Dra. Margaretha A. Rundengan, M.Pd**  
NIP. 19670310 199403 2 002

Ketua Panitia,



**Juliet P.T. Malinggung, SE, M.S.i**  
NIP. 19730722 200212 2 001

**LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN CUSTOMER SERVICE  
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK SULUTGO  
CABANG UTAMA**

Oleh

**CATHERINE MIRACLE MARAMIS**  
NIM. 21 053 116

Telah Dipertimbangkan Di Depan Dewan Penguji Dan Dinyatakan Sebagai  
Salah Satu Persyaratan Melaksanakan Penelitian Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Sains Terapan Manajemen (S.Tr.M)

Pada, 15 September 2025

Ketua/Penguji 1

**Drs. Laurens Ponggohong, M.Si**  
NIP. 19610208 198811 1 001

Penguji 2.

**Jacob Tateol S. Makapedua, SE, MTDev**  
NIP. 19650121 199003 1 001


Penguji 3,

**Adelaida Joroh, SE, MM**  
NIP. 19840116 201803 2 001

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis



**Diana R. S. Maramis, SE, M.Si**  
NIP. 19720915 200212 2 001

 <b>POLITEKNIK NEGERI MANADO</b> 					
FORMULIR	FM-203 ed.A rev.0	ISSUE: A	Issued: 26-02-2020	UPDATE: 0	Update d: 00-00-0000

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Catherine Miracle Maramis  
 NIM : 21053116  
 Jurusan : Administrasi Bisnis  
 Program Studi : DIV Manajemen Bisnis  
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank SulutGo Cabang Utama

Dengan ini menyatakan bahwa tulisan karya ilmiah berupa Skripsi ini adalah asli karya penulis, tidak ada karya/ data orang lain yang telah dipublikasikan, dan bukan karya orang lain dalam rangka mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi, selain yang diacu dalam kutipan dan/ atau dalam daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, jika dikemudian hari terbukti karya ini merupakan karya orang lain baik yang di publikasikan maupun dalam rangka memperoleh gelar akademik di perguruan tinggi, saya bersedia ditindak sesuai peraturan perundang- undangan yang berlaku, dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Manado, September 2025

Yang membuat pernyataan,



**Catherine Miracle Maramis**  
 NIM. 21053116

*FM-203 ed.A rev.0*

## **BIOGRAFI**

Nama Lengkap : Catherine Miracle Maramis  
NIM : 21 053 116  
Tempat, Tanggal Lahir : Tomohon, 29 Mei 2003  
Agama : Kristen Protestan  
Alamat Tempat Tinggal : Bitung Karangria, Tuminting, Manado  
Riwayat Pendidikan : SD ADVENT 3 MANADO  
SMP ADVENT 4 MANADO  
SMK NEGERI 1 MANADO  
Politeknik Negeri Manado 2021 - sekarang  
Nama Ayah : Richard Maramis  
Nama Ibu : Doctrina Y. O. Lalombo  
Alamat Orang Tua : Bitung Karangria, Tuminting, Manado



## **KATA PENGANTAR**

Segala hormat, pujian serta rasa syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus karena atas cinta kasih dan penyertaanNya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan di Politeknik Negeri Manado, serta bertujuan memaparkan seluruh hal berkaitan dengan penelitian ini.

Penelitian ini membahas “Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank SulutGo Cabang Utama.” Dalam menyusun Skripsi ini, penulis menyadari telah menerima banyak bantuan, karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang memberikan bantuan dalam penyelesaian Skripsi ini, yakni :

1. Dra. Mareyke Alelo, MBA, selaku Direktur Politeknik Negeri Manado.
2. Dr. Diane Tangian, SH., M.Si, sebagai Wakil Direktur Bidang Akademik Politeknik Negeri Manado.
3. Selvi R. Kalele, SE., M.Si, selaku Wakil Direktur Bidang Keuangan dan Umum Politeknik Negeri Manado.
4. Rudolf Estephanus Goliot Mait, ST., MT, selaku Wakil Direktur Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Politeknik Negeri Manado.
5. Juliet P.T. Makinggung, SE., M.Si, selaku Wakil Direktur Bidang Perencanaan dan Kerja Sama Politeknik Negeri Manado, serta Ketua Panitia Tugas Akhir dan Skripsi Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Manado tahun 2025.
6. Diana R. S. Maramis, SE., M.Si, selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Manado.

7. Arifmanuel Kolondam, SE., M.Si, selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Manado.
8. Vekky Supit, SE., M.Si, selaku Sekretaris Panitia Tugas Akhir dan Skripsi Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Manado.
9. Drs. Laurens Ponggohong, M.Si dan Dra. Margaretha A. Rundengan, M,Pd, selaku Dosen Pembimbing 1 dan Dosen Pembimbing 2.
10. Jacob Tateol S. Makapedua, SE., MTDev selaku Dosen Penguji 2.
11. Adelaida Joroh, SE., MM selaku Dosen Penguji 3.
12. Risy Tumiwa, selaku Kepala Cabang PT. Bank SulutGo Cabang Utama
13. Papa, Mama, Carine, Christofer yang merupakan motivasi terbesar dalam hidup penulis untuk menjalani kehidupan ini. Serta Oma dan Opa. Terimakasih telah menjadi sumber bantuan paling besar selama proses perkuliahan di Politeknik Negeri Manado, terimakasih untuk setiap doa dan motivasi yang tidak pernah putus-putusnya diberikan. Juga untuk seluruh keluarga serta sanak saudara.
14. Seluruh rekan-rekan seperjuangan semasa perkuliahan ini baik yang bersahabat dari semester 1 dan bertahan hingga semester akhir, maupun yang bersahabat pada pertengahan semester hingga saat ini yang tidak dapat disebut satu per satu. Khususnya Eca, Jihan, Muti, Fidel, Jeremi, Marco. Terimakasih atas segala bantuan yang diberikan, terimakasih untuk selalu ada saat suka maupun duka dan sudah mewarnai masa perkuliahan ini. Semoga kita tidak akan saling melupakan walaupun

nantinya akan berpisah.

15. Seluruh pihak yang terlibat dalam proses pembuatan skripsi ini secara langsung maupun tidak langsung.

**Penulis,**

**Catherine Miracle Maramis**

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>LEMBAR KEASLIAN TULISAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>BIOGRAFI .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiiiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiiiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>18</b>
1.1 Latar Belakang .....	18
1.2 Identifikasi Masalah.....	23
1.3 Rumusan Masalah .....	24
1.4 Pembatasan Masalah.....	24
1.5 Tujuan dan Manfaat .....	24
1.5.1 Tujuan Penelitian .....	24
1.5.2 Manfaat Penelitian.....	25
<b>BAB II KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS.....</b>	<b>24</b>
2.1 Landasan Teori .....	24
2.1.1 Pengertian Pelayanan Customer Service .....	24
2.2 Konsep Kualitas Pelayanan Customer Service .....	26
2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan Customer Service.....	26
2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan .....	13
2.2.3 Indikator Kualitas Pelayanan Customer Service .....	29
2.3 Konsep Kepuasan Nasabah.....	30
2.3.1 Pengertian Konsep Kepuasan Nasabah .....	30

2.3.2 Faktor Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah .....	31
2.3.3 Indikator Kepuasan Nasabah .....	33
2.4 Hubungan Antar Konsep.....	34
2.4.1 Hubungan Antara Variabel Kualitas Pelayanan Customer Service Dengan Kepuasan Nasabah.....	34
2.5 Tinjauan Pustaka .....	36
2.6 Alur Pikir.....	39
2.7 Hipotesis.....	41
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	42
3.2 Jenis Penelitian dan Metode Penelitian.....	42
3.2.2 Metode Penelitian .....	43
3.3 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data .....	43
3.3.1 Jenis Data.....	43
3.4 Populasi dan Sampel.....	45
3.4.1 Populasi.....	45
3.4.2 Sampel.....	46
3.5 Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya.....	47
3.5.1 Definisi Operasional Kualitas Pelayanan Customer Service (X) .	47
3.5.2 Definisi Operasional Kepuasan Nasabah (Y) .....	49
3.6 Pengukuran Variabel .....	51
3.7 Metode Analisis.....	52
3.8 Pengukuran Validitas dan Reliabilitas.....	53
3.8.1 Uji Validitas .....	53
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	56
3.8.3 Analisis Korelasi.....	58
3.8.4 Pengujian Hipotesis.....	59
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>60</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	60
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	60
4.1.2 Lokasi dan Telepon Perusahaan .....	63
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan .....	63

4.1.4 Struktur Perusahaan.....	64
4.1.5 Sumber Daya Teknologi .....	66
4.2 Hasil Analisis.....	67
4.2.1 Deskripsi Responden.....	67
4.2.2 Hasil Analisis Deskriptif .....	69
4.2.3 Hasil Analisis Instrumen Jawaban Responden .....	72
4.2.4 Total Skor Kualitas Pelayanan Customer Service dan Kepuasan Nasabah .....	76
4.2.5 Uji Normalitas dan Linearitas .....	80
4.2.6 Hasil Analisis Korelasi dan Regresi Sederhana Variabel Kualitas Pelayanan Customer Service X dan Kepuasan Nasabah Y .....	81
4.2.7 Uji Hipotesis Pertama Secara Parsial (Uji t) Kualitas Pelayanan Customer Service (X) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y) .....	86
4.3 Pembahasan .....	88
4.3.1 Identifikasi Kualitas Pelayanan Customer Service Pada PT Bank SulutGo Cabang Utama.....	88
4.3.2 Tingkat Kepuasan Nasabah pada PT Bank SulutGo.....	91
4.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service (X) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y) .....	93
4.4 Implementasi .....	98
4.4.1. Penerapan Hasil Penelitian Variabel Kualitas Pelayanan Customer Service (X) .....	100
4.4.2 Penerapan Hasil Penelitian Variabel Kepuasan Nasabah (Y) ....	102
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>104</b>
5.1 Kesimpulan .....	104
5.2 Saran .....	107

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

TABEL	HALAMAN
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	37
3.1 Kisi – Kisi Instrumen Kualitas Pelayanan Customer Service (X).....	47
3.2 Kisi – Kisi Instrumen Kepuasan Nasabah .....	50
3.3 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan Customer Service.....	54
3.4 Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah .....	55
3.5 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan Customer Service .....	57
3.6 Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Nasabah.....	57
3.7 Uji Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	58
4.1 Jumlah Nasabah Berdasarkan Jenis Kelamin .....	68
4.2 Jumlah Nasabah Berdasarkan Pendidikan .....	68
4.3 Jumlah Berdasarkan Usia .....	69
4.4 Deskripsi Variabel Penelitian Kualitas Pelayanan Customer Service (X) Dan Kepuasan Nasabah (Y) .....	69
4.5 Rentang Skla Untuk Kategori Nilai Rata – Rata skor Jawaban) .....	72
4.6 Instrumen Jawaban Responden Kualitas Pelayan Customer Service Pada PT Bank SulutGo Cabang Utama.....	74
4.7 Instrumen jawaban Responden Kepuasan Nasabah Pada PT Bank SulutGO Cabang Utama .....	76
4.8 Persentase Total Skor Jawaban Instrumen Variabel Kualitas Pelayanan Customer Service (X) .....	77
4.9 Presentase Total Skor Jawaban Instrumen Variabel Kepuasan Nasabah .....	79
4.10 Modal Summary Korelasi dan Regresi Sederhana Kualitas Pelayanan Customer Service (X) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y) .....	82
4.11 Peningkatan Secara Parsal Kualitas Pelayanan Customer Service (X) Terhadap Kepuasan Nsabah (Y) .....	85
4.12 Summary Output Coefficients Variabel Kualitas Pelayanan Customer Service (X) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y) .....	87

## DAFTAR GAMBAR

<b>GAMBAR</b>	<b>HALAMAN</b>
Gambar 2.1 Alur Pikir Konseptual .....	39
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian .....	40
Gambar 4.1 Logo PT Bank SulutGo.....	62
Gambar 4.2 Struktur PT SulutGo Cabang Utama .....	64
Gambar 4.3 Total Skor Kualitas Pelayanan Customer Service (X) .....	78
Gambar 4.4 Total Skor Kepuasan Nasabah (Y) .....	79
Gambar 4.5 Grafik Korelasi dan Regresi Sederhana Variabel Kualitas Pelayanan Customer Service X Terhadap Variabel Kepuasan Nasabah Y .....	81
Gambar 4.6 Pengaruh Variabel Kualitas Customer Service (X) Terhadap Peningkatan Variabel Kepuasan Nasabah (Y) .....	86
Gambar 4.7 Modal Implementasi Kualitas Pelayanan Customer Service (X) Untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah (Y) .....	99

## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>LAMPIRAN</b>	<b>HALAMAN</b>
Lampiran 1 Kuesioner .....	111
Lampiran 2 Skor Kualitas Pelayanan Customer Service .....	118
Lampiran 3 Skor Kepuasan Nasabah.....	119
Lampiran 4 Total Skor X & Y .....	120

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Persaingan dalam dunia industri, khususnya sektor perbankan, semakin meningkat seiring dengan bertambahnya tuntutan nasabah terhadap layanan yang mereka peroleh. Bank tidak hanya diwajibkan untuk menyediakan produk-produk yang bermutu, tetapi juga mampu untuk memberikan pelayanan yang prima. Layanan perbankan menjadi salah satu pilihan utama bagi masyarakat dalam mengelola keuangan secara efisien dan praktis. Oleh karena itu, lembaga perbankan dituntut untuk terus meningkatkan kualitas pelayanannya dengan cara memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah secara optimal. Dalam hal ini, Customer Service memegang peranan yang sangat penting sebagai garda terdepan dan representasi utama bank, karena berinteraksi langsung dengan nasabah. Mereka menjadi pihak pertama yang melayani kebutuhan nasabah. Profesionalisme yang dimiliki Customer Service sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan atau nasabah adalah kualitas dari pelayanan itu sendiri. Kualitas pelayanan merupakan suatu ukuran mengenai sejauh mana layanan yang diberikan dapat memenuhi harapan serta kebutuhan pengguna. Pelayanan dikategorikan berkualitas apabila suatu perusahaan atau industri mampu menyediakan produk dan jasa sesuai dengan keinginan, kebutuhan, maupun ekspektasi konsumennya. Menurut (Kotler 2018), definisi pelayanan sebagai tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh pihak lain,

yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan. Adapun menurut (Zeithaml, Bitner, & Gremler 2018: 6), Menjelaskan bahwa Customer Service melibatkan seluruh proses interaksi dengan pelanggan, termasuk komunikasi, penyelesaian masalah, penanganan keluhan, hingga pemberian solusi yang memuaskan. Dengan demikian, publik akan semakin mengenal dan memahami keberadaan perusahaan, yang dapat menciptakan hubungan yang harmonis antara perusahaan dan publiknya, sehingga terbentuk citra positif di mata konsumen. Salah satu langkah strategis yang dapat diambil adalah melalui peningkatan kualitas pelayanan, khususnya melalui Customer Service, agar kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diterima dapat terwujud. Oleh karena itu, perusahaan perlu memastikan bahwa Customer Service mampu memberikan pelayanan yang profesional dan berkualitas guna menciptakan kenyamanan serta kepuasan pelanggan, sehingga tujuan dan misi perusahaan dapat tercapai secara optimal.

Kepuasan nasabah merupakan faktor penting yang menentukan keberhasilan suatu lembaga, khususnya di sektor jasa perbankan. Secara umum, kepuasan nasabah diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara harapan sebelum menerima layanan dengan kenyataan layanan yang diterima. Menurut (Kotler dan Keller 2016), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang diterima dengan harapannya. Apabila layanan yang diberikan mampu memenuhi atau melebihi harapan nasabah, maka akan tercipta kepuasan yang pada akhirnya mendorong loyalitas dan kepercayaan nasabah

terhadap bank. Dengan demikian, kepuasan nasabah merupakan tujuan akhir dari setiap pelayanan yang diberikan, karena melalui kepuasan tersebut, keberlanjutan, reputasi, dan daya saing lembaga dapat terjaga secara optimal. Perusahaan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah PT. Bank SulutGo Cabang Utama.

PT Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Utara Gorontalo, disebut juga "Bank SulutGo" atau "Bank", berdiri dengan nama Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Utara Tengah berdasarkan Akta No. 88 Tanggal 17 Maret 1961 oleh Raden Hadiwido, Notaris pengganti dari Raden Kadiman, Notaris di Jakarta yang diperbaiki dengan Akta Perubahan Anggaran Dasar No. 22 Tanggal 4 Agustus 1961 oleh Raden Kadiman Notaris di Jakarta dan Akta Perubahan Anggaran Dasar No. 46 Tanggal 10 Oktober 1961 oleh Raden Hadiwido pengganti dari Raden Kadiman, Notaris di Jakarta, yang telah memperoleh pengesahan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan penetapan No. J.A.5/109/6 Tanggal 13 Oktober 1961. Seiring waktu, nama dan bentuk badan hukumnya beberapa kali berubah. Pernah menjadi Perusahaan Daerah Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Utara sesuai Peraturan Daerah tanggal 2 Juni 1964. Perubahan itu mengikuti Undang-Undang No. 13 tahun 1964 tentang antara lain pembentukan Provinsi Daerah Tingkat I Sulawesi Utara. Pada tahun 1999, bentuk badan hukum Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Utara berubah dari perusahaan daerah menjadi perseroan terbatas (PT). Sebagai perseroan terbatas maka pendirian Bank Sulut dilakukan dengan Akta No. 7 tanggal 14 April 1999.

Dari uraian diatas, Begitu pentingnya peran pelayanan dalam menciptakan citra bagi perusahaan. Menurut (Herlambang & Komara, 2021; Ramadhan et al,

2023), Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor dominan yang terbukti berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Menurut model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) yang dikutip dari beberapa penelitian, terdapat lima dimensi utama dalam kualitas pelayanan, yaitu keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy), dan bukti fisik (tangibles). Kelima dimensi ini mencerminkan bagaimana suatu layanan diberikan, bagaimana karyawan memperlakukan pelanggan, serta bagaimana lingkungan fisik mendukung pengalaman pelayanan (Awaluddin et al., 2024). Dalam praktiknya, apabila customer service pada PT. Bank SulutGo Cabang Utama mampu memenuhi standar kualitas pelayanan yang baik berdasarkan lima dimensi tersebut, maka peluang tercapainya kepuasan pelanggan akan semakin besar. Hal ini juga dapat mendorong pelanggan untuk kembali menggunakan layanan bank, karena kualitas pelayanan yang optimal terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah.

Kualitas pelayanan Customer Service pada PT. Bank SulutGo masih menghadapi beberapa permasalahan berdasarkan hasil pengamatan di lapangan. Beberapa masalah yang ditemukan antara lain masih adanya keluhan dari nasabah terkait proses pelayanan yang berlangsung lama, sehingga nasabah merasa tidak dilayani secara optimal. Selain itu, kurangnya jumlah customer service pada waktu-waktu tertentu menyebabkan antrean menjadi panjang dan penumpukan nasabah di ruang pelayanan. Customer service juga dinilai perlu meningkatkan kesabaran serta sigap dalam menangani setiap permasalahan atau keluhan,

khususnya pada jam sibuk, karena terdapat nasabah yang datang dengan keluhan disertai emosi. Serta informasi mengenai produk dan layanan bank yang diberikan terkadang kurang jelas dan tidak tersampaikan secara efektif kepada nasabah. Kendala teknis juga masih terjadi, seperti sistem antrean dan layanan digital yang belum optimal atau terkadang mengalami gangguan teknis sehingga menghambat proses transaksi nasabah. Menurut (Fandy Tjiptono 2012), Peningkatan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan nasabah, yang diukur melalui lima dimensi SERVQUAL. Jika kelima aspek itu terpenuhi sesuai atau melebihi harapan nasabah, maka kepuasan akan meningkat, begitu pula sebaliknya jika pelayanan tidak sesuai harapan maka bisa menurunkan kepuasan nasabah. Pada umumnya, kepuasan pelanggan tercermin melalui upaya perbaikan menyeluruh terhadap kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Dengan demikian beberapa permasalahan hasil praobservasi pada PT Bank SulutGo Cabang Utama, dalam pemberian pelayanan kepada nasabah menjadi salah satu prioritas utama guna menciptakan kepuasan dan membangun kepercayaan nasabah terhadap perusahaan.

Oleh karena itu, peran Customer Service yang ada di PT Bank SulutGo Cabang Utama sangat penting dalam memberikan pelayanan terbaik kepada nasabahnya. Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah. Jika kualitas pelayanan yang diberikan optimal, maka tingkat kepuasan nasabah pun akan meningkat dan citra perusahaan menjadi lebih baik. Dengan demikian, memperhatikan dan meningkatkan kualitas pelayanan customer service di PT Bank

SulutGo Cabang Utama menjadi hal yang krusial demi tercapainya kepuasan nasabah.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul. **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank SulutGo Cabang Utama”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Sesuai dengan uraian yang dikemukakan dalam latar belakang dan pengamatan, identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Masih ditemukan keluhan dari nasabah terkait lamanya proses pelayanan customer service sehingga pelayanan dirasakan kurang optimal.
2. Terbatasnya jumlah petugas customer service pada waktu tertentu menyebabkan antrean dan penumpukan nasabah di area pelayanan.
3. Masih terdapat Customer service yang perlu meningkatkan kesabaran serta responsivitasnya dalam menangani keluhan nasabah yang disertai dengan emosi.
4. Penyampaian informasi mengenai produk dan layanan bank oleh customer service terkadang belum efektif diterima oleh nasabah.
5. Masih terdapat kendala teknis seperti sistem antrean dan layanan digital yang belum optimal atau mengalami gangguan.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan hasil identifikasi masalah yang ditemukan, maka rumusan masalah dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Bagaimana Kualitas Pelayanan Customer Service pada PT. Bank SulutGo Cabang Utama ?
2. Bagaimana Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank SulutGo Cabang Utama ?
3. Apakah Kualitas Pelayanan Customer Service memiliki hubungan dan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Pada pada PT. Bank SulutGo Cabang Utama
4. Bagaimana cara mengimplementasikan Kualitas Pelayanan Customer Service yang baik dan pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank SulutGo Cabang Utama

### **1.4 Pembatasan Masalah**

Berdasarkan Penelitian ini dibatasi pada bagian Customer Service untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank SulutGo Cabang Utama.

### **1.5 Tujuan dan Manfaat**

#### **1.5.1 Tujuan Penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan Customer Service pada PT. Bank SulutGo Cabang Utama.
2. Untuk mengetahui Kepuasan Nasabah dari pelayanan Customer

Service pada PT. Bank SulutGo Cabang Utama.

3. Untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan Customer Service memiliki hubungan dan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Pada pada PT. Bank SulutGo Cabang Utama
4. Untuk mengetahui implementasi Kualitas Layanan Customer Service dalam meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank SulutGo.

### **1.5.2 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

#### 1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank SulutGo Cabang Utama.

#### 1. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah koleksi pustaka sehingga dapat digunakan sebagai referensi atau dijadikan sebagai media untuk memberikan informasi kepada peneliti lain yang berkaitan dengan Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank SulutGo Cabang Utama.

#### 2. Bagi Bank SulutGo

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau sebagai feedback kepada perusahaan, terkait dalam perbaikan Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank SulutGo Cabang Utama. Sehingga dapat membantu perusahaan atau organisasi

dalam melakukan treatment kepada karyawannya secara efektif dan efisien.

## **BAB II**

### **KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Pengertian Pelayanan Customer Service**

Manajemen pemasaran jasa memiliki peranan yang sangat penting bagi perusahaan atau organisasi dalam mengelola, merencanakan, dan mengimplementasikan strategi pemasaran untuk menciptakan nilai dan kepuasan bagi pelanggan, sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai secara efektif dan berkelanjutan.

Pada dasarnya, manajemen pemasaran jasa merupakan suatu proses yang mencakup analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang bermanfaat dengan pasar sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Berikut adalah pendapat para ahli tentang pengertian manajemen pemasaran jasa:

Menurut Kotler & Keller (2016;46), manajemen pemasaran jasa adalah proses sosial dan manajerial yang dilakukan untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk bernilai, dalam hal ini berupa jasa. Selanjutnya, menurut Lovelock & Wirtz (2011;5), pemasaran jasa merupakan konsep yang menekankan pada strategi dalam menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui kualitas pelayanan, kepuasan, dan nilai tambah yang diberikan. Sedangkan menurut Zeithaml & Bitner (2018;4), manajemen pemasaran jasa mencakup seluruh aktivitas organisasi yang ditujukan untuk memahami kebutuhan pelanggan, mendesain layanan yang sesuai, mengkomunikasikannya secara efektif, serta

menyampaikan layanan tersebut dengan standar kualitas yang tinggi.

Berdasarkan beberapa pendapat yang dikemukakan, dapat disintesis bahwa manajemen pemasaran jasa adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengimplementasian, dan pengendalian program pemasaran yang berfokus pada penciptaan dan penyampaian jasa yang berkualitas, sehingga mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta mencapai tujuan organisasi.

Di sisi lain, tujuan manajemen pemasaran jasa menurut Lovelock (2011;9), adalah untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan dengan menciptakan nilai melalui layanan yang unggul dan berkesinambungan. Empat tujuan utama pemasaran jasa adalah:

1. Tujuan Strategis Menciptakan keunggulan bersaing melalui pengelolaan jasa yang berkualitas dan inovatif.
2. Tujuan Operasional Mengoptimalkan proses penyampaian jasa agar efektif dan efisien sesuai kebutuhan pelanggan.
3. Tujuan Finansial Meningkatkan profitabilitas perusahaan melalui kepuasan dan loyalitas pelanggan.
4. Tujuan Sosial Memberikan manfaat kepada masyarakat melalui penyediaan jasa yang bermanfaat dan bertanggung jawab secara etis.

Kotler & Keller (2016;48) juga mengemukakan tujuh unsur bauran pemasaran jasa yang dikenal dengan 7P, yaitu: 1) Product (Produk), 2) Price (Harga), 3) Place (Tempat/Distribusi), 4) Promotion (Promosi), 5) People (Orang), 6) Process (Proses), dan 7) Physical Evidence (Bukti Fisik).

Fungsi-fungsi manajemen pemasaran jasa di atas sangat penting bagi perusahaan dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Apabila persepsi pelanggan baik maka kualitas pelayanan akan meningkat, sehingga tujuan perusahaan dalam mencapai keunggulan bersaing dapat terealisasi secara optimal.

## **2.2 Konsep Kualitas Pelayanan Customer Service**

### **2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan Customer Service**

Kualitas pelayanan memiliki peranan penting dalam menentukan kepuasan dan loyalitas nasabah karena pelayanan yang diberikan oleh customer service akan membentuk persepsi nasabah terhadap perusahaan. Kualitas pelayanan customer service adalah keseluruhan bentuk pelayanan yang diberikan kepada nasabah baik berupa pelayanan langsung maupun tidak langsung dalam rangka memenuhi harapan dan kebutuhan mereka.

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Tjiptono (2012:157), kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan atau persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang mereka terima dengan harapan mereka terhadap pelayanan tersebut. Lebih lanjut, menurut Kotler dan Keller (2012:147), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Sedangkan menurut Zeithaml dan Bitner (2003:85), kualitas pelayanan merupakan penilaian keseluruhan pelanggan terhadap keunggulan suatu jasa yang berkaitan dengan kepuasan mereka. Dari beberapa pendapat yang dikemukakan, dapat disintesis bahwa kualitas pelayanan customer service merupakan suatu

ukuran seberapa baik pelayanan yang diberikan mampu memenuhi harapan nasabah, meliputi cara kerja, sikap, komunikasi, penampilan, ketepatan, dan kecepatan dalam melayani, sehingga menciptakan kepuasan dan kesan positif bagi nasabah.

### **2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Customer Service**

Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan menurut Parasuraman, et al. (1998), untuk mengevaluasi kualitas jasa pelanggan umumnya menggunakan model SERVQUAL yang umumnya memiliki 5 dimensi utama sebagai berikut:

#### **1. Tangibles / Bukti Fisik**

Tangibles merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Pentingnya dimensi tangibles ini akan menumbuhkan image penyedia jasa terutama bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas jasa. Perusahaan yang tidak memperhatikan fasilitas fisiknya akan menumbuhkan kebingungan atau bahkan merusak image perusahaan.

#### **2. Reliability / Keandalan**

Reliability atau keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Jadi komponen atau unsur dimensi reliability ini merupakan kemampuan perusahaan dalam

menyampaikan jasa secara tepat dan pembebanan biaya secara tepat.

### 3. Responsiveness / Ketanggapan

Responsiveness atau daya tanggap merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Termasuk didalamnya jika terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam penyampaian jasa, pihak penyedia jasa berusaha memperbaiki atau meminimalkan kerugian konsumen dengan segera. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat untuk menanggapi permintaan, pertanyaan, dan keluhan konsumen. Jadi komponen atau unsur dari dimensi ini terdiri dari kesiapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan, dan penanganan keluhan pelanggan.

### 4. Assurance / Jaminan

Assurance atau jaminan merupakan pengetahuan dan perilaku employee untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan. Dimensi ini sangat penting karena melibatkan Persepsi Konsumen terhadap resiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa. Perusahaan membangun kepercayaan dan kesetiaan konsumen melalui karyawan yang terlibat langsung menangani konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini terdiri dari kompetensi karyawan yang meliputi keterampilan, pengetahuan yang dimiliki karyawan untuk melakukan pelayanan dan kredibilitas perusahaan

yang meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan konsumen kepada perusahaan seperti, reputasi perusahaan, prestasi dan lain-lain.

#### 5. Emphaty / Empati

Emphaty merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini merupakan gabungan dari akses (access) yaitu kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, komunikasi merupakan kemampuan melakukan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen atau memperoleh masukan dari konsumen dan pemahaman merupakan usaha untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

### **2.2.3 Indikator Kualitas Pelayanan Customer Service**

Adapun indikator-indikator Kualitas Pelayanan suatu jasa, maka dapat dilihat dari dimensi kualitas jasa berikut ini:

1. Reliabilitas (Reliability): Kemampuan memberikan jasa yang dijanjikan secara akurat dan andal.
2. Daya Tanggap (Responsiveness): Kesiapan untuk membantu para konsumen dan menyampaikan jasa secara tepat.
3. Kompetensi (Competency): Penguasaan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen.
4. Akses (Access): Kemudahan untuk dihubungi dan ditemui.
5. Kesopanan (Coutesy): Sikap santun, respek, perhatian dan keramahan para

staf lini depan.

6. Komunikasi (Communication): Memberikan informasi kepada para konsumen dengan bahasa yang mudah dipahami serta selalu mendengarkan saran dan keluhan mereka.
7. Kredibilitas (Credibility): Sifat jujur dan dapat dipercaya.
8. Keamanan (Security): Bebas dari bahaya, risiko, atau keragu-raguan.
9. Memahami Pelanggan (Customer Understanding): Kemampuan memahami yang dibutuhkan konsumen, memberi perhatian secara individual, dan kepekaan dalam menerima keluhan/masalah terhadap kebutuhan informasi pelanggan.
10. Bukti Fisik (Tangible): Penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan bahan- bahan komunikasi.

## **2.3 Konsep Kepuasan Nasabah**

### **2.3.1 Pengertian Konsep Kepuasan Nasabah**

Kepuasan nasabah memiliki peranan yang penting dalam menjaga loyalitas dan hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan nasabahnya. Kepuasan nasabah merupakan suatu keadaan dimana harapan nasabah terhadap produk atau layanan yang diterima sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi mereka.

Menurut Kotler dan Keller (2009:197), Persepsi Konsumen adalah proses dimana kita memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti. Poin utamanya adalah bahwa persepsi tidak hanya tergantung pada rangsangan fisik, tetapi juga pada hubungan rangsangan terhadap bidang yang mengelilinginya. Dengan adanya itu semua,

persepsi akan timbul.

Menurut Kotler dan Keller (2009:138), Kepuasan Nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jika kinerja produk melebihi harapan, maka nasabah akan merasa sangat puas atau senang. Ada juga menurut Lovelock dan Wirtz (2011:74), Kepuasan Nasabah adalah evaluasi menyeluruh terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa, yang menunjukkan bahwa kebutuhan dan keinginan nasabah telah terpenuhi. Sementara itu, menurut Tjiptono (2014:350), Kepuasan Nasabah merupakan respon emosional terhadap pengalaman konsumsi yang dirasakan, baik dalam bentuk rasa senang maupun kecewa, tergantung pada kesesuaian antara harapan awal dan kinerja yang diterima.

Dari beberapa pendapat yang dikemukakan, dapat disintesis bahwa Kepuasan Nasabah adalah suatu kondisi emosional positif yang timbul ketika nasabah merasa kebutuhan dan harapannya telah terpenuhi dengan baik oleh produk atau layanan yang diterima, sehingga menciptakan rasa senang, nyaman, dan keinginan untuk terus menggunakan produk atau layanan tersebut.

### **2.3.2 Faktor Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah**

Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Nasabah menurut Kotler dan Keller (2009), dapat dijelaskan melalui beberapa dimensi sebagai berikut:

#### **1. Kualitas Produk**

Kualitas produk merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Produk yang memiliki mutu tinggi, sesuai spesifikasi,

dan mampu memenuhi kebutuhan nasabah akan menciptakan rasa puas yang mendalam. Sebaliknya, produk dengan kualitas yang tidak sesuai ekspektasi dapat menimbulkan kekecewaan dan mengurangi tingkat kepuasan.

## 2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan meliputi kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang cepat, tanggap, ramah, serta memprioritaskan kenyamanan nasabah. Pelayanan yang baik akan menimbulkan rasa dihargai bagi nasabah dan meningkatkan kepuasan mereka terhadap perusahaan.

## 3. Harga

Harga juga menjadi faktor penentu kepuasan nasabah. Jika harga dirasa sesuai dengan manfaat dan kualitas produk atau jasa yang diterima, maka nasabah akan merasa puas. Namun, harga yang terlalu tinggi tanpa diimbangi dengan kualitas yang memadai dapat menimbulkan ketidakpuasan.

## 4. Emosi

Emosi berperan penting dalam mempengaruhi kepuasan nasabah. Pengalaman positif yang menimbulkan rasa senang, nyaman, dan aman saat menggunakan produk atau jasa tertentu akan meningkatkan kepuasan nasabah. Sebaliknya, pengalaman negatif akan menurunkan tingkat kepuasan mereka.

## 5. Persepsi Nilai (Value Perception)

Persepsi nilai merupakan penilaian nasabah atas manfaat yang diterima

dibandingkan dengan biaya atau pengorbanan yang dikeluarkan. Jika nasabah merasa bahwa mereka mendapatkan nilai yang tinggi dari produk atau jasa yang dibeli, maka kepuasan mereka akan meningkat. Persepsi nilai ini mencakup perbandingan antara kualitas, harga, dan manfaat yang diterima.

Dengan memahami faktor-faktor tersebut, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan nasabahnya melalui penyediaan produk berkualitas, harga yang sesuai, pelayanan yang baik, serta menciptakan pengalaman positif yang berkesan bagi nasabah.

### **2.3.3 Indikator Kepuasan Nasabah**

Adapun indikator-indikator yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah adalah sebagai berikut:

1. Kesesuaian Harapan (Expectation Confirmation): Tingkat kesesuaian antara harapan nasabah sebelum menggunakan produk atau jasa dengan pengalaman yang mereka rasakan setelah menggunakannya.
2. Kualitas Produk atau Jasa: Penilaian nasabah terhadap mutu produk atau jasa yang diterima, apakah sudah memenuhi standar kualitas yang diharapkan.
3. Harga yang Dirasakan (Perceived Price): Persepsi nasabah mengenai kewajaran harga dibandingkan dengan manfaat dan kualitas yang diterima.
4. Kemudahan dalam Mengakses Layanan: Kemudahan yang dirasakan nasabah dalam memperoleh produk atau jasa, termasuk kemudahan proses transaksi dan akses terhadap fasilitas perusahaan.

5. Pelayanan Karyawan: Penilaian nasabah terhadap sikap, keramahan, kesopanan, kompetensi, serta kecepatan karyawan dalam memberikan pelayanan.
6. Keamanan dan Kenyamanan: Tingkat rasa aman dan nyaman nasabah saat menggunakan produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan.
7. Pengalaman Emosional (Emotional Experience): Perasaan senang, puas, atau nyaman yang timbul setelah menggunakan produk atau jasa tersebut.
8. Penanganan Keluhan (Complaint Handling): Kepuasan nasabah terhadap cara perusahaan menangani keluhan, masalah, atau saran yang mereka sampaikan.
9. Citra Perusahaan (Corporate Image): Penilaian nasabah terhadap reputasi dan kredibilitas perusahaan, yang mempengaruhi rasa bangga dan loyalitas mereka.
10. Niat untuk Menggunakan Kembali (Repurchase Intention): Keinginan nasabah untuk terus menggunakan produk atau jasa yang sama di masa mendatang

Dengan menggunakan indikator-indikator tersebut, perusahaan dapat menilai sejauh mana produk dan layanan yang diberikan telah mampu memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah sehingga menciptakan kepuasan yang optimal.

## **2.4 Hubungan Antar Konsep**

### **2.4.1 Hubungan Antara Variabel Kualitas Pelayanan Customer Service**

#### **Dengan Kepuasan Nasabah**

Salah satu faktor yang sangat penting dalam mencapai keberhasilan di dunia

perbankan adalah Kualitas Pelayanan Customer Service yang baik. Apabila suatu bank memiliki kualitas pelayanan customer service yang baik, maka hal ini akan dirasakan langsung oleh nasabah dan pada akhirnya akan menciptakan Kepuasan Nasabah. Kualitas pelayanan yang diberikan dengan baik akan memberikan manfaat yang besar bagi bank, terutama dalam meningkatkan loyalitas dan kepercayaan nasabah.

Menurut Tjiptono (2007), Kualitas Pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen atau pelanggan. Lupiyoadi (2001b) juga menjelaskan bahwa Kualitas Pelayanan merupakan tindakan seseorang kepada orang lain melalui penyajian produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan orang yang dilayani. Dalam konteks perbankan, nasabah akan merasa puas apabila pelayanan yang diberikan oleh customer service sesuai atau bahkan melebihi harapan mereka

Menurut Kotler dan Keller (2009:138), Kepuasan Nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Jika pelayanan customer service melebihi harapan, maka nasabah akan merasa sangat puas dan berpotensi menjadi nasabah yang loyal.

Parasuraman dalam (Lupiyoadi, 2006) menjelaskan bahwa tingginya Kualitas Pelayanan customer service muncul dari aspek-aspek seperti bukti fisik (Tangibles), yaitu penampilan karyawan dan fasilitas pendukung pelayanan; keandalan (Reliability), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang akurat dan tepat waktu; daya tanggap (Responsiveness), yaitu kesediaan karyawan untuk

membantu nasabah dengan cepat; jaminan (Assurance), yaitu kemampuan karyawan untuk menumbuhkan rasa percaya dan aman pada nasabah; serta empati (Emphaty), yaitu perhatian individual karyawan kepada nasabah. Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa agar tercipta Kepuasan Nasabah, maka PT. Bank SulutGo Cabang Utama harus mampu meningkatkan kualitas pelayanan customer service yang mencakup semua aspek tersebut. Semakin tinggi kualitas pelayanan customer service, maka semakin besar pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah. Hal ini akan mendorong nasabah untuk terus menggunakan produk dan layanan bank, serta merekomendasikannya kepada keluarga maupun orang lain.

## **2.5 Tinjauan Pustaka**

Penelitian yang relevan ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian yang relevan, penulis menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian penulis. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian yang relevan berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis seperti pada Tabel 1 berikut ini:

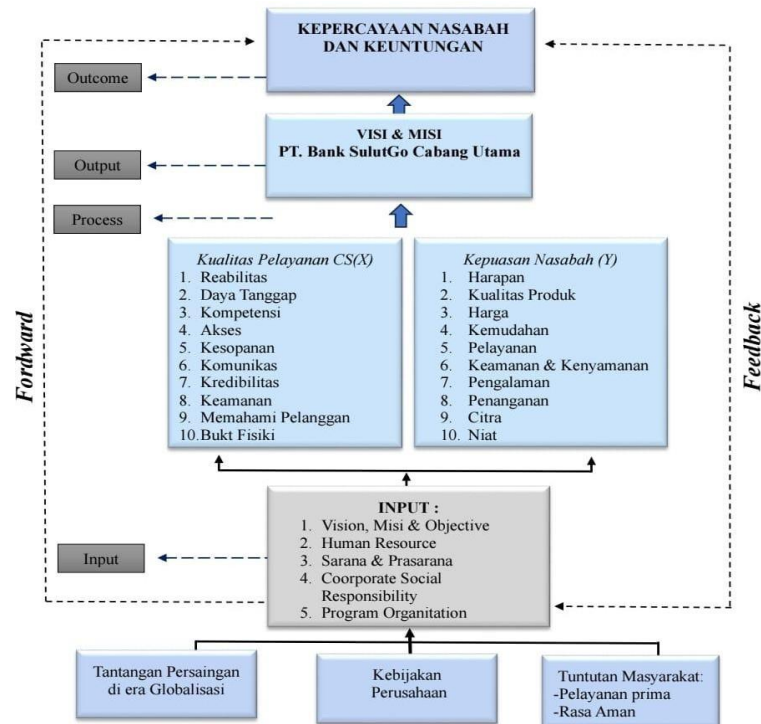
**Tabel 2.1**  
**Hasil Penelitian Yang Relevan**

NO	JUDUL PENELITIAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN	HASIL PENELITIAN
1.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service terhadap Kepuasan Nasabah (Bank BRI Kartasura, Nurdiansyah & Saputro, 2023)	Menggunakan pendekatan kuantitatif dan kuesioner	Populasi nasabah BRI Kartasura; korelasional	Kualitas layanan CS berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan, kepercayaan & loyalitas nasabah
2.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service terhadap Kepuasan Nasabah (Bank BJB Subang, Subagja & Hanifah, 2019)	Metode serupa dan variabel sama	Populasi 3.841 nasabah, sampel 100	Pengaruh kualitas CS terhadap kepuasan: kontribusi 64,4%
3.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service terhadap Kepuasan Nasabah (Bank BJB Cipanas, Jayengsari et al.)	Menggunakan desain dan populasi yang serupa	Lokasi: Cipanas branch	Temuan kuat bahwa kualitas CS memengaruhi kepuasan
4.	Customer satisfaction as mediator between service quality and loyalty (BCA digital bankig, Tedjokusumo & Murhadi, 2023)	Fokus pada service quality &kepuasan dalam perbankan	Menambahkan variabel loyalty dan keamanan mobile banking	Reliability,service support,responsiveness signifikan;privacy/security tidak.Kepuasan memediasi service-loyalty
5.	Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah (Bank Mandiri Kosambi, Mubarak & yafi'ie)	Kuisisioner dan regresi sederhana digunakan	Sampel 85 nasabah	Koef regresi 0.38 dan determinasi 60.8%, hubungan positif kuat

6.	Kualitas Pelayanan & Kinerja  CS Officer terhadap Kepuasan (BCA Pondok Lestari, Saputra, 2023)	Variabel CS dan kepuasan sama	Tambah variabel kinerja officer	Kualitas pelayanan R=0.524; kinerja CSR=0.757; gabungan R=0.835
7.	Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah DKI (Engkur, 2018)	Menggunakan SERVQUAL dan bank nasabah	Fokus lembaga syariah plus compliance	Responsiveness, empathy, compliance signifikan sedangkan tangible, reliability, assurance tidak
8.	Kualitas Layanan CS terhadap Kepuasan (Bank Muamalat Stabat, Sahdina & Afif, 2023)	Kuisisioner dan regresi di lembaga syariah	Sampel 86 nasabah koperasi syariah terkait	X berpengaruh signifikan, 62% variasi kepuasan
9.	Service Quality, Loyalty, mediasi Satisfaction (Bank Syariah Indonesia DKI, Nafisi & Sarasi, 2022)	Menilai service quality, kepuasan & loyalty	Model mediasi SEM dan konteks syariah	Service Quality & Satisfaction berpengaruh signifikan → loyalty; kepuasan mediasi penuh
10.	Kualitas Pelayanan, Complaint Handling & Kualitas Produk → Kepuasan Nasabah (Koperasi Syariah Malang, Nurcahyo & Solekah, 2023)	Memadukan kualitas layanan dan kepuasan	Lebih luas, termasuk produk & penanganan complain	Ketiganya signifikan, kualitas produk paling dominan

*Sumber: Pengolahan Data 2025*

## 2.6 Alur Pikir



**Gambar 2.1**

### Alur Pikir Konseptual

Sumber : *Pengelolaan Data 2025*

Dengan kondisi persaingan yang semakin ketat di industri perbankan saat ini, setiap bank berupaya semaksimal mungkin untuk memperluas pangsa pasarnya melalui peningkatan kualitas layanan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan customer service yang baik di dalam suatu bank akan mampu menciptakan kepuasan nasabah. Setelah nasabah merasa puas dengan layanan yang diterimanya, nasabah akan cenderung membandingkan kualitas pelayanan tersebut dengan bank lain, serta memutuskan untuk tetap menggunakan layanan bank tersebut di masa mendatang.

