

**ANALISIS KESENJANGAN PERSEPSI MANAJEMEN DENGAN  
HARAPAN KONSUMEN ATAS KUALITAS PELAYANAN PADA BANK  
NAGARI CABANG PASAR RAYA PADANG**

**TUGAS AKHIR**

*Diajukan Kepada Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Manajemen Perdagangan (DIII)*

*Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya*



Oleh

**PUTRI KHAIRANI  
NIM.1109294**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERDAGANGAN  
PROGRAM DIPLOMA III FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

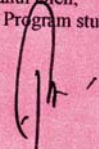
**PERSETUJUAN TUGAS AKHIR**

**ANALISIS KESENJANGAN PERSEPSI MANAJEMEN DENGAN  
HARAPAN KONSUMEN ATAS KUALITAS PELAYANAN PADA BANK  
NAGARI CABANG PASAR RAYA PADANG**

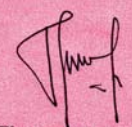
Nama : Putri Khairani  
Nim / BP : 1109294/2011  
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)  
Fakultas : Ekonomi

Padang, Juli 2014

Diketahui Oleh,  
Ketua Program studi Diploma III

  
**Perengki Susanto, SE, M.Sc**  
NIP. 19810404 200501 1 002

Disetujui Oleh,  
Pembimbing

  
**Firman, SE, M.Sc**  
NIP. 19800206 200312 1 004

**PENGESAHAN TUGAS AKHIR**



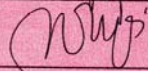
**ANALISIS KESENJANGAN PERSEPSI MANAJEMEN DENGAN HARAPAN  
KONSUMEN ATAS KUALITAS PELAYANAN PADA BANK NAGARI CABANG  
PASAR RAYA PADANG**

**Nama** : Putri Khairani  
**NIM / BP** : 1109294 / 2011  
**Program Studi** : Manajemen Perdagangan (DIII)  
**Fakultas** : Ekonomi

**Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir Program  
Studi Manajemen Perdagangan (DIII) Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Padang**

**Padang, Juli 2014**

**Tim Penguji**

<b>Nama</b>		<b>Tanda Tangan</b>
1. Firman, SE, M.Sc	(Ketua)	
2. Vidyarani Dwita, SE, MM	(Anggota)	
3. Whyosi Septrizola, SE	(Anggota)	

## SURAT PERNYATAAN

Nama : Putri Khairani  
NIM/BP : 1109294/2011  
Tempat/Tgl. Lahir : Padang, 16 Desember 1993  
Program : Diploma III  
Keahlian : Kewirausahaan  
Fakultas : Ekonomi  
Alamat : Jl. M. Yunus No.35 RT: II RW: IV Kecamatan kurANJI  
Kelurahan Anduring Padang  
No. Hp/Telp : 082386388596  
Judul Tugas Akhir : Analisis Kesenjangan Persepsi Manajemen  
denganHarapan Konsumen atas Kualitas Pelayanan pada  
Bank Nagari Cabang Pasar Raya Padang

Dengan ini menyatakan :

1. Tugas akhir saya ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (Diploma), baik di UNP maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Tugas akhir ini murni gagasan, rumusan, dan pemikiran saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
3. Dalam Tugas akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan kecuali saya eksplisit dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan cara menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Tugas akhir ini **Sah** apabila telah ditanda tangani **Asli** oleh Tim Pembimbing, Tim Penguji dan Ketua Program Studi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima **Sanksi Akademik** berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena karya tulis/skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Padang, Juli 2014  
Yang menyatakan,

Putri Khairani  
NIM. 1109294

## ABSTRAK

**Putri Khairani/1109294 : Analisis Kesenjangan Persepsi Manajemen dengan Harapan Konsumen atas Kualitas Pelayanan pada Bank Nagari Cabang Pasar Raya Padang**

**Pembimbing : Firman, SE, M.Sc**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui apakah ada kesenjangan antara persepsi manajemen dengan harapan konsumen di Bank Nagari Cabang Pasar Raya Padang.

