

**TINJAUAN DIMENSI KUALITAS LAYANAN PADA CUSTOMER
SERVICE BANK NEGARA INDONESIA CABANG AIR TAWAR
PADANG**

TUGAS AKHIR

*Diajukan Kepada Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Diploma III
Manajemen Perdagangan Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Ahli Madya*



Oleh

AINATUL NURUL AZZURA
NIM. 20134003

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PERDAGANGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2024**

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

TINJAUAN DIMENSI KUALITAS PELAYANAN PADA *CUSTOMER*
SERVICE BANK INDONESIA CABANG AIR TAWAR PADANG

Nama : Ainatul Nurul Azzura
Nim : 20134003
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Padang, November 2024.

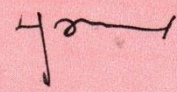
Diketahui Oleh:

Koordinator Prodi DIII
Manajemen Perdagangan

Disetujui Oleh:

Pembimbing Tugas Akhir


Yuki Fitria, SE, MM.
NIP. 19820722201012200


Abel Tasman, SE, MM.
NIP. 19810711201012003

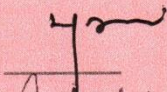
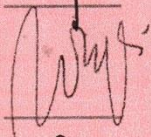
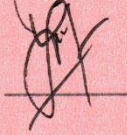
PENGESAHAN TUGAS AKHIR

TINJAUAN DIMENSI KUALITAS PELAYANAN PADA *CUSTOMER SERVICE* BANK INDONESIA CABANG AIR TAWAR PADANG

Nama : Ainatul Nurul Azzura
Nim : 20134003
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir Prodi
Manajemen Perdagangan (DIII) Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Negeri Padang

Padang, November 2024

Nama Penguji	Tim Penguji	Tanda Tangan
1. Abel Tasman, SE, MM.	(Ketua)	
2. Whyosi Septrizola, SE, MM.	(Anggota 1)	
3. Yuki Fitria, SE, MM.	(Anggota 2)	

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ainatul Nurul Azzura
Nim/Bp : 20134003/20
Tempat/Tgl Lahir : Pekanbaru/02 November 2000
Departemen : Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Alamat : Jl.Tan Malaka Sungai Rimbang
No. Hp : 085135849013
Judul TA : Tinjauan Dimensi Kualitas Pelayanan Pada *Customer Service Bank Negara Indonesia Cabang Air Tawar Padang.*

Dengan ini menyatakan bahwa :

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

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 karya tulis/TA ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Padang, Desember 2024

nyatakan,

Ainatul Nurul Azzura
NIM. 20134003

ABSTRAK

Ainatul Nurul Azzura : Tinjauan Dimensi Kualitas Layanan pada *Customer Service* Bank Negara Indonesia Cabang Air Tawar Padang.
NIM. 20134003
Pembimbing : Abel Tasman, SE., MM.

Tujuan penelitian ini adalah: Untuk mengetahui bagaimana kualitas layanan *customer service* di Bank Negara Indonesia Cabang Air Tawar Padang, dengan menggunakan dimensi-dimensi kualitas layanan, seperti: keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, dengan memperoleh data langsung melalui penyebaran kuisioner. Data yang diperoleh sebanyak 110 orang responden pada nasabah Bank Negara Indonesia Cabang Air Tawar Padang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Kualitas pelayanan pada dimensi keandalan, jaminan, dan bukti fisik sudah baik. Sedangkan dimensi daya tanggap dan empati termasuk kategori cukup baik.

Kata kunci: Dimensi Kualitas Layanan.

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan Karunia-Nya kepada penulis berupa kesehatan dan kesempatan sehingga penulis dapat mengadakan penelitian dan menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Selanjutnya shalawat dan salam penulis hadiahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umatnya dari alam kegelapan sampai kepada alam terang benderang, berilmu pengetahuan yang kita nikmati saat sekarang ini.

Tugas Akhir yang berjudul “**Tinjauan Kualitas Layanan Pada Customer Service Bank Negara Indonesia Cabang Air Tawar Padang**” ini diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) pada program Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.