Kotler (2003:444), menjelaskan bahwa service atau pelayanan adalah tindakan atau perbuatan yang ditawarkan oleh suatu pihak (perusahaan) kepada

pihak lain (pelanggan), yang pada dasarnya bersifat tidak terwujud, dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Memperhatikan beberapa pendapat tersebut menunjukkan bahwa pihak bank, dalam hal ini PT. Bank SulutGo Cabang Utama, harus memiliki kemampuan untuk memberikan pelayanan yang mampu membuat nasabah merasa nyaman, dihargai, dan puas. Pelayanan customer service yang berkualitas akan menumbuhkan rasa percaya dan citra positif bagi bank di mata nasabah. Berdasarkan uraian tersebut, diketahui bahwa kualitas pelayanan customer service merupakan variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Lebih jelasnya, pengaruh tersebut dapat diilustrasikan dalam paradigma penelitian berikut:



**Gambar 2.2**  
**Paradigma Penelitian**

*Sumber : Pengelolaan Data 2025*

Keterangan:

X = Kualitas Pelayanan Customer Service

Y = Kepuasan Nasabah

→ = Hubungan Parsial

Berdasarkan Gambar 2.2 Kualitas Pelayanan Customer Service terhadap Kepuasan Nasabah memiliki hubungan secara parsial, dan menunjukkan hubungan simultan antara variabel Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah.

## 2.7 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017), Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah. Karena sifatnya masih sementara, maka perlu dibuktikan kebenarannya melalui data empirik yang terkumpul. Hipotesis berasal dari kata hipo (lemah) dan tesis (pernyataan). Oleh karena itu, hipotesis masih merupakan pernyataan yang masih lemah maka penulis merumuskan hipotesis penelitian adalah Diduga Kualitas Pelayanan Customer Service secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank SulutGo Cabang Utama. Hipotesis penelitian biasanya dirumuskan dalam bentuk hubungan antar variabel. Rumus umumnya adalah sebagai berikut:

$$\mathbf{H_a : X \rightarrow Y}$$

Atau dapat juga dituliskan:

**H<sub>a</sub> : Terdapat pengaruh/hubungan antar variabel X terhadap variabel Y**

**H<sub>0</sub> : Tidak terdapat pengaruh/hubungan antar variabel X terhadap variabel Y**

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Tempat dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian merupakan tempat dilaksanakannya penelitian untuk mendapatkan data atau informasi yang berhubungan dengan masalah atau fokus kajian yang diteliti. Tempat atau lokasi dalam penelitian ini dilaksanakan pada PT. Bank SulutGo Cabang Utama yang terletak di Jl. Sam Ratulangi No.22a, Wenang Utara, Kec. Wenang, Kota Manado, Sulawesi Utara. Waktu penelitian 2 (Dua) bulan mulai dari bulan Juli 2025 sampai bulan September 2025. Tahapan kegiatan yang dilakukan meliputi pra-survei, pengumpulan data yang dilakukan bersamaan dengan proses penelitian, hingga penyusunan proposal dan penulisan skripsi.

#### **3.2 Jenis Penelitian dan Metode Penelitian**

##### **3.2.1 Jenis Penelitian**

Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini memiliki dua variabel, yaitu variabel yang mempengaruhi (variabel independen) dan variabel yang dipengaruhi (variabel dependen). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service sebagai variabel bebas (independen) terhadap Kepuasan Nasabah sebagai variabel terikat (dependen) pada PT. Bank SulutGo Cabang Utama.

### **3.2.2 Metode Penelitian**

1) Metode Deskriptif (Descriptive Method)

Metode ini digunakan untuk menggambarkan fenomena atau gejala yang terjadi pada objek penelitian. Dalam hal ini, peneliti mengamati, mendeskripsikan, dan menganalisis dua variabel utama, yaitu Kualitas Pelayanan Customer Service dan Kepuasan Nasabah.

2) Metode Penelitian Lapangan (Field Research)

Metode ini dilakukan dengan cara terjun langsung ke PT. Bank SulutGo Cabang Utama untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan mengenai Kualitas Pelayanan Customer Service dan Kepuasan Nasabah.

3) Metode Penelitian Kepustakaan (Library Research)

Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan bahan-bahan dari berbagai literatur yang relevan dengan Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service terhadap Kepuasan Nasabah, baik dari sumber internal perusahaan maupun sumber luar.

### **3.3 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data**

#### **3.3.1 Jenis Data**

Menurut Sugiyono (2017:137), data adalah segala sesuatu yang dicatat dan dianggap sebagai bahan yang benar dalam penelitian. Data dapat berupa fakta atau angka yang dapat digunakan untuk menyusun suatu informasi. Sedangkan Nazir (2014:54) menyatakan bahwa data merupakan keterangan mengenai sesuatu yang diperoleh dari pengamatan, dapat berupa angka maupun kata-kata yang menunjukkan suatu fakta. Untuk memperoleh data yang lengkap dalam penelitian

mengenai Kualitas Pelayanan Customer Service dan Kepuasan Nasabah pada PT. Bank SulutGo Cabang Utama, penulis menggunakan dua jenis data, yaitu:

1) Data Primer

Menurut Sugiyono (2017:137), data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama melalui observasi, wawancara, atau kuesioner kepada responden yang diteliti. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh langsung dari nasabah PT. Bank SulutGo Cabang Utama dengan cara menyebarkan kuesioner dan melakukan observasi kepada nasabah mengenai kualitas pelayanan customer service yang mereka terima dan tingkat kepuasan mereka terhadap pelayanan tersebut.

2) Data Sekunder

Nazir (2014:55) menyatakan bahwa data sekunder adalah data yang diperoleh melalui pihak lain, berupa catatan atau dokumen yang sudah ada. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari profil PT. Bank SulutGo Cabang Utama, struktur organisasi, laporan tahunan, serta literatur dan jurnal-jurnal yang mendukung teori mengenai kualitas pelayanan customer service dan kepuasan nasabah.

### **3.3.2 Metode Pengumpulan Data**

Menurut Arikunto (2013:195), pengumpulan data merupakan langkah penting dalam penelitian karena bertujuan memperoleh data yang sesuai untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian mengenai Kualitas Pelayanan Customer Service dengan Kepuasan Nasabah pada PT. Bank SulutGo Cabang Utama adalah sebagai berikut:

- 1) Observasi, yaitu metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung di lapangan terhadap objek penelitian, dalam hal ini pelayanan customer service dan bagaimana pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank SulutGo Cabang Utama.
- 2) Kuesioner, yaitu daftar pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden untuk memperoleh data sesuai kebutuhan penelitian. Dalam penelitian ini, kuesioner disebarakan kepada nasabah PT. Bank SulutGo Cabang Utama untuk mengetahui persepsi mereka mengenai kualitas pelayanan customer service dan tingkat kepuasan yang dirasakan.
- 3) Kajian Pustaka, yaitu teknik pengumpulan data dengan menelaah berbagai literatur, jurnal, buku, serta sumber-sumber teori yang relevan dan mendukung pembahasan mengenai Kualitas Pelayanan Customer Service dan Kepuasan Nasabah.

### **3.4 Populasi dan Sampel**

#### **3.4.1 Populasi**

Menurut Arikunto (2013:173), populasi adalah keseluruhan subjek penelitian yang dapat berupa orang, benda, ataupun sesuatu yang di dalamnya memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi tidak hanya terbatas pada manusia, melainkan juga mencakup objek dan fenomena lainnya yang menjadi perhatian peneliti. Dengan demikian.

Jumlah populasi dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin (Sevilla et al., 1960) dan teknik Simple Random Sampling, yaitu metode

pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi untuk terpilih menjadi responden. Rumus Slovin digunakan untuk mengestimasi jumlah populasi berdasarkan ukuran sampel dan tingkat kesalahan margin of error yang ditetapkan, dengan rumus:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Berdasarkan data penelitian, jumlah sampel yang digunakan adalah 36 responden. Perhitungan dengan tingkat kesalahan 10% menghasilkan estimasi populasi sebesar 56 orang, tingkat kesalahan 5% menghasilkan estimasi populasi sebesar 40 orang, sedangkan tingkat kesalahan 1% menunjukkan jumlah populasi sebesar 36 orang. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin kecil margin of error yang digunakan, semakin besar tingkat akurasi dan representasi sampel terhadap populasi. Oleh karena itu, pemilihan tingkat kesalahan harus mempertimbangkan keseimbangan antara akurasi data dan keterbatasan sumber daya penelitian.

### **3.4.2 Sampel**

Sampel Menurut Arikunto (2013:174), sampel adalah Sebagian tau wakil dari populasi yang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti tidak mengambil seluruh anggota populasi melainkan hanya sebagian yang dianggap dapat mewakili keseluruhan populasi. Untuk menentukan ukuran sampel yang tepat, digunakan metode non- probability sampling dengan teknik purposive sampling, yaitu penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 36 orang nasabah PT. Bank SulutGo Cabang Utama yang pernah menerima pelayanan customer service dan

bersedia memberikan penilaian terkait kualitas pelayanan serta tingkat kepuasan mereka.

### 3.5 Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya

#### 3.5.1 Definisi Operasional Kualitas Pelayanan Customer Service (X)

Kualitas pelayanan merupakan tingkat layanan yang berkaitan dengan terpenuhinya kebutuhan dan harapan pelanggan atau penggunanya. Dengan demikian, pelayanan dapat dikatakan berkualitas apabila perusahaan atau instansi, khususnya melalui peran customer service, mampu memberikan produk dan jasa yang sesuai dengan keinginan, kebutuhan, serta harapan pengguna layanan tersebut. Customer service menjadi bagian penting dalam memastikan pelayanan yang diberikan benar-benar memenuhi ekspektasi nasabah atau pelanggan. Kualitas Pelayanan Customer Service dapat dilihat melalui indikator sebagai berikut: 1) Reliabilitas, 2) Daya Tanggap, 3) Kompetensi, 4) Akses, 5) Kesopanan, 6), Komunikasi, 7) Kredibilitas, 8) Keamanan, 9) Memahami Pelanggan, 10) Bukti Fisik. Adapun indikator dari Kualitas Pelayanan dilihat pada Tabel 2. dengan kisi-kisi instrumen sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Kisi-Kisi Instrument Kualitas Pelayanan Customer Service (X)**

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Item
	1. Reliabilitas (Reliability)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Karyawan cepat dan tanggap dalam melayani konsumen atau pengguna jasa</li> <li>- Karyawan mampu dalam menangani masalah konsumen atau pengguna jasa</li> <li>- Karyawan mampu menjelaskan tentang produk dan layanan yang tersedia</li> </ul>	1,2,3

		- Karyawan mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan	<b>4,5</b>
	2. Daya Tanggap (Responsiveness)	dari konsumen atau pengguna jasa	
		- Keterampilan karyawan dalam menjaga data pengguna jasa agar selalu akurat	
	3. Kompetensi (Competency)	- Kemampuan karyawan dalam memberikan solusi terhadap masalah yang dihadapi konsumen atau pengguna jasa	<b>6,7</b>
		- Konsumen atau pengguna jasa merasa puas dengan informasi pelayanan mengenai program-program yang tersedia	
		- Karyawan menyosialisasikan dengan baik mengenai akses pelayanan kepada konsumen atau pengguna jasa	<b>8,9</b>
Kualitas Pelayanan (Y)	4. Akses (Access)	- Akses pelayanan secara langsung memberikan kemudahan kepada konsumen atau pengguna jasa	
		- Karyawan selalu memberikan respon positif bila konsumen atau pengguna jasa mengemukakan keluhan/masalah terkait pelayanan	<b>10,11</b>
	5. Kesopanan (Coutesy)	- Sikap kesopanan dan keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan	
		- Karyawan menggunakan bahasa yang baik dan mudah dipahami pada saat penyampaian informasi	<b>12,13</b>
	6. Komunikasi (Comunication)	- Konsumen atau pengguna jasa merasa puas tentang informasi yang ingin didapatkan	
	7. Kredibilitas (Credibility)	- Sifat jujur karyawan pada saat menangani keluhan dari konsumen atau pengguna jasa	<b>14</b>
		- Konsumen atau pengguna jasa merasa aman dan nyaman pada saat menunggu pelayanan	<b>15,16,17</b>
	8. Keamanan (Security)	- Konsumen atau pengguna jasa merasa aman ketika memberikan berkas-berkas privasi maupun dokumen	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- rahasia kepada karyawan</li> <li>- Konsumen atau pengguna jasa merasa bebas dari bahaya ketika</li> <li>- berada di bandar udara</li> <li>- Karyawan memahami apa yang dibutuhkan konsumen atau pengguna jasa</li> </ul>	<b>18,19 ,20</b>
9. Memahami Pelanggan (Customer Understanding)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Karyawan memberikan perhatian secara individual terhadap konsumen atau pengguna jasa</li> <li>- Kepekaan karyawan dalam menerima keluhan/masalah terhadap kebutuhan informasi</li> </ul>	
10. Bukti Fisik (Tangible)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- konsumen atau pengguna jasa</li> <li>- - Fasilitas yang tersedia di bandar udara memadai bagi kenyamanan konsumen atau pengguna jasa</li> </ul>	<b>21</b>

*Sumber: Olah Data Penulis 2025*

### 3.5.2 Definisi Operasional Kepuasan Nasabah (Y)

Kepuasan nasabah merupakan tingkat kepuasan yang berkaitan dengan terpenuhinya kebutuhan dan harapan nasabah atas layanan yang diterima. Dengan kata lain, nasabah akan merasa puas apabila bank atau lembaga terkait mampu memberikan produk dan jasa sesuai dengan keinginan, kebutuhan, serta harapan mereka. Kepuasan nasabah dapat diukur melalui beberapa indikator berikut: 1) Kesesuaian Harapan, 2) Kualitas Produk atau Jasa, 3) Harga yang Dirasakan, 4) Kemudahan dalam Mengakses Layanan, 5) Pelayanan Karyawan, 6) Keamanan dan Kenyamanan, 7) Pengalaman Emosional, 8) Penanganan Keluhan, 9) Citra Perusahaan, 10) Niat untuk Menggunakan Kembali. Adapun indikator dari Kepuasan Nasabah dilihat pada Tabel 3. dengan kisi-kisi instrumen sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Kisi-Kisi Instrumen Kepuasan Nasabah**

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Item
Kepuasan Nasabah (Y)	10. Kesesuaian Harapan (Expectation Confirmation)	- Layanan yang diterima sesuai dengan harapan nasabah - Pelayanan memenuhi kebutuhan nasabah - Pelayanan sesuai dengan ekspektasi awal nasabah	1,2,3
	2. Kualitas Produk atau Jasa	- Nasabah puas dengan kualitas produk atau jasa yang diberikan - Produk atau jasa yang diterima memiliki kualitas yang baik	4,5
	10. Harga yang Dirasakan (Perceived Price)	- Harga sesuai dengan kualitas pelayanan yang diterima nasabah - Nasabah merasa harga yang ditawarkan wajar dan sesuai	6,7
	4. Kemudahan dalam Mengakses Layanan	- Nasabah merasa mudah dalam mengakses layanan yang dibutuhkan - Proses pelayanan mudah dipahami dan diikuti	8,9
	5. Pelayanan Karyawan	- Sikap ramah dan sopan karyawan dalam melayani nasabah	10,11
	6. Keamanan dan Kenyamanan	- Nasabah merasa aman saat melakukan transaksi - Lingkungan pelayanan terasa nyaman bagi nasabah	12,13
	7. Pengalaman Emosional (Emotional Experience)	- Nasabah merasa senang dengan pelayanan yang diberikan - Nasabah merasa dihargai ketika berinteraksi dengan karyawan	14,15
	8. Penanganan Keluhan (Complaint Handling)	- Keluhan nasabah ditangani dengan cepat - Nasabah puas dengan cara penyelesaian masalah yang diberikan	16,17
	9. Citra Perusahaan (Corporate Image)	- Nasabah memiliki penilaian positif terhadap bank - Nasabah memiliki penilaian positif terhadap bank	18,19
	10. Niat untuk Menggunakan Kembali (Repurchase Intention)	- Nasabah bersedia merekomendasikan layanan kepada orang lain	20

*Sumber: Olah Data Penulis 2025*

### 3.6 Pengukuran Variabel

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian mengenai Kualitas Pelayanan Customer Service (X) dan Kepuasan Nasabah (Y) di PT. Bank SulutGo Cabang Utama terdiri atas kisi-kisi angket yang dijabarkan ke dalam dimensi variabel beserta indikatornya, kemudian dijadikan pedoman dalam menyusun item-item pernyataan untuk instrumen penelitian.

Menurut Sugiyono (2019:93), Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang terhadap fenomena sosial tertentu yang telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti dan disebut sebagai variabel penelitian. Dengan menggunakan skala Likert, variabel yang diukur dipecah ke dalam indikator- indikator, kemudian indikator tersebut dijadikan dasar penyusunan item-item instrumen berupa pernyataan atau pertanyaan. Nilai yang diberikan pada setiap jawaban responden akan digunakan sebagai dasar penilaian variabel penelitian. Adapun bobot jawaban responden pada penelitian ini akan diberikan skor secara rinci sebagai berikut:

- a) Sangat Setuju diberi bobot 5
- b) Setuju diberi bobot 4
- c) Kurang Setuju diberi bobot 3
- d) Tidak Setuju diberi bobot 2
- e) Sangat Tidak Setuju diberi bobot 1.

Adapun total skor untuk masing-masing variable diperoleh dengan cara menjumlahkan seluruh skor jawaban responden pada setiap item pertanyaan dalam kuisisioner. Rumus yaitu:

$$Total\ Skor = \sum_{i=1}^n (Skor\ Jawaban\ i)$$

Keterangan:

$n$  = jumlah item pertanyaan pada variable tertentu

Skor Jawaban = nilai bobot yang diberikan responden untuk setiap item

Selanjutnya, skor total dapat digunakan untuk menentukan kategori tingkat variable dengan membandingkan skor yang diperoleh terhadap skor maksimal dan skor minimal yang mungkin dicapai (Sugiyono, 2019):

$$Skor\ Maksimal = \pi \times 5$$

$$Skor\ Minimal = \pi \times 1$$

Hasil total skor kemudian diinterpretasikan ke dalam kategori (sangat baik, baik, cukup, kurang, atau sangat kurang) sesuai rentang nilai yang ditetapkan.

### 3.7 Metode Analisis

Untuk menganalisis variabel Kualitas Pelayanan Customer Service (X) dan Kepuasan Nasabah (Y) digunakan analisis korelasi dan regresi linier sederhana. Metode statistik ini umum digunakan untuk meneliti hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Proses analisis data menggunakan SPSS (Statistical Product and Service Solution), yaitu perangkat lunak aplikasi statistik yang mampu mengelola berbagai tipe file data. SPSS dapat memakai hampir dari seluruh tipe file data dan penggunaannya untuk membuat laporan berbentuk tabulasi, chart (grafik), plot (diagram) dari berbagai distribusi, statistik deskriptif dan analisis statistik yang kompleks. Dengan demikian, SPSS merupakan sistem

analisis statistik yang lengkap, terintegrasi, dan fleksibel, serta sangat mendukung proses pengolahan dan manajemen data penelitian.

### 3.8 Pengukuran Validitas dan Reliabilitas

Sebelum melaksanakan analisis data, langkah awal yang dilakukan adalah menguji kualitas data yang telah dikumpulkan. Pengujian kualitas data ini bertujuan untuk memastikan data yang diperoleh memiliki kualitas yang baik, yang meliputi uji validitas dan reliabilitas.

#### 3.8.1 Uji Validitas

Validitas merupakan karakteristik dari suatu instrumen yang menunjukkan sejauh mana alat ukur tersebut mampu mengukur apa yang memang ingin diukur. Dengan demikian, suatu item dikatakan valid apabila memiliki korelasi yang signifikan dengan skor total.

Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan menggunakan metode Pearson Product Moment, yaitu dengan mengkorelasikan skor setiap item dengan skor total yang merupakan penjumlahan seluruh skor item. Nilai minimum yang dapat diterima sebagai valid adalah apabila  $r \geq 0,3$ . Untuk menentukan validitas, digunakan tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$  dengan jumlah responden sebanyak 36 orang, sehingga berdasarkan Tabel Product Moment diperoleh nilai  $r$  sebesar 0,329. Apabila nilai korelasi antara item dengan skor total berada di bawah 0,329, maka item atau instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = nilai korelasi x dan y

N = jumlah sampel

X= nilai per butir

Y= total nilai kuisioner masing-masing responden

Adapun uji validitas untuk mengetahui besarnya hubungan antara item butir pertanyaan dengan total item untuk masing-masing variabel, yaitu Kualitas Pelayanan Customer Service (X) dan Kepuasan Nasabah (Y) adalah sebagai berikut:

### 1. Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan Customer Service (X)

**Tabel 3.3**  
**Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan Customer Service (X)**

No	Daftar Pernyataan	R Tabel	R Hitung	N	Keterangan
1	PERNYATAAN 1	0,329	0,886	36	VALID
2	PERNYATAAN 2	0,329	0,837	36	VALID
3	PERNYATAAN 3	0,329	0,857	36	VALID
4	PERNYATAAN 4	0,329	0,860	36	VALID
5	PERNYATAAN 5	0,329	0,886	36	VALID
6	PERNYATAAN 6	0,329	0,632	36	VALID
7	PERNYATAAN 7	0,329	0,860	36	VALID
8	PERNYATAAN 8	0,329	0,865	36	VALID
9	PERNYATAAN 9	0,329	0,773	36	VALID
10	PERNYATAAN 10	0,329	0,937	36	VALID
11	PERNYATAAN 11	0,329	0,722	36	VALID
12	PERNYATAAN 12	0,329	0,903	36	VALID
13	PERNYATAAN 13	0,329	0,857	36	VALID
14	PERNYATAAN 14	0,329	0,938	36	VALID
15	PERNYATAAN 15	0,329	0,722	36	VALID
16	PERNYATAAN 16	0,329	0,938	36	VALID
17	PERNYATAAN 17	0,329	0,925	36	VALID
18	PERNYATAAN 18	0,329	0,861	36	VALID
19	PERNYATAAN 19	0,329	0,632	36	VALID
20	PERNYATAAN 20	0,329	0,940	36	VALID
21	PERNYATAAN 21	0,329	0,918	36	VALID

Sumber: Hasil Pengolahan Data Ms.Excel Tahun 2025

Berdasarkan Tabel 3.3, untuk mengukur nilai validitas Kualitas Pelayanan (X) ditentukan dengan melihat nilai  $\alpha = 0,05$  dengan jumlah responden 36 sehingga nilai  $r(0,05, 36)$  pada Tabel Product Moment dan di dapat nilai  $r = 0,329$ . Jika hasil validitas berada di atas 0,329 maka dianggap butir pertanyaan atau instrumen tersebut sudah valid. Hasil analisis validitas untuk semua instrumen pada variabel Kualitas Pelayanan (X) dinyatakan valid karena semua instrumen berada di atas  $r = 0,339$ .

