

**TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP PELAYANAN  
CUSTOMER SERVICE PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO)  
TBK KC SLEMAN UNIT TEMPEL I**

**Laporan Magang**



**Disusun Oleh:**

**Alim Fatkhurrohman**

**19211040**

**Program Studi Manajemen Program Diploma III**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika**

**Universitas Islam Indonesia**

**2022**

**TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP PELAYANAN  
CUSTOMER SERVICE PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO)  
TBK KC SLEMAN UNIT TEMPEL I**

**Laporan Magang**

**Laporan magang ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat  
menyelesaikan jenjang Diploma III Fakultas Bisnis Dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia**

**Alim Fatkhurrohman**

**19211040**

**Program Studi Manajemen Program Diploma III**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika**

**Universitas Islam Indonesia**

**2022**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**LAPORAN MAGANG**

**TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP PELAYANAN**

**CUSTOMER SERVICE PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO)**

**TBK KC SLEMAN UNIT TEMPEL I**



**Disusun Oleh:**

**Nama : Alim Fatkhurrohman**

**No. Mahasiswa : 19211040**

**Program Studi : Manajemen**

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

pada tanggal: 17 Oktober 2022

Dosen Pembimbing



Li Jestiari Wahyuning Utami, S.E., M.Sc.

**HALAMAN PENGESAHAN**

**LAPORAN MAGANG**

**TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP PELAYANAN  
CUSTOMER SERVICE PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO)**

**TBK KC SLEMAN UNIT TEMPEL I**

**Disusun Oleh:**

**Nama : Alim Fatkhurrohman**

**No. Mahasiswa : 19211040**

**Program Studi : Manajemen**

**Tim Penguji:**

Tri Lestari Wahyuning Utami, S.E., M.Sc.

Ketua



Tanggal: 17 Oktober 2022

Sukardi, S.E., M.Si.

Anggota 1



Tanggal: 17 Oktober 2022

Mengetahui,

Ketua Program Studi D3 Manajemen



Arif Darmawan, S.E., M.M.

## **PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN**

“Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa laporan magang ini ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 17 Oktober 2022

Penulis

Alim Fatkhurrohman

الجمعة الإسلامية  
الاستاذة الانيصة

## KATA PENGANTAR

*Assalam'muallaikum Wr. Wb*

Segala puji dan syukur Alhamdulillah penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang yang berjudul **“TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) TBK KC SLEMAN UNIT TEMPEL I”** tepat pada waktunya.

Laporan magang ini disusun berdasarkan pelaksanaan magang yang telah penulis lakukan pada tanggal 11 April 2022 sampai dengan 15 Juli 2022 yakni di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KC Sleman Unit Tempel I. Kegiatan magang tersebut merupakan salah satu syarat guna menyelesaikan studi jenjang Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Dalam pelaksanaan kegiatan magang tersebut banyak memberikan manfaat bagi penulis baik dari segi akademis maupun pengalaman kerja nyata yang tidak dapat penulis temukan pada saat berada di bangku kuliah.

Penulis menyadari bahwa dalam pelaksanaan kegiatan magang dan penulisan laporan magang ini dapat berjalan dengan baik karena dukungan dari banyak pihak. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Arief Darmawan, S.E., M.M. selaku ketua program studi Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
2. Ibu Mellisa Fitri Andriyani Muzakir, S.E., M.M selaku dosen pembimbing akademik yang senantiasa memberikan bimbingan dan arahan serta nasehat selama masa perkuliahan.
3. Ibu Tri Lestari Wahyuning Utami, S.E., M.Sc selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang senantiasa memberikan bimbingan dan arahan serta nasehat dalam penyusunan laporan magang ini.
4. Seluruh jajaran Dosen dan Akademik Program Studi D3 Manajemen Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan banyak ilmu dan pengetahuan serta bimbingan kepada penulis selama masa perkuliahan.
5. Bapak Gunawan Setyadi selaku kepala unit BRI KC Sleman Unit Tempel 1 yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama pelaksanaan magang berlangsung.
6. Bapak Elang Patrio Rizky selaku *customer service* BRI KC Sleman Unit Tempel 1 yang telah menyediakan waktu serta membagikan ilmunya selama pelaksanaan magang berlangsung.
7. Seluruh karyawan BRI KC Sleman Unit Tempel 1 yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk pelaksanaan magang ini.

8. Orang tua dan keluarga yang senantiasa memberikan dukungan semangat yang besar dan doa restu dalam semua kegiatan yang penulis lakukan.
9. Seluruh teman-teman D3 Manajemen 2019 yang telah bersama-sama menjadi teman dan keluarga selama 3 tahun ini.
10. Seluruh kakak tingkat D3 Manajemen yang sudah menyediakan waktu serta membagikan ilmunya selama penulisan laporan magang ini.
11. Hamitha Fauzia Ningrum yang selalu memberikan dukungan semangat dalam setiap kegiatan yang penulis lakukan.
12. Semua pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan kegiatan magang hingga penulisan laporan magang ini.

Demikian laporan magang ini penulis selesaikan dan penulis berharap laporan magang ini dapat memberikan respon yang positif serta dapat berguna bagi penulis dan pembaca. Penulis menyadari penulisan laporan magang ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengucapkan mohon maaf yang sebesar-besarnya dan selalu menerima kritik dan saran yang membangun.

*Wassallam' muallaiikum Wr. Wb*

Yogyakarta, 17 Oktober 2022

Penulis

Alim Fatkhurrohman



## ABSTRAK

*Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan petugas customer service PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KC Sleman Unit Tempel I. Selain itu, penelitian ini juga dimaksudkan sebagai evaluasi kinerja dalam aspek kualitas pelayanan customer service PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KC Sleman Unit Tempel I sebagai upaya memaksimalkan kepuasan nasabah. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah survei dari nasabah secara langsung. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner, dimana melalui kuesioner tersebut peneliti memberikan pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada sejumlah responden untuk kemudian dijadikan sampel penelitian. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KC Sleman Unit Tempel I. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan pertimbangan dalam beberapa dimensi yaitu: (1) Tangible, (2) Reliability, (3) Responsiveness, (4) Assurance, 5 (Empathy) dan (6) Kepuasan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) kualitas pelayanan customer service mendapatkan nilai rata-rata 86,3 yang artinya sudah dinilai baik dan kepuasan nasabah tercapai. 2) Melalui perhitungan nilai kualitas pelayanan dan kepuasan, didapatkan pertimbangan bahwa dimensi Responsiveness dan Kepuasan menjadi penting untuk ditingkatkan sebagai upaya perusahaan dalam memaksimalkan kepuasan nasabah.*

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, Dimensi Penelitian.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I</b>	
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Dasar Pemikiran Magang.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Tujuan Magang .....</b>	<b>4</b>
<b>1.3 Target Magang .....</b>	<b>4</b>
<b>1.4 Bidang Magang.....</b>	<b>4</b>
<b>1.5 Lokasi Magang .....</b>	<b>5</b>
<b>1.6 Jadwal Magang.....</b>	<b>5</b>
<b>1.7 Sumber Data .....</b>	<b>6</b>
<b>1.8 Metode Pengumpulan Data .....</b>	<b>7</b>
<b>BAB II</b>	
<b>LANDASAN TEORI.....</b>	<b>8</b>
<b>2.1 Manajemen Pemasaran .....</b>	<b>8</b>

2.1.1	Pengertian Manajemen Pemasaran .....	8
2.1.2	Fungsi Manajemen Pemasaran .....	9
2.1.3	Tujuan Manajemen Pemasaran .....	10
<b>2.2</b>	<b>Bank.....</b>	<b>12</b>
2.2.1	Pengertian Bank .....	12
2.2.2	Fungsi dan Tujuan Bank .....	13
2.2.3	Jenis Bank .....	14
2.2.4	Kegiatan Bank.....	16
<b>2.3</b>	<b><i>Customer Service</i> .....</b>	<b>18</b>
2.3.1	Pengertian <i>Customer Service</i> .....	18
2.3.2	Fungsi <i>Customer Service</i> Perbankan .....	19
2.3.3	Tugas <i>Customer Service</i> .....	21
2.3.4	Wewenang <i>Customer Service</i> .....	23
<b>2.4</b>	<b>Kepuasan Pelanggan .....</b>	<b>24</b>
2.4.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	24
2.4.2	Mengukur Kepuasan Pelanggan .....	25
<b>2.5</b>	<b>Kualitas Pelayanan.....</b>	<b>26</b>
2.5.1	Pengertian Kualitas Pelayanan.....	26
2.5.2	Dimensi Kualitas Pelayanan .....	27
2.5.3	Karakteristik Layanan Jasa .....	28

### **BAB III**

<b>ANALISIS DESKRIPTIF .....</b>	<b>30</b>
<b>3.1 Data Umum .....</b>	<b>30</b>
3.1.1 Sejarah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk .....	30
3.1.2 Visi dan Misi Bank BRI.....	30
3.1.3 Nilai Utama Perusahaan Bank BRI.....	31
3.1.4 Struktur Organisasi Bank BRI .....	32
3.1.5 Produk dan Jasa Layanan Bank BRI.....	32
<b>3.2 Data Khusus .....</b>	<b>37</b>
3.2.1 Hasil Pengumpulan Data.....	37
3.2.2 Karakteristik Responden .....	38
3.2.3 Kualitas Pelayanan .....	41
3.2.4 Kepuasan Nasabah .....	57
<b>BAB IV</b>	
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>62</b>
<b>4.1 Kesimpulan .....</b>	<b>62</b>
<b>4.2 Saran.....</b>	<b>64</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>66</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>68</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1:	Jadwal Kegiatan Magang .....	6
Tabel 3.1:	Hasil Pengumpulan Data .....	38
Tabel 3.2:	Karakteristik Jenis Kelamin Responden .....	38
Tabel 3.3:	Karakteristik Usia Responden .....	39
Tabel 3.4:	Karakteristik Status Pekerjaan Responden .....	40
Tabel 3.5:	Tabel Penilaian Dimensi <i>Tangible</i> .....	41
Tabel 3.6:	Tabel Penilaian Dimensi <i>Reliability</i> .....	45
Tabel 3.7:	Tabel Penilaian Dimensi <i>Responsiveness</i> .....	48
Tabel 3.8:	Tabel Penilaian Dimensi <i>Assurance</i> .....	52
Tabel 3.9:	Tabel Penilaian Dimensi <i>Empathy</i> .....	54
Tabel 3.10:	Tabel Penilaian Dimensi <i>Kepuasan</i> .....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: Peta Lokasi Kegiatan Magang..... 5

Gambar 3.1: Struktur Organisasi Bank BRI KC Sleman Unit Tempel I ..... 32



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : LEMBAR KUESIONER.....	68
Lampiran II: TABULASI DATA KUESIONER .....	71
Lampiran III: KARAKTERISTIK RESPONDEN .....	82
Lampiran IV: STATISTIK DESKRIPTIF .....	83
Lampiran V: SURAT KETERANGAN MAGANG.....	83
Lampiran VI: LAIN-LAIN.....	83



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Dasar Pemikiran Magang**

Pertumbuhan ekonomi yang meningkat pada era globalisasi menuntut perusahaan untuk berpikir lebih rasional dalam persaingan pasar bisnis yang semakin ketat. Bank sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya, selain itu juga harus bersaing dengan bank lainnya. Bank merupakan perusahaan yang menjalankan bisnis jasa yang berdasarkan atas kepercayaan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Dari hal tersebut, pelayanan menjadi hal yang penting untuk diperhatikan, penelitian yang dilakukan oleh Cahyani (2016) mengemukakan bahwa kualitas layanan menjadi faktor kunci yang akan menjadi keunggulan perusahaan dalam persaingan bisnis perbankan. Oleh karena itu, kualitas layanan menentukan keberhasilan perusahaan perbankan dalam persaingan pasar bisnis saat ini. Selain itu, kualitas layanan perusahaan perbankan yang baik juga diharapkan mampu menumbuhkan kepuasan nasabah dan menarik nasabah baru untuk kemudian ikut serta melakukan transaksi akan produk atau jasa yang ditawarkan karena perusahaan tersebut telah dikenal memiliki citra yang baik.