Tugas akhir ini dapat penulis selesaikan dengan baik tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, baik itu bantuan secara moril maupun secara materil. Untuk itu, pada kesempatan yang tersedia ini penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak diantaranya:

1. Bapak Prof. Perengki Susanto, SE, M.Sc, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
2. Ibu Yuki Fitria, SE, MM selaku Ketua Prodi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang
3. Bapak Abel Tasman, SE.MM. selaku Dosen Pembimbing Akademik sekaligus menjadi Dosen Pembimbing Tugas Akhir penulis, yang

telah membimbing dan menasehati dan memberi arahan dengan sangat baik selama penulis menjalankan proses penyelesaian tugas akhir

4. Ibu Whyosi Septrizola, SE,MM. yang telah memberikan bimbingan dan masukan yang sangat bermanfaat dalam pembuatan tugas akhir ini.
5. Orang tua tercinta yaitu Papa, Noviandi dan Mama, Betty Herlinda untuk segala doa, dukungan dan perjuangan yang telah dilakukan mulai awal kuliah hingga tugas akhir ini selesai. Terimakasih juga kepada Mami Lola dan Mami Tati yang selalu ada untuk penulis
6. Terimakasih untuk abangku Gilang Gema Ramadhan,Yoga saputra serta adikku Laras Naila Izzati, yang selalu memberikan support untuk penulis.
7. Untuk sahabatku Anindya Radita Maiziyah, SE, Annisa Syarif, dan Silvie Agnesia, SH, yang selalu mendengarkan masalah penulis dan memberi saran dan solusi tiada henti, I love you all.
8. Untuk Muhammad Taufik Al Khaliq A.Md, terima kasih telah hadir sebagai teman, sahabat sekaligus penyemangat dalam perjalanan penulis. Segala bentuk dukungan, baik berupa tenaga, waktu nasehat, maupun perhatian sehingga penulis terus melangkah maju dan tidak menyerah. Love you
9. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang. Mampu mengendalikan diri dari

berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan tugas akhir ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, Nurul you did it.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini tidak luput dari tantangan dan hambatan yang penulis temukan, namun berkat dorongan, bimbingan dari semua pihak diatas penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Untuk itu, penulis berharap semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi semua pihak, khususnya penulis pribadi sebagai pedoman untuk meningkatkan wawasan.

Padang, 20 Februari 2024

Ainatul Nurul Azzura

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Pemasaran dan Pemasaran Jasa	10
B. <i>Service Quality</i>	12
1. Pengertian <i>Service Quality</i>	12
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Dimensi Kualitas Pelayanan	13
3. Indikator Dimensi Kualitas Pelayanan	15
BAB III PENDEKATAN PENELITIAN	20
A. Bentuk Penelitian	20
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	20
C. Rancangan Penelitian	20
D. Teknik Pengumpulan Data	24
E. Instrumen Penelitian	25
F. Teknik Analisis Data	26
BAB IV PENDEKATAN PENELITIAN	29
A. Profil Perusahaan	29
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan	41
BAB V PENUTUP	50
A. Simpulan	50
B. Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	56

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Pengukuran Skala Likert	26
Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 3. Uji Validitas	42
Tabel 4. Reliability Statistics	43
Tabel 5. Hasil Pengolahan Data	44
Tabel 6. Distribusi Frekuensi Indikator Reliability (Keandalan) <i>Customer Service</i> Bank Negara Indonesia Cabang Air Tawar	45
Tabel 7. Distribusi Frekuensi Indikator <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) <i>Customer Service</i> Bank Negara Indonesia Cabang Air Tawar	45
Tabel 8. Distribusi Frekuensi Indikator Assurance (Jaminan) <i>Customer Service</i> Bank Negara Indonesia Cabang Air Tawar	46
Tabel 9. Distribusi Frekuensi Indikator empati (Empathy) <i>Customer Service</i> Bank Negara Indonesia Cabang Air Tawar	46
Tabel 10. Distribusi Frekuensi Indikator wujud (Tangible) <i>Customer Service</i> Bank Negara Indonesia Cabang Air Tawar	47
Tabel 11. Rangkuman Hasil Penelitian	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Penelitian	56
Lampiran 2. Uji Validitas Pengolahan Data dengan SPSS	57
Lampiran 3. Tabulasi Data	61

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan bank di Indonesia semakin ketat seiring dengan perkembangan teknologi dan meningkatnya tuntutan nasabah akan layanan yang cepat dan mudah. Bank-bank konvensional juga berupaya mengadopsi inovasi digital untuk mempertahankan daya saing, seperti pengembangan *mobile banking*, kolaborasi dengan *fintech* serta menawarkan produk keuangan yang lebih fleksibel. Selain itu, persaingan dalam suku bunga kredit dan simpanan semakin intens, memaksa bank-bank untuk terus meningkatkan efisiensi operasional dan memperbaiki kualitas layanan demi mempertahankan loyalitas nasabah.