## 2. Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

**Tabel 3.4**  
**Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)**

No	Daftar Pernyataan	R Tabel	R Hitung	N	Keterangan
1	PERNYATAAN 1	0,329	0,893	36	VALID
2	PERNYATAAN 2	0,329	0,934	36	VALID
3	PERNYATAAN 3	0,329	0,822	36	VALID
4	PERNYATAAN 4	0,329	0,934	36	VALID
5	PERNYATAAN 5	0,329	0,852	36	VALID
6	PERNYATAAN 6	0,329	0,937	36	VALID
7	PERNYATAAN 7	0,329	0,904	36	VALID
8	PERNYATAAN 8	0,329	0,902	36	VALID
9	PERNYATAAN 9	0,329	0,906	36	VALID
10	PERNYATAAN 10	0,329	0,938	36	VALID
11	PERNYATAAN 11	0,329	0,902	36	VALID
12	PERNYATAAN 12	0,329	0,938	36	VALID
13	PERNYATAAN 13	0,329	0,938	36	VALID
14	PERNYATAAN 14	0,329	0,934	36	VALID
15	PERNYATAAN 15	0,329	0,578	36	VALID
16	PERNYATAAN 16	0,329	0,938	36	VALID
17	PERNYATAAN 17	0,329	0,937	36	VALID
18	PERNYATAAN 18	0,329	0,614	36	VALID
19	PERNYATAAN 19	0,329	0,938	36	VALID
20	PERNYATAAN 20	0,329	0,614	36	VALID

*Sumber: Hasil Pengolahan Data Ms. Excel 2025*

Berdasarkan Tabel 3.4, untuk mengukur nilai validitas instrument Kepuasan Nasabah (Y) ditentukan dengan melihat nilai  $\alpha = 0,05$  dengan jumlah responden 36 sehingga nilai  $r(0,05, 36)$  pada Tabel Product Moment dan di dapat nilai  $r = 0,329$ . Jika hasil validitas berada di atas 0,329 maka dianggap butir pertanyaan atau

instrumen sudah valid. Hasil analisis validitas untuk semua instrumen pada variabel Kepuasan Nasabah (Y) dinyatakan valid karena semua instrumen berada di atas  $r = 0,329$ .

### 3.8.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat konsistensi suatu instrumen penelitian dalam mengukur suatu konsep atau variabel yang sama, sehingga apabila instrumen tersebut digunakan kembali pada waktu atau kondisi yang berbeda akan menghasilkan data yang relatif sama. Instrumen yang reliabel tidak hanya memberikan hasil yang konsisten, tetapi juga dapat dipercaya untuk digunakan dalam penelitian lanjutan.

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik Cronbach's Alpha, yang dinilai sebagai salah satu metode paling umum untuk menguji konsistensi internal instrumen. Suatu instrumen dapat dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha  $\geq 0,60$ , yang menunjukkan bahwa instrumen tersebut memiliki tingkat konsistensi yang tinggi (Nunnally, 1994 dalam Ghazali, 2018).

Rumus Cronbach's Alpha adalah sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

$\alpha$  = nilai reliabilitas Cronbach's alpha

$k$  = jumlah item pertanyaan

$\sigma_i^2$  = varians skor tiap item

$\sigma_t^2$  = varians total skor

Interpretasi nilai Cronbach's Alpha dapat dibedakan sebagai berikut (Ghozali, 2018):

- $\geq 0,90$  = Sangat reliabel
- $0,80 - 0,89$  = Reliabel tinggi
- $0,70 - 0,79$  = Reliabel
- $< 0,70$  = Kurang reliabel

### 1. Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan Customer Service (X)

**Tabel 3.5**  
**Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan Customer Service (X)**

Koefisien	Interpretasi
0,980	Reliabel

*Sumber: Hasil Pengolahan Data Ms. Excel 2025*

Dari Tabel 3.5, dapat dijelaskan bahwa instrumen atau pertanyaan memiliki koefisien keandalan atau masuk akal untuk dijadikan alat pengukuran dalam penelitian. Nilai instrument Kualitas Pelayanan Customer Service (X) adalah  $0,980 > 0,6$ . Dimana kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel jika nilai alpha  $> 0,6$ .

### 2. Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

**Tabel 3.6**  
**Uji Reliabilitas Kepuasan Nasabah (Y)**

Koefisien	Interpretasi
0,980	Reliabel

*Sumber: Hasil Pengolahan Data Ms. Excel Tahun 2025*

Dari Tabel 3.6, dapat dijelaskan bahwa instrumen atau pertanyaan memiliki koefisien keandalan atau masuk akal untuk dijadikan alat pengukuran dalam penelitian. Nilai instrument Kepuasan Nasabah (Y) adalah  $0,980 > 0,6$ . Dimana

kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel jika nilai  $\alpha > 0,6$ .

### 3.8.3 Analisis Korelasi

Untuk mengetahui besarnya derajat hubungan antara variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan Customer Service (X) terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Nasabah (Y), digunakan analisis korelasi sederhana dan analisis regresi linier sederhana. Dan untuk menguji keberanian derajat  $r$  digunakan uji signifikansi antara X dan Y dengan menggunakan statistik  $t$  dengan rumus:

$$t = \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Kriteria yang digunakan untuk menentukan tinggi rendahnya hubungan yang terjadi antara variabel sebagai berikut (Riduwan, 2005):

**Tabel 3.7**  
**Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi**

No	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1.	0,00 – 0,19	<b>Sangat Rendah</b>
2.	0,20 – 0,39	<b>Rendah</b>
3.	0,40 – 0,59	<b>Cukup</b>
4.	0,60 – 0,79	<b>Kuat</b>
5.	0,80 – 0,10	<b>Sangat Kuat</b>

*Sumber : Metodologi Penelitian Bisnis Oleh Sugiyono,(2008:250)*

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui variasi hubungan variabel terikat yang disebabkan oleh variabel bebas dengan rumus sebagai berikut (Riduwan, 2005):

$$D = R. 100\%$$

Dimana:

D = Koefisien Determinasi

R = Koefisien Korelasi Sederhana

### 3.8.4 Pengujian Hipotesis

Uji t digunakan untuk menguji koefisien regresi masing-masing variabel independen secara parsial. Uji ini dilakukan dengan tingkat signifikansi sebesar 5%, dan derajat kebebasan yang digunakan adalah  $df = (n-k-1)$ , dimana (n) merupakan jumlah sampel dan (k) adalah jumlah variabel independen.

Hipotesis:

Ho :  $\beta > 0$  (Kualitas Pelayanan Customer Service secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank SulutGo Cabang Utama).

Ha :  $\beta > 0$  (Kualitas Pelayanan Customer Service secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank SulutGo Cabang Utama).

Untuk menguji hipotesis secara parsial digunakan rumus sebagai berikut (Sugiyono, 2008:250):

$$t = \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = Nilai Uji t

n = Jumlah Sampel

r<sup>2</sup> = Koefisien Determinasi

Hasil thitung dibandingkan dengan ttabel, dengan kriteria:

Jika thitung < ttabel, H0 diterima Ha ditolak, Jika thitung > ttabel, H0 ditolak dan Ha diterima. Pengujian ini dilakukan pada tingkat signifikan 5 %.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Perusahaan**

##### **4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan**

PT Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Utara Gorontalo, disebut juga "Bank SulutGo" atau "Bank", berdiri dengan nama Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Utara Tengah berdasarkan Akta No. 88 Tanggal 17 Maret 1961 oleh Raden Hadiwido, Notaris pengganti dari Raden Kadiman, Notaris di Jakarta yang diperbaiki dengan Akta Perubahan Anggaran Dasar No. 22 Tanggal 4 Agustus 1961 oleh Raden Kadiman Notaris di Jakarta dan Akta Perubahan Anggaran Dasar No. 46 Tanggal 10 Oktober 1961 oleh Raden Hadiwido pengganti dari Raden Kadiman, Notaris di Jakarta, yang telah memperoleh pengesahan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan penetapan No. J.A.5/109/6 Tanggal 13 Oktober 1961. Seiring waktu, nama dan bentuk badan hukumnya beberapa kali berubah. Pernah menjadi Perusahaan Daerah Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Utara sesuai Peraturan Daerah tanggal 2 Juni 1964. Perubahan itu mengikuti Undang-Undang No. 13 tahun 1964 tentang antara lain pembentukan Provinsi Daerah Tingkat I Sulawesi Utara. Pada tahun 1999, bentuk badan hukum Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Utara berubah dari perusahaan daerah menjadi perseroan terbatas (PT). Sebagai perseroan terbatas maka pendirian Bank Sulut dilakukan dengan Akta No. 7 tanggal 14 April 1999.

Dibuat dihadapan Joanes Tommy Lasut, SH, notaris di Manado yang disahkan oleh Menteri Kehakiman R.I dengan Keputusan No. C-

8296.HT.01.01.TH'99 tanggal 14 Mei 1999. Perubahan ini telah diumumkan dalam Berita Negara R.I. No. 63 tanggal 6 Agustus 1999 dan Tambahan Berita Negara R.I. No. 4772. Modal dasar ditetapkan saat itu senilai Rp100 miliar dengan kepemilikan daerah provinsi, kabupaten dan kota. Perubahan bentuk badan hukum Bank Sulut tersebut merupakan tuntutan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan mengikuti program rekapitalisasi perbankan. Saat itu Bank Sulut menghadapi risiko kewajiban pemenuhan modal minimum (KPPM) kurang dari 8%. Berdasarkan Peraturan Daerah No. 84 tahun 1998 tentang Program Rekapitalisasi Bank Umum, Surat Keputusan Bersama Menteri Keuangan dan Gubernur Bank Indonesia No. 135/KMK.017/1999 dan No. 32/17/KEP/GBI tanggal 9 April 1999, Bank Sulut telah menandatangani Perjanjian Rekapitalisasi.

Pada tahun 2004, Pemerintah RI melalui Menteri Keuangan telah menjual kembali (divestasi) seluruh saham negara pada Bank Sulut berdasarkan Perjanjian Jual beli seluruh Saham Negara dan Pelunasan Obligasi Negara pada PT Bank Sulut tanggal 30 Juni 2004. Setelah Bank Sulut melepaskan diri dari program rekapitalisasi perbankan terjadi beberapa perubahan Anggaran Dasar berkaitan dengan perubahan susunan kepemilikan saham setelah divestasi saham negara. Terakhir dengan peningkatan modal dasar dari Rp100 miliar menjadi Rp300 miliar yang telah mendapat persetujuan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia RI No. C-24640 HT.01.04.TH.2006 tanggal 23 Agustus 2006. Hal ini telah diumumkan dalam Berita Negara RI tanggal 23 Oktober 2006 No. 85 Tambahan No. 11432/2006. PT Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Utara (PT Bank Sulut) kemudian berubah menjadi PT Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Utara

Gorontalo (Bank SulutGo). Perubahan ini sesuai hasil Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa PT Bank Sulut pada 8 Mei 2015. Juga sesuai Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dengan No. AHU-0935695.AH.01.02.TAHUN 2015 tanggal 23 Mei 2015 dan Keputusan Dewan komisioner Otoritas Jasa Keuangan No. 17/ KDK.03/2015 tanggal 23 September 2015. Perkembangan Bank SulutGo terus memperlihatkan peningkatan dari waktu ke waktu menjawab tantangan industri perbankan khususnya dalam hal sistem pelayanan yang telah terkoneksi secara digital dan penggunaan teknologi yang mutakhir dengan tetap menjadikan kepuasan nasabah sebagai faktor yang paling utama.

#### **4.1.1.1 Logo Perusahaan**



**Gambar 4.1**  
**Logo PT Bank SulutGo**  
*Sumber : PT Bank SulutGo*

Logo PT Bank Sulawesi Utara dan Gorontalo memiliki makna yang mencerminkan identitas, visi, dan nilai-nilai yang dipegang teguh oleh perusahaan. Setiap unsur dalam logo menggambarkan semangat pelayanan dan komitmen Bank SulutGo dalam memberikan kontribusi nyata bagi pembangunan daerah, khususnya di provinsi Sulawesi Utara dan Gorontalo. Bentuk dan warna yang digunakan mempresentasikan kekuatan, kepercayaan, serta profesionalisme sebagai Lembaga

keuangan yang berorientasi pada kepentingan nasabah. Selain itu, symbol yang ditampilkan juga mencerminkan keterbukaan, kebersamaan, dan integritas, yang menjadi dasar dalam menjalankan fungsi intermediasi perbankan. Dengan demikian, logo Bank SulutGo tidak hanya menjadi tanda pengenal visual, tetapi juga mencerminkan filosofi perusahaan dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat.

#### **4.1.2 Lokasi dan Telepon Perusahaan**

Nama Perusahaan : PT. Bank SulutGo Cabang Utama  
Alamat Kantor : Jl. Sam Ratulangi No. 22a, Wenang Utara,  
Kec. Wenang, Kota Manado, Sulawesi Utara  
Telepon : (0431) 861069

#### **4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan**

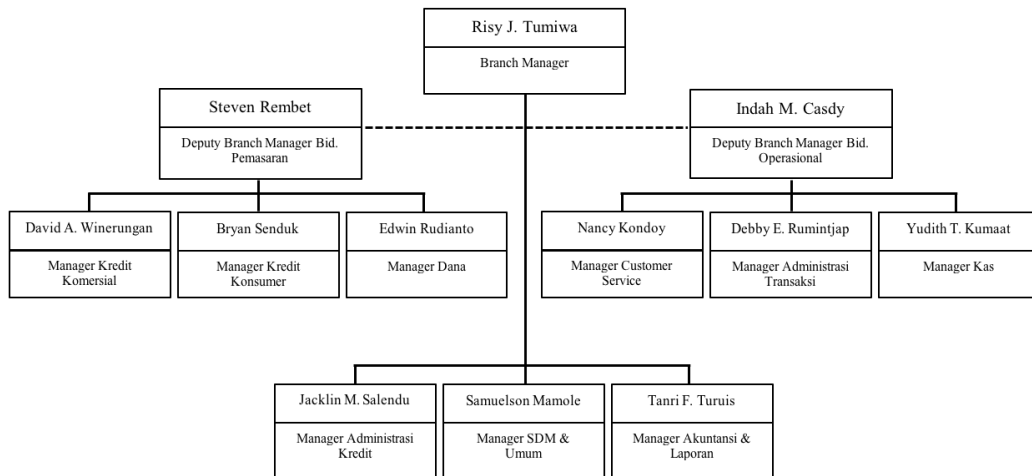
**Visi :**

Menjadi bank inovatif, berdaya saing tinggi dan berorientasi pada kepuasan nasabah.

**Misi :**

- 1) Berkontribusi dalam pembangunan daerah yang berdikari dan berkeadilan.
- 2) Terus berinovasi menciptakan model bisnis, layanan & produk yang terbaik serta bernilai tambah kepada nasabah.
- 3) Menciptakan *Human Capital* sebagai pilar penting dalam pencapaian visi perusahaan.
- 4) Melaksanakan tata kelola perusahaan yang baik secara konsisten

#### 4.1.4 Struktur Perusahaan



**Gambar 4.2**  
**Struktur PT Bank SulutGo Cabang Utama**  
*Sumber : PT Bank SulutGo*

##### 4.1.4.1 Tugas Pokok dan Tanggung Jawab

Adapun tugas pokok dan tanggung jawab setiap bidang pada PT. Bank SulutGo Cabang Utama :

**a) Branch Manager**

Memimpin seluruh operasional cabang, memastikan capaian target perusahaan, layanan nasabah, dan hasil keuangan. Serta menjadi pengambil keputusan utama dan penghubung antara cabang dan pusat.

**b) Deputy Branch Manager Bidang Pengamanan**

Mendukung pengamanan dan pengawasan aktivitas cabang, menjaga aset dan mengelola risiko demi kelancaran kerja serta keamanan karyawan dan nasabah.

**c) Deputy Branch Manager Bidang Operasional**

Mengawasi aktivitas operasional harian, mengelola sumber daya agar pelayanan dan administrasi berjalan efektif dan lancar.

**d) Manager Kredit Komersial**

Bertanggung jawab atas pemberian kredit ke segmen bisnis dan korporasi, meliputi penilaian kredit, pengelolaan risiko, dan pemantauan pembayaran.

**e) Manager Kredit Konsumer**

Mengelola proses kredit konsumen, mulai pengajuan hingga monitoring, guna menjaga kualitas dan mencegah kredit bermasalah.

**f) Manager Dana**

Menjaga likuiditas cabang dengan mengelola penerimaan dan penempatan dana agar aliran kas tetap seimbang dan lancar.

**g) Manager Customer Service**

Melayani kebutuhan nasabah, menangani keluhan, dan meningkatkan kepuasan serta hubungan baik dengan pelanggan.

**h) Manager Administrasi Transaksi**

Bertanggung jawab memastikan pencatatan transaksi keuangan dilakukan secara akurat dan sesuai prosedur. Serta memiliki peran penting dalam menjaga kelancaran administrasi keuangan cabang dan kepatuhan terhadap standar yang berlaku.

**i) Manager Kas**

Mengendalikan pengelolaan kas harian, memastikan keamanan uang tunai selama transaksi di cabang utama.

**j) Manager Administrasi Kredit**

Mengelola seluruh dokumen dan administrasi yang berkaitan dengan aktivitas kredit.

**k) Manager SDM & Umum**

Mengurusi sumber daya manusia mulai dari rekrutmen hingga pengembangan karyawan serta menangani urusan umum dan fasilitas di cabang utama.

**l) Manager Akuntansi & Laporan**

Menangani pengelolaan akuntansi cabang utama dan pembuatan laporan keuangan untuk mendukung pengambilan keputusan manajemen.

**4.1.5 Sumber Daya Teknologi**

Bank SulutGo menawarkan beragam layanan digital yang mempermudah transaksi nasabah antara lain :

- 1) SMS Banking, untuk transaksi via SMS tanpa internet seperti cek saldo dan transfer.
- 2) Kliring, proses cepat penyelesaian cek atau giro antarbank.
- 3) SAMSAT Online, untuk bayar pajak kendaraan dan cek STNK secara digital.
- 4) BSGcash, kartu uang elektronik yang bisa dipakai di merchant, tol, MRT, dan parker
- 5) BANCASSURANCE, layanan asuransi yang terintegrasi dengan produk perbankan.
- 6) BSGusd, akses perbankan lewat kode USSD tanpa perlu koneksi internet.

- 7) BSGdebit, kartu debit untuk transaksi belanja di seluruh Indonesia.
- 8) BSG Touch, aplikasi *mobile banking* lengkap untuk berbagai layanan.
- 9) BSG direct, internet banking khusus korporasi untuk kelola transaksi dan laporan keuangan.
- 10) BSG QRIS, pembayaran digital menggunakan QR Code yang praktis dan cepat.

## **4.2 Hasil Analisis**

### **4.2.1 Deskripsi Responden**

Penelitian ini dilaksanakan pada PT Bank SulutGo Cabang Utama dengan sampel penelitian yang terdiri atas konsumen atau nasabah pada PT Bank SulutGo Cabang Utama. Berdasarkan data yang diperoleh, berikut disajikan gambaran umum mengenai responden penelitian. Jumlah responden sebanyak 36 orang yang terbagi ke dalam beberapa kelompok kerja. Data tersebut menunjukkan adanya variasi komposisi responden, yang dikategorikan berdasarkan jenis kelamin, tingkat Pendidikan, serta usia, sebagaimana dapat dilihat pada uraian berikut:

#### **1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Berdasarkan jenis kelamin, konsumen atau nasabah terbagi menjadi dua kelompok, yaitu laki-laki dan perempuan. Hasil kuisisioner menunjukkan bahwa jumlah konsumen perempuan lebih dominan dibandingkan laki-laki. Dari pengolahan data diketahui bahwa terdapat 17 orang nasabah berjenis kelamin laki-laki dengan presentase sebesar 47%, sedangkan konsumen berjenis kelamin perempuan berjumlah 19 orang dengan presentase sebesar 53%. Rincian jumlah konsumen atau nasabah berdasarkan jenis kelamin dilihat pada Tabel 4.1 berikut:

**Tabel 4.1**  
**Jumlah Nasabah Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah (org)	Presentase %
1	Laki-laki	17	47%
2	Perempuan	19	53%
	<b>Jumlah</b>	<b>36</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data Primer Diolah pada Tahun 2025*

## 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan tingkat pendidikan, mayoritas konsumen atau pengguna jasa memiliki latar belakang pendidikan SD/SMP/SMA/Sederajat, yaitu sebanyak 26 orang dengan presentase 72%. Sementara itu responden dengan pendidikan S1 berjumlah 10 orang dengan presentase 28%. Rincian tabulasi data konsumen atau nasabah berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada Tabel 4.2 berikut:

**Tabel 4.2**  
**Jumlah Nasabah Berdasarkan Pendidikan**

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah (org)	Presentase %
1	SD/SMP/SMA/Sederajat	26	72%
2		10	28%
	<b>Jumlah</b>	<b>36</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2025*

## 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa mayoritas konsumen atau nasabah di PT Bank SulutGo Cabang Utama berada pada rentang usia 25< tahun, yakni sebanyak 22 orang dengan presentase 61%. Selanjutnya, konsumen pada rentang usia 26-35 tahun berjumlah 10 orang atau 28%. Adapun kelompok usia yang paling sedikit adalah 36-45 tahun, yaitu sebanyak 4 orang dengan presentase 11%. Rincian jumlah konsumen atau nasabah berdasarkan usia dapat dilihat pada Tabel 4.3 berikut:

**Tabel 4.3**  
**Jumlah Nasabah Berdasarkan Usia**

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah (org)	Presentase %
1	<25 tahun	22	<b>61%</b>
2	26-35 tahun	10	<b>28%</b>
3	36-45	4	<b>11%</b>
	<b>Jumlah</b>	<b>36</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data Primer Di olah Tahun 2025*

#### 4.2.2 Hasil Analisis Deskriptif

Untuk mengetahui penyebaran data penelitian pada kedua variable, yakni Kualitas Pelayanan Customer Service dan Kepuasan Nasabah, diperlukan analisis statistik deskriptif guna melihat distribusi masing-masing variable. Analisis ini dilakukan untuk menggambarkan ukuran gejala pusat dari variabel Kualitas Pelayanan Customer Service (X) dan Kepuasan Nasabah (Y) berdasarkan jawaban angket responden. Sebelum analisis dilakukan, terlebih dahulu variabel penelitian dideskripsikan untuk memahami karakteristik masing-masing variabel. Data yang diperoleh dari 36 responden kemudian ditabulasi sesuai dengan variabel penelitian dan dianalisis menggunakan fasilitas Data Analysis pada SPSS versi 26 serta Microsoft Excel. Hasil analisis deskriptif ditampilkan pada tabel 4.4 berikut:

**Tabel 4.4**  
**Deskripsi Variabel Penelitian Kualitas Pelayanan Customer Service (X)**  
**Dan Kepuasan Nasabah (Y)**

Statistik Deskriptif	Kualitas Pelayanan Customer Service (X)	Kepuasan Nasabah (Y)
Mean	78,06	76,22
Standard Error	3,54	3,36
Median	84	82
Mode	66	95
Standard Deviation	21,22	20,14

Sample Variance	450,17	405,43
Kurtosis	-1,23	-0,91
Skewness	-0,46	-0,65
Range	64	60
Minimum	41	39
Maximum	105	99
Sum	2810	2744
Count	36	36

Sumber : Hasil Pengolahan Data Tahun 2025

Penjelasan mengenai hasil analisis deskriptif statistic pada variabel Kualitas Pelayanan Customer Service dan variabel Kepuasan Nasabah dapat diuraikan sebagai berikut:

### 1. Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan Customer Service (X)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif pada variabel Kualitas Pelayanan Customer Service yang ditampilkan pada Tabel 4.4 , diperoleh nilai maksimum sebesar 105 dan minimum 41, sehingga memiliki rentang range sebesar 64. Selain itu, nilai varians sampel tercatat sebesar 450,17 dengan standar error 3,45. Temuan ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan Customer Service di PT Bank SulutGo Cabang Utama memiliki variasi nilai yang signifikan, namun dengan tingkat kesalahan yang relatif rendah, sehingga variabel ini dapat dinyatakan valid serta layak digunakan untuk penelitian.