Menurut Kasmir (2017, hal. 47), pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan. Secara umum, pelayanan dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang ditawarkan oleh seseorang atau suatu organisasi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Atmaja (2018) menjelaskan bahwa layanan merupakan upaya produsen dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen guna tercapainya kepuasan konsumen tersebut. Layanan yang berkualitas dan bermutu dapat menghasilkan kepuasan yang tinggi sesuai dengan keinginan konsumen. Konsumen yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan akan menunjukkan kemungkinan untuk kembali menggunakan jasa yang ditawarkan perusahaan tersebut. Selain itu konsumen cenderung akan memberikan persepsi terhadap citra baik dan kelangsungan hidup perusahaan serta dapat meningkatkan keunggulan perusahaan dalam persaingan.

Kotler dan Keller (2017, hal. 177) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Kepuasan konsumen juga diartikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dia rasakan dengan harapannya (Indriasari, 2019). Oktiani, Puji Lestari, dan Agustina (2021) mengemukakan bahwa kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk maupun jasa dalam kaitannya dengan ekspektasi. Apabila kinerja produk maupun jasa tersebut tidak dapat memenuhi ekspektasi, maka pelanggan akan merasa kecewa dan tidak puas. Sebaliknya, apabila kinerja produk atau jasa

tersebut dapat memenuhi ekspektasi, maka pelanggan akan merasa senang dan puas.

Dari penjelasan pentingnya kualitas pelayanan pada perbankan, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) KC Sleman Unit Tempel 1 sebagai salah satu bank maka sudah semestinya untuk memberikan layanan secara profesional kepada nasabah. Dengan semakin ketatnya persaingan bisnis perbankan, selain meluncurkan baruan produk-produk jasa, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KC Sleman Unit Tempel 1 harus meningkatkan kualitas layanan dengan tujuan untuk meningkatkan keunggulan perusahaan. Maka dari hal itu, mengukur tingkat kepuasan dalam diri nasabah terhadap pelayanan PT Bank Rakyat Indonesia KC Sleman Unit Tempel I merupakan salah satu hal yang harus dilakukan perusahaan untuk mengetahui tingkat perkembangan perusahaan dan sebagai landasan perusahaan agar tidak tertinggal di persaingan bisnis perbankan yang semakin kompetitif.

Berdasarkan pemikiran tersebut, kegiatan magang ini dilaksanakan sebagai salah satu syarat kelulusan mahasiswa dalam menyelesaikan studi Program Diploma III Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia untuk menyusun laporan tugas akhir yang berjudul **“Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan *Customer Service* PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KC Sleman Unit Tempel I”**.

## 1.2 Tujuan Magang

Tujuan pelaksanaan kegiatan magang yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui kualitas pelayanan *customer service* PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KC Sleman Unit Tempel I.
2. Mengetahui tingkat kepuasan nasabah pada pelayanan *customer service* PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KC Sleman Unit Tempel I.

## 1.3 Target Magang

Berdasarkan dengan tujuan magang yang ada, maka target magang yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Mampu menjelaskan kualitas pelayanan *customer service* PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KC Sleman Unit Tempel I.
2. Mampu menjelaskan tingkat kepuasan nasabah pada pelayanan *customer service* PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KC Sleman Unit Tempel I.

## 1.4 Bidang Magang

Bidang magang yang diambil dalam pelaksanaan kegiatan magang di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KC Sleman Unit Tempel I ini adalah pada bagian pemasaran yang berfokus pada *customer service*, khususnya dalam penelitian **“Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Customer**

**Service PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KC Sleman Unit Tempel I”.**

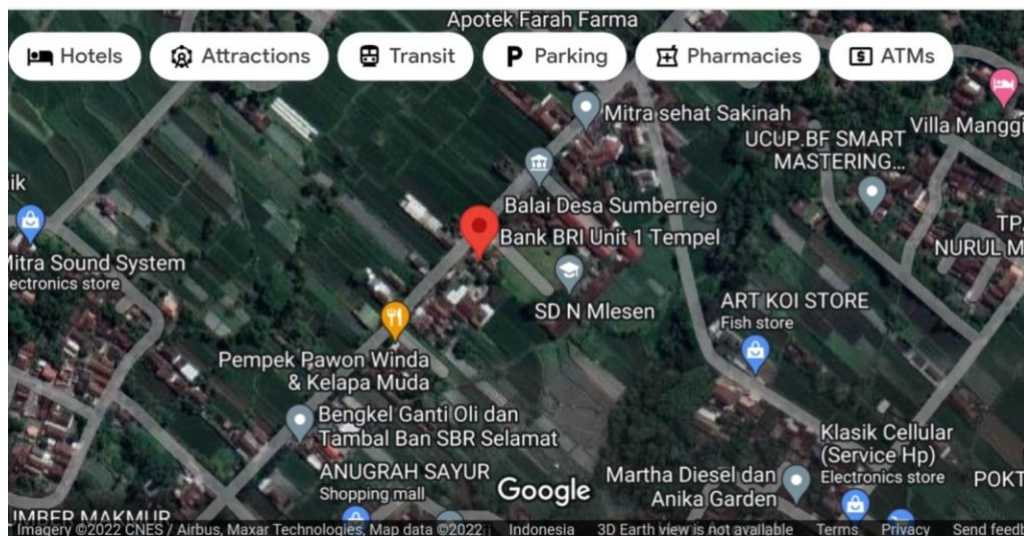
### 1.5 Lokasi Magang

Kegiatan magang dilaksanakan pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KC Sleman Unit Tempel I. Berikut ini adalah alamat lengkapnya:

Alamat : Jl. Tempel-Seyegan, Cemoro, Sumberrejo, Tempel, Sleman,  
Daerah Istimewa Yogyakarta, 55552

No. Telp : (0274) 8618974

Peta lokasi kegiatan magang dapat dilihat pada gambar 1.1 dibawah ini:



**Gambar 1.1**  
**Peta Lokasi Kegiatan Magang**

Sumber : Data Google Maps (2022)

### 1.6 Jadwal Magang

Pelaksanaan kegiatan magang ini dilakukan selama 3 (tiga) bulan, dimulai pada tanggal 11 April 2022 sampai dengan 15 Juli 2022. Dalam

pelaksanaan kegiatan magang tersebut, penulis mengikuti prosedur dan peraturan yang berlaku di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KC Sleman Unit Tempel I. Jadwal pelaksanaan kegiatan magang dijelaskan dalam Tabel 1.1 berikut ini:

**Tabel 1.1**  
**Jadwal Kegiatan Magang**

No	Kegiatan	2022															
		April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penulisan Term of Reference (ToR)																
2	Pelaksanaan magang																
3	Pengumpulan data penulisan laporan magang																
4	Menyusun laporan magang																

Sumber : Data diolah (2022)

### 1.7 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data diperoleh secara langsung dari pihak pertama yaitu nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk C Sleman Unit Tempel I. Melalui survei dari nasabah, data dikumpulkan untuk menjadi elemen terpenting dengan tujuan sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini.

## 1.8 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini melalui survei dengan menggunakan kuesioner. Menurut Sugiyono (2018), survei adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu. Sementara itu, Sugiyono (2018) juga mengemukakan bahwa kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya. Teknik pengumpulan data ini cocok digunakan apabila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Melalui kuesioner tersebut, peneliti memberikan pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada sejumlah responden untuk kemudian dijadikan sampel dalam penelitian tersebut.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Manajemen Pemasaran**

##### **2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran**

Pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan oleh suatu organisasi atau perusahaan secara menyeluruh, terpadu, dan terencana dalam melakukan kegiatan usaha untuk mengakomodir permintaan pasar dengan cara menciptakan produk bernilai jual, menentukan harga, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan saling bertukar tawaran yang bernilai bagi konsumen, klien, mitra, dan atau masyarakat umum (Indriasari, 2019). Pada persaingan bisnis usaha dewasa ini, pemasaran menjadi upaya meningkatkan penjualan produk atau jasa yang ditawarkan untuk mencapai tujuan suatu organisasi. Pemasaran menjadi penghubung antara organisasi atau perusahaan dengan konsumennya, upaya pemasaran harus diorientasikan kepada pasar untuk menarik minat beli bagi konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2017), manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu dalam memilih pasar sasaran untuk meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Sementara itu, Indriasari (2019) menjelaskan bahwa manajemen pemasaran adalah proses perencanaan,

pengarahan, dan pengendalian produk atau jasa, penetapan harga, distribusi, dan promosinya dengan tujuan membantu perusahaan dalam mencapai sasarannya. Sehingga manajemen pemasaran dapat diartikan sebuah rangkaian proses perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, dan pengendalian oleh suatu perusahaan guna mencapai tujuan dan mencapai target perusahaan secara efektif dan efisien. Manajemen pemasaran menjadi kegiatan yang sangat dibutuhkan perusahaan guna mencapai tujuan dan target perusahaan itu sendiri, serta menjadi salah satu upaya dalam mengembangkan perusahaan tersebut.

#### 2.1.2 Fungsi Manajemen Pemasaran

Fungsi pemasaran menurut Indriasari (2019) dapat dibedakan sebagai berikut:

1. Analisis Pasar

Analisis pasar dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis dan mengetahui besarnya peluang dan ancaman serta permintaan dan keinginan pelanggan.

2. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar dilakukan untuk membagi suatu pasar kedalam beberapa kelompok yang berbeda, akan tetapi dalam setiap kelompok tersebut menunjukkan ciri yang hampir sama.

3. Menetapkan Pasar

Menetapkan pasar artinya memilih salah satu atau lebih suatu pasar untuk dilayani perusahaan dengan memberi nilai keaktifan setiap bagian.