Menurut Undang-undang Nomor 14 Tahun 1967 tentang Pokok-Pokok Perbankan dalam Pramita (2015), “Bank merupakan lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa dalam lalu lintas pembayaran dan dalam peredaran uang.” Pelayanan jasa memiliki peran yang tak terelakkan dalam ranah industri perbankan. Saat melihat dasar-dasar operasional suatu bank, elemen penting yang menjadi fondasinya adalah kepercayaan. Bagi perbankan, pelayanan adalah hal yang penting karena produk utama yang diberikan bank adalah jasa untuk melayani transaksi nasabahnya. Tanpa layanan yang berkualitas, bank akan ditinggal oleh nasabahnya.

Kualitas layanan atau *service quality* menurut Lewis dan Booms dalam Fandy (2011) adalah ”Seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan”. Menurut Subagiyo dan M. Aqim (2017), “Kualitas pelayanan itu sendiri menekankan pada kepuasan konsumen karena karakteristik produk jasa merupakan sesuatu yang tidak berwujud dan tidak bisa disimpan, sehingga produk jasa yang dijual merupakan pelayanan yang ditawarkan kepada konsumen”. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang mengukur kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), bukti langsung (*tangible*), empati (*empathy*), dan daya tanggap (*responsiveness*).

Salah satu perusahaan yang mempunyai kualitas pelayanan yang baik adalah Bank Negara Indonesia (BNI) yang merupakan Bank BUMN (Badan Usaha Milik Negara) pertama yang menjadi perusahaan publik setelah mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya pada tahun 1996. Untuk memperkuat struktur keuangan dan daya saingnya di tengah industri perbankan nasional, maka BNI melakukan sejumlah aksi korporasi, antara lain: Proses rekapitalisasi oleh pemerintah di tahun 1999, divestasi saham pemerintah di tahun 2007, dan penawaran umum saham terbatas di tahun 2010.

BNI menawarkan layanan penyimpanan dana maupun fasilitas pinjaman, baik pada segmen korporasi, menengah, maupun kecil. BNI juga melayani berbagai kebutuhan nasabah, selain dari pengurusan internet banking, misalnya: Pembukaan rekening BNI, setor tunai, pemblokiran

rekening, pengajuan kredit pinjaman BNI, dan pembayaran-pembayaran layanan yang bekerjasama dengan BNI. Beberapa produk dan layanan terbaik telah disesuaikan dengan kebutuhan nasabah sejak kecil, remaja, dewasa, hingga pensiun.

BNI mulai beroperasi dari hari Senin sampai Kamis pada jam 07.30-16.00 WIB. Namun pada hari Jumat beroperasi pada jam 07.30-16.30 WIB. Sedangkan Sabtu sampai Minggu Bank Negara Indonesia tidak beroperasi.

Pada prinsipnya, calon nasabah mempunyai hak untuk mendapatkan pelayanan yang baik dan memuaskan, sehingga bagi karyawan bank merupakan kewajiban untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan memuaskan, namun harus dilakukan secara profesional dan tidak meninggalkan prinsip kehati-hatian. Pelayanan penerimaan nasabah dilakukan, khususnya oleh para petugas *front liner* atau para petugas di lini depan, terkhusus pada *Customer Service* yang bersentuhan langsung dengan nasabah.

Menurut Turban Narasimha Bolloju dkk., (2002), “*Customer service* adalah suatu layanan yang diberikan kepada pelanggan sebelum, selama, dan sesudah pembelian.” Beberapa fitur dan layanan yang biasanya ditawarkan oleh *customer service* BNI mencakup: (1) Informasi Umum: *Customer service* BNI biasanya dapat memberikan informasi umum tentang produk dan layanan bank, cabang-cabang, ATM, jam operasional, dan alamat kantor pusat; (2) Penjelasan Produk dan Layanan: Mereka dapat menjelaskan berbagai produk dan layanan yang ditawarkan oleh BNI, termasuk rekening