Selanjutnya, pada tabel tersebut juga diperoleh nilai rata-rata atau mean sebesar 78,6, dengan nilai skewness -0,46 dan kurtosis -1,23 yang mencerminkan distribusi data yang relatif lebih datar dibandingkan dengan distribusi normal di sekitar median 84 yang menunjukkan bahwa sebagian besar data cenderung berada di sekitar nilai tengah tersebut. Hal ini mengindikasikan bahawa variabel Kualitas Pelayanan Customer Service di PT Bank SulutGo Cabang Utama cenderung

berdistribusi normal dengan standar deviasi sebesar 21,22 Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan Customer Service di PT Bank SulutGo Cabang Utama masih belum menunjukkan hasil yang optimal meskipun masih dapat digunakan secara layak dalam penelitian lebih lanjut.

## **2. Deskripsi Kepuasan Nasabah (Y)**

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif pada variabel Kualitas Pelayanan yang disajikan dalam Tabel 4., diketahui nilai maksimum sebesar 99 dan minimum 39, sehingga menghasilkan rentang range sebesar 60. Selain itu, nilai varians sampel tercatat sebesar 405,43 dengan standar error 3,36. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Nasabah di PT Bank SulutGo Cabang Utama memiliki tingkat variasi data yang cukup tinggi dengan kesalahan yang relatif kecil. Oleh karena itu, variabel ini dapat dinyatakan valid dan layak untuk digunakan sebagai bagian dari penelitian lebih lanjut.

Selanjutnya, tabel tersebut juga memperlihatkan nilai rata-rata mean sebesar 76,22 dengan nilai skewness -0,65 dan kurtosis -0,91, yang mempresentasikan tingkat kemencengan distribusi data di sekitar median 82. Kondisis ini mengindikasikan bahwa variabel Kepuasan Nasabah di PT Bank SulutGo Cabang Utama cenderung berdistribusi normal dengan standar deviasi sebesar 20,14. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Nasabah di PT Bank SulutGo Cabang Utama yang ada masih belum optimal, meskipun distribusi data dapat dikatakan relatif mendekati normal dan layak dijadikan dalam penelitian lebih lanjut.

### 4.2.3 Hasil Analisis Instrumen Jawaban Responden

Hasil analisis jawaban responden dalam penelitian ini menunjukkan adanya variabel independent, yaitu Kualitas Pelayanan Customer Service (X), serta variabel dependent, yaitu Kepuasan Nasabah (Y). uraian mengenai hasil analisis statistik deskriptif yang berkaitan dengan variabel Kualitas Pelayanan Customer Service dan variabel Kepuasan Nasabah dapat dijelaskan sebagai berikut :

**Tabel 4.5**  
**Rentang Skala Untuk Kategori Nilai Rata-Rata Skor Jawaban**

No	Rentang Skala Nilai	Kategori	Ket.
1	1,00 – 1,80	Tidak Baik	TB
2	1,81 – 2,61	Kurang Baik	KB
3	2,62 – 3,40	Cukup Baik	CB
4	3,41 – 4,21	Baik	B
5	4,22 – 5,00	Sangat Baik	SB

*Sumber : Hasil Pengolahan Data Tahun 2025*

#### 1. Kualitas Pelayanan Customer Service (Variabel X)

Variabel Kualitas Pelayanan Customer Service merepresentasikan persepsi nasabah terhadap mutu pelayanan yang diberikan oleh Customer Service di PT Bank SulutGo Cabang Utama. Penilaian ini berfokus pada bagaimana nasabah merasakan profesionalisme petugas dalam memberikan pelayanan. Untuk mengukur variabel ini, digunakan 21 butir pertanyaan yang disusun secara sistematis berdasarkan indikator utama, yaitu: 1) *Reliability* (Realibilitas), 2) *Responsiveness* (Daya Tanggap), 3) *Competency* (Kompetensi), 4) *Access* (Akses), 5) *Coutesy* (Kesopanan), 6) *Comunication* (Komunikasi), 7) *Credibility* (Kredibilitas), 8) *Security* (Keamanan), 9) *Customer Understanding* (Memahami Pelanggan), 10) *Tangible* (Bukti Fisik).

Berdasarkan analisis yang disajikan pada Tabel 4.6, hasil jawaban responden menunjukkan bahwa instrument yang digunakan untuk menilai Kualitas Pelayanan Customer Service pada PT Bank SulutGo Cabang Utama berada dalam kategori baik. Dari 21 butir pertanyaan yang dianalisis, diperoleh skor rata-rata sebesar 3,75 yang termasuk dalam kategori baik. Temuan ini menggambarkan bahwa Kualitas Pelayanan Customer Service telah dinilai positif oleh responden, meskipun demikian, masih terdapat peluang untuk peningkatan agar dapat mencapai kategori sangat baik.

Adapun tanggapan responden mengenai Kualitas Pelayanan Customer Service pada PT Bank SulutGo secara rinci dapat dilihat pada Tabel 4.6 berikut :

**Tabel 4.6**  
**Instrumen Jawaban Responden Kualitas Pelayanan Customer Service Pada**  
**PT Bank SulutGo Cabang Utama**

INSTRUMEN JAWABAN KUALITAS PELAYANAN CUSTOMER SERVICE (X)												
Item	frekuensi (F) dan Presentase (%) Jawaban dari Responden										Mean	Kategori
	STS (1)		TS (2)		KS (3)		S (4)		SS (5)			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
<b>1. Reliability (Keandalan)</b>												
X. 1	0	0%	4	11%	5	14%	8	22%	19	53%	4.17	B
X. 2	8	22%	12	33%	7	19%	7	19%	2	6%	2.53	KB
X. 3	7	19%	10	28%	10	28%	6	17%	3	8%	2.67	CB
<b>Mean Indikator 1</b>											<b>3.12</b>	<b>CB</b>
<b>2. Responsiveness (Daya Tanggap)</b>												
X. 4	2	6%	7	19%	3	8%	7	19%	17	47%	3.83	B
X. 5	0	0%	4	11%	5	14%	8	22%	19	53%	4.17	B
<b>Mean Indikator 2</b>											<b>4.00</b>	<b>B</b>
<b>3. Kompetensi (Competency)</b>												
X. 6	0	0%	1	3%	4	11%	10	28%	21	58%	4.42	SB
X. 7	2	6%	7	19%	3	8%	7	19%	17	47%	3.83	B
<b>Mean Indikator 3</b>											<b>4.13</b>	<b>B</b>
<b>4. Akses (Access)</b>												
X. 8	4	11%	6	17%	1	3%	6	17%	19	53%	3.83	B
X. 9	6	17%	11	31%	10	28%	4	11%	5	14%	2.75	CB
<b>Mean Indikator 4</b>											<b>3.29</b>	<b>CB</b>
<b>5. Kesopanan (Coutesy)</b>												
X.10	1	3%	9	25%	1	3%	7	19%	18	50%	3.89	B
X. 11	0	0%	2	6%	2	6%	11	31%	21	58%	4.42	SB
<b>Mean Indikator 5</b>											<b>4.15</b>	<b>B</b>
<b>6. Komunikasi (Communication)</b>												
X. 12	2	6%	5	14%	4	11%	6	17%	19	53%	3.97	B
X. 13	7	19%	10	28%	10	28%	6	17%	3	8%	2.67	CB
<b>Mean Indikator 6</b>											<b>3.32</b>	<b>CB</b>
<b>7. Kredibilitas (Credinility)</b>												
X. 14	1	3%	5	14%	7	19%	5	14%	18	50%	3.94	B
<b>Mean Indikator 7</b>											<b>3.94</b>	<b>B</b>
<b>8. Keamanan (Security)</b>												
X. 15	0	0%	2	6%	2	6%	11	31%	21	58%	4.42	SB
X. 16	1	3%	5	14%	7	19%	5	14%	18	50%	3.94	B
X. 17	1	3%	5	14%	8	22%	7	19%	15	42%	3.83	B
<b>Mean Indikator 8</b>											<b>4.06</b>	<b>B</b>
<b>9. Memahami Pelanggan (Customer Understanding)</b>												
X. 18	7	19%	11	31%	9	25%	4	11%	5	14%	2.69	CB
X. 19	0	0%	1	3%	4	11%	10	28%	21	58%	4.42	SB
X. 20	1	3%	5	14%	8	22%	8	22%	14	39%	3.81	B
<b>Mean Indikator 9</b>											<b>3.64</b>	<b>B</b>
<b>10. Bukti Fisik (Tangible)</b>												
X. 21	3	8%	4	11%	5	14%	7	19%	17	47%	3.86	B
<b>Mean Indikator 10</b>											<b>3.86</b>	<b>B</b>
<b>Mean Variabel</b>											<b>3.75</b>	<b>B</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2025

## 2. Kepuasan Nasabah (Y)

Variabel kepuasan nasabah ini merefleksikan persepsi nasabah terhadap berbagai aspek kepuasan atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT Bank SulutGo Cabang Utama. Variabel ini diukur melalui 20 butir pertanyaan yang

disusun berdasarkan sejumlah indikator yang relevan. Berdasarkan analisis yang ditampilkan pada Tabel 4., hasil jawaban responden menunjukkan bahwa instrument yang digunakan untuk menilai kepuasan nasabah pada PT Bank SulutGo Cabang Utama termasuk dalam kategori baik.

Dari hasil analisis terhadap 20 item pertanyaan, diperoleh skor rata-rata sebesar (3,84) yang berada pada kategori baik. Hal ini mengindikasikan bahwa tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan sudah cukup positif, meskipun demikian masih terdapat ruang untuk peningkatan agar dapat mencapai kategori sangat baik. Penjelasan lebih lanjut mengenai tanggapan responden terhadap kepuasan nasabah dapat dilihat pada Tabel 4.7 berikut ini :

**Tabel 4.7**  
**Instrumen Jawaban Responden Kepuasan Nasabah Pada PT Bank SulutGo**  
**Cabang Utama**

Item	frekuensi (F) dan Presentase (%) Jawaban dari Responden										Mean	Kategori
	STS (1)		TS (2)		KS (3)		S (4)		SS (5)			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
<b>1. Kesesuaian Harapan (Expectation Confirmation)</b>												
Y.1	0	0%	4	11%	6	17%	5	14%	21	58%	4,19	B
Y.2	0	0%	5	14%	7	19%	3	8%	21	58%	4,11	SB
Y.3	3	8%	11	31%	7	19%	8	22%	7	19%	3,14	B
<b>Mean Indikator 1</b>											<b>3,81</b>	<b>B</b>
<b>2. Kualitas Produk Jasa</b>												
Y.4	0	0%	5	14%	7	19%	3	8%	21	58%	4,11	B
Y.5	4	11%	9	25%	8	22%	10	28%	5	14%	3,08	CB
<b>Mean Indikator 2</b>											<b>3,60</b>	<b>B</b>
<b>3. Harga</b>												
Y.6	0	0%	7	19%	3	8%	7	19%	19	53%	4,06	B
Y.7	2	6%	3	8%	5	14%	8	22%	18	50%	4,03	B
<b>Mean Indikator 3</b>											<b>4,04</b>	<b>B</b>
<b>4. Kemudahan Mengetahui Layanan</b>												
Y.8	7	19%	8	22%	8	22%	8	22%	5	14%	2,89	CB
Y.9	7	19%	10	28%	11	31%	7	19%	1	3%	2,58	KB
<b>Mean Indikator 4</b>											<b>2,74</b>	<b>CB</b>
<b>5. Pelayanan Karyawan</b>												
Y.10	0	0%	7	19%	4	11%	9	25%	16	44%	3,94	B
Y.11	7	19%	8	22%	8	22%	8	22%	5	14%	2,89	CB
<b>Mean Indikator 4</b>											<b>3,42</b>	<b>B</b>
<b>6. Keamanan dan Kenyamanan</b>												
Y.12	0	0%	7	19%	4	11%	9	25%	16	44%	3,94	B
Y.13	0	0%	7	19%	4	11%	9	25%	16	44%	3,94	B
<b>Mean Indikator 4</b>											<b>3,94</b>	<b>B</b>
<b>7. Pengalaman Emosional</b>												
Y.14	0	0%	5	14%	7	19%	3	8%	21	58%	4,11	B
Y.15	0	0%	1	3%	4	11%	10	28%	21	58%	4,42	SB
<b>Mean Indikator 4</b>											<b>4,26</b>	<b>SB</b>
<b>8. Peningkatan Keluhan</b>												
Y.16	0	0%	7	19%	4	11%	9	25%	16	44%	3,94	B
Y.17	0	0%	7	19%	3	8%	7	19%	19	53%	4,06	B
<b>Mean Indikator 4</b>											<b>4,00</b>	<b>B</b>
<b>9. Citra Perusahaan</b>												
Y.18	0	0%	2	6%	2	6%	11	31%	21	58%	4,42	CB
Y.19	0	0%	7	19%	4	11%	9	25%	16	44%	3,94	KB
<b>Mean Indikator 4</b>											<b>4,18</b>	<b>B</b>
<b>10. Misi untuk Mengetahui Kembali</b>												
Y.20	0	0%	2	6%	2	6%	11	31%	21	58%	4,42	SB
<b>Mean Indikator 4</b>											<b>4,42</b>	<b>SB</b>
<b>Mean Variabel</b>											<b>3,84</b>	<b>B</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2025

#### 4.2.4 Total Skor Kualitas Pelayanan Customer Service dan Kepuasan Nasabah

Untuk menilai tingkat tanggapan responden terhadap variabel yang diteliti, disajikan uraian berikut baik dalam bentuk total maupun persentase. Penyajian ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai kondisi

variabel Kualitas Pelayanan Customer Service dan variabel Kepuasan Nasabah, sebagaimana tercermin pada hasil analisis sebagai berikut :

### 1. Total Skor Kualitas Pelayanan Customer Service (X)

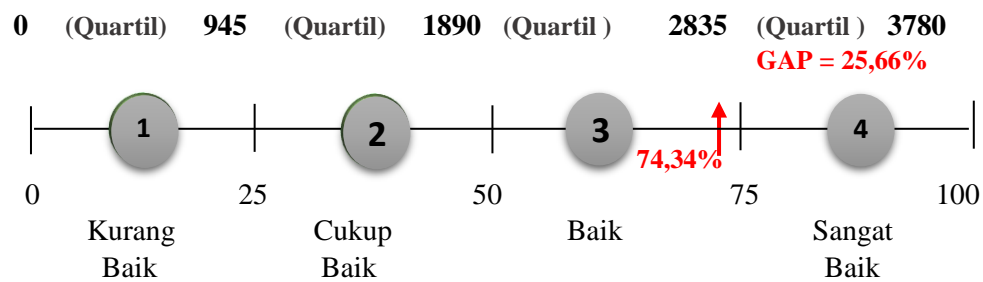
Berdasarkan hasil perhitungan dengan skor tertinggi sebesar 5, jumlah pertanyaan sebanyak 21, serta jumlah responden sebanyak 36, maka skor maksimum yang dicapai adalah  $5 \times 21 \times 36 = 3780$ . Adapun jumlah skor total yang diperoleh dari hasil analisis instrument jawaban 36 responden pada variabel Kualitas Pelayanan Customer Service (X) adalah sebesar 2810. Dengan demikian, persentase total skor jawaban responden responden terhadap variabel tersebut adalah  $2810 : 3780 \times 100 = 74,34\%$ . Rincian lebih lanjut mengenai data tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.8 berikut ini :

**Tabel 4.8**  
**Persentase Total Skor Jawaban Instrumen Variabel Kualitas**  
**Pelayanan Customer Service (X)**

NO	ANALISA TOTAL SKOR X	HASIL	KETERANGAN				
1	SKOR TERTINGGI	5					
2	JUMLAH PERTANYAAN	21					
3	JUMLAH RESPONDEN	36					
4	TOTAL SKOR JWBTERTINGGI (5)	<b>3780</b>	<b>TTL SKOR TERTINGGI = 5 X 21 X 36 = 3780</b>				
5	TOTAL SKOR JAWABAN	<b>2810</b>					
6	TOTAL SKOR PROSENTASE	<b>74,34</b>	<b>GAP = 25,66%</b>				
7	QUARTIL (EMPAT BBGN.YG SAMA)	<b>945</b>					
8	GARIS QUARTIL PEMBAHASAN	4	<b>Q0</b>	<b>Q1</b>	<b>Q2</b>	<b>Q3</b>	<b>Q4</b>
			<b>0</b>	<b>945</b>	<b>1890</b>	<b>2835</b>	<b>3780</b>

Sumber : Data Pengolahan Excel Tahun 2025

Distribusi data dalam bentuk kontinum dapat dikelompokkan ke dalam (empat) 4 kategori kuartil, di mana setiap kuartil membagi data menjadi empat bagian dengan jumlah observasi yang seimbang, sebagaimana dijelaskan berikut :



**Gambar 4.3**  
**Total Skor Kualitas Pelayanan Customer Service (X)**  
*Sumber : Hasil Olahan Data 2025*

Berdasarkan Gambar 4.3, total skor instrument jawaban pada variabel Kualitas Pelayanan Customer Service (X) berada pada kuartil ketiga dengan nilai sebesar 2835. Sementara itu, hasil analisis persentase total skor jawaban responden sebesar 74,34% masuk dalam kategori baik. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan customer service sudah tergolong baik, namun masih terdapat selisih atau GAP sebesar 25,66% yang perlu mendapat perhatian dan ditingkatkan guna mencapai optimalisasi kepuasan nasabah pada PT Bank SulutGo Cabang Utama.

## 2. Total Skor Kepuasan Nasabah (Y)

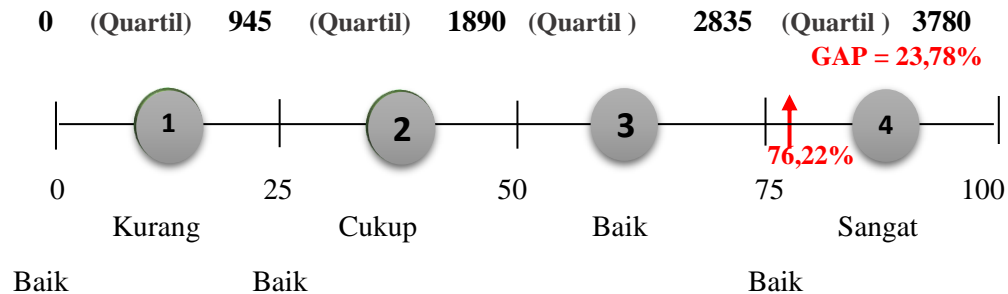
Berdasarkan hasil perhitungan dengan skor tertinggi sebesar 5, jumlah pertanyaan sebanyak 20, serta jumlah responden sebanyak 36, maka skor maksimum yang dapat diperoleh dari hasil analisis instrument jawaban 36 responden pada variabel Kepuasan Nasabah (Y) adalah sebesar 2744. Dengan demikian, persentase total skor jawaban responden terhadap variabel tersebut dihitung sebesar  $2744 : 3600 \times 100 = 76,22\%$ . Rincian data secara lengkap mengenai hasil tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.9 berikut ini :

**Tabel 4.9**  
**Persentase Total Skor Jawaban Instrumen Variabel**  
**Kepuasan Nasabah (Y)**

NO	ANALISA TOTAL SKOR Y	HASIL	KETERANGAN				
1	SKOR TERTINGGI	5					
2	JUMLAH PERTANYAAN	20					
3	JUMLAH RESPONDEN	36					
4	TOTAL SKOR JWBTERTINGGI (5)	3600	TTL SKOR TERTINGGI = 5 X 20 X 36 = 3600				
5	TOTAL SKOR JAWABAN	2744					
6	TOTAL SKOR PROSENTASE	76,22	GAP = 23,78%				
7	QUARTIL (EMPAT BBGN.YG SAMA)	900					
8	GARIS QUARTIL PEMBAHASAN	4	Q0	Q1	Q2	Q3	Q4
			0	900	1800	2700	3600

Sumber : Data Pengolahan Excel Tahun 2025

Distribusi data dalam bentuk kontinum dapat dibagi ke dalam beberapa kategori kuartil, di mana setiap kuartil membagi data menjadi empat bagian dengan jumlah observasi yang sama, sebagaimana dijelaskan berikut ini :



**Gambar 4.4**  
**Total Skor Kepuasan Nasabah (Y)**

Sumber : Hasil Olahan Data 2025

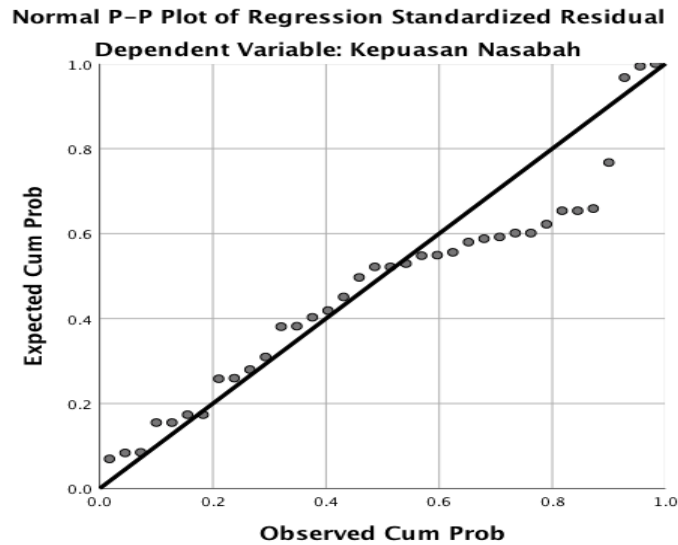
Berdasarkan Gambar 4.4, total skor instrumen jawaban pada variabel Kepuasan Nasabah (Y) berada pada kuartil keempat dengan nilai sebesar 3780. Sementara itu, hasil analisis menunjukkan bahwa persentase total skor jawaban responden mencapai 76,22%, yang termasuk dalam kategori sangat baik. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat kepuasan nasabah sudah tergolong baik, namun masih terdapat selisih atau GAP sebesar 23,78% yang perlu diperhatikan serta

ditingkatkan guna mendorong peningkatan kepuasan nasabah pada PT Bank SulutGo Cabang Utama.