#### 4. Menempatkan Pasar

Perusahaan baru harus mampu melakukan identifikasi posisi pesaing sebelum menentukan pasar dalam menjalani usahanya.

#### 2.1.3 Tujuan Manajemen Pemasaran

Menurut Indriasari (2019, hal. 10) tujuan manajemen pemasaran dapat disebutkan sebagai berikut:

##### 1. Menciptakan Permintaan (*Demand*)

Tujuan pemasaran yang pertama yaitu menciptakan permintaan melalui berbagai cara, menentukan langkah terencana untuk mengetahui preferensi dan selera konsumen terhadap suatu barang maupun jasa dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

##### 2. Kepuasan Pelanggan

Tujuan manajemen pemasaran sebagai media untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan tidak berarti hanya terhadap barang atau jasa yang digunakan, akan tetapi kepuasan tersebut juga dapat membuat konsumen merekomendasikan produk atau jasa perusahaan kepada pihak lain.

##### 3. Meningkatkan Pangsa Pasar (*Market Share*)

Dewasa ini usaha bisnis dijalankan dengan tujuan meningkatkan rasio penjualan terhadap total penjualan perusahaan dalam persaingan pasar usaha bisnis perekonomian.

#### 4. Peningkatan Keuntungan

Manajemen pemasaran bertujuan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan, karena pada hakekatnya tim pemasaran merupakan bagian penting suatu perusahaan yang menghasilkan pendapatan dalam suatu bisnis. Keuntungan harus diperoleh perusahaan sebagai hasil penjualan produk barang atau jasa yang ingin memenuhi permintaan dan kepuasan pelanggan. Apabila suatu perusahaan bisnis tidak dapat menghasilkan laba atau keuntungan, maka perusahaan tersebut tidak akan mampu bertahan dan bersaing dengan perusahaan sejenis.

#### 5. Pencitraan Produk Baik

Membangun citra baik di masyarakat merupakan tujuan pemasaran lainnya yang dapat dilakukan dengan menyediakan produk berkualitas dengan mutu baik kepada konsumen dengan harga yang diinginkan.

#### 6. Menciptakan Pelanggan Baru

Pelanggan adalah dasar dari sebuah usaha bisnis, karena pada dasarnya usaha bisnis berdiri untuk menjual produk atau layanan jasa kepada pelanggan. Menciptakan pelanggan baru adalah salah satu upaya yang harus dilakukan dalam upaya pengembangan perusahaan.

## 7. Memuaskan Pelanggan

Tidak cukup dengan hanya menciptakan pelanggan baru, perusahaan juga harus bisa mendistribusikan produk atau jasa ditawarkan perusahaan guna memenuhi ekspektasi pelanggan sebagai upaya untuk meningkatkan kepuasan.

## 2.2 Bank

### 2.2.1 Pengertian Bank

Berdasarkan Undang-Undang No. 10 tahun 1998 tentang Perbankan, bank dapat diartikan sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk lainnya serta memberikan jasa bank lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Sementara itu, Kasmir (2016, hal. 3), mengemukakan bahwa bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya. Sehingga bank dapat diartikan sebagai suatu lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali dana tersebut kepada masyarakat dalam bentuk kredit dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

### 2.2.2 Fungsi dan Tujuan Bank

Berdasarkan Undang-Undang No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan, menyebutkan bahwa “Perbankan Indonesia dalam melakukan usahanya berasaskan demokrasi ekonomi dengan menggunakan prinsip kehati-hatian”. Fungsi utama perbankan Indonesia adalah sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat. Menurut Purnawati (2018), secara spesifik fungsi utama perbankan Indonesia dibagi menjadi 3 antara lain:

1. *Agent of trust* (Agen Terpercaya)

Dasar utama kegiatan perbankan adalah kepercayaan (trust), artinya dalam kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana, masyarakat percaya bahwa bank akan dapat mengelola uangnya dengan baik tanpa menyalahgunakan dana tersebut, dan persentase kemungkinan bank bangkrut adalah sangat kecil. Nasabah dapat menarik kembali simpanan dana tersebut setelah pada masa waktu yang telah dijanjikan sesuai dengan kesepakatan.

2. *Agent of development* (Agen Pembangunan)

Kegiatan perekonomian masyarakat dalam sektor moneter dan sektor riil adalah saling mempengaruhi dan berinteraksi satu sama lain. Sehingga pada hakekatnya sektor moneter dan sektor riil tidak dapat dipisahkan, sektor riil tidak akan mampu berkinerja secara maksimal apabila sektor moneter tidak bekerja secara baik. Maka dari itu, penghimpunan dan penyaluran dana menjadi kegiatan bank

yang penting untuk dilakukan guna meningkatkan perekonomian dalam sektor riil suatu negara.

### 3. *Agent of service* (Agen Layanan)

Tidak hanya melakukan kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana, akan tetapi bank juga melakukan kegiatan lain yaitu memberikan penawaran jasa layanan perbankan lainnya kepada masyarakat. Jasa layanan perbankan tersebut antara lain dapat berupa jasa pengiriman uang (*transfer*), penitipan barang berharga, pemberian jaminan bank, penyelesaian tagihan, dan lain sebagainya guna menunjang kelancaraan perekonomian masyarakat.

Menurut Undang-Undang No. 10 tahun 1998 pasal 1, tujuan bank adalah “Perbankan Indonesia bertujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan dalam meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional kearah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak”.

#### 2.2.3 Jenis Bank

Menurut Kasmir (2016, hal. 31), jenis-jenis bank dapat di kelompokkan menjadi berikut:

1. Aspek Fungsi
  - a. Bank Umum
  - b. Bank Perkreditan Rakyat (BPR)
  - c. Bank Sentral

## 2. Aspek Kepemilikan

### a. Bank Milik Pemerintah, contohnya sebagai berikut:

1. Bank Rakyat Indonesia (BRI)
2. Bank Negara Indonesia (BNI)
3. Bank Tabungan Negara (BTN)

### b. Bank Milik Pemerintah Daerah, contohnya sebagai berikut:

1. Bank Pembangunan Daerah (BPD) D.I. Yogyakarta
2. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Jawa Barat
3. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Jawa Tengah

### c. Bank Milik Swasta Nasional, contohnya sebagai berikut:

1. Bank Muamalat
2. Bank Central Asia (BCA)
3. Bank Bumi Putera

### d. Bank Milik Asing, contohnya sebagai berikut:

1. American Express Bank
2. Bank of Tokyo
3. City Bank

### e. Bank Milik Campuran, contohnya sebagai berikut:

1. Bank Merincorp
2. Bank Sakura Swadarma

### f. Bank Milik Koperasi, contohnya sebagai berikut:

1. Bank Umum Koperasi Indonesia

3. Aspek Kedudukan, contohnya sebagai berikut:
  - a. Bank Devisa
  - b. Bank Non Devisa

#### 2.2.4 Kegiatan Bank

Undang-Undang No. 10 tahun 1998 menyebutkan kegiatan perbankan yang ada di Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Kegiatan Bank Umum
  - a. Menghimpun dana dari masyarakat (*funding*) dalam bentuk:
    1. *Demand Deposit* (Simpanan Giro), merupakan produk simpanan pada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menggunakan cek atau bilyet giro.
    2. *Saving Deposit* (Simpanan Tabungan), merupakan simpanan pada bank yang penarikannya dilakukan dengan menggunakan persyaratan yang sudah ditetapkan oleh bank.
    3. *Time Deposit* (Simpanan Deposito), merupakan simpanan pada bank yang memiliki jangka waktu (jatuh tempo) tertentu. Penarikannya hanya dapat dilakukan pada jangka waktu tertentu sesuai dengan perjanjian deposan dan bank.

b. Menyalurkan dana kepada masyarakat (*lending*) dalam bentuk:

1. Kredit Investasi, adalah kredit yang dikeluarkan bank untuk digunakan sebagai penanaman modal atau investasi oleh seorang pengusaha.
2. Kredit Modal Kerja, adalah kredit yang dikeluarkan bank dengan tujuan sebagai modal kerja masyarakat.
3. Kredit Perdagangan, adalah kredit yang dikeluarkan bank dengan tujuan untuk membantu para pedagang dalam upaya mengembangkan dan memperlancar kegiatan usaha perdagangannya.

c. Memberikan jasa-jasa bank lainnya seperti:

1. *Transfer* (iriman uang)
2. *Inkaso* (penagihan)
3. *Kliring*
4. *Safe Deposit Box*
5. *Bank Card*
6. *Bank Notes* (valas)
7. *Bank Draft*
8. *Letter of Credit*
9. Jual beli surat-surat berharga
10. Menerima setoran seperti pembayaran pajak, telepon, air, listrik, dan lain-lain.



11. Melayani pembayaran seperti gaji, pensiunan, honorarium, dividen, kupon, hadiah, dan lain-lain.

12. Dan jasa-jasa bank lainnya.

## 2. Kegiatan Bank Perkreditan Rakyat

a. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk:

1. Simpanan Tabungan

2. Simpanan Deposito

b. Menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk:

1. Kredit Investasi

2. Kredit Modal Kerja

3. Kredit Perdagangan

c. Larangan-larangan bagi Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah:

1. Menerima Simpanan Giro

2. Melakukan Kliring

3. Melakukan Kegiatan Valuta Asing

4. Melakukan Kegiatan Perasuransian

## 2.3 *Customer Service*

### 2.3.1 Pengertian *Customer Service*

Secara umum, *customer service* merupakan pelayanan yang disediakan oleh suatu perusahaan untuk melayani kebutuhan pelanggan yang biasanya meliputi penerimaan pesanan barang atau jasa, menjawab pertanyaan-

pertanyaan pelanggan, memberikan informasi kepada pelanggan, dan proses penanganan keluhan yang berhubungan dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan (Fernandes & Marlius, 2017). Sementara itu, Kasmir (2017) menjelaskan bahwa *customer service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan kepada seseorang untuk memberikan kepuasan terhadap pihak nasabah melalui pelayanan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.

Dari beberapa pengertian *customer service* yang sudah dijelaskan, *customer service* dapat diartikan sebagai kegiatan pelayanan oleh perusahaan perbankan dalam melayani nasabah untuk memenuhi kebutuhan nasabah tersebut dan menangani keluhan nasabah guna mencapai kepuasan. *Customer service* memiliki peran penting dalam kegiatan operasional bank, yaitu memberikan pelayanan yang profesional kepada nasabah guna mempertahankan nasabah untuk setia menggunakan produk dan jasa bank, meyakinkan nasabah bahwa produk atau jasa yang ditawarkan kepada nasabah memiliki kualitas baik dan menguntungkan, serta menarik nasabah baru untuk menggunakan produk dan jasa bank yang ditawarkan.