tabungan, deposito, pinjaman, kartu kredit, dan produk investasi; (3) Bantuan Transaksi Perbankan: *Customer service* BNI dapat membantu dalam melakukan berbagai jenis transaksi perbankan, seperti: Transfer dana, pengecekan saldo, pembayaran tagihan, pembukaan rekening baru, dan lain sebagainya; dan (4) Keluhan dan Masukan: Jika nasabah mengalami masalah atau memiliki keluhan terkait layanan bank, maka *customer service* BNI akan menerima masukan nasabah dan mencoba memberikan solusi yang memadai. Bantuan Teknis: Mereka juga bisa membantu dengan masalah teknis, seperti: masalah dengan aplikasi perbankan online atau mesin ATM.

Menurut Parasuraman dalam Kotler dan Keller (2011:52), ada lima dimensi dalam kualitas pelayanan, yaitu: (1) Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan andal dan akurat; (2) Daya tanggap (*responsiveness*) adalah kesediaan membantu pelanggan dan memberikan layanan tepat waktu; (3) Jaminan (*assurance*), adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menunjukkan kepercayaan dan keyakinan; (4) Empati (*empathy*) adalah kondisi memperhatikan dan memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan, dan (5) Bukti langsung (*tangible*) adalah penampilan fasilitas fisik, peralatan, personal, dan bahan komunikasi.

Demikian juga halnya dengan *service quality* yang diberikan oleh BNI Cabang Air Tawar Padang pada nasabahnya. Namun pada kenyataannya, *service quality* yang diterapkan oleh BNI Cabang Air Tawar Padang masih

memiliki kekurangan. Hal ini dapat diketahui berdasarkan observasi awal yang penulis lakukan pada beberapa orang nasabah, sebagai berikut:

Pertama, keandalan (*reliability*), di mana *customer service* BNI Cabang Air Tawar Padang sudah melakukan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan. Namun keluhan nasabah pada dimensi keandalan adalah waktu yang dijanjikan *customer service* kepada nasabah yang cukup lama. Salah satu nasabah mengatakan bahwa dia sudah mengantri untuk pembuatan buku tabungan dari pagi namun sampai siang belum selesai dan terjeda karena jam istirahat kantor;

Kedua, daya tanggap (*responsiveness*), hal ini dikarenakan banyaknya nasabah BNI Air Tawar setiap harinya yang melakukan transaksi di bank, ada beberapa keluhan dari nasabah BNI Air Tawar Padang terkait pelayanan yang kurang efektif dan cenderung lama. Hal ini dikarenakan loket *customer service* yang disediakan tidak sebanding dengan kuota nasabah per harinya. Beberapa nasabah terlihat mengeluh saat menunggu antrean yang lama. “Antriannya lama sangat menguras waktu. Kalau ingin mengurus sesuatu ke kantor BNI, saya harus meluangkan waktu yang panjang. Menurut saya ini sangat menyusahkan bagi seorang pekerja kantoran seperti saya yang jadwal kerjanya dari jam 08.00-16.00 WIB,” Demikian ujar Widia, salah satu nasabah saat diwawancarai;

Ketiga, jaminan (*assurance*), di mana kesopanan dalam berkomunikasi adalah salah satu bentuk dari jaminan yang diberikan *customer service* kepada nasabah. Komunikasi memiliki makna yang penting

dalam pelayanan mulai dari ucapan salam, gestur tubuh, ekspresi wajah dan penampilan. Hal ini mengingat BNI Cabang Air Tawar Barat Padang adalah bank yang mengutamakan pelayanan yang baik. Dengan demikian, maka komunikasi secara simbolik haruslah dilaksanakan dengan baik juga, seperti: mengucapkan salam dan tersenyum kepada nasabah. Namun pada kenyataannya, berdasarkan wawancara dengan beberapa nasabah, masih banyak pelayanan dari petugas bank yang belum menerapkan standar komunikasi dengan baik. Hal ini mungkin terjadi disebabkan oleh faktor pendorong, seperti: kelelahan, kurang sehat, dan adanya gangguan eksternal yang mengakibatkan kurang pekanya *customer service* untuk menerapkan simbol-simbol komunikasi dalam pelayanan;