#### **4.2.5 Uji Normalitas dan Linearitas**

Sebelum melakukan analisis terhadap variabel independen dalam penelitian kuantitatif, diperlukan syarat bahwa data harus berdistribusi normal. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan P-P Plot pada variabel independen, yaitu Kualitas Pelayanan Customer Service (X), serta variabel dependen, yaitu Kepuasan Nasabah (Y). Kriteria yang digunakan adalah data yang dinyatakan normal apabila titik-titik penyebaran mengikuti serta mendekati garis diagonal pada plot.

Apabila hasil pengujian menunjukkan bahwa data berdistribusi normal, maka data tersebut dapat dianalisis lebih lanjut secara kuantitatif melalui analisis regresi maupun analisis korelasi. Dalam Gambar 4.5 ini, menampilkan Normal P-P Plot of Rregression Standardized Residual. Grafik ini digunakan untuk menguji asumsi normalitas residual dalam analisis regresi. Pada plot tersebut, titik-titik data dibandingkan dengan garis diagonal yang mempresentasikan distribusi normal ideal. Dari hasil plot terlihat bahwa sebagian besar titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut, meskipun terdapat penyimpangan kecil pada bagian atas grafik. Pola ini menunjukkan bahwa distribusi residual relatif mendekati normal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas residual dalam model regresi terpenuhi sehingga layak digunakan untuk analisis lebih lanjut. Dapat dilihat demikian :



**Gambar 4.5**  
**Grafik Korelasi dan Regresi Sederhana Variabel Kualitas Pelayanan**  
**Customer Service X Terhadap Variabel Kepuasan Nasabah Y**  
*Sumber : Hasil Analisis Data SPSS Tahun 2025*

#### **4.2.6 Hasil Analisis Korelasi dan Regresi Sederhana Variabel Kualitas**

##### **Pelayanan Customer Service X dan Kepuasan Nasabah Y**

Tingkat kepuasan nasabah dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang berasal dari dalam perusahaan maupun dari luar. Berdasarkan Bab 2 pada penelitian ini, telah dijelaskan bahwa variabel-variabel dalam model penelitian ini memiliki keterkaitan serta interaksi yang cukup kompleks. Oleh sebab itu, diperlukan analisis mengenai hubungan antar variabel yang terlibat dalam model penelitian tersebut.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner (terlampir) kepada 36 nasabah. Data yang diperoleh kemudian ditabulasi sesuai dengan variabel penelitian yang ditetapkan. Selanjutnya, data tersebut dianalisis menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 26. Adapun hasil analisis yang menggambarkan hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan Customer Service (X) dengan variabel Kepuasan Nasabah (Y) disajikan pada Tabel berikut ini.

Tabel berikut menampilkan hasil analisis regresi dan korelasi parsial yang bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan, pengaruh, serta besaran koefisien determinasi antara variabel tersebut. Hasil lengkap dapat dilihat pada Tabel 4.10 di bawah ini :

**Tabel 4.10**  
**Model Summary Korelasi dan Regresi Sederhana Kualitas Pelayanan Customer Service (X) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)**

Correlations			
		Kepuasan Nasabah	Kualitas Pelayanan Customer Service
Pearson Correlation	Kepuasan Nasabah	1.000	.780
	Kualitas Pelayanan Customer Service	.780	1.000
Sig. (1-tailed)	Kepuasan Nasabah	.	.000
	Kualitas Pelayanan Customer Service	.000	.
N	Kepuasan Nasabah	36	36
	Kualitas Pelayanan Customer Service	36	36

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.780 <sup>a</sup>	.608	.596	12.795	
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan Customer Service					
b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah					

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8623.778	1	8623.778	52.674	.000 <sup>b</sup>
	Residual	5566.444	34	163.719		
	Total	14190.222	35			
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan						

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.475	8.238		2.243	.032
	Kualitas Pelayanan Customer Service	.740	.102	.780	7.258	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah						

Sumber : Hasil Analisis Data SPSS Tahun 2025

Untuk memperjelas hasil analisis korelasi dan regresi antara variabel Kualitas Pelayanan Customer Service (X) dan Kepuasan Nasabah (Y), diperoleh koefisien korelasi sebesar  $r = 0,780$ . Nilai ini mengindikasikan adanya hubungan yang kuat dan signifikan antara kualitas pelayanan customer service dengan tingkat kepuasan nasabah pada PT Bank SulutGo Cabang Utama. Selanjutnya, nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar  $r^2 = 0,608$  menunjukkan bahwa 60,8% variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan customer service, sedangkan 39,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel tersebut.

persamaan regresi yang menggambarkan hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan Customer Service (X) dan Kepuasan Nasabah (Y) adalah  $Y = 18,475 + 0,740 X$ . Persamaan ini menunjukkan adanya pengaruh positif, di mana konstanta sebesar 18,475 berarti bahwa ketika kualitas pelayanan customer service bernilai nol, kepuasan nasabah berada pada angka 18,475 sementara itu, koefisien regresi sebesar 0,740 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada kualitas pelayanan customer service akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,740 satuan. Nilai koefisien tersebut signifikan pada tingkat  $\alpha = 0,05$  dengan nilai P yang sangat kecil. Dengan demikian, apabila Kualitas Pelayanan Customer Service ditingkatkan sebesar satu satuan, maka tingkat Kepuasan Nasabah pada PT Bank SulutGo Cabang Utama akan naik sebesar 19,21 satuan. Sebaliknya, jika kualitas pelayanan customer service berkurang satu satuan, maka kepuasan nasabah juga akan menurun sebesar 17,73 satuan. Nilai konstanta sebesar 18,47 menunjukkan bahwa ketika variabel kualitas pelayanan customer service tidak diperhitungkan, maka skor kepuasan nasabah berada pada angka 18,47. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan customer service memberikan dampak positif terhadap peningkatan kepuasan nasabah. Hasil peningkatan tersebut tercermin pada Tabel 4.11 berikut ini :

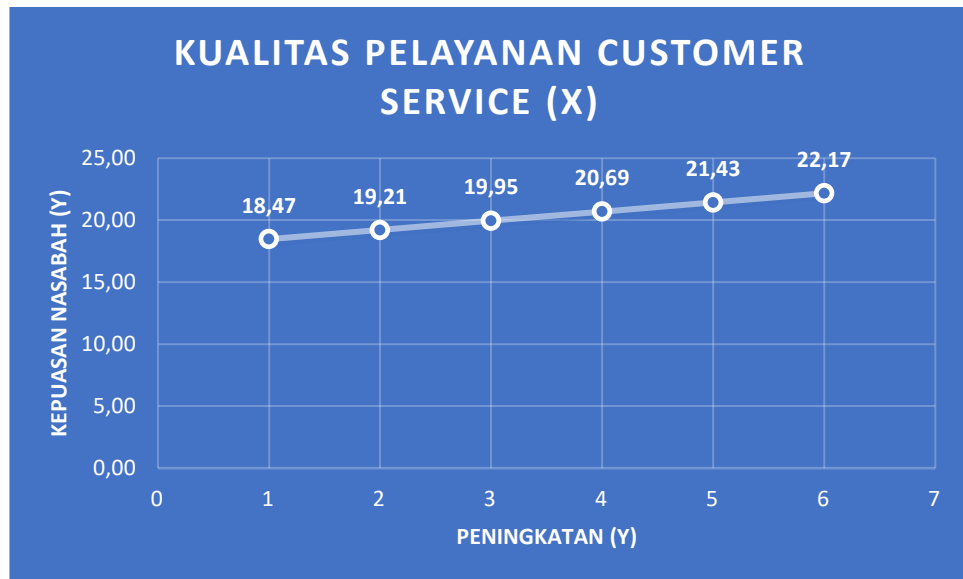
**Tabel 4.11**  
**Peningkatan Secara Parsial Kualitas Pelayanan Customer Service (X)**  
**Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)**

No	Nilai X		Peningkatan Nilai Y	Penurunan Nilai Y
1	X = 0	0	<b>18,47</b>	<b>18,47</b>
2	X = 1	1	<b>19,21</b>	<b>17,73</b>
3	X = 2	2	<b>19,95</b>	<b>16,99</b>
4	X = 3	3	<b>20,69</b>	<b>16,25</b>
5	X = 4	4	<b>21,43</b>	<b>15,51</b>
6	X = 5	5	<b>22,17</b>	<b>14,77</b>

*Sumber : Hasil Olahan data 2025*

Berdasarkan Tabel 4. di atas, terlihat bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel Kualitas Pelayanan Customer Service secara parsial berkontribusi pada peningkatan variabel Kepuasan Nasabah. Dengan demikian, PT Bank SulutGo Cabang Utama perlu terus memperhatikan serta meningkatkan Kualitas Pelayanan Customer Service, agar tingkat Kepuasan Nasabah dapat semakin meningkat dalam melakukan berbagai transaksi perbankan secara efektif dan efisien.

Berdasarkan Gambar 4.6, grafik line chart menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan Customer Service terhadap peningkatan Kepuasan Nasabah. Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa “Terdapat pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan Customer Service secara parsial terhadap peningkatan Kepuasan Nasabah pada PT Bank SultGo Cabang Utama” dapat diterima. Lebih lanjut, peningkatan Kepuasan Nasabah sebagai hasil dari peningkatan Kualitas Pelayanan Customer Service terlihat jelas melalui grafik line chat pada Gambar 4.6 berikut :



**Gambar 4.6**  
**Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Customer Service (X)**  
**Terhadap Peningkatan Variabel Kepuasan Nasabah (Y)**  
*Sumber Data Pengolahan MS. Excel Tahun 2025*

#### 4.2.7 Uji Hipotesis Pertama Secara Parsial (Uji t) Kualitas Pelayanan

##### Customer Service (X) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Uji statistic t pada dasarnya digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen secara parsial. Dalam penelitian ini, analisis korelasi dan regresi sederhana digunakan untuk menilai hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan Customer Service (X) dan Kepuasan Nasabah (Y) pada PT Bank SulutGo Cabang Utama secara parsial. Untuk mengetahui sekaligus menguji hipotesis pertama, hasilnya dapat dilihat melalui output yang diperoleh dari pengolahan data menggunakan SPSS Versi 26 berikut ini :

**Tabel 4.12**  
**Summary Output Coefficients Variabel Kualitas Pelayanan Customer Service (X) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.475	8.238		2.243	.032
	Kualitas Pelayanan Customer Service	.740	.102	.780	7.258	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Hasil Analisis Data SPSS tahun 2025

Dari Tabel 4.12, diperoleh nilai koefisien regresi untuk uji parsial variabel Kualitas Pelayanan Customer Service (X) terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y). Dengan menggunakan t-test, hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung untuk variabel Kualitas Pelayanan Customer Service (X) = 7,258, sedangkan t tabel pada taraf signifikansi 5% = 0,05 dengan derajat bebas (df) = N-k-1 = 36-1-1 = 34 adalah sebesar 2,032. Sehingga t hitung 7,258 > t tabel 2,032 dan nilai signifikansi = 0,000 < 0,05.

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan Customer Service (X) dengan variabel Kepuasan Nasabah (Y) pada PT Bank SulutGo Cabang Utama secara parsial. Hubungan ini bersifat linier dan prediktif, sebagaimana tercermin pada persamaan regresi  $\hat{Y} = 18,475 + 0,740 X$ . Dengan demikian, hipotesis nol (Ho) ditolak dan hipotesis alternatif (Ha) diterima, sehingga penelitian ini telah teruji secara empiris.

Dengan membandingkan  $t$  tabel dan juga  $t$  hitung untuk menentukan

Hipotesis 1 pada uji  $t$ , yaitu :

$H_0: \beta_1 \leq 0$  (Kualitas Pelayanan Customer Service secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan Kepuasan Nasabah pada PT Bank SulutGo Cabang Utama)

$H_a: \beta_1 > 0$  (Kualitas Pelayanan Customer Service secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan Kepuasan Nasabah pada PT Bank SulutGo Cabang Utama)

Jika  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel, maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) ditolak. Sebaliknya, jika  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel, maka ( $H_0$ ) ditolak dan ( $H_a$ ) diterima. Pada kasus ini, nilai  $t$  hitung untuk variabel Kualitas Pelayanan Customer Service sebesar 7,258 lebih besar dari pada  $t$  tabel yang bernilai 2,032. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan Customer Service secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank SulutGo Cabang Utama.

### **4.3 Pembahasan**

#### **4.3.1 Identifikasi Kualitas Pelayanan Customer Service Pada PT Bank**

##### **SulutGo Cabang Utama**

Kualitas Pelayanan Customer Service merupakan aspek krusial dalam memberikan kemudahan serta meningkatkan kepuasan nasabah dalam menggunakan berbagai fasilitas perbankan. Di PT Bank SulutGo Cabang Utama, pelayanan customer service berperan sebagai ujung tombak interaksi antara bank dan nasabah, dengan tujuan memberikan pengalaman layanan yang cepat, responsive, aman, dan memuaskan. Pelayanan ini dirancang untuk memenuhi

kebutuhan nasabah secara optimal sehingga nasabah dapat memperoleh informasi dan bantuan yang dibutuhkan dengan mudah.

Sejalan dengan pendapat (Zeithaml, Bitner, & Gremler 2018: 6), yang menjelaskan bahwa customer service melibatkan seluruh proses interaksi dengan pelanggan, termasuk komunikasi, penyelesaian masalah, penanganan keluhan, hingga memberi solusi yang memuaskan.

Sebagai bank regional yang beroperasi di Sulawesi Utara dan Gorontalo, PT Bank SulutGo Cabang Utama memiliki tanggung jawab untuk memberikan layanan keuangan yang mendukung perkembangan wilayah, termasuk melalui pelayanan customer service yang efektif dan professional. Untuk mencapai kepuasan nasabah yang optimal, bank perlu memastikan sumber daya manusia, system kerja, dan teknologi pendukung layanan customer service dikelola secara efisien dan konsisten.

Namun, terdapat beberapa tantangan dalam pelaksanaan kualitas pelayanan customer service di PT Bank SulutGo Cabang Utama, antara lain: 1) Masih ditemukan lamanya proses pelayanan customer service, sehingga pelayanan dirasa kurang optimal, 2) Terbatas jumlah customer service pada waktu tertentu menyebabkan penumpukan antrean, 3) Masih perlu meningkatkan kesabaran serta kecerdasan emosional menangani keluhan nasabah yang disertai emosi, 4) Penyampaian informasi mengenai produk dan layanan bank terkadang belum efektif, 5) Masih terdapat kendala teknis dan layanan digital yang belum optimal atau gangguan. Masalah-masalah ini dapat berdampak negative pada tingkat kepuasan nasabah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari kesepuluh indikator Kualitas Pelayanan Customer Service yang dianalisis, Sebagian besar telah diterapkan dengan baik. Analisis terhadap indikator menunjukkan enam indikator berada pada kategori baik, tiga berada pada kategori cukup baik, sedangkan satu indikator berada pada kategori sangat baik. Rincian indikator tersebut adalah: 1) Reliability (Keandalan) yaitu 3,12 dikategorikan cukup baik, 2) Responsiveness (Daya Tanggap) 4,00 yang dikategorikan baik, 3) Competency (Kompetensi) yaitu 4,13 yang juga dikategorikan baik, 4) Acces (Akses) yang adalah 3,29 yang dikategorikan cukup baik, 5) Coutesy (Kesopanan) adalah 4,15 ini dikategorikan sangat baik, 6) Communication (Komunikasi) adalah 3,32 dikategorikan cukup baik. 7) Credibility (Kredibilitas) adalah 3,94 yang dikategorikan baik, 8) Security (Keamanan) ialah 4,06 yang juga adalah baik, 9) Customer Understanding (Memahami pelanggan) yaitu 3,64 yang dikategorikan baik, 10) Tangible (Bukti Fisik) adalah 3,86 dan dikategorikan juga baik. Secara keseluruhan Kualitas Pelayanan Customer Service memperoleh rata-rata 3,75, yang termasuk pada kategori baik.

Temuan ini juga didukung oleh analisis kuantitatif yang menunjukkan total skor variabel Kualitas Pelayanan Customer Service mencapai 74,34%, masuk dalam kuartil ketiga dan dikategorikan baik, meskipun masih terdapat gap sebesar 25,66%.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan Customer Service pada PT Bank SulutGo Cabang Utama berada pada tingkat baik, namun masih memerlukan peningkatan, khususnya pada sub-indikator yang kurang

optimal, agar mampu mendukung operasional bank secara lebih efektif dan mencapai tujuan perusahaan dalam meningkatkan Kepuasan Nasabah.

#### **4.3.2 Tingkat Kepuasan Nasabah pada PT Bank SulutGo Cabang Utama**

Kepuasan nasabah memiliki peranan yang sangat krusial dalam sector perbankan karena menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan sekaligus keberlanjutan sebuah lembaga keuangan. Kepuasan ini menunjukkan sejauh mana layanan yang diberikan mampu menjawab bahkan melampaui ekspektasi serta kebutuhan nasabah. Pada praktiknya, tingkat kepuasan yang tinggi akan mendorong meningkatnya loyalitas dan kepercayaan nasabah terhadap bank, yang selanjutnya memberikandampak positif bagi pertumbuhan dan citra bank secara keseluruhan.

Seperti pendapat (Kotler dan Keller 2016), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang diterima dengan harapannya. Dengan kata lain, kepuasan nasabah menjadi sasaran utama dari setiap layanan yang diberikan, sebab melalui tercapainya kepuasan tersebut, keberlanjutan, citra, serta daya saing lembaga dapat dipertahankan secara maksimal.

Upaya peningkatan kepuasa nasabah di PT Bank SulutGo Cabang Utama masih menemui sejumlah kendala, di antaranya: 1) Proses pelayanan yang berlangsung lama, 2) Kurangnya customer service pada waktu tertentu mengakibatkan antrean menjadi Panjang, 3) Perlu adanya peningkatan kecerdasan emosional melayani nasabah dengan keluhan yang disertai emosi, 4) Informasi yang diberikan terkadang tidak tersampaikan secara efektif, 5) Sistem antrean dan layanan digital terkadang mengalami gangguan sehingga menghambat proses

transaksi. Dengan demikian, diperlukan langkah-langkah strategis untuk meningkatkan kepuasan nasabah di PT Bank SulutGo Cabang Utama.

Berdasarkan hasil penelitian, dari sepuluh indikator yang dianalisis, kepuasan nasabah pada PT Bank SulutGo sudah terlaksana dengan cukup baik, meskipun belum mencapai hasil yang optimal. Hal tersebut tercermin dari temuan analisis yang menunjukkan bahwa kesepuluh indikator termasuk dalam kategori baik, dengan rincian sebagai berikut : 1) Expectation Confirmation (Kesesuaian Harga) dengan nilai 3,81 yang dikategorikan baik, 2) Kualitas produk jasa dengan nilai 3,60 yang juga dikategorikan baik, 3) Harga yaitu dengan nilai 4,04 juga dikategorikan baik, 4) Kemudahan mengakses layanan yang bernilai 2,74 dikategorikan cukup baik, 5) Pelayanan karyawan yaitu 3,42 yang dikategorikan baik, 6) Keamanan dan kenyamanan yang bernilai 3,94 yang dikategorikan baik, 7) Pengalaman emosional yaitu 4,26 dikategorikan sangat baik, 8) Penanganan keluhan dengan nilai 4,00 yang dikategorikan baik, 9) Citra perusahaan yaitu 4,18 dikategorikan baik, 10) Niat untuk menggunakan Kembali dengan nilai 4,42 yang dikategorikan sangat baik.

Hasil temuan ini diperkuat dengan analisis yang menunjukkan bahwa total skor variabel Kepuasan Nasabah pada PT Bank SulutGo Cabang Utama mencapai 76,22% yang berada pada kuartil keempat dan termasuk dalam kategori sangat baik. Namun demikian, masih terdapat selisih sebesar 23,78% yang perlu ditingkatkan agar tingkat kepuasan nasabah di PT Bank SulutGo Cabang Utama dapat dioptimalkan hingga mencapai kategori sangat baik secara maksimal.

Merujuk pada hasil kajian dan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa

tingkat kepuasan nasabah di PT Bank SulutGo telah tergolong sangat baik berdasarkan sub indikator yang digunakan, namun tetap dibutuhkan upaya optimalisasi karena saat ini belum sepenuhnya mendukung keseluruhan system kerja dalam mewujudkan tujuan perusahaan.

#### **4.3.3 Hubungan dan Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service (X)**

##### **Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)**

Kualitas pelayanan customer service memiliki peranan yang sangat penting dalam menentukan tingkat kepuasan nasabah. Pelayanan yang baik tidak hanya mencakup keramahan dan kesopanan dalam berinteraksi, tetapi juga mencerminkan kemampuan petugas dalam memberikan informasi yang jelas, ketepatan dalam menyelesaikan kebutuhan nasabah, serta sikap empati dan perhatian terhadap setiap permasalahan yang dihadapi. Hal ini sejalan dengan pendapat Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1998), yang mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai tingkat kesenjangan antara harapan nasabah dengan kinerja layanan yang mereka terima, di mana kualitas pelayanan yang baik akan berdampak positif terhadap peningkatan kepuasan dan loyalitas nasabah.

Penelitian terbaru oleh Sari dan Wibowo (2021) menegaskan bahwa kualitas pelayanan customer service berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di sector perbankan, di mana aspek keramahan, kejelasan informasi, serta kemampuan petugas dalam merespons kebutuhan menjadi faktor utama. Oleh karena itu, pengelolaan serta peningkatan kualitas pelayanan customer service harus menjadi prioritas untuk menjaga kepercayaan dan membangun hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah.