### 2.3.2 Fungsi *Customer Service* Perbankan

Fungsi *customer service* dalam buku Ikatan Bankir Indonesia (2017) adalah sebagai berikut:

1. *Front Liner Officer* (Petugas Garis Depan), artinya *customer service* berada dibagian depan suatu bank dan menjadi cerminan penilaian pelayanan suatu bank.
2. *Liasson Officer* (Petugas Penghubung), artinya *customer service* menjadi penghubung dan perantara antara nasabah dengan perusahaan perbankan.
3. *Information Center* (Pusat Informasi), artinya *customer service* menjadi pusat dan narasumber informasi-informasi mengenai produk dan jasa layanan perusahaan perbankan.
4. *Salesman* (Penjual), artinya *customer service* sebagai pihak yang memasarkan dan menjual berbagai macam produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan perbankan.
5. *Servicing* (Pelayanan), artinya *customer service* perbankan sebagai pihak penerima dan menyambut baik kehadiran nasabah serta melayani dan memastikan kebutuhan nasabah terpenuhi.
6. *Financial Advisor* (Konsultan), artinya *customer service* dibekali pengetahuan dan wawasan sehubungan dengan perencanaan pengelolaan keuangan nasabah.
7. *Maintenance Customer* (Pembinaan Nasabah), artinya *customer service* menjadi pembina bagi setiap *account* atau rekening nasabah non kredit.

8. *Handling Complaint* (Penanganan Keluhan), artinya *customer service* sebagai pihak dalam menangani dan memecahkan berbagai keluhan atau masalah yang dihadapi nasabah.

### 2.3.3 Tugas *Customer Service*

Selain memiliki fungsi, seorang *customer service* juga memiliki tugas dalam menunjang kegiatan operasional bank. Menurut Fernandes dan Marluis (2017) tugas *customer service* yaitu melayani kebutuhan nasabah sesuai dengan ketentuan bank yang berlaku. Pada hakekatnya tugas tersebut merupakan penerapan dari fungsi *customer service* yang telah disebutkan. Berikut ini adalah tugas *customer service* perbankan menurut Ikatan Bankir Indonesia (2017) antara lain:

1. Pembukaan, pemeliharaan, dan penutupan rekening
  - a. Menerima permohonan untuk pembukaan atau pembaruan serta penutupan rekening data perorangan nasabah.
  - b. Menerima pengajuan pinjaman atau kredit.
  - c. Mengaktivasi kartu ATM rekening tabungan.
  - d. Mengadministrasikan data perorangan nasabah.
  - e. Memberikan bukti kepemilikan rekening perorangan.
  - f. Menerima permohonan pelunasan bunga deposito.
2. Pelayanan informasi
  - a. Memberikan informasi se jelas mungkin kepada nasabah mengenai berbagai macam produk dan jasa yang dikeluarkan bank.

- b. Menjelaskan kepada nasabah dalam pengisian formulir dari masing-masing transaksi bank.
    - c. Melakukan “*cross selling*” produk atau jasa yang dimiliki bank.
  3. Pelayanan keluhan
    - a. Menerima, melayani, dan mengatasi segala bentuk permasalahan yang disampaikan oleh nasabah sehubungan dengan ketidakpuasan atas pelayanan yang diberikan.
    - b. Memberikan informasi kepada unit kerja terkait mengenai penyelesaian keluhan nasabah.
  4. Pelayanan administrasi
    - a. Memandu dan membina nasabah sesuai dengan kebutuhannya.
    - b. Memberikan informasi tentang saldo dan mutase rekening nasabah.
    - c. Mengadministrasikan buku cek, bilyet giro, dan buku tabungan.
    - d. Menangani permintaan dan pencabutan status blokir rekening nasabah.
  5. Pelayanan administratif
    - a. Mengelola dan menyiapkan buku rekening tabungan.
    - b. Mempersiapkan ATM sesuai rekening yang sudah dicetak.

6. Pelayanan solusi
  - a. Melayani kebutuhan nasabah secara maksimal.
  - b. Memproses permintaan dan pengajuan produk bank oleh nasabah.
  - c. Melayani keluhan dan masalah yang dihadapi nasabah.
  - d. Memberikan alternative solusi pemecahan keluhan dan masalah yang dihadapi nasabah.

#### 2.3.4 Wewenang *Customer Service*

Sehubungan dengan tugas dan fungsi, *customer service* perbankan juga memiliki wewenang sebagai wujud konkrit tugas dan fungsi secara khusus terhadap pekerjaan yang dilakukannya. Adapun wewenang *customer service* menurut Fernandes dan Marlius (2017) yaitu:

1. Menyaksikan nasabah mengisi dan menandatangani formulir, aplikasi, dan perjanjian-perjanjian dalam penggunaan produk dan jasa bank.
2. Menolak permintaan pembukaan rekening apabila nasabah tersebut tidak memenuhi persyaratan atau prosedur berlaku.
3. Melakukan verifikasi tanda tangan nasabah.
4. Menolak permintaan buku bilyet giro dan cek apabila tidak memenuhi persyaratan yang berlaku.

5. Melakukan penutupan rekening nasabah baik atas permintaan nasabah itu sendiri maupun dengan alasan yang lain berdasarkan prosedur intern bank.

## **2.4 Kepuasan Pelanggan**

### **2.4.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Kotler dan Keller (2017) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap (kinerja atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Sementara itu, Tjiptono (2017) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai evaluasi purnabeli, dimana persepsi kinerja terhadap alternatif produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Cahyani (2016) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakan terpenuhi. Berdasarkan beberapa pengertian kepuasan pelanggan yang sudah disebutkan, kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai suatu penilaian dan evaluasi dari konsumen terkait dengan perasaan senang atau tidak senang terhadap penggunaan produk atau kinerja suatu perusahaan.

## 2.4.2 Mengukur Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2017) terdapat metode-metode yang dapat digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan kinerja perusahaan antara lain:

1. **Sistem Keluhan dan Saran**

Dalam hal ini, memberikan kesempatan terhadap nasabah untuk menyampaikan keluhan, kritik, pendapat, dan saran adalah penting untuk dilakukan sebagai salah satu upaya perusahaan dalam mengukur kinerja guna menciptakan kepuasan nasabah secara maksimal. Pada umumnya, media yang digunakan perusahaan adalah berupa kotak saran, saluran telepon, web perusahaan, dan lain sebagainya.

2. ***Ghost Shopping* (Pelanggan Bayangan)**

*Ghost shopping* merupakan salah satu cara yang biasa digunakan perusahaan dengan memperkerjakan seorang *ghost shopper* sebagai pelanggan potensial jasa perusahaan. Selain itu, *ghost shopper* juga berperan sebagai pemasar produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pihak lain.

3. ***Lost Customer Analys* (Analisa Pelanggan yang Beralih)**

Pada dasarnya, apabila terjadi peningkatan *customer lost rate* suatu perusahaan, itu membuktikan bahwa adanya kegagalan dari perusahaan dalam upaya menciptakan kepuasan bagi pelanggannya. Metode *lost customer analys* ini dilakukan



perusahaan dengan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti menggunakan produk atau jasa perusahaan dengan tujuan untuk mengetahui penyebabnya dan menentukan solusi-solusi yang efektif untuk menarik pelanggan itu kembali menggunakan produk atau jasa perusahaan.

#### 4. Survei Kepuasan Pelanggan

Survei kepuasan pelanggan merupakan sebuah hal yang umum dilakukan perusahaan dalam mengukur kinerja perusahaan tersebut.

Pada umumnya, survei kepuasan pelanggan dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh tanggapan dan umpan balik dari pelanggan secara langsung sebagai upaya mengukur kepuasan terhadap kinerja perusahaan.

## 2.5 **Kualitas Pelayanan**

### 2.5.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kotler dan Keller (2017, hal. 47) mengartikan pelayanan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan. Sasongko (2021) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah hasil penilaian pelanggan terhadap perbedaan antara harapan dan kenyataan yang dirasakan dari layanan yang mereka terima dari penyedia layanan, baik penilaian secara sebagian atau secara keseluruhan. Sementara itu, Atmaja (2018) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan sebagai fokus dalam memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada

ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Dari beberapa pengertian tersebut, kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai tindakan atau kemampuan karyawan dalam suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan yang terbaik dan bermutu kepada pelanggan, karyawan, maupun pimpinan perusahaan untuk menciptakan kepuasan. Kualitas pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh suatu perusahaan pada saat pelanggan berada di perusahaan. Oleh karena itu, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan sifatnya memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

#### 2.5.2 Dimensi Kualitas Pelayanan

Dimensi kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2017) dapat dibedakan menjadi sebagai berikut:

1. Keandalan (*Reability*), merupakan kemampuan seseorang atau perusahaan dalam memberikan layanan yang dijanjikan dengan cepat, akurat, dan terpercaya.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*), merupakan kemauan para pegawai dalam suatu perusahaan untuk tanggap memberikan pelayanan kepada pelanggan.
3. Jaminan (*Asurance*), merupakan kemampuan perusahaan dalam menciptakan rasa percaya dalam diri pelanggan terhadap perusahaan untuk menghindari resiko dan keragu-raguan.
4. Empati (*Emphaty*), merupakan sikap yang ditunjukkan para pegawai suatu perusahaan dalam melayani pelanggan tercermin dalam

menjalinkan komunikasi yang baik, penuh perhatian, dan memahami kebutuhan pelanggan.

5. Bukti Fisik (*Tangible*), merupakan kuantitas pelayanan perusahaan dalam bentuk fisik meliputi prasarana, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

### 2.5.3 Karakteristik Layanan Jasa

Menurut Tjiptono (2017) menyebutkan secara garis besar karakteristik layanan jasa terdiri dari sebagai berikut:

1. *Intangibility* (tidak berwujud), artinya jasa berbeda dengan barang yang merupakan suatu objek, alat atau benda. Sedangkan jasa adalah suatu perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja atau sebuah usaha.
2. *Inseparability* (tidak terpisahkan), artinya pada umumnya suatu produk perusahaan dijual untuk dikonsumsi. Berbeda dengan itu, jasa ditawarkan untuk diproduksi dan dikonsumsi pelanggan pada satu tempat dan dalam waktu yang sama.
3. *Heterogeneity/variability* (bervariasi), artinya jasa memiliki ragam bentuk dan kualitas yang bervariasi sehingga bersifat variabel.
4. *Perishability* (tidak tahan lama), artinya jasa yang ditawarkan tidak akan mampu bertahan lama.
5. *Lack of Ownership* (kurangnya kepemilikan), artinya pada pembelian jasa pelanggan hanya akan memiliki akses personal dan dengan jangka waktu yang terbatas.

## BAB III

### ANALISIS DESKRIPTIF

#### 3.1 Data Umum

##### 3.1.1 Sejarah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk pertama kali didirikan oleh Raden Bei Aria Wiraatmaja pada tanggal 16 Desember 1895 di Purwokerto, Jawa Tengah dan menjadi salah satu bank milik pemerintah terbesar di Indonesia. Pada awal pendiriannya, bank BRI dikenal dengan nama *De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche* atau “Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi Purwokerto”. Bank BRI merupakan lembaga yang mengelola dana kas masjid untuk disalurkan kepada masyarakat dengan skema yang sangat sederhana.