Penelitian menggunakan teori *Gap* kualitas jasa dan penilaian kualitas jasa, dengan pengukuran indikator *tangible, reliability, responsiveness, empathy dan assurance*. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner, dengan 30 sampel nasabah dan 6 sampel pihak manajemen yaitu pemimpin seksi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada Bank Nagari Cabang Pasar Raya Padang: 1) Telah terjadi kesenjangan pada dimensi bukti fisik (*tangible*). 2) Telah terjadi kesenjangan pada dimensi kehandalan (*reliability*). 3) Telah terjadi kesenjangan pada dimensi ketanggapan (*responsiveness*). 4) Telah terjadi kesenjangan pada dimensi jaminan (*assurance*). 5) Telah terjadi kesenjangan pada dimensi empati (*emphaty*).

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil'alamiin. Atas rahmat, taufik, dan hidayah Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul "Analisis Kesenjangan Persepsi Manajemen dengan Harapan Konsumen atas Kualitas Pelayanan pada Bank Nagari Cabang Pasar Raya Padang". Tugas Akhir ini disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan perkuliahan dan memperoleh gelar Ahli Madya (DIII) pada jurusan Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Dalam penulisan tugas akhir ini, penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini tidak mungkin terselesaikan tanpa motivasi, dukungan, bimbingan, bantuan, serta do'a yang telah banyak diberikan dari berbagai pihak selama penyusunan Tugas Akhir ini. Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah menganugerahkan kepada penulis kemampuan berfikir sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.
2. Terima Kasih kepada yang tercinta Mama, Papa, Kakek, Nenek, Engkong Jalil dan semua keluarga atas do'a, motivasi, semangat, perhatian, kasih sayang dan semua pengorbanannya yang tidak terhingga dan tidak dapat digantikan oleh siapapun dan apapun selamanya.
3. Bapak Prof. Dr. Yunia Wardi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
4. Bapak Perengki Susanto, SE, M.Sc selaku Ketua Prodi Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
5. Bapak Firman, SE, M.Sc sebagai pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, semangat, kepercayaan kepada penulis untuk mencapai yang terbaik.
6. Ibu Vidyarini Dwita, SE, MM sebagai penguji I dan Ibu Whyosi Septrizola, SE sebagai penguji II yang telah memberikan arahan kepada penulis untuk mencapai yang terbaik.
7. Kepada seluruh pemimpin seksi sebagai narasumber dalam penelitian penulis dan seluruh karyawan Bank Nagari Cabang Pasar Raya Padang yang telah membantu penulis dalam penelitian, sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
8. Kepada seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi angket penelitian ini, terimakasih atas kerjasamanya.
9. Kepada yang selalu setia mendampingi, memberikan semangat dan selalu berusaha memberikan yang terbaik untuk perjalanan hidup penulis sampai saat ini.
10. Kepada teman-temanku terimakasih sudah menjadi bagian yang dapat saling melengkapi dalam keragaman perbedaan sehingga membuat kita bisa saling mewarnai dari dulu hingga saat ini.
11. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang diberikan.

Penulis menyadari dalam penulisan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, untuk itu segala kritik dan saran yang bermanfaat sangat penulis harapkan. Semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi kita semua

Padang, Juli 2014

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	8
A. Pengertian Bank .....	8
B. Ruang Lingkup Bank .....	9
C. Pengertian Jasa/Pelayanan ( <i>Service</i> ) .....	15
D. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	16
E. Langkah-Langkah Pelayanan .....	16
F. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perbedaan Tingkat Harapan Pelanggan .....	16
G. Kesenjangan ( <i>Gap</i> ) Kualitas Layanan .....	18
H. Upaya Menghilangkan Kesenjangan ( <i>Gap</i> ).....	22
I. Faktor-Faktor Dalam Memberikan Pelayanan .....	25
J. Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	27
K. Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan .....	28

<b>BAB III PENDEKATAN PENELITIAN</b> .....	31
A. Bentuk Penelitian Tugas Akhir .....	31
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	31
C. Rancangan Penelitian .....	32
D. Tahap Penelitian.....	35
E. Definisi Operasional Variabel.....	37
F. Teknik Analisis .....	39
<b>BAB IV PEMBAHASAN</b> .....	41
A. Profil Perusahaan .....	41
1. Sejarah Singkat PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat.....	41
2. Visi dan Misi Perusahaan .....	43
3. Falsafah dan Motto Bank.....	44
4. Nilai-Nilai Bank dan Kode Etik .....	45
5. Budaya Perusahaan.....	47
6. Stuktur Organisasi .....	48
B. Pembahasan.....	51
1. Deskripsi Karakteristik Narasumber .....	51
2. Deskripsi Karakteristik Responden .....	53
3. Hasil Pengolahan Data .....	55
4. Perhitungan Nilai SERVQUAL .....	58
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	61
A. Kesimpulan .....	61
B. Saran .....	61