Dalam membahas Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service terhadap peningkatan Kepuasan Nasabah di PT Bank SulutGo Cabang Utama, ditemukan adanya korelasi yang kuat antara kualitas pelayanan customer service dengan tingkat kepuasan nasabah. Secara umum, kualitas pelayanan customer service di PT Bank SulutGo Cabang Utama termasuk dalam kategori baik, dengan rentang skala nilai 3,41-4,21 dan nilai rata-rata (mean) sebesar 3,75, yang juga berada pada kategori baik, namun demikian, pelayanan customer service belum sepenuhnya memberikan pengalaman yang maksimal bagi nasabah, meskipun layanan tersebut sudah diterapkan. Permasalahan terkait kualitas pelayanan customer service masih ditemukan, sebagaimana terlihat dari jawaban responden pada sub-indikator penelitian. Walaupun secara keseluruhan sudah dinilai baik, masih terdapat kesenjangan atau Gap, yang tercermin dari beberapa masalah, antara lain: 1) Penyampaian informasi oleh customer service terkadang kurang jelas dan detail, 2) Responsivitas dalam menangani keluhan nasabah belum sepenuhnya optimal, 3) Tingkat perhatian dan empati customer service terhadap kebutuhan nasabah masih perlu ditingkatkan.

Kurang optimalnya penerapan kualitas pelayanan customer service dapat berdampak pada menurunnya tingkat kepuasan nasabah di PT Bank SulutGo Cabang Utama. Oleh karena itu, diperlukan upaya perbaikan dan pemberdayaan, seperti: 1) Meningkatkan kompetensi dan keterampilan petugas customer service melalui pelatihan yang berkelanjutan, 2) Memperkuat kemampuan responsif dalam menangani keluhan maupun kebutuhan nasabah, 3) Memberikan perhatian serta empati yang lebih personal kepada setiap nasabah, agar kualitas pelayanan

customer service benar-benar mampu meningkatkan kepuasan nasabah secara maksimal.

Hal ini sejalan dengan hasil temuan penelitian yang menunjukkan bahwa instrument jawaban mengenai kualitas pelayanan customer service di PT Bank SulutGo Cabang Utama telah dikategorikan baik. Berdasarkan analisis, persentase total skor untuk kualitas pelayanan customer service mencapai 74,34% yang juga termasuk dalam kategori baik. Meskipun demikian, masih terdapat Gap sebesar 25,66% yang perlu diperbaiki agar pelayanan customer service dapat diberikan secara optimal, sehingga secara maksimal mampu meningkatkan kepuasan nasabah pada PT Bank SulutGo Cabang Utama.

Hasil uji regresi pada variabel bebas menunjukkan bahwa koefisien bernilai positif dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05. Hal ini menandakan bahwa variabel bebas, yakni kualitas pelayanan customer service, memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel terikat, yaitu kepuasan nasabah.

Berdasarkan pengolahan data menggunakan program SPSS versi 26, diperoleh nilai t hitung sebesar 7,258 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena nilai t hitung 7,258 lebih besar dibandingkan t tabel sebesar 2,032 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan terdapat perbedaan yang signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT Bank SulutGo Cabang Utama.

Hasil analisis korelasi menunjukkan nilai  $r = 0,780$ , yang termasuk dalam kategori hubungan positif yang cukup kuat antara variabel Kualitas Pelayanan Customer Service dan variabel Kepuasan Nasabah. Besarnya pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan customer service) terhadap variabel terikat (kepuasan

nasabah) ditunjukkan melalui nilai determinasi total (R Square). Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,608, yang berarti 60,8% variasi kepuasan nasabah di PT Bank SulutGo Cabang Utama dipengaruhi oleh variasi kualitas pelayanan customer service, sementara sisanya sebesar 39,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model.

Berdasarkan hasil analisis pengaruh kualitas pelayanan customer service terhadap kepuasan nasabah, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan koefisien regresi positif sebesar 0,740. Karena nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan customer service memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT Bank SulutGo Cabang Utama. Artinya, semakin tinggi kualitas pelayanan customer service, semakin besar pula kepuasan nasabah. Sebaliknya, apabila kualitas pelayanan customer service menurun, maka tingkat kepuasan nasabah juga akan menurun.

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa Kualitas Pelayanan Customer Service memiliki peranan penting dan berpengaruh nyata dalam meningkatkan Kepuasan Nasabah pada PT Bank SulutGo Cabang Utama. Hal ini sejalan dengan pendapat terbaru yang menyatakan bahwa kualitas layanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan harapan serta kebutuhan pelanggan. Sementara itu, kepuasan nasabah didefinisikan sebagai respon emosional yang timbul ketika nasabah merasa bahwa pelayanan yang diterima sesuai bahkan melampaui ekspektasi mereka (Putri & Santoso, 2022). Dengan demikian, apabila PT Bank SulutGo Cabang Utama terus meningkatkan kualitas

pelayanan customer service melalui penguatan kompetensi, kecepatan layanan, serta sikap ramah dalam melayani, maka hal ini akan memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan kepuasan nasabah, sejalan dengan tujuan utama perusahaan dalam mempertahankan loyalitas dan kepercayaan nasabah.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan Customer Service memiliki hubungan positif yang langsung terhadap Kepuasan Nasabah. Hal ini berarti bahwa untuk meningkatkan kepuasan nasabah di PT Bank SulutGo Cabang Utama, perlu dilakukan upaya peningkatan dalam beberapa aspek, yaitu: 1) Meningkatkan kemampuan dan kompetensi petugas customer service dalam memberikan informasi yang jelas dan akurat, 2) Membangun sikap ramah, sopan, serta empati terhadap setiap kebutuhan nasabah, 3) Mempercepat respon dan penanganan keluhan agar nasabah merasa dihargai dan diperhatikan. Upaya ini penting dilakukan agar kualitas pelayanan customer service dapat berdampak positif terhadap peningkatan kepuasan nasabah yang ada di PT Bank SulutGo Cabang Utama.

Oleh karena itu, untuk meningkatkan Kualitas Pelayanan Customer Service pada PT Bank SulutGo Cabang Utama, perusahaan perlu melaksanakan lima langkah berikut : 1) Meningkatkan kompetensi dan profesionalisme petugas dalam memberikan informasi yang jelas dan akurat, 2) Menumbuhkan sikap ramah, span, dan empati dalam melayani setiap nasabah, 3) Mempercepat respon serta penyelesaian keluhan agar nasabah merasa dihargai, 4) Menyediakan fasilitas pelayanan yang nyaman dan mudah diakses oleh nasabah, 5) Melakukan evaluasi serta pelatihan secara berkala untuk menyesuaikan pelayanan dengan kebutuhan

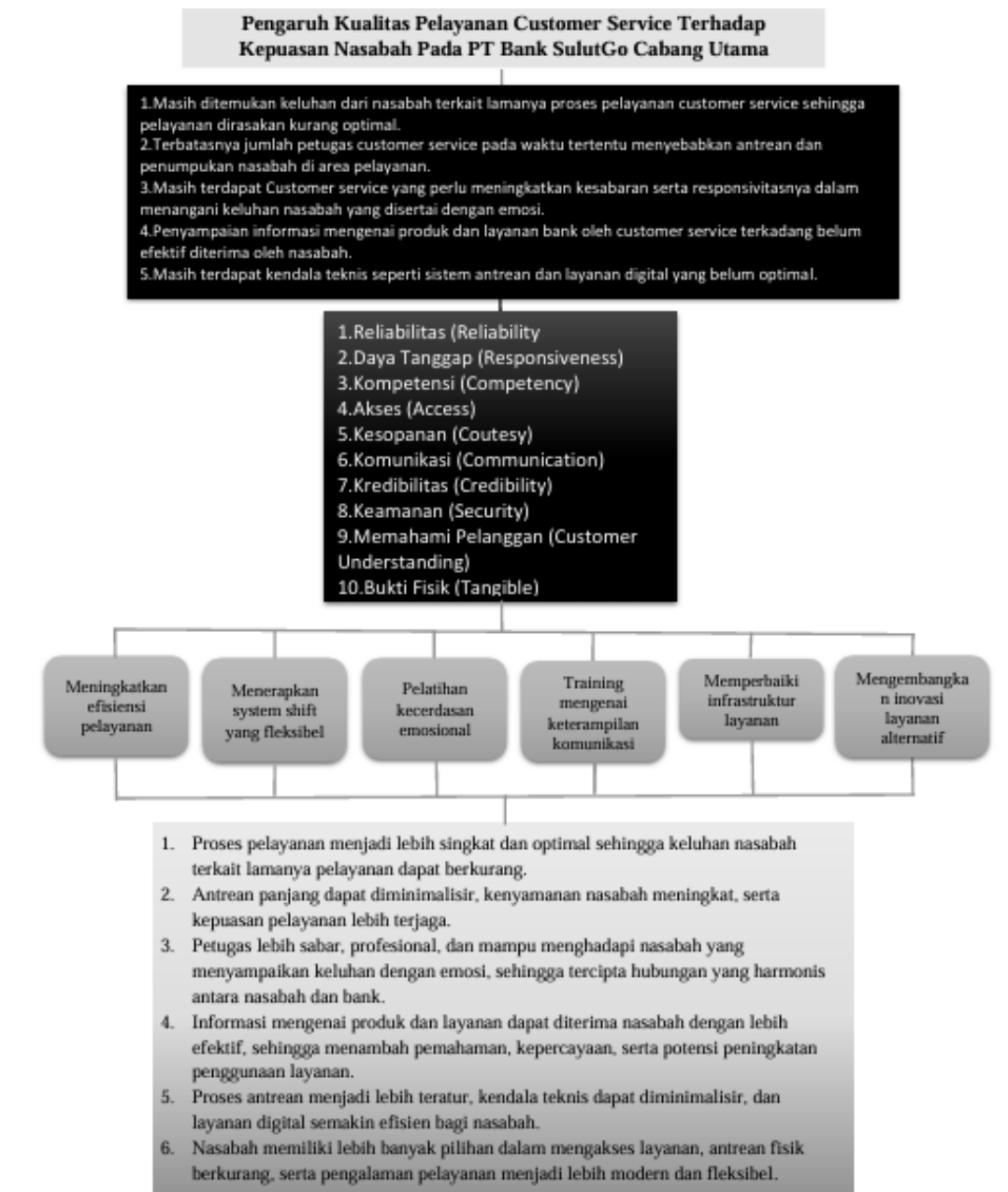
nasabah. Upaya tersebut diharapkan mampu memberikan dampak positif terhadap peningkatan kepuasan nasabah dan mendukung tujuan utama PT Bank SulutGo Cabang Utama dalam menjaga kepercayaan serta loyalitas nasabah.

Jika perusahaan mampu melaksanakan peningkatan Kualitas Pelayanan Customer Service secara maksimal, hal ini tentunya akan berdampak positif terhadap peningkatan Kepuasan Nasabah pada PT Bank SulutGo Cabang Utama, serta mendukung pencapaian tujuan perusahaan.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan customer service secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan kepuasan nasabah. Artinya, jika kualitas pelayanan customer service mengalami peningkatan, maka hal tersebut akan berpotensi untuk meningkatkan kepuasan nasabah pada PT Bank SulutGo Cabang Utama.

#### **4.4 Implementasi**

Guna meningkatkan kepuasan nasabah, terdapat sejumlah langkah yang perlu dilakukan oleh PT Bank SulutGo Cabang Utama dalam kaitannya dengan peningkatan kualitas pelayanan customer service . gagasan penulis ini ditujukan untuk mengoptimalkan penerapan kualitas pelayanan customer service oleh pihak manajemen, sehingga mampu memberikan dampak positif terhadap peningkatan kepuasan nasabah. Rangkaian upaya tersebut dapat digambarkan melalui bagan berikut :



**Gambar 4.7**

**Model Implementasi Kualitas Pelayanan Customer Service (X) Untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah (Y)**

Untuk lebih jelasnya mengenai bagan implementasi Persepsi Konsumen (X) dan Kualitas Pelayanan (Y) maka diuraikan penerapan hasil penelitian ke dua variabel tersebut sebagai berikut:

#### **4.4.1 Penerapan Hasil Penelitian Variabel Kualitas Pelayanan Customer**

##### **Service (X)**

Penerapan standar Kualitas Pelayanan Customer Service pada PT Bank SulutGo Cabang Utama merupakan aspek krusial dalam mendukung aktivitas transaksi dan interaksi nasabah sehari-hari. PT Bank SulutGo Cabang Utama memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa pelayanan yang diberikan memiliki standar kualitas yang tinggi, sehingga nasabah merasa puas melalui pelayanan yang ramah, cepat, akurat, dan solutif. Kualitas pelayanan customer service tidak hanya mencakup sikap ramah dan empati dari petugas, tetapi juga meliputi keandalan dalam memberikan informasi, ketepatan waktu penanganan keluhan, serta kemampuan komunikasi yang efektif. Pelayanan customer service yang berkualitas harus senantiasa menjadi prioritas PT Bank SulutGo Cabang Utama, agar nasabah merasakan kepuasan dalam setiap interaksi dan terbangun loyalitas jangka Panjang.

Menurut Hidayat dan Lestari (2024), penting bagi Lembaga keuangan untuk mengoptimalkan kompetensi sumber daya manusia melalui pelatihan berkelanjutan agar customer service mampu memberikan solusi yang cepat dan tepat, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepercayaan serta loyalitas nasabah.

Peningkatan kualitas pelayanan Customer Service secara umum bertujuan untuk memberikan pengalaman interaksi yang nyaman, cepat, dan profesional bagi nasabah, sebagai bagian dari upaya memperbaiki layanan serta meningkatkan kepuasan. Secara khusus, tujuan ini juga mencakup pembangunan hubungan yang kuat antara nasabah dan bank melalui kepercayaan, kenyamanan, serta perhatian

personal. Oleh karena itu, penilaian terhadap kualitas pelayanan Customer Service menjadi landasan penting untuk mengukur sejauh mana pelayanan yang diberikan dapat menciptakan kepuasan dan kepercayaan nasabah.

Kualitas pelayanan Customer Service memiliki peranan yang sangat penting, karena dengan adanya pelayanan yang baik, kepuasan nasabah dapat tercapai dan pada akhirnya berkontribusi pada pembentukan loyalitas. Untuk mendukung mekanisme pelayanan yang efektif, PT. Bank SulutGo Cabang Utama perlu melakukan evaluasi berkala terhadap kinerja Customer Service. Melalui evaluasi ini, bank dapat memperoleh pemahaman lebih baik mengenai kekuatan dan kelemahan pelayanan yang ada. Sangat penting bagi PT. Bank SulutGo Cabang Utama untuk menyadari betapa krusialnya kualitas pelayanan Customer Service dalam memastikan kepuasan nasabah. Dengan pelayanan yang unggul, nasabah akan merasakan kepuasan yang pada gilirannya memperkuat kepercayaan serta meningkatkan loyalitas. Hal ini berdampak positif terhadap stabilitas hubungan jangka panjang serta pertumbuhan berkelanjutan PT. Bank SulutGo Cabang Utama.

Untuk meningkatkan kepuasan nasabah, PT. Bank SulutGo Cabang Utama perlu secara konsisten melakukan evaluasi terhadap pelayanan Customer Service untuk mengidentifikasi dan memperbaiki kelemahan yang ada. Selain itu, penting juga melaksanakan pelatihan serta pengembangan kompetensi karyawan agar pelayanan semakin profesional dan responsif. Dengan langkah-langkah tersebut, kualitas pelayanan Customer Service dapat dioptimalkan sehingga mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan kepuasan nasabah sekaligus mendukung pencapaian tujuan perusahaan.

#### 4.4.2 Penerapan Hasil Penelitian Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Dalam persaingan perbankan yang semakin ketat, pencapaian kepuasan nasabah menjadi salah satu prioritas utama. Kepuasan tersebut tidak hanya berdampak pada peningkatan kinerja perusahaan, tetapi juga menjadi faktor pendorong utama dalam mewujudkan pertumbuhan yang berkesinambungan. Dengan menitikberatkan pada pengalaman nasabah, bank dapat memperkuat posisinya di pasar global, menjaga keberlangsungan usaha, serta membangun keunggulan kompetitif. Susanto dan Fitriani (2023) menegaskan bahwa kepuasan nasabah yang tinggi dapat tercapai melalui layanan yang cepat tanggap, personalisasi yang sesuai kebutuhan, serta dukungan teknologi yang andal. Hal ini mendorong peningkatan loyalitas nasabah sekaligus mempercepat pertumbuhan bisnis. Untuk mewujudkan kepuasan tersebut, institusi perbankan harus mampu menghadirkan kualitas layanan terbaik di setiap aktivitas transaksi.

PT. Bank SulutGo Cabang Utama sendiri telah meraih tingkat kepuasan nasabah yang cukup baik, meski masih diperlukan upaya peningkatan. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan customer service memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, sehingga perbaikan dan pengembangan layanan ini perlu diprioritaskan. Peningkatan kualitas pelayanan customer service diharapkan mampu mendorong kenaikan kepuasan nasabah sekaligus meminimalkan berbagai kendala yang ada.

Teori yang relevan dalam meningkatkan kepuasan nasabah adalah teori SERVQUAL dari Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (2018), yang menjelaskan bahwa kualitas layanan terdiri atas lima dimensi, yaitu: (1) *Tangible*, yakni aspek

bukti fisik layanan yang memengaruhi kesan pengguna, (2) *Reliability*, kemampuan layanan untuk menepati janji secara konsisten dan akurat, seperti keberhasilan serta ketepatan waktu transaksi, (3) *Responsiveness*, kesiapan dan kecepatan petugas dalam membantu serta menanggapi kebutuhan atau keluhan nasabah, (4) *Assurance*, pengetahuan dan sikap petugas yang menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan nasabah, serta (5) *Empathy*, yaitu perhatian serta kepedulian petugas terhadap kebutuhan pribadi nasabah. Apabila kelima dimensi tersebut dijalankan secara optimal, maka tingkat kepuasan nasabah akan semakin meningkat.

Dengan demikian, perhatian serius terhadap kualitas pelayanan customer service akan berdampak langsung pada peningkatan kepuasan nasabah di PT. Bank SulutGo Cabang Utama.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah menguraikan jawaban atas rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka kesimpulan dari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan customer service pada PT Bank SulutGo Cabang Utama berada pada kategori baik dengan skor rata-rata 74,34%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar indikator pelayanan telah diterapkan secara memadai, khususnya pada aspek kesopanan, kompetensi, keamanan, dan daya tanggap yang dinilai tinggi oleh nasabah. Namun demikian, masih terdapat beberapa aspek yang memerlukan perbaikan, seperti keandalan, akses, dan efektivitas komunikasi, yang berpotensi menurunkan kualitas pengalaman nasabah apabila tidak segera ditingkatkan. Dengan demikian, meskipun kualitas pelayanan customer service telah memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan nasabah, tetap diperlukan peningkatan secara konsisten pada indikator yang masih lemah agar pelayanan dapat lebih optimal, mendukung operasional bank secara efektif, dan memperkuat loyalitas nasabah di masa depan..
2. Tingkat kepuasan nasabah pada PT Bank SulutGo Cabang Utama secara keseluruhan berada dalam kategori sangat baik, dengan skor rata-rata 76,22%. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas indikator kepuasan, seperti kesesuaian harga, kualitas produk jasa, pelayanan karyawan, keamanan dan

kenyamanan, citra perusahaan, hingga niat untuk menggunakan kembali, dinilai positif oleh nasabah. Bahkan pada indikator pengalaman emosional dan niat menggunakan kembali, nilai yang diperoleh termasuk kategori sangat baik. Namun demikian, masih terdapat beberapa indikator yang belum optimal, khususnya pada aspek kemudahan akses layanan yang hanya berada pada kategori cukup baik. Hal ini mengindikasikan perlunya peningkatan pada sistem pelayanan, penyampaian informasi, serta pengelolaan antrean agar kepuasan nasabah dapat lebih maksimal. Dengan demikian, meskipun kepuasan nasabah sudah menunjukkan hasil yang sangat baik, tetap dibutuhkan perbaikan berkelanjutan untuk menutup gap sebesar 23,78% sehingga kepuasan nasabah dapat sepenuhnya mendukung tujuan perusahaan dalam meningkatkan loyalitas, citra, dan daya saing bank..

3. Secara parsial, Kualitas Pelayanan Customer Service terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap peningkatan kepuasan nasabah. Hasil persamaan regresi diperoleh  $Y = 18,475 + 0,740 X$  dengan tingkat korelasi yang kuat sebesar 0,780 serta nilai R square sebesar 0,608, yang mengindikasikan bahwa 60,8% kepuasan nasabah dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan Customer Service, sedangkan 39,2% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Dengan demikian, peningkatan kualitas pelayanan customer service diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam meningkatkan kepuasan nasabah pada PT Bank SulutGo Cabang Utama.
4. PT. Bank SulutGo perlu mengidentifikasi serta menerapkan strategi perbaikan terhadap kesenjangan (Gap) yang masih ditemukan pada aspek

Kualitas Pelayanan Customer Service, khususnya pada sub-indikator dengan penilaian kurang baik (KB), seperti: 1) Petugas Customer Service belum sepenuhnya menunjukkan kesabaran dan keramahan dalam melayani nasabah, 2) Waktu pelayanan masih dirasakan lambat sehingga menimbulkan antrean panjang, 3) Respon terhadap keluhan nasabah belum konsisten dan cepat, 4) Informasi yang diberikan belum sepenuhnya jelas dan mudah dipahami, 5) Sikap profesionalisme petugas belum sepenuhnya tercermin dalam memberikan pelayanan, 6) Tindak lanjut atas permasalahan nasabah belum optimal. Untuk meningkatkan kepuasan nasabah, teori SERVQUAL dari Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (2018) dapat dijadikan kerangka acuan. Lima dimensi kualitas layanan tersebut meliputi: Tangibles (Bukti Fisik) yang mencakup penampilan petugas, kerapian ruang layanan, serta ketersediaan fasilitas yang nyaman; jika pelayanan dirasa kurang optimal, aspek ini harus diperbaiki agar nasabah merasa nyaman. Reliability (Keandalan), yaitu kemampuan petugas memberikan pelayanan secara tepat dan konsisten; jika penyampaian informasi masih kurang jelas, maka keandalan perlu ditingkatkan. Responsiveness (Daya Tanggap), berkaitan dengan kecepatan dan kesigapan Customer Service dalam membantu nasabah; jika respon terhadap keluhan lambat, maka daya tanggap harus diperbaiki. Assurance (Jaminan), meliputi sikap profesional, kemampuan, serta kesopanan petugas dalam memberikan rasa aman; jika profesionalisme belum maksimal, aspek ini harus ditingkatkan. Empathy (Empati), yaitu kepedulian dan perhatian petugas terhadap kebutuhan individu nasabah; jika

pelayanan belum personal dan relevan, maka perlu adanya pendekatan lebih baik. Dengan perbaikan menyeluruh pada dimensi tersebut, diharapkan kepuasan nasabah pada PT. Bank SulutGo Cabang Utama dapat terus meningkat.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil temuan dan pembahasan yang telah dilakukan sekaligus sebagai tanggapan terhadap rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. PT. Bank SulutGo Cabang Utama disarankan untuk meningkatkan jumlah petugas Customer Service pada jam-jam sibuk guna mengurangi antrean dan mempercepat proses pelayanan.
2. Perlu dilakukan pelatihan berkala bagi Customer Service terkait keterampilan komunikasi, kesabaran, dan sikap empati agar pelayanan semakin ramah dan profesional.
3. Waktu penyelesaian keluhan nasabah hendaknya dipercepat dengan memperkuat sistem koordinasi internal sehingga permasalahan dapat ditangani secara efektif.
4. Penyampaian informasi oleh Customer Service sebaiknya lebih jelas, akurat, dan mudah dipahami agar tidak menimbulkan kebingungan bagi nasabah.
5. PT. Bank SulutGo Cabang Utama perlu meningkatkan fasilitas fisik ruang pelayanan agar lebih nyaman dan mendukung suasana yang kondusif bagi interaksi antara nasabah dengan Customer Service.