Peraturan Pemerintah No. 1 tahun 1946 pasal 1 menyebutkan bahwa BRI adalah sebagai bank milik pemerintah pertama di Indonesia. Pada masa perjuangan mempertahankan kemerdekaan Republik Indonesia pada tahun 1948, kegiatan operasional BRI sempat berhenti untuk sementara waktu. Kemudian pada masa setelah terjadinya perjanjian Renville tahun 1949, kegiatan BRI mulai aktif kembali dan berganti nama menjadi Bank Rakyat Indonesia Serikat.

Melalui PERPU No. 41 tahun 1960 dibentuklah Bank Koperasi Tani dan Nelayan (BKTN) yang merupakan peleburan dari BRI, Bank Tani Nelayan dan *Nederlandsche Maatschappij* (NHM). Kemudian BKTN diintegrasikan ke dalam

Bank Indonesia dengan sebutan Bank Urusan Koperasi Tani dan Nelayan sesuai dengan Penetapan Presiden (Penpres) No. 9 tahun 1965. Setelah berjalan selama satu bulan, keluar Penpres No. 17 tahun 1965 tentang pembentukan bank tunggal dengan nama Bank Negara Indonesia. Dalam ketentuan baru tersebut, Bank Indonesia Urusan Koperasi, Tani dan Nelayan (eks BKTN) diintegrasikan dengan nama Bank Negara Indonesia unit II bidang Rural, sedangkan NHM menjadi Bank Negara Indonesia unit II bidang Ekspor Impor (Exim).

Berdasarkan Undang-Undang Perbankan No. 7 tahun 1992 dan Peraturan Pemerintah RI No. 21 tahun 1992 status BRI menjadi perseroan terbatas. Pada saat itu, kepemilikan BRI masih 100% ditangan Pemerintah Republik Indonesia. Kemudian pada tahun 2003 Pemerintah Republik Indonesia menjual 30% saham bank BRI, sehingga menjadi perusahaan publik dengan nama PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk dan masih digunakan sampai dengan saat ini.

### 3.1.2 Visi dan Misi Bank BRI

Sebagai salah satu perusahaan perbankan terbesar di Indonesia, Bank BRI memiliki visi “Menjadi *The Most Valuable Banking Group* di Asia Tenggara dan *Champion of Financial Inclusion*”. Sementara itu, misi Bank BRI dapat disebutkan sebagai berikut:

1. Memberikan yang terbaik. Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada segmen mikro, kecil, dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat.

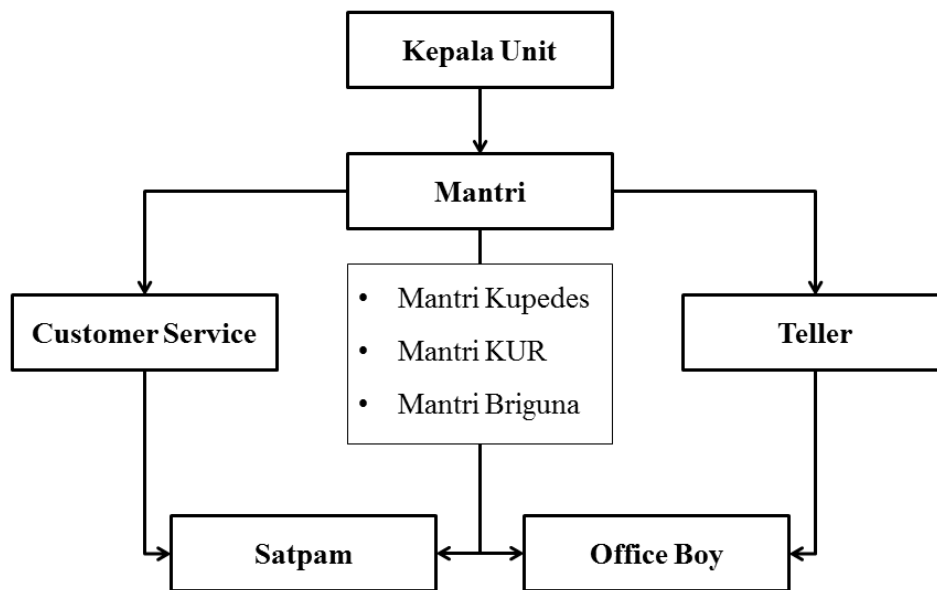
2. Menyediakan pelayanan yang prima. Memberikan pelayanan prima dengan fokus kepada nasabah melalui sumber daya manusia yang profesional dan memiliki budaya berbasis kinerja (*performance-driven culture*), teknologi informasi yang handal dan *future ready*, dan jaringan kerja konvensional maupun digital yang produktif dengan menerapkan prinsip operasional dan *risk management excellence*.
3. Bekerja dengan optimal dan baik. Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan (stakeholders) dengan memperhatikan prinsip keuangan berkelanjutan dan praktik *Good Corporate Governance* yang sangat baik.

### 3.1.3 Nilai Utama Perusahaan Bank BRI

1. Amanah. Bank BRI memegang teguh kepercayaan yang diberikan oleh nasabah.
2. Kompeten. Bank BRI terus belajar dan mengembangkan kapabilitas perusahaan.
3. Harmonis. Bank BRI saling peduli dan menghargai perbedaan baik antara perusahaan dengan nasabah maupun dengan perusahaan lain.
4. Loyal. Bank BRI berdedikasi tinggi dan mengutamakan kepentingan Bangsa dan Negara Indonesia.
5. Adaptif. Bank BRI terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan.

6. Kolaboratif. Bank BRI mendorong kerjasama yang sinergis baik antara perusahaan dengan nasabah maupun dengan perusahaan lain.

#### 3.1.4 Struktur Organisasi Bank BRI



**Gambar 3.1**  
**Struktur Organisasi Bank BRI KC Sleman Unit Tempel I**

Sumber : Data Bank BRI KC Sleman Unit Tempel I (2022)

#### 3.1.5 Produk dan Jasa Layanan Bank BRI

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk menawarkan berbagai macam produk dan jasa layanan untuk menunjang kebutuhan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat Indonesia, produk dan jasa layanan tersebut adalah sebagai berikut:

## 1. Produk Penghimpunan Dana

### a. Tabungan BRI Simpedes

Tabungan BRI Simpedes adalah jenis tabungan masyarakat untuk nasabah individu maupaun UMKM dalam mata uang rupiah yang penyetoran dan penambilannya tidak dibatasi baik frekuensi maupun jumlahnya selama memenuhi aturan berlaku. Tabungan jenis ini dapat dilayani di Kantor Cabang BRI, Kantor Cabang Pembantu (KCP) BRI, BRI Unit, Kanca BRI, dan Teras BRI.

### b. Tabungan BRI Simpedes TKI

Tabungan jenis ini merupakan tabungan yang diperuntukan untuk Tenaga Kerja Indonesia (TKI) dalam mempermudah transaksi dalam hal penyaluran upah TKI.

### c. Tabungan BRI Simpedes Usaha

Tabungan Simpedes Usaha ini diperuntukan kepada pengusaha mikro untuk mengakomodasi kebutuhan transaksi bernilai tinggi.

### d. Britama

Tabungan Britama merupakan produk tabungan yang didukung fasilitas e-banking dan sistem real online yang memudahkan nasabah untuk melakukan beragam transaksi.



e. Britama X

Tabungan Britama X menjadi simpanan tabungan yang diperuntukan kepada anak muda dengan memiliki desain kartu debit khusus. Selain itu, Britama X juga memberikan beragam kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan dengan didukung fasilitas e-banking dan sistem real online yang memudahkan nasabah untuk bertransaksi kapanpun dan dimanapun.

f. Britama Rencana

Tabungan Britama Rencana merupakan jenis tabungan investasi untuk membantu nasabah mewujudkan rencananya seperti kepemilikan rumah, kendaraan, dan lain sebagainya.

g. Britama Valas

Tabungan Britama Valas menjadi tabungan yang menawarkan kemudahan dalam beragam transaksi mata uang asing dan memiliki nilai tukar yang sangat kompetitif.

h. Britama Bisnis

Tabungan ini merupakan tabungan BRI yang diperuntukan dalam kebutuhan bisnis. Produk tabungan jenis ini memberikan keleluasaan lebih dalam bertransaksi, kejelasan lebih dalam pencatatan transaksi, dan keuntungan yang lebih dalam menunjang transaksi kebutuhan bisnis nasabah.

i. Tabungan Simpel

Tabungan Simpel merupakan produk tabungan yang diperuntukkan kepada siswa atau pelajar yang menawarkan kemudahan dan kesederhanaan dalam persyaratan.

j. TabunganKu

TabunganKu merupakan produk simpanan yang dikeluarkan BRI untuk nasabah perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan. Pada umumnya, jenis tabungan ini juga diterbitkan secara umum oleh bank-bank di Indonesia dengan tujuan menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

k. Tabungan Junio

Tabungan Junio merupakan produk tabungan yang diperuntukkan kepada anak-anak untuk belajar menabung yang dilengkapi dengan berbagai fasilitas untuk menarik perhatian dan minat anak-anak.

l. Tabungan Haji

Tabungan haji merupakan produk tabungan yang diperuntukkan bagi nasabah perorangan sebagai persiapan Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH).

m. Deposito Rupiah

Deposito Rupiah adalah simpanan berjangka dalam mata uang Rupiah dengan memberikan harga yang menarik dan beragam keuntungan lainnya.

n. Deposito Valas

Deposito Valas adalah simpanan berjangka dalam mata uang asing yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada jangka waktu tertentu dengan memberikan bunga menarik dan beragam keuntungan lainnya.

2. Produk Penyaluran Dana

a. KPR BRI

KPR BRI adalah program BRI dalam memberikan kemudahan kepada perorangan untuk memiliki hunian yang diinginkan.

b. KPR Sejahtera FLPP BRI

KPR Sejahtera FLPP BRI adalah program pemilikan huniaan dari Pemerintah dengan Harga Rumah Terjangkau dan Suku

Bunga 5% s.d fiked selama jangka waktu kredit.

c. Briguna Karya

Briguna Karya adalah Kredit Tanpa Agunan (KTA) dari Bank BRI yang diberikan kepada calon debitur/debitur dengan sumber pembayaran beraal dari sumber penghasilan tetap atau *fixed income* (gaji).

d. Briguna Purna

Briguna Purna adalah kredit yang diberikan kepada calon debitur/debitur dengan sumber pembayaran berasal dari sumber penghasilan tetap atau *fixed income* (uang pensiun).

e. Briguna Umum

Briguna Umum adalah kredit yang diberikan kepada calon debitur atau debitur dengan sumber pembayaran berasal dari sumber penghasilan tetap atau *fixed income* (gaji) dengan jangka waktu sejak pegawai aktif sampai dengan masa pensiun.

f. Briguna Pendidikan

Briguna Pendidikan adalah kredit yang khusus diperuntukan kepada mahasiswa S2 dan S3 yang sudah memiliki upah atau penghasilan tetap.