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Dimensi Kualitas Layanan Perusahaan Perbankan.....	26
2. Karakteristik Narasumber Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, dan Pekerjaan.....	53
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	53
4. Karakteristik Narasumber Berdasarkan Usia .....	54
5. Karakteristik Narasumber Berdasarkan Pekerjaan .....	55
6. Nilai Rata-Rata Persepsi Manajemen .....	55
7. Nilai Rata-Rata Harapan Konsumen.....	57
8. Perhitungan Nilai <i>Gap</i> Berdasarkan Dimensi SERVQUAL.....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kinerja Kegiatan Bank sebagai Lembaga Keuangan.....	15
2. Model Kualitas Jasa .....	20
3. Tahap Penelitian.....	36
4. Stuktur Organisasi Bank Pembangunan Daerah Secara Keseluruhan	49

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner Penelitian Mengenai Harapan Konsumen	
2. Kuesioner Penelitian Persepsi Manajemen	
3. Data Hasil Kuesioner Penelitian Mengenai Harapan Konsumen	
4. Data Hasil Kuesioner Penelitian Mengenai Persepsi Manajemen	
5. Perhitungan Nilai Gap Berdasarkan DimensiSERVQUAL	
6. Surat Penelitian	
7. Surat Persetujuan Pengambilan Data	
8. Daftar Riwayat Hidup	



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, memuaskan nasabahnya adalah hal pokok yang tidak boleh diabaikan. Dimana kepuasan nasabah merupakan aspek strategis dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan citra perusahaan di masyarakat yang luas, sehingga pelayanan yang bermutu bagi nasabah merupakan hal penting. Dengan adanya perbankan yang telah memasuki persaingan berskala global, merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi dan ditangani oleh bank untuk dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pemberdayaan ekonomi.

Dengan adanya persaingan bisnis, perusahaan juga bisa mengevaluasi sejauh mana kualitas produk yang diciptakan, apakah mampu bersaing dengan produk perusahaan lain. Selain itu perusahaan juga bisa menilai kelebihan produk pesaing, sehingga perusahaan dapat merencanakan inovasi produk yang lebih baik dari produk pesaing. Jangan anggap persaingan bisnis sebagai beban, karena hanya akan melemahkan mental dari perusahaan itu sendiri. Sehingga tak jarang sebuah bisnis bisa hancur karena pemiliknya hanya meratapi persaingan yang semakin ketat, tanpa memikirkan inovasi baru untuk menghadapinya.

Dalam rangka mendorong pertumbuhan ekonomi nasional dan mendukung perkembangan usaha yang bersifat dinamis, diperlukan perbankan nasional yang tangguh, sehat, kuat, produktif dan memiliki daya saing agar mampu melayani masyarakat. Sehingga bisnis perbankan dapat menyentuh semua kalangan

masyarakat yang pada akhirnya dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat terutama masyarakat yang berhubungan langsung dengan bank.

Untuk menghadapi persaingan bisnis tersebut perusahaan perbankan sangat menekankan pentingnya memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabahnya serta berusaha memenuhi apa yang diharapkan nasabah dengan cara memuaskan nasabahnya. Sehingga perhatian bank tidak hanya terbatas pada produk barang dan jasa yang dihasilkan saja, tetapi juga harus memenuhi apa yang sebenarnya yang diinginkan nasabah.

Sebagai langkah awal dari upaya memenuhi harapan nasabah, maka hal yang harus diperhatikan dan tidak dapat dipisahkan adalah ketersediaan informasi yang menyangkut harapan nasabah terhadap layanan yang ditawarkan oleh pihak bank. Untuk itulah maka perlu dianalisis sejauh mana nasabah merasa puas dengan pelayanan yang telah dipersepsikan oleh pihak bank dan telah nasabah terima.