Keempat, empati (*empathy*), yaitu perhatian yang diberikan oleh *customer service* kepada nasabah secara khusus dan personal. Seiring dengan perkembangan teknologi, maka bank meluncurkan aplikasi *mobile banking* untuk memudahkan nasabah mengakses berbagai layanan perbankan. BNI Cabang Air Tawar Padang pun sudah mempunyai fitur BNI *mobile banking* yang diharapkan bisa memudahkan nasabah dalam mendapatkan layanan. Namun tidak semua nasabah merasa nyaman menggunakan aplikasi ini, terutama kelompok yang lebih tua atau nasabah yang tidak terbiasa dengan teknologi. Beberapa dari nasabah mengalami kesulitan dalam memahami cara menggunakan aplikasi, sehingga menyebabkan keraguan dalam bertransaksi. Salah satu nasabah ketika diwawancarai menyatakan bahwa dia kesulitan menggunakan aplikasi *mobile banking*, “Mungkin karena saya sudah tua dan

jarang pegang *smartphone*, jadi tidak familiar dengan aplikasi *mobile banking*. Jika ingin bertransaksi saya ke bank saja, maka saya merasa khawatir kalau bertransaksi di aplikasi. Harapan saya, mungkin ada pelatihan atau panduan dari bank yang bisa dijadikan sebagai acuan untuk penggunaan *mobile banking* ke depannya.”;

Kelima, bukti langsung (*tangible*), *Tangible* mengacu pada aspek fisik yang dapat dilihat dan dinilai oleh pelanggan dalam penyediaan layanan. Salah satu yang menjadi aspek *tangible* adalah: kenyamanan parkir bagi nasabah, maka BNI Cabang Air Tawar Padang tentu nya juga memikirkan kenyamanan bagi nasabahnya. Namun pada kenyataannya, parkir BNI Cabang Air Tawar Barat Padang memiliki kondisi fisik yang kurang baik, seperti: lantai yang tidak rata dan tempat parkir kendaraan yang terlalu sempit sehingga membuat nasabah kesulitan saat keluar masuk bank.

Berdasarkan uraian di atas, maka diperlukan penelitian yang lebih lanjut mengenai: **"Tinjauan Kualitas Layanan pada Customer Service Bank Negara Indonesia Air Tawar Padang."**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah: Bagaimana dimensi kualitas pelayanan pada *customer service* Bank Negara Indonesia Cabang Air Tawar Padang kepada nasabah?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk mengetahui dimensi kualitas pelayanan pada *customer service* BNI Cabang Air Tawar Padang kepada nasabah.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan akan mempunyai kegunaan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Penulis

Sebagai bakal menambah ilmu serta memperluas pengetahuan penulis, khususnya yang berkaitan dengan pelayanan Bank Negara Indonesia. Selain itu juga sebagai syarat untuk memenuhi Tugas Akhir Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang dan nantinya juga sebagai pengalaman dalam memasuki dunia kerja.

2. Manfaat praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi Bank Negara Indonesia dalam meningkatkan kualitas pelayanan Bank Negara Indonesia.

b. Bagi Instansi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi yang berguna bagi instansi terkait, khususnya dalam merancang kebijakan

dan strategi peningkatan layanan. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan dalam menyusun program kerja yang mendukung evaluasi dan pengembangan kualitas pelayanan secara berkelanjutan.

c. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan informasi tambahan bagi para pembaca, khususnya yang memiliki minat di bidang perbankan dan pelayanan jasa keuangan. Dengan demikian, maka pembaca dapat memahami lebih dalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kualitas pelayanan dan menjadikannya sebagai referensi dalam pengembangan pengetahuan.

d. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi landasan atau referensi awal bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa. Diharapkan penelitian-penelitian mendatang dapat mengembangkan kajian ini dengan ruang lingkup yang lebih luas, metode yang lebih beragam, serta pendekatan analisis yang lebih mendalam agar menghasilkan temuan yang lebih relevan.

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai tinjauan dimensi kualitas layanan *customer service* pada BNI Cabang Air Tawar Padang, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Dimensi kualitas pelayanan memiliki rata-rata 3,99. Pada dimensi keandalan (*reliability*) mencapai nilai rata-rata 4,01. *Customer service* mampu melayani nasabah dengan sigap dan memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan nasabah, juga mampu memberikan solusi yang tepat untuk setiap keluhan nasabah. Hal ini membuat nasabah merasa yakin dan percaya pada kemampuan *customer service* dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi dan membangun hubungan yang kuat antara institusi dan nasabahnya, menciptakan rasa kepercayaan dan loyalitas yang tinggi.