### 3.2 Data Khusus

Data khusus dalam pembahasan ini berupa hasil dari penelitian yang dilakukan selama kegiatan magang di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KC Sleman Unit Tempel I yaitu sebagai berikut:

#### 3.2.1 Hasil Pengumpulan Data

Hasil pengumpulan data kuesioner dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut ini:

**Tabel 3.1**  
**Hasil Pengumpulan Data**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Kuesioner disebar	100	100%
Kuesioner kembali	100	100%
Kuesioner tidak kembali	0	0%
Kuesioner layak	100	100%
Kuesioner tidak layak	0	0%

Sumber : Data diolah (2022)

Berdasarkan pada Tabel 3.1 dapat diketahui bahwa sebanyak 100 kuesioner yang disebar guna pengumpulan data kepada responden yang merupakan nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KC Sleman Unit Tempel I adalah layak untuk diteliti dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian selanjutnya.

### 3.2.2 Karakteristik Responden

#### 1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Hasil pengumpulan data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 3.2 berikut ini:

**Tabel 3.2**  
**Karakteristik Jenis Kelamin Responden**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi (orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
Laki-laki	55	55%
Perempuan	45	45%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data diolah (2022)

Dari data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang diperoleh pada Tabel 3.2 tersebut, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah sebanyak 55 orang atau 55%. Sementara itu, responden lainnya berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 45 orang atau 45%. Jumlah responden terbesar berjenis kelamin laki-laki dan jumlah responden terkecil berjenis kelamin perempuan.

2. Karakteristik responden berdasarkan usia

Hasil pengumpulan data karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada Tabel 3.3 berikut ini:

**Tabel 3.3**  
**Karakteristik Usia Responden**

<b>Usia</b>	<b>Frekuensi (orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
17 – 25 Tahun	35	35%
26 – 39 Tahun	54	54%
≥ 40 Tahun	11	11%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data diolah (2022)

Dari data karakteristik berdasarkan usia responden pada Tabel 3.3 tersebut, dapat diketahui sebagian besar responden berusia 26-39 tahun dengan jumlah sebanyak 54 orang atau 54%, responden berusia 17-25 tahun yaitu sebanyak 35 orang atau 35%, dan responden lainnya berusia  $\geq 40$  tahun sebanyak 11 orang atau 11%. Sehingga dapat diperoleh kesimpulan bahwa jumlah terbesar

responden berusia 26-39 tahun dan jumlah terkecil responden berusia  $\geq 40$  tahun.

### 3. Karakteristik responden berdasarkan status pekerjaan

Hasil pengumpulan data karakteristik responden berdasarkan status pekerjaan dapat dilihat pada Tabel 3.4 berikut ini:

**Tabel 3.4**  
**Karakteristik Status Pekerjaan Responden**

<b>Status Pekerjaan</b>	<b>Frekuensi (orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
Pelajar/Mahasiswa	20	20%
Bekerja	50	50%
Tidak Bekerja	30	30%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data diolah (2022)

Dari data karakteristik responden berdasarkan status pekerjaan pada Tabel 3.4 tersebut, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berstatus pekerjaan bekerja yaitu sebanyak 50 orang atau 50%, responden berstatus tidak bekerja yaitu sebanyak 30 orang atau 30%, dan responden lainnya berstatus pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 20 orang atau 20%. Sehingga dapat diperoleh kesimpulan bahwa jumlah responden terbesar berstatus pekerjaan bekerja, dan jumlah terkecil responden berstatus pekerjaan pelajar/mahasiswa.

### 3.2.3 Kualitas Pelayanan

1. *Tangible* (Bukti Fisik) adalah kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan dalam segi sarana dan prasarana fisik suatu perusahaan dapat diandalkan sehingga menjadi salah satu faktor penting perusahaan dalam menyajikan kualitas layanan kepada pelanggan. Penilaian responden terhadap kualitas pelayanan dimensi *tangible* (bukti fisik) dapat dilihat pada Tabel 3.5 berikut ini:

**Tabel 3.5**  
**Tabel Penilaian Dimensi *Tangible***

<b>Indikator</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>CS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>	<b>Σ</b>
Petugas <i>customer service</i> bank BRI Unit Tempel I berpakaian rapi dan berpenampilan baik.	0	1	15	41	43	100
Ruang tunggu nasabah bank BRI Unit Tempel I bersih, rapi, dan nyaman.	2	8	33	42	15	100
Fasilitas yang disediakan bank BRI Unit Tempel I lengkap (kursi tunggu, ac, wastafel, toilet, dan lain sebagainya).	8	17	22	33	20	100
Bank BRI Unit Tempel I memiliki tempat parkir yang luas	11	29	26	22	12	100

Sumber : Data diolah (2022)



Keterangan:

STS : Sangat Tidak Setuju      S : Setuju

TS : Tidak Setuju                  SS : Sangat Setuju

CS : Cukup Setuju                 $\Sigma$  : Total Responden

Berdasarkan pada Tabel 3.5 penilaian dimensi *tangible* diatas dapat diperoleh pembahasan sebagai berikut:

- a. Pada indikator “petugas *customer service* bank BRI Unit Tempel I berpakaian rapi dan berpenampilan baik” dapat diketahui bahwa sebanyak 84 orang memberikan penilaian setuju dan 16 orang lainnya memberikan penilaian tidak setuju. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa petugas *customer service* sudah berpakaian rapi dan berpenampilan baik.
- b. Pada indikator “ruang tunggu nasabah bank BRI Unit Tempel I bersih, rapi, dan nyaman” dapat diketahui bahwa sebanyak 57 orang memberikan penilaian setuju dan 43 orang lainnya memberikan penilaian tidak setuju. Meskipun responden yang memberikan penilaian setuju lebih besar jumlahnya, akan tetapi responden lain yang memberikan penilaian kurang setuju juga masih cukup besar. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ruang tunggu nasabah bank BRI Unit Tempel I masih kurang bersih, rapi, dan nyaman. Maka dari itu kebersihan, kerapian, dan kenyamanan ruang tunggu nasabah masih harus

ditingkatkan untuk mencapai kualitas pelayanan yang maksimal.

- c. Pada indikator “fasilitas yang disediakan bank BRI Unit Tempel I lengkap (kursi tunggu, ac, wastafel, toilet, dan lain sebagainya)” dapat diketahui bahwa sebanyak 53 orang memberikan penilaian setuju dan 47 orang lainnya memberikan penilaian tidak setuju. Meskipun responden yang memberikan penilaian setuju lebih besar jumlahnya, akan tetapi responden lain yang memberikan penilaian kurang setuju juga masih cukup besar. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ketersediaan fasilitas pendukung bank BRI Unit Tempel I masih kurang lengkap. Maka dari itu ketersediaan fasilitas pendukung bank BRI Unit Tempel I masih perlu untuk dilengkapi untuk memaksimalkan kualitas pelayanan.
- d. Pada indikator “Bank BRI Unit Tempel I memiliki tempat parkir yang luas” dapat diketahui bahwa sebanyak 34 orang memberikan penilaian setuju dan sebanyak 66 orang lainnya memberikan penilaian tidak setuju terhadap indikator tersebut. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tempat parkir bank BRI Unit Tempel I belum luas. Sehingga tempat parkir bank BRI Unit Tempel I menjadi hal penting untuk ditingkatkan dalam memaksimalkan kualitas pelayanan.

Berdasarkan hasil pembahasan dimensi *tangible* tersebut, dapat diperoleh pertimbangan bahwa kerapian dan penampilan baik petugas *customer service* perlu untuk dipertahankan guna mempertahankan kualitas pelayanan. Sementara itu, kerapian dan kebersihan ruang tunggu nasabah, ketersediaan fasilitas pendukung bank BRI Unit Tempel I, dan ketersediaan tempat parkir yang luas menjadi hal yang penting dan perlu untuk ditingkatkan dalam upaya menciptakan kualitas pelayanan secara maksimal. Mayoritas responden yang memberikan penilaian setuju berjenis kelamin laki-laki kisaran usia 26-39 tahun dengan status pekerjaan adalah bekerja. Sedangkan, responden berjenis kelamin perempuan, responden berusia 17-25 tahun dan  $\geq 40$  tahun, serta responden dengan status pekerjaan pelajar/mahasiswa dan tidak bekerja menjadi data minoritas dimensi *tangible* dikarenakan jumlahnya lebih kecil.

2. *Reliability* (Keandalan) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan kepada pelanggan secara efektif. Dalam hal ini, *reliability* merupakan kemampuan petugas *customer service* PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KC Sleman Unit Tempel I dalam memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan kepada pelanggan secara efektif. Penilaian responden terhadap kualitas pelayanan

dimensi *reliability* (keandalan) dapat dilihat pada Tabel 3.6 berikut ini:

**Tabel 3.6**  
**Tabel Penilaian Dimensi *Reliability***

<b>Indikator</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>CS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>	<b>Σ</b>
Petugas <i>customer service</i> memberikan waktu pelayanan yang cukup kepada nasabah.	0	2	31	53	14	100
Petugas <i>customer service</i> memiliki kualitas pelayanan baik dan sesuai dengan prosedur dalam melayani nasabah.	0	4	25	53	18	100
Petugas <i>customer service</i> memberikan pelayanan dengan cermat, teliti, dan tepat waktu.	1	8	35	34	22	100

Sumber : Data diolah (2022)

Keterangan:

STS : Sangat Tidak Setuju      S : Setuju

TS : Tidak Setuju                SS : Sangat Setuju

CS : Cukup Setuju                Σ : Total Responden

Berdasarkan pada Tabel 3.6 penilaian dimensi *reliability* diatas dapat diperoleh pembahasan sebagai berikut:

- a. Pada indikator “petugas *customer service* memberikan waktu pelayanan yang cukup kepada nasabah” dapat diketahui bahwa sebanyak 67 orang memberikan penilaian setuju dan 33 orang lainnya memberikan penilaian tidak setuju. Dari hasil tersebut

dapat disimpulkan bahwa petugas *customer service* sudah memberikan waktu pelayanan yang cukup kepada nasabah.

b. Pada indikator “petugas *customer service* memiliki kualitas pelayanan baik dan sesuai dengan prosedur dalam melayani nasabah” dapat diketahui bahwa sebanyak 71 orang memberikan penilaian setuju dan 29 orang lainnya memberikan penilaian tidak setuju. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa petugas *customer service* sudah memiliki kualitas pelayanan baik dan sesuai dengan prosedur dalam melayani nasabah.

c. Pada indikator “petugas *customer service* memberikan pelayanan dengan cermat, teliti, dan tepat waktu” dapat diketahui bahwa sebanyak 56 orang memberikan penilaian setuju dan 44 orang lainnya memberikan penilaian tidak setuju. Meskipun responden yang memberikan penilaian setuju lebih besar jumlahnya, akan tetapi responden lain yang memberikan penilaian kurang setuju juga masih cukup besar. Sehingga dapat disimpulkan bahwa petugas *customer service* masih kurang cermat, teliti, dan tepat waktu dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Maka dari itu kecermatan, ketelitian, dan ketepatan waktu petugas *customer service* dalam memberikan pelayanan masih perlu untuk ditingkatkan untuk mencapai kualitas pelayanan secara maksimal.