Bank merupakan salah satu perusahaan yang sangat berfokus pada pelayanan. Hal ini disebabkan karena produk yang dihasilkan sebuah bank adalah berupa jasa dan bukan berbentuk barang. Dengan demikian, pelayanan yang diberikan sebuah bank kepada nasabah sangat tergantung pada fasilitas pelayanan yang ditunjukkan. Oleh karena itu, setiap bank yang ada akan bersaing untuk meningkatkan kualitas dan fasilitas pelayanan kepada para nasabah. Dengan demikian, kepuasan nasabah bank sangat rentan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan bank tersebut.

Untuk itu, sangat pentingnya oleh bank untuk mengetahui apa sesungguhnya yang diinginkan nasabah dan dipihak lain mungkin saja kualitas pelayanan yang diberikan sudah dirasakan baik oleh bank, tetapi karena tingkat harapan nasabah semakin tinggi, sehingga nasabah merasa bahwa pelayanan yang diberikan tidak sesuai bahkan jauh di bawah harapannya. Hal seperti ini dapat menimbulkan kekecewaan nasabah, akhirnya nasabah dapat pindah ke bank lain yang pelayanannya jauh lebih baik.

Bank Nagari Cabang Pasar Raya Padang merupakan perusahaan perbankan yang menyediakan jasa keuangan terus berupaya mengadakan peningkatan secara berkesinambungan khususnya dalam hal mutu serta pelayanan prima sesuai yang diharapkan nasabah. Hal ini dilakukan agar para nasabah mendapatkan kepuasan dan tidak pindah ke bank lain. Sebagai bank yang telah cukup lama dikenal oleh masyarakat luas, tentu Bank Nagari telah memenuhi standar pelayanan yang diimplementasikan secara seragam di seluruh jaringan kantornya.

Seiring dengan semakin tingginya minat nasabah untuk memiliki tabungan dan deposito, maka Bank Nagari telah siap menghadapi segala kemungkinan yang sekiranya akan menyebabkan kegagalan pengiriman jasa. Menurut Kotler & Keller (2009: 52) model ini mengidentifikasi kesenjangan yang menyebabkan kegagalan pengiriman jasa yaitu *Gap 1* adalah kesenjangan antara persepsi manajemen dan harapan konsumen. Manajemen tidak selalu mempunyai anggapan yang benar tentang apa yang diinginkan pelanggan dan Menurut Kotler dan Keller (2009: 52) “SERVQUAL (*Service Quality*) digunakan untuk mengukur

persepsi pengunjung atas kualitas layanan yang meliputi lima dimensi yaitu: *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*. Sebagai contoh ada beberapa gambaran masalah yang terjadi pada perusahaan perbankan:

1. *Tangibles* (Bukti Fisik)

Pada awal bulan biasanya nasabah pada kredit cicilan uang sangat banyak, sehingga tidak tersedia tempat duduk yang cukup. Dalam satu ruangan pada Bank Nagari Cabang Pasar Raya Padang pada bagian depan terdiri dari bagian teller, customer service dan kredit cicilan uang dan pada saat itu terjadi penumpukan nasabah dan kurangnya tempat duduk karena semua nasabah duduk diruangan yang sama karena tidak disediakan tempat duduk yang berbeda.

2. *Reliability* (Kehandalan)

Jika salah satu program pada komputer karyawan bagian customer service tidak bisa diakses, misalnya lamanya proses menginput data. Sehingga layanan tidak bisa diselesaikan pada tepat waktu.

3. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Ketika jaringan terganggu sebagian nasabah harus menunggu karena transaksi tidak bisa berjalan dengan cepat untuk melakukan penarikan, transfer pada bagian transaksi langsung maupun atm.

4. *Assurance* (Jaminan)

Pada saat bertransaksi nasabah ingin merasa aman dan nyaman, karena lokasi Bank Nagari Cabang Pasar Raya Padang terletak dipasar yang kawasannya kurang aman. Maka, seharusnya satpam dan polisi lebih memperhatikan

nasabah dan melakukan penjagaan dengan ketat demi keamanan dan kenyamanan nasabah, tidak hanya dikhususkan untuk nasabah yang melakukan penarikan dalam jumlah yang banyak.