Dimensi daya tanggap (*responsiveness*), dimensi ini mencapai nilai rata-rata 3,92. Proses transaksi nasabah sudah dilakukan dengan baik, namun antrean pada layanan *customer service* terbilang panjang dan memakan waktu yang lama. Meskipun proses transaksi nasabah berjalan dengan baik, adanya antrean yang panjang dan waktu tunggu yang lama pada layanan *customer service* menjadi perhatian utama, terutama ketika karyawan tidak selalu berada di loket.

Pada dimensi jaminan (*assurance*) mencapai nilai rata-rata 4,08. *Customer service* mampu memberikan pelayanan yang aman dan nyaman

kepada nasabah dan menangani masalah nasabah sesuai dengan SOP yang berlaku. Dengan demikian, nasabah dapat merasa, percaya dan yakin bahwa mereka akan diperlakukan dengan baik dan masalah mereka akan ditangani dengan profesional oleh *customer service*.

Dimensi *empathy* mencapai nilai rata-rata 3,97. *Customer service* dapat memberikan perhatian khusus atau personal kepada nasabah. Ini mencerminkan kesediaan untuk mendengarkan dan mengatasi kesulitan yang dihadapi oleh nasabah dengan cara yang ramah dan empatik. *Customer service* juga dapat memahami kebutuhan nasabah, dan mengutamakan kepentingan nasabah dari pada kepentingan pribadi.

Dimensi bukti fiksi (*tangible*) dengan nilai rata-rata 4,00, indikator yang dibahas adalah *Customer service* menggunakan peralatan modern, *Customer service* menyediakan ruang tunggu dan fasilitas yang bersih dan rapi dapat menciptakan suasana yang menyenangkan. Indikator selanjutnya penampilan pegawai kantor yang rapi sangat penting karena menciptakan kesan profesional bagi nasabah saat dilayani. Namun banyak nasabah yang mengeluh pada indikator yang membahas tentang tempat parkir BNI Cabang Air Tawar Barat Padang yang sempit.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, secara umum pelayanan *Customer Service* pada BNI Cabang Air Tawar Padang telah berjalan dengan baik dan mampu memberikan kepuasan kepada nasabah.

Meskipun demikian, terdapat beberapa poin yang perlu mendapatkan perhatian agar kualitas layanan dapat semakin optimal dan mampu bersaing di tengah tuntutan pelayanan perbankan yang semakin tinggi.

Pada dimensi *assurance*, secara keseluruhan pelayanan sudah mampu memberikan rasa aman dan nyaman bagi nasabah. Petugas telah menunjukkan sikap yang ramah dan profesional. Namun, dalam membangun rasa percaya, masih diperlukan peningkatan komunikasi yang lebih meyakinkan, konsistensi dalam sikap profesional, serta penyampaian informasi yang jelas dan transparan.

Pada dimensi *reliability*, layanan yang diberikan secara umum sudah baik dan sebagian besar sesuai dengan prosedur yang berlaku. Akan tetapi, masih terdapat kendala pada ketepatan waktu pelayanan yang telah dijanjikan. Perlu pengaturan waktu layanan yang lebih efektif, penambahan petugas pada jam-jam sibuk, dan optimalisasi alur kerja untuk memastikan pelayanan tepat waktu.

Pada dimensi *tangible*, fasilitas pelayanan secara umum sudah memadai dan memberikan kenyamanan bagi nasabah. Meskipun demikian, area parkir masih memerlukan penataan ulang agar kapasitas lebih luas dan teratur, disertai peningkatan kebersihan serta keamanan demi kenyamanan nasabah.

Pada dimensi *empathy*, sikap perhatian dan keramahan petugas sudah dirasakan baik oleh nasabah. Namun, dalam memahami kebutuhan spesifik masing-masing nasabah, masih diperlukan pendekatan yang lebih personal

melalui peningkatan kemampuan mendengarkan aktif (*active listening*) dan pemberian solusi yang relevan.