Berdasarkan hasil pembahasan dimensi *reliability* tersebut, dapat diperoleh pertimbangan bahwa kecukupan waktu pelayanan yang diberikan dan kualitas pelayanan baik serta sesuai dengan prosedur perlu untuk dipertahankan. Sementara itu, kecermatan, ketelitian, dan ketepatan waktu petugas *customer service* dalam memberikan pelayanan masih perlu untuk ditingkatkan untuk menciptakan kualitas pelayanan secara maksimal. Mayoritas responden yang memberikan penilaian setuju berjenis kelamin laki-laki kisaran usia 26-39 tahun dengan status pekerjaan adalah bekerja. Sedangkan, responden berjenis kelamin perempuan, responden berusia 17-25 tahun dan  $\geq 40$  tahun, serta responden dengan status pekerjaan pelajar/mahasiswa dan tidak bekerja menjadi data minoritas dimensi *reliability* dikarenakan jumlahnya lebih kecil.

3. *Responsiveness* (Daya Tanggap) adalah kemauan suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan cepat, tepat, dan secara jelas. Dalam hal ini, *responsiveness* merupakan kemauan petugas *customer service* PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KC Sleman Unit Tempel I dalam memberikan pelayanan kepada nasabah secara cepat, tepat dan jelas. Selain itu, kesadaran diri petugas *customer service* dalam merespon kebutuhan dan keluhan nasabah menjadi faktor penting lainnya dalam dimensi *responsiveness* ini. Penilaian responden terhadap

kualitas pelayanan dimensi *responsiveness* (daya tanggap) dapat dilihat pada Tabel 3.7 berikut ini:

**Tabel 3.7**  
**Tabel Penilaian Dimensi *Responsiveness***

<b>Indikator</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>CS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>	<b>Σ</b>
Petugas <i>customer service</i> bank BRI Unit Tempel I memiliki kecepatan dan ketepatan dalam melayani nasabah.	3	12	34	39	12	100
Petugas <i>customer service</i> bank BRI Unit Tempel I tanggap dalam merespon kebutuhan dan keluhan nasabah.	3	15	24	38	20	100
Petugas <i>customer service</i> bank BRI Unit Tempel I segera meminta maaf ketika terjadi kesalahan dalam pelayanan nasabah.	1	10	36	38	15	100

Sumber : Data diolah (2022)

Keterangan:

STS : Sangat Tidak Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

SS : Sangat Setuju

CS : Cukup Setuju

Σ : Total Responden

Berdasarkan pada Tabel 3.7 penilaian dimensi *responsiveness* diatas dapat diperoleh pembahasan sebagai berikut:

- a. Pada indikator “petugas *customer service* bank BRI Unit Tempel I memiliki kecepatan dan ketepatan dalam melayani

nasabah” dapat diketahui bahwa sebanyak 51 orang memberikan penilaian setuju dan 49 orang lainnya memberikan penilaian tidak setuju. Meskipun responden yang memberikan penilaian setuju lebih besar jumlahnya, akan tetapi responden lain yang memberikan penilaian kurang setuju juga masih cukup besar. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kecepatan dan ketepatan petugas *customer service* dalam melayani nasabah masih kurang. Dari hasil tersebut, maka kecepatan dan ketepatan petugas *customer service* bank BRI Unit Tempel I perlu ditingkatkan untuk mencapai kualitas pelayanan secara maksimal.

- b. Pada indikator “petugas *customer service* bank BRI Unit Tempel I tanggap dalam merespon kebutuhan dan keluhan nasabah” dapat diketahui bahwa sebanyak 58 orang memberikan penilaian setuju dan 42 orang lainnya memberikan penilaian tidak setuju. Meskipun responden yang memberikan penilaian setuju lebih besar jumlahnya, akan tetapi responden lain yang memberikan penilaian kurang setuju juga masih cukup besar. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ketanggapan petugas *customer service* dalam merespon kebutuhan dan keluhan nasabah masih kurang maksimal. Dari hasil tersebut, maka ketanggapan petugas *customer service* bank BRI Unit Tempel I dalam merespon kebutuhan dan



keluhan nasabah perlu ditingkatkan untuk mencapai kualitas pelayanan secara maksimal.

- c. Pada indikator “petugas *customer service* bank BRI Unit Tempel I segera meminta maaf ketika terjadi kesalahan dalam pelayanan nasabah” dapat diketahui bahwa sebanyak 53 orang memberikan penilaian setuju dan 47 orang lainnya memberikan penilaian tidak setuju. Meskipun responden yang memberikan penilaian setuju lebih besar jumlahnya, akan tetapi responden lain yang memberikan penilaian kurang setuju juga masih cukup besar. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kesadaran diri petugas *customer service* dalam merespon kesalahan dengan permintaan maaf masih kurang maksimal. Dari hasil tersebut, maka kesadaran diri petugas *customer service* dalam merespon kesalahan dengan permintaan maaf perlu ditingkatkan untuk mencapai kualitas pelayanan secara maksimal.

Berdasarkan hasil pembahasan dimensi *responsiveness* tersebut, dapat diperoleh pertimbangan bahwa kecepatan dan ketepatan petugas *customer service* dalam melayani nasabah, ketanggapan petugas *customer service* dalam merespon kebutuhan dan keluhan nasabah, dan kesadaran diri petugas *customer service* dalam merespon kesalahan pelayanan dengan permintaan maaf sudah cukup baik. Akan tetapi, hal tersebut perlu ditingkatkan untuk

menciptakan kualitas pelayanan secara maksimal. Mayoritas responden yang memberikan penilaian setuju berjenis kelamin laki-laki kisaran usia 26-39 tahun dengan status pekerjaan adalah bekerja. Sedangkan, responden berjenis kelamin perempuan, responden berusia 17-25 tahun dan  $\geq 40$  tahun, serta responden dengan status pekerjaan pelajar/mahasiswa dan tidak bekerja menjadi data minoritas dimensi *responsiveness* dikarenakan jumlahnya lebih kecil.

4. *Assurance* (Jaminan) adalah kemampuan para pegawai dari suatu perusahaan untuk menumbuhkan kepercayaan dalam diri pelanggan terhadap perusahaan. Dalam hal ini, *assurance* merupakan kemampuan petugas *customer service* PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KC Sleman Unit Tempel I dalam menumbuhkan kepercayaan dari dalam diri nasabah terhadap layanan jasa yang disediakan perusahaan. Penilaian responden terhadap kualitas pelayanan dimensi *assurance* (jaminan) dapat dilihat pada Tabel

3.8 berikut ini:

**Tabel 3.8**  
**Tabel Penilaian Dimensi Assurance**

Indikator	STS	TS	CS	S	SS	$\Sigma$
Petugas <i>customer service</i> bank BRI Unit Tempel I menjamin kerahasiaan data pribadi nasabah.	0	9	25	38	28	100
Petugas <i>customer service</i> bank BRI Unit Tempel I memastikan kebutuhan nasabah terpenuhi.	1	17	42	31	9	100

Sumber : Data diolah (2022)

Keterangan:

STS : Sangat Tidak Setuju      S : Setuju  
 TS : Tidak Setuju              SS : Sangat Setuju  
 CS : Cukup Setuju               $\Sigma$  : Total Responden

Berdasarkan pada Tabel 3.8 penilaian dimensi *assurance* diatas dapat diperoleh pembahasan sebagai berikut:

a. Pada indikator “petugas *customer service* bank BRI Unit

Tempel I menjamin kerahasiaan data pribadi nasabah” dapat diketahui bahwa sebanyak 66 orang memberikan penilaian setuju dan 34 orang lainnya memberikan penilaian tidak setuju.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa petugas *customer service* dapat dipercaya dalam menjaga kerahasiaan data pribadi nasabah.

b. Pada indikator “petugas *customer service* bank BRI Unit Tempel I memastikan kebutuhan nasabah terpenuhi” dapat diketahui bahwa sebanyak 40 orang memberikan penilaian setuju dan 60 orang lainnya memberikan penilaian tidak setuju. Dari hasil tersebut, Dari hasil tersebut, dapat diketahui bahwa penilaian kurang setuju jumlahnya lebih besar. Sehingga dapat disimpulkan jaminan petugas *customer service* dalam memastikan kebutuhan nasabah terpenuhi adalah perlu ditingkatkan untuk menciptakan kualitas pelayanan secara maksimal.

Berdasarkan hasil pembahasan dimensi *assurance* tersebut, dapat diperoleh pertimbangan bahwa indikator jaminan kerahasiaan data diri nasabah oleh petugas *customer service* perlu dipertahankan untuk mempertahankan kualitas pelayanan. Sementara itu, jaminan petugas *customer service* memastikan kebutuhan nasabah terpenuhi menjadi indikator yang masih sangat perlu untuk ditingkatkan dalam upaya menciptakan kualitas pelayanan dimensi *assurance* secara maksimal. Mayoritas responden yang memberikan penilaian setuju berjenis kelamin laki-laki kisaran usia 26-39 tahun dengan status pekerjaan adalah bekerja. Sementara itu, responden berjenis kelamin perempuan, responden berusia 17-25 tahun dan  $\geq 40$  tahun, serta responden dengan status pekerjaan pelajar/mahasiswa

dan tidak bekerja menjadi data minoritas dimensi *assurance* dikarenakan jumlahnya lebih kecil.