#### 5. *Empathy* (Empati)

Pada saat nasabah bertransaksi khususnya nasabah yang loyal seharusnya karyawan mengetahui apa yang diinginkan nasabah dan menjalin kedekatan dengan nasabah, seperti dengan mengetahui nama nasabah dan menyapa dengan tulus. Kondisi seperti ini akan membuat nasabah merasa bahwa karyawan memberikan perhatian dengan tulus dan mengetahui kebutuhan nasabah.

Dari beberapa masalah tersebut, pelanggan biasanya akan membentuk harapan jasa dari banyak sumber, seperti pengalaman masa lalu, berita dari mulut ke mulut, dan dari iklan. Jika jasa yang dipersepsikan manajemen berada dibawah jasa yang diharapkan nasabah, maka nasabah kecewa dan sebaliknya Jika jasa yang dipersepsikan manajemen berada di atas jasa yang diharapkan nasabah, maka nasabah puas dengan pelayanan yang mereka terima. Perusahaan yang berhasil menambahkan manfaat pada penawaran mereka sehingga pelanggan tidak hanya puas tetapi terkejut dan sangat puas.

Adapun arti pentingnya mengetahui ada atau tidaknya kesenjangan (*gap*) bagi Bank Nagari Cabang Pasar Raya Padang adalah supaya meningkatkan kualitas pelayanan dan para nasabah tidak berpindah ataupun berpaling kepada pesaing sejenis lainnya. Selain itu, dampak bagi kedua belah pihak sangat berguna karena pihak manajemen telah mengetahui bagaimana harapan konsumen dan

pihak konsumen telah mengetahui persepsi manajemen atas kualitas pelayanan yang diberikan. Untuk itu penulis terdorong untuk mengkaji dan mengambil judul tentang, **“Analisis Kesenjangan Persepsi Manajemen Dengan Harapan Konsumen Atas Kualitas Pelayanan Pada Bank Nagari Cabang Pasar Raya Padang.”**

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis dapat merumuskan masalahnya sebagai berikut: Apakah adakesenjangan (*gap*) antara kualitas pelayanan yang dipersepsikan manajemen dengan kualitas pelayanan yang diharapkan oleh nasabah Bank Nagari Cabang Pasar Raya Padang?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang diwujudkan dalam Tugas Akhir ini adalah untuk mengetahui apakah adakesenjangan (*gap*) antara kualitas pelayanan yang dipersepsikan manajemen dengan kualitas pelayanan yang diharapkan oleh nasabah Bank Nagari Cabang Pasar Raya Padang.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penulis berharap agar penulisan Tugas Akhir ini dapat memberikan kontribusi atau manfaat ke berbagai pihak, antara lain:

1. Bagi Penulis
  - a. Sebagai persyaratan menyelesaikan pendidikan jenjang Diploma III di Universitas Negeri Padang
  - b. Menambah wawasan dan pengetahuan.
2. Bagi Bank Nagari Cabang Pasar Raya Padang
  - a. Memberikan gambaran tentang harapan nasabah atas kualitas pelayanan yang diberikan.
  - b. Sebagai bahan masukan bagi Bank Nagari Cabang Pasar Raya Padang untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar jasa yang diterima nasabah sesuai dengan harapan nasabah demi terciptanya perbankan yang berkualitas.
3. Bagi Pembaca
  - a. Memberikan informasi dan pengetahuan lebih lanjut.
  - b. Penelitian ini diharapkan juga berguna bagi pihak-pihak yang memerlukan informasi yang berkaitan masalah yang dibahas.
  - c. Sebagai wadah saluran harapan nasabah akan kualitas pelayanan dan memberikan informasi kepada nasabah tentang persepsi manajemen diBank Nagari Cabang Pasar Raya Padang



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan dari hasil dan pembahasan penulis dalam penelitian yang dilaksanakan pada Bank Nagari Cabang Pasar Raya Padang, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Telah terjadi kesenjangan pada dimensi bukti fisik (*tangible*).
2. Telah terjadi kesenjangan pada dimensi kehandalan (*reliability*).
3. Telah terjadi kesenjangan pada dimensi ketanggapan (*responsiveness*).
4. Telah terjadi kesenjangan pada dimensi jaminan (*assurance*).
5. Telah terjadi kesenjangan pada dimensi empati (*emphaty*).