Pada dimensi *responsiveness*, pelayanan telah menunjukkan kemauan untuk membantu nasabah. Akan tetapi, kecepatan dalam merespon masih perlu ditingkatkan agar waktu tunggu dapat diminimalkan. Penambahan jumlah petugas di jam sibuk, perbaikan sistem antrean, dan sikap proaktif petugas menjadi langkah yang disarankan.

Dengan memperhatikan saran-saran tersebut, diharapkan kualitas pelayanan *Customer Service* pada BNI Cabang Air Tawar Padang dapat semakin optimal, memberikan kepuasan yang lebih tinggi kepada nasabah, serta memperkuat citra positif bank di mata masyarakat.

Berdasarkan keterbatasan dari penelitian diatas terdapat beberapa pertimbangan untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan populasi dan sampel tidak hanya terbatas pada lingkup BNI cabang Air Tawar tetapi juga bisa pada bank di regional lain.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan bisa menggunakan metode lain untuk mengukur kualitas layanan seperti *service performance (SERVPERF)*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, S., Lopes Amaral, M. A., Lumbantobing, P., Hidayat, M. R., Oktayani, D., Candra, L., Zulfikar, R., Ratri, W. S., Yudawisastra, H. G., dan Utami, A. R. (2023). *Manajemen Pemasaran MIX* (E. Damayanti, Ed.). Widina Bhakti Persada Bandung (Grup CV. Widina Media Utama).
- Ahmaddien, R. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Nagari Cabang Utama Padang*. Respository Universitas Terbuka.
- Anas, Sudijono. (2012). *Pengantar Statistik Pendidikan*. Depok: Rajawali Press.
- Budi Prasetyo. (2010). Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Mahasiswa di STIE "ARTHA BODHI ISWARA" Surabaya. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 6 (3), 121–160.
- Habib, M. F., Hidayana, N., Ulin, T., dan Suhairi. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Lingkungan Ekonomi Global dan Keuangan Internasional Terhadap Pemasaran Global. *Journal of Social Science Research*, 3 (6), 5732–5743.
- Hapsari, T. P. R. N., dan Fitria, A. S. (2020). Efektifitas Pembelajaran Daring Mata Kuliah Evaluasi Pengajaran Bahasa dan Sastra Indonesia Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah SEMANTIKA*, 2 (1), 11–20.
- Husein, U. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Juhana, D., dan Mulyawan, A. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Pendidikan terhadap Kepuasan Mahasiswa di STMIK Mardira Indonesia Bandung. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 9 (1), 1–15.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2011). *Manajemen Pemasaran (Edisi 13, Jilid 1)*. Jakarta: Erlangga.
- Luthfianto, D., & Suprihhadi, H. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Cafe Jalan Korea. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6 (2), 1–18.
- Mulyawan, A., & Sidharta, I. (2013). Analisis Deskriptif Pemasaran Jasa di STMIK Mardira Indonesia Bandung. *Jurnal Computech & Bisnis*, 7, 42–55.

- Narasimha Bolloju, Mohamed Khalifa, E., & Turban. (2002). Integrating knowledge management into enterprise environments for the next generation decision support. *Elsevier Science B.V*, 33, 163–176.
- Pramita, C. D. , D. A. F. , & H. K. (2015). Pengaruh Servicescape (Lingkungan Layanan) terhadap Kepuasan dan Dampaknya pada Loyalitas Nasabah (Survei Pada Nasabah Tabungan Simpeda Pt. Bank Pembangunan Jawa Timur Tbk. Kantor Cabang Kediri). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 26(2), 1–8.
- Puji Lestari. (2018). *Manajemen Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sinaga, O. S., Marpaung, F. K., Dewi, R. S., dan Sudirman, A. (2021). Kontribusi perceived usefulness, perceived ease of use dan perceived security terhadap behavioral intention to use aplikasi JAKET. *Insight Management Journal*, 1(3), 86–94.
- Sinambela, L. P. (2006). *Reformasi Pelayanan Publik: Teori, Kebijakan, dan Implementasi*. Bumi Aksara.
- Subagiyo, R., dan M. Aqim Adlan. (2017). Pengaruh Service Quality, Marketing Mix dan Kepuasan Mahasiswa terhadap Customer Loyalty. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 13(1), 1–15.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Fandy Tjiptono, F. (2011). *Service, Quality & Satisfaction (Edisi 3)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Fandy Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Fandy Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran (Edisi 4)*. Yogyakarta: Andi.
- Wijaya, H. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.