6. Monitoring dan evaluasi terhadap kinerja Customer Service harus dilakukan secara rutin untuk memastikan pelayanan selalu sesuai dengan standar dan harapan nasabah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Awaluddin, H., Setiawan, D., & Ramadhan, F. (2024). Analisis Pengaruh Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Lingkungan Fisik pada UMKM. *Musyteri: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 18(12), 41-50.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (7th ed.). Pearson Education.
- Lupiyoadi, R. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Ponggohong, L., Makapedua, J. T. S, (2021), *Manajemen Pemasaran*, Polimdo Press, Manado, hal. 10.
- Ramadhan, F., Triono, A., & Rachman, T. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Nian Tana Sikka: Jurnal Ekonomi*, 4(1), 17-23.
- Riduwan. (2005). *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2012). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2014). *Manajemen Pemasaran Strategik (Edisi ke-4)*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran (Edisi kedua)*. Yogyakarta: Andi.
- Wirtz, J., & Lovelock, C. H. (2011). *Services marketing: People, technology, strategy (7th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm (7th ed.)*. New York: McGraw-Hill Education.
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm (7th ed.)*. McGraw-Hill Education.
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2003). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm (3rd ed.)*. McGraw-Hill.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Kuesioner Penelitian pertama

#### KUESIONER PENELITIAN PENGARUH KUALITAS PELAYANAN CUSTOMER SERVICE TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT BANK SULUTGO CABANG UTAMA.

#### A. RESPONDEN

1. **JenisKelamin** :  L  P
2. **Pendidikan** :  SLTP  SLTA  D1   
D2  D3  S1  S2
3. **Usia**  : <25 Tahun  36-45 Tahun  
 26-35 Tahun  46-56 Tahun

#### B. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Bapak/ ibu yang terhormat,

Dalam rangka penelitian, saya mohon bantuan bapak/ibu sebagai responden pada dalam penelitian ini dengan judul Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank SulutGo Cabang Utama. Sebelum mengisi blanko kuesioner diharapkan agar bapak/ibu memperhatikan petunjuk pengisian sebagai berikut :

1. Terdapat 2 kelompok kuesioner yaitu tentang (I) Kualitas Pelayanan Customer Service (II) Kepuasan Nasabah.
2. Bapak/ibu dimohon untuk menjawab semua pertanyaan demi memperlancar penelitian, dan diharapkan tidak ada jawaban yang dikosongkan. Berilah tanda (x) pada jawaban yang anda anggap paling tepat.
3. Hasil dari pengisian kuesioner ini semata-mata untuk kepentingan ilmiah dan tidak akan mempengaruhi kondite Bapak/Ibu.

Akhirnya saya ucapkan terimakasih atas bantuan dan kerja samanya.

Peneliti berharap bahwa penelitian ini akan berguna dalam rangka meningkatkan kualitas manajerial.

**A. Kuesioner I Kualitas Pelayanan Customer Service**

Berilah tanda silang (x) pada kolom jawaban yang anda anggap paling tepat. Dengan Alternatif jawabannya yaitu: **SS=Sangat Setuju; S=Setuju**  
**KS= Kurang Setuju; TS=Tidak Setuju; STS=Sangat Tidak Setuju**

1. Customer service cepat dan tanggap dalam melayani saya sebagai nasabah.  
A. Sangat Setuju            B. Setuju            C. Kurang Setuju  
D. Tidak Setuju            E. Sangat Tidak setuju
2. Customer service mampu menangani masalah yang saya hadapi sebagai nasabah.  
A. Sangat Setuju            B. Setuju            C. Kurang Setuju  
D. Tidak Setuju            E. Sangat Tidak setuju
3. Customer service mampu menjelaskan dengan jelas tentang produk dan layanan.  
A. Sangat Setuju            B. Setuju            C. Kurang Setuju  
D. Tidak Setuju            E. Sangat Tidak setuju
4. Customer service mampu menjawab semua pertanyaan saya.  
A. Sangat Setuju    B. Setuju            C. Kurang Setuju  
D. Tidak Setuju            E. Sangat Tidak setuju
5. Customer service memiliki keterampilan dalam menjaga data pribadi saya agar tetap akurat.  
A. Sangat Setuju            B. Setuju            C. Kurang Setuju  
D. Tidak Setuju            E. Sangat Tidak setuju
6. Customer service mampu memberikan solusi yang tepat terhadap masalah saya.  
A. Sangat Setuju            B. Setuju            C. Kurang Setuju  
D. Tidak Setuju            E. Sangat Tidak setuju

7. Saya merasa puas dengan informasi yang diberikan customer service tentang program-program bank.
- A. Sangat Setuju      B. Setuju      C. Kurang Setuju  
D. Tidak Setuju      E. Sangat Tidak setuju
8. Customer service menyosialisasikan informasi akses pelayanan dengan baik kepada saya.
3. Sangat Setuju      B. Setuju      C. Kurang Setuju  
D. Tidak Setuju      E. Sangat Tidak setuju
9. Akses pelayanan di Bank SulutGo memudahkan saya dalam bertransaksi.
- A. Sangat Setuju      B. Setuju      C. Kurang Setuju  
D. Tidak Setuju      E. Sangat Tidak setuju
10. Customer service selalu memberikan respon positif ketika saya menyampaikan keluhan.
- A. Sangat Setuju      B. Setuju      C. Kurang Setuju  
D. Tidak Setuju      E. Sangat Tidak setuju
11. Customer service bersikap sopan dan ramah dalam memberikan pelayanan.
- A. Sangat Setuju      B. Setuju      C. Kurang Setuju  
D. Tidak Setuju      E. Sangat Tidak setuju
12. Customer service menggunakan bahasa yang baik dan mudah dipahami saat menyampaikan informasi.
- A. Sangat Setuju      B. Setuju      C. Kurang Setuju  
D. Tidak Setuju      E. Sangat Tidak setuju
13. Saya merasa puas dengan informasi yang diberikan oleh customer service.
- A. Sangat Setuju      B. Setuju      C. Kurang Setuju  
D. Tidak Setuju      E. Sangat Tidak setuju
14. Customer service bersifat jujur ketika menangani keluhan saya.
- A. Sangat Setuju      B. Setuju      C. Kurang Setuju  
D. Tidak Setuju      E. Sangat Tidak setuju
15. Saya merasa aman dan nyaman saat menunggu pelayanan di Bank

SulutGo.

- A. Sangat Setuju      B. Setuju      C. Kurang Setuju  
D. Tidak Setuju      E. Sangat Tidak setuju

16. Saya merasa aman ketika memberikan berkas-berkas privasi atau dokumen rahasia kepada customer service.  
A. Sangat Setuju      B. Setuju      C. Kurang Setuju  
D. Tidak Setuju      E. Sangat Tidak setuju
17. Saya merasa bebas dari bahaya saat berada di lingkungan Bank SulutGo  
A. Sangat Setuju      B. Setuju      C. Kurang Setuju  
D. Tidak Setuju      E. Sangat Tidak setuju
18. Customer service memahami kebutuhan saya sebagai nasabah dengan baik.  
A. Sangat Setuju      B. Setuju      C. Kurang Setuju  
D. Tidak Setuju      E. Sangat Tidak setuju
19. Customer service memberikan perhatian secara individual kepada saya.  
A. Sangat Setuju      B. Setuju      C. Kurang Setuju  
D. Tidak Setuju      E. Sangat Tidak setuju
20. Customer service peka terhadap keluhan atau masalah informasi yang saya sampaikan.  
A. Sangat Setuju      B. Setuju      C. Kurang Setuju  
D. Tidak Setuju      E. Sangat Tidak setuju
21. Fasilitas yang tersedia di Bank SulutGo memadai untuk kenyamanan saya sebagai nasabah.  
A. Sangat Setuju      B. Setuju      C. Kurang Setuju  
D. Tidak Setuju      E. Sangat Tidak setuju

**B. Kuesioner II Kepuasan Nasabah**

Berilah tanda silang (x) pada kolom jawaban yang anda anggap paling tepat. Dengan Alternatif jawabannya yaitu: **SS=SangatSetuju; S=Setuju; KS= Kurang Setuju; TS=Tidak Setuju; STS=Sangat Tidak Setuju**

1. Layanan yang saya diterima sesuai dengan harapan saya  
nasabah  
A. Sangat Setuju            B. Setuju            C. Kurang Setuju  
D. Tidak Setuju            E. Sangat Tidak setuju
2. Pelayanan customer service memenuhi kebutuhan  
A. Sangat Setuju            B. Setuju            C. Kurang Setuju  
D. Tidak Setuju            E. Sangat Tidak setuju
3. Pelayanan yang saya terima sesuai dengan ekspektasi awal  
A. Sangat Setuju            B. Setuju            C. Kurang Setuju  
D. Tidak Setuju            E. Sangat Tidak setuju
4. Saya puas dengan kualitas produk atau jasa yang diberikan oleh bank  
A. Sangat Setuju            B. Setuju            C. Kurang Setuju  
D. Tidak Setuju            E. Sangat Tidak setuju
5. Produk atau jasa yang saya terima memiliki kualitas yang baik  
A. Sangat Setuju            B. Setuju            C. Kurang Setuju  
D. Tidak Setuju            E. Sangat Tidak setuju
6. Harga produk atau layanan sesuai dengan kualitas  
pelayanan yang saya terima  
A. Sangat Setuju            B. Setuju            C. Kurang Setuju  
D. Tidak Setuju            E. Sangat Tidak setuju
7. Saya merasa harga yang ditawarkan oleh bank wajar dan sesuai  
A. Sangat Setuju            B. Setuju            C. Kurang Setuju  
D. Tidak Setuju            E. Sangat Tidak setuju

8. Saya merasa mudah dalam mengakses layanan yang saya butuhkan  
A. Sangat Setuju            B. Setuju            C. Kurang Setuju  
D. Tidak Setuju            E. Sangat Tidak setuju
9. Proses pelayanan di Bank SulutGo mudah dipahami dan diikuti  
A. Sangat Setuju            B. Setuju            C. Kurang Setuju  
D. Tidak Setuju            E. Sangat Tidak setuju
10. Customer service bersikap ramah dan sopan dalam melayani saya  
A. Sangat Setuju            B. Setuju            C. Kurang Setuju  
D. Tidak Setuju            E. Sangat Tidak setuju
11. Customer service cepat tanggap dalam membantu kebutuhan saya  
A. Sangat Setuju            B. Setuju            C. Kurang Setuju  
D. Tidak Setuju            E. Sangat Tidak setuju
12. Saya merasa aman saat melakukan transaksi di Bank SulutGo  
A. Sangat Setuju            B. Setuju            C. Kurang Setuju  
D. Tidak Setuju            E. Sangat Tidak setuju
13. Lingkungan pelayanan di Bank SulutGo terasa nyaman bagi saya  
A. Sangat Setuju            B. Setuju            C. Kurang Setuju  
D. Tidak Setuju            E. Sangat Tidak setuju
14. Saya merasa senang dengan pelayanan yang diberikan oleh Bank SulutGo  
A. Sangat Setuju            B. Setuju            C. Kurang Setuju  
D. Tidak Setuju            E. Sangat Tidak setuju
15. Saya merasa dihargai ketika berinteraksi dengan customer service.  
A. Sangat Setuju            B. Setuju            C. Kurang Setuju  
D. Tidak Setuju            E. Sangat Tidak setuju
16. Keluhan saya ditangani dengan cepat oleh customer service  
A. Sangat Setuju            B. Setuju            C. Kurang Setuju  
D. Tidak Setuju            E. Sangat Tidak setuju

17. Saya puas dengan cara penyelesaian masalah yang diberikan oleh customer service
- A. Sangat Setuju      B. Setuju      C. Kurang Setuju  
D. Tidak Setuju      E. Sangat Tidak setuju
18. Saya memiliki penilaian positif terhadap Bank SulutGo
- A. Sangat Setuju      B. Setuju      C. Kurang Setuju  
D. Tidak Setuju      E. Sangat Tidak setuju
19. Saya percaya dengan pelayanan yang diberikan oleh Bank SulutGo
- A. Sangat Setuju      B. Setuju      C. Kurang Setuju  
D. Tidak Setuju      E. Sangat Tidak setuju
20. Saya bersedia merekomendasikan layanan Bank SulutGo kepada orang lain
- A. Sangat Setuju      B. Setuju      C. Kurang Setuju  
D. Tidak Setuju      E. Sangat Tidak setuju

Lampiran 2 Skor Kualitas Pelayanan Customer Service

No. Urut	Skor Kualitas Pelayanan Customer Service [21]																					Skor Total
	a1	a2	a3	a4	a5	a6	a7	a8	a9	a10	a11	a12	a13	a14	a15	a16	a17	a18	a19	a20	a21	
1	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	181
2	4	1	2	5	4	5	5	3	1	3	4	3	2	3	4	3	2	1	5	3	3	55
3	4	3	3	5	4	4	5	4	3	5	4	4	3	5	4	5	5	3	4	5	5	87
4	5	2	3	3	5	5	3	4	3	5	5	5	3	5	5	5	4	3	5	5	5	88
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	184
6	5	3	2	5	5	4	5	5	2	5	5	5	2	5	5	5	5	5	4	5	5	98
7	4	1	2	4	4	5	4	2	2	5	5	4	2	5	5	5	4	3	5	4	5	88
8	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	184
9	3	2	2	2	3	4	2	2	1	2	3	3	2	3	3	3	3	1	4	3	3	54
10	4	2	1	5	4	5	5	4	2	4	5	5	1	4	5	4	4	2	5	4	4	79
11	3	1	1	3	3	4	3	1	3	2	3	2	1	2	3	2	3	1	4	2	3	58
12	5	2	2	4	5	5	4	5	2	4	4	5	2	5	4	5	5	2	5	3	5	83
13	5	4	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	4	94
14	3	1	1	2	3	4	2	1	1	2	4	2	1	3	4	3	2	1	4	2	2	48
15	4	3	3	4	4	4	4	4	3	5	5	5	3	5	5	5	4	2	4	4	4	84
16	5	3	3	4	5	4	4	5	3	4	5	4	3	4	5	4	4	3	5	4	4	85
17	5	4	3	5	5	5	5	5	2	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	95
18	2	1	1	3	2	5	3	1	1	1	4	1	1	1	4	1	1	1	5	1	1	41
19	4	2	3	4	4	5	4	5	3	5	4	4	3	4	4	4	4	3	5	4	4	82
20	5	2	3	5	5	4	5	5	3	4	5	5	3	4	5	4	4	3	4	4	4	85
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	185
22	5	3	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	2	5	5	5	94
23	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	188
24	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	5	1	2	3	5	3	2	2	2	2	2	47
25	4	2	1	4	4	5	4	4	2	2	4	2	1	3	4	3	3	2	5	3	3	55
26	5	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	99
27	5	2	2	2	5	3	2	5	1	4	4	4	2	3	4	3	3	2	3	3	4	56
28	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2	4	2	1	2	4	2	2	1	3	2	1	44
29	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	182
30	3	1	2	1	3	4	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	4	3	2	48
31	5	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	99
32	5	2	2	2	5	3	2	5	1	4	4	4	2	3	4	3	3	2	3	3	4	56
33	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2	4	2	1	2	4	2	2	1	3	2	1	44
34	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	182
35	3	1	2	1	3	4	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	4	3	2	48
36	4	2	3	4	4	5	4	4	3	4	5	5	3	4	5	4	3	2	5	4	3	88
<b>TOTAL</b>	<b>158</b>	<b>31</b>	<b>36</b>	<b>138</b>	<b>158</b>	<b>159</b>	<b>138</b>	<b>138</b>	<b>99</b>	<b>148</b>	<b>153</b>	<b>143</b>	<b>96</b>	<b>142</b>	<b>153</b>	<b>142</b>	<b>138</b>	<b>97</b>	<b>153</b>	<b>137</b>	<b>133</b>	<b>2818</b>
<b>Rata-rata</b>	<b>4,17</b>	<b>2,53</b>	<b>2,67</b>	<b>3,83</b>	<b>4,17</b>	<b>4,42</b>	<b>3,83</b>	<b>3,83</b>	<b>2,75</b>	<b>3,83</b>	<b>4,42</b>	<b>3,37</b>	<b>2,67</b>	<b>3,34</b>	<b>4,42</b>	<b>3,34</b>	<b>3,83</b>	<b>2,63</b>	<b>4,42</b>	<b>3,81</b>	<b>3,86</b>	<b>78,86</b>
<b>III. KECIL</b>																						
<b>IV. BESAR</b>																						
<b>PEM</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>20</b>	<b>21</b>	<b>24</b>

Lampiran 3 Skor Kepuasan Nasabah

No. Urut	SKOR Kepuasan Nasabah [7]																				Skor
	q1	q2	q3	q4	q5	q6	q7	q8	q9	q10	q11	q12	q13	q14	q15	q16	q17	q18	q19	q20	
1	5	5	5	5	4	5	5	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	35
2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	5	3	3	4	3	4	53
3	4	4	3	4	3	4	5	2	3	5	2	5	5	4	4	5	4	4	5	4	73
4	5	5	2	5	2	5	4	3	3	4	3	4	4	5	5	4	5	5	4	5	82
5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	98
6	5	5	4	5	4	5	5	3	3	4	3	4	4	5	4	4	5	5	4	5	86
7	5	5	4	5	3	5	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	87
8	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	97
9	4	4	3	4	4	5	5	3	3	5	3	5	5	4	4	5	5	3	5	3	82
10	4	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	5	2	3	5	2	5	58
11	2	3	2	3	1	2	2	1	1	3	1	3	3	3	4	3	2	3	3	3	48
12	5	5	2	5	3	4	4	2	2	4	2	4	4	5	4	5	4	4	4	4	76
13	5	5	4	5	4	5	4	3	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	94
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	97
15	5	5	2	5	3	4	5	2	2	4	2	4	4	5	4	4	4	5	4	5	78
16	5	5	3	5	3	5	4	2	2	3	2	3	3	5	4	3	5	5	3	5	75
17	5	5	4	5	4	5	5	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	94
18	5	5	1	5	2	5	4	2	2	5	2	5	5	5	5	5	5	4	5	4	84
19	4	4	2	4	2	5	5	3	2	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	76
20	5	5	3	5	3	4	5	3	3	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	5	82
21	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	99
22	5	5	4	5	4	4	5	4	3	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	92
23	5	5	4	5	4	5	5	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	94
24	3	2	2	2	3	2	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	45
25	2	3	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	5	2	2	4	2	4	49
26	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	95
27	3	3	3	3	2	4	4	3	2	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	68
28	2	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	3	2	2	4	2	49
29	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	99
30	3	2	2	2	2	2	3	1	1	2	1	2	2	2	4	2	2	2	2	2	44
31	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	95
32	3	3	3	3	2	4	4	3	2	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	68
33	2	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	3	2	2	4	2	4	59
34	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	99
35	3	2	2	2	2	2	3	1	1	2	1	2	2	2	4	2	2	2	2	2	44
36	4	3	2	3	3	3	3	1	1	3	1	3	3	3	5	3	3	5	3	5	68
<b>Total</b>	151	148	113	148	111	146	145	104	93	142	104	142	142	148	153	142	146	153	142	153	2744
<b>Rata-rata</b>	4,13	4,11	3,14	4,11	3,08	4,06	4,03	2,83	2,58	3,34	2,83	3,34	3,34	4,11	4,42	3,34	4,06	4,42	3,34	4,42	76,22
<b>Min. - Maksimal</b>																					
<b>PEM</b>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	15

**Lampiran 4 Total Skor Kualitas Pelayanan Customer Service (X) dan Kepuasan Nasabah (Y)**

NO	ANALISA TOTAL SKOR X1 :	HASIL	KETERANGAN				
1	SKOR TERTINGGI	5					
2	JUMLAH PERTANYAAN	21					
3	JUMLAH RESPONDEN	36					
4	TOTAL SKOR <i>JWB TERTINGGI (5)</i>	<b>3780</b>	<i>TTL SKOR TERTINGGI = 5 X 21 X 36 = 3780</i>				
5	TOTAL SKOR JAWABAN	<b>2810</b>					
6	TOTAL SKOR PROSENTASE	<b>74,34</b>					
7	QUARTIL (EMPAT BBN.YG SAMA)	<b>945</b>					
8	GARIS QUARTIL PEMBAHASAN	4	Q0	Q1	Q2	Q3	Q4
			0	945	1890	2835	3780

NO	ANALISA TOTAL SKOR Y	HASIL	KETERANGAN				
1	SKOR TERTINGGI	5					
2	JUMLAH PERTANYAAN	20					
3	JUMLAH RESPONDEN	36					
4	TOTAL SKOR <i>JWB TERTINGGI (5)</i>	<b>3600</b>	<i>TTL SKOR TERTINGGI = 5 X 20 X 36 = 3600</i>				
5	TOTAL SKOR JAWABAN	<b>2744</b>					
6	TOTAL SKOR PROSENTASE	<b>76,22</b>					
7	QUARTIL (EMPAT BBN.YG SAMA)	<b>900</b>					
8	GARIS QUARTIL PEMBAHASAN	4	Q0	Q1	Q2	Q3	Q4
			0	900	1800	2700	3600