Dari lima dimensi di atas disimpulkan bahwa dimensi yang memperoleh nilai gap terendah adalah dimensi kehandalan (*reliability*) dan dimensi empati (*emphaty*) dan itu berarti kedua dimensi ini perlu ditingkatkan.

#### **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dan olah data yang dilakukan, untuk pernyataan kategori memperoleh gap terendah adalah:

1. Kehandalan (*reliability*)

yaitu jika berjanji bank seharusnya menepati tepat waktu.

2. Empati (*emphaty*)

Yaitu bank seharusnya memiliki jam operasional sesuai kebutuhan konsumen.

Untuk memperbaiki dua kualitas pelayanan tersebut tentu harus adanya kesepakatan manajemen dan kerja sama dari karyawan untuk memperbaiki kualitas pelayanan yang dirasa sangat penting oleh nasabah. Untuk itu, pada kualitas pelayanan jika berjanji bank seharusnya menepati tepat waktu perlu diperbaiki dengan cara mengatur kedisiplinan karyawan dan mengatur jam kerja agar semua pekerjaan dapat diselesaikan pada tepat waktu. Kemudian untuk kualitas pelayanan bank seharusnya memiliki jam operasional sesuai kebutuhan konsumen, mungkin pihak manajemen bisa lebih melengkapi layanan E-Banking (elektronik banking) untuk mempermudah nasabah dimanapun dan kapanpun nasabah berada.

E-Banking (elektronik banking) adalah jasa atau produk bank secara langsung kepada nasabah melalui elektronik, saluran elektronik interaktif. E-Banking meliputi sistem yang memungkinkan nasabah bank, baik individu ataupun bisnis, untuk mengakses rekening, transfer uang, cek saldo, informasi tagihan, melakukan transaksi bisnis, atau mendapatkan informasi produk dan jasa bank melalui jaringan pribadi atau publik, termasuk internet. Saluran E-Banking, yaitu:

- a. *Internet Banking*
- b. *SMS/m-Banking*
- c. *Phone Banking*
- d. *ATM (Automated Teller Machine)* atau Anjungan Tunai Mandiri
- e. *Mobil Banking*

Layanan ini berguna bagi nasabah untuk mempermudah transaksi, namun Bank Nagari belum sepenuhnya menyediakan layanan ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andi, Lesmana. 2005. *Analisis Kepuasan Nasabah terhadap pelayanan bank mandiri (Persero) Tbk di bagian retail dan consumer risk group*. Depok: Magister Manajemen. Universitas Gunadarma.
- Buchari, Alma. 2005. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV.Alfabeta.
- Corporate plan.2012.*Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat*. Padang.
- Dewi, Yanti Sudirman. 2011. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan nasabah Produk Tabungan britama pada PT. BRI (persero) Tbk Cabang A. Yani Makassar*.
- Haryo, Santoso. 1995. *Meningkatkan Kualitas Layanan Industri Jasa melalui pendekatan Integrasi Metoda Servqual-Six Sigma atau Servqual-qfd*.
- <http://id.shvoong.com/social-sciences/economics/2236310-konsegapkesenjangan-kepuasan-konsumen/#ixzz2xoan7dTd>
- I, Made Suska. 2013. *Analisis Kualitas pelayanan pas Bandara Internasional Ngurah Rai dengan menggunakan model servqual*.
- Nur, Indriantoro dan Bambang Supomo. *Metodologi Penelitian*. 2002. Jakarta: Erlangga.
- Kasmir. 2012.*Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo persada.
- Kotler, Philip dan Kevin lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13.Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, Christoper, dkk. 2010. *Pemasaran jasa*. Edisi 7. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, Christoper, dkk. 2010. *Pemasaran jasa*. Edisi 7. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Mirwan, Akib. 2013. *Analisis Kesenjangan Kualitas Pelayanan dari Sudut Pandang Pemberi dan Penerima Jasa di Instalasi rawat Inap Rumah Sakit Umum Daerah Dok II Jayapura-Papua*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis.
- Nusya'Bani, Purnama.2006. *Manajemen Kualitas*. Edisi 1. Yogyakarta: Ekonisia.