5. *Empathy* (Empati) adalah memberikan pelayanan dengan sikap perhatian secara tulus dan secara pribadi kepada pelanggan dalam upaya memahami keinginan pelanggan dengan tujuan menciptakan kepuasan. Dalam hal ini, *empathy* merupakan sikap perhatian secara tulus petugas *customer service* PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KC Sleman Unit Tempel I dalam melayani nasabah dengan tujuan mencapai kepuasan. Penilaian responden terhadap kualitas pelayanan dimensi *empathy* (empati) dapat dilihat pada Tabel 3.9 berikut ini:

**Tabel 3.9**  
**Tabel Penilaian Dimensi *Empathy***

<b>Indikator</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>CS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>	<b><math>\Sigma</math></b>
Petugas <i>customer service</i> bank BRI Unit Tempel I melayani nasabah dengan ramah, sopan, dan santun.	0	1	18	43	38	100
Petugas <i>customer service</i> bank BRI Unit Tempel I melayani nasabah dengan penuh perhatian.	1	13	28	34	24	100
Petugas <i>customer service</i> bank BRI Unit Tempel I berorientasi untuk mengutamakan kepuasan nasabah.	4	18	31	34	13	100

Sumber : Data diolah (2022)

Keterangan:

STS : Sangat Tidak Setuju      S : Setuju  
 TS : Tidak Setuju                SS : Sangat Setuju  
 CS : Cukup Setuju                 $\Sigma$  : Total Responden

Berdasarkan pada Tabel 3.9 penilaian dimensi *empathy* diatas dapat diperoleh pembahasan sebagai berikut:

- a. Pada indikator “petugas *customer service* bank BRI Unit Tempel I melayani nasabah dengan ramah, sopan, dan santun” dapat diketahui bahwa sebanyak 81 orang memberikan penilaian setuju dan 19 orang lainnya memberikan penilaian tidak setuju. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa petugas *customer service* sudah melayani nasabah dengan ramah, sopan, dan santun.
- b. Pada indikator “petugas *customer service* bank BRI Unit Tempel I melayani nasabah dengan penuh perhatian” dapat diketahui bahwa sebanyak 58 orang memberikan penilaian setuju dan 42 orang lainnya memberikan penilaian tidak setuju. Meskipun responden yang memberikan penilaian setuju lebih besar jumlahnya, akan tetapi responden lain yang memberikan penilaian kurang setuju juga masih cukup besar. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelayanan petugas *customer service* dengan sikap penuh perhatian masih kurang maksimal. Dari hasil tersebut, maka pelayanan petugas *customer service*

dengan sikap penuh perhatian perlu ditingkatkan untuk menciptakan kualitas pelayanan secara maksimal.

- c. Pada indikator “petugas *customer service* bank BRI Unit Tempel I berorientasi untuk mengutamakan kepuasan nasabah” dapat diketahui bahwa sebanyak 47 orang memberikan penilaian setuju dan 53 orang lainnya memberikan penilaian tidak setuju. Dari hasil tersebut, dapat diketahui bahwa penilaian kurang setuju jumlahnya lebih besar. Sehingga, dapat disimpulkan sikap petugas *customer service* dalam berorientasi mengutamakan kepuasan nasabah adalah perlu ditingkatkan untuk menciptakan kualitas pelayanan secara maksimal.

Berdasarkan hasil pembahasan dimensi *empathy* tersebut, dapat diperoleh pertimbangan bahwa sikap ramah, sopan, dan santun petugas *customer service* dalam melayani nasabah perlu dipertahankan untuk mempertahankan kualitas pelayanan dimensi *empathy*. Sementara itu, sikap perhatian penuh petugas *customer service* dalam melayani nasabah dan sikap petugas *customer service* berorientasi dalam mengutamakan kepuasan nasabah menjadi faktor penting yang harus ditingkatkan untuk memberikan kualitas pelayanan secara maksimal. Mayoritas responden yang memberikan penilaian setuju berjenis kelamin laki-laki kisaran usia 26-39 tahun dengan status pekerjaan adalah bekerja. Sedangkan, responden berjenis kelamin perempuan, responden berusia 17-25

tahun dan  $\geq 40$  tahun, serta responden dengan status pekerjaan pelajar/mahasiswa dan tidak bekerja menjadi data minoritas dimensi *empathy* dikarenakan jumlahnya lebih kecil.

#### 3.2.4 Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah mencerminkan perasaan senang atau tidaknya nasabah dengan kualitas pelayanan dari petugas *customer service* PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KC Sleman Unit Tempel I. Penilaian responden terhadap dimensi kepuasan dapat dilihat pada Tabel 3.10 berikut ini:

**Tabel 3.10**  
**Tabel Penilaian Dimensi Kepuasan**

<b>Indikator</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>CS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>	<b><math>\Sigma</math></b>
Nasabah merasa puas dengan pelayanan petugas <i>customer service</i> bank BRI Unit Tempel I.	0	2	20	56	22	100
Kualitas pelayanan dan kinerja petugas <i>customer service</i> bank BRI Unit Tempel I sesuai dengan harapan nasabah.	0	13	31	38	18	100
Nasabah tidak pernah merasa kecewa dengan pelayanan petugas <i>customer service</i> bank BRI Unit Tempel I.	7	18	46	18	11	100
Nasabah tidak akan keberatan memberi saran kepada orang lain untuk menjadi nasabah bank BRI.	3	11	25	43	18	100

Sumber : Data diolah (2022)



Keterangan:

STS : Sangat Tidak Setuju      S : Setuju

TS : Tidak Setuju                SS : Sangat Setuju

CS : Cukup Setuju                 $\Sigma$  : Total Responden

Berdasarkan pada Tabel 3.9 penilaian dimensi kepuasan diatas dapat diperoleh pembahasan sebagai berikut:

1. Pada indikator “nasabah merasa puas dengan pelayanan petugas *customer service* bank BRI Unit Tempel I” dapat diketahui bahwa sebanyak 78 orang memberikan penilaian setuju dan 22 orang lainnya memberikan penilaian tidak setuju. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan nasabah sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan petugas *customer service* bank BRI Unit Tempel I.
2. Pada indikator “kualitas pelayanan dan kinerja petugas *customer service* bank BRI Unit Tempel I sesuai dengan harapan nasabah” dapat diketahui bahwa sebanyak 56 orang memberikan penilaian setuju dan 44 orang lainnya memberikan penilaian tidak setuju. Meskipun responden yang memberikan penilaian setuju lebih besar jumlahnya, akan tetapi responden lain yang memberikan penilaian kurang setuju juga masih cukup besar. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kinerja petugas *customer service* masih belum sesuai dalam menciptakan kepuasan nasabah. Dari hasil tersebut, kualitas pelayanan dan kinerja petugas *customer service* menjadi faktor penting dan perlu ditingkatkan untuk mencapai kepuasan secara maksimal.

3. Pada indikator “nasabah tidak pernah merasa kecewa dengan pelayanan petugas *customer service* bank BRI Unit Tempel I” dapat diketahui bahwa sebanyak 29 orang memberikan penilaian setuju dan 71 orang lainnya memberikan penilaian tidak setuju. Dari hasil tersebut, dapat diketahui bahwa penilaian kurang setuju jumlahnya lebih besar. Sehingga, dapat disimpulkan nasabah masih merasa kecewa dengan pelayanan petugas *customer service* bank BRI Unit Tempel I. Maka dari itu, kualitas pelayanan penting ditingkatkan untuk mencapai kepuasan secara maksimal.
4. Pada indikator “nasabah tidak akan keberatan memberi saran kepada orang lain untuk menjadi nasabah bank BRI” dapat diketahui bahwa sebanyak 61 orang memberikan penilaian setuju dan 39 orang lainnya memberikan penilaian tidak setuju. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa nasabah tidak akan keberatan menyarankan orang lain untuk menjadi nasabah bank BRI.

Berdasarkan hasil pembahasan dimensi kepuasan tersebut, dapat diperoleh pertimbangan bahwa indikator nasabah sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan petugas *customer service* bank BRI Unit Tempel I dan nasabah tidak akan keberatan menyarankan orang lain untuk menjadi nasabah bank BRI perlu dipertahankan untuk mempertahankan kepuasan nasabah. Sementara itu, kualitas pelayanan dan kinerja petugas *customer service* serta perasaan kecewa nasabah terhadap pelayanan petugas *customer service* menjadi hal penting yang perlu ditingkatkan dalam upaya memaksimalkan kepuasan dalam

diri nasabah. Sebagian besar responden yang memberikan penilaian setuju, mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki kisaran usia 26-39 tahun dengan status pekerjaan adalah bekerja. Sementara itu, responden berjenis kelamin perempuan, responden berusia 17-25 tahun dan  $\geq 40$  tahun, serta responden dengan status pekerjaan pelajar/mahasiswa dan tidak bekerja menjadi data minoritas dimensi kepuasan dikarenakan jumlahnya lebih kecil.



## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil data penelitian “Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan *Customer Service* PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KC Sleman Unit Tempel I” dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pembahasan yang sudah dijelaskan, dapat diperoleh kesimpulan bahwa dimensi pertama yaitu *Tangible* (bukti fisik) memperoleh jumlah penilaian baik oleh responden. Penampilan dan kerapian petugas *customer service* menjadi indikator dengan penilaian tertinggi dalam dimensi ini, maka dari itu hal tersebut perlu untuk dipertahankan. Sebaliknya, ketersediaan tempat parkir yang luas menjadi indikator dengan penilaian terendah dalam dimensi ini. Kedua, *Reliability* (keandalan) juga mendapatkan jumlah penilaian baik oleh responden. Pada indikator waktu pelayanan yang cukup serta kualitas pelayanan yang sesuai dengan prosedur oleh *customer service* menjadi indikator penting kualitas pelayanan yang dapat memuaskan responden, dengan demikian kedua indikator tersebut sudah semestinya harus dipertahankan. Ketiga, *Responsiveness* (daya tanggap) memperoleh

jumlah penilaian cukup baik oleh responden. Dapat diketahui bahwa semua indikator penilaian kualitas pelayanan dimensi *responsiveness* meliputi kecepatan dan ketepatan petugas *customer service* dalam melayani nasabah, ketanggapan petugas *customer service* dalam merespon kebutuhan dan keluhan nasabah, serta kesadaran diri petugas *customer service* dalam merespon terjadinya kesalahan pelayanan dengan permintaan maaf sudah cukup baik. Akan tetapi masih cukup banyak juga responden yang memberikan penilaian kurang setuju dengan ketiga indikator tersebut. Sehingga, indikator-indikator kualitas pelayanan dimensi *responsiveness* belum cukup efektif dan perlu untuk ditingkatkan guna mencapai kualitas pelayanan yang maksimal.

Berikutnya, dimensi keempat yaitu *Assurance* (jaminan) memperoleh jumlah penilaian cukup baik oleh responden. Jaminan kerahasiaan data diri nasabah oleh petugas *customer service* menjadi indikator penilaian tertinggi dalam dimensi ini.

Sebaliknya, petugas *customer service* memastikan kebutuhan nasabah terpenuhi menjadi indikator penilaian terendah dalam dimensi ini, hal tersebut menjadi hal penting untuk ditingkatkan guna mencapai kualitas pelayanan yang maksimal. Terakhir, dimensi kelima yaitu *Empathy* (empati) memperoleh jumlah penilaian baik oleh responden. Sikap ramah; sopan; dan santun petugas *customer service* dalam melayani nasabah menjadi

indikator dengan penilaian tertinggi dalam dimensi ini. Sementara itu, petugas *customer service* bank BRI Unit Tempel I berorientasi untuk mengutamakan kepuasan nasabah menjadi indikator dengan penilaian terendah dalam dimensi ini, sehingga perlu untuk ditingkatkan guna mencapai kualitas pelayanan yang maksimal.

2. Dari hasil data yang sudah dijelaskan, jumlah penilaian dimensi kepuasan menunjukkan sudah baik. Sebagian besar responden sudah memberikan penilaian setuju terhadap indikator-indikator dalam dimensi kepuasan tersebut. Indikator perasaan puas nasabah terhadap pelayanan yang diberikan *customer service* menjadi penilaian tertinggi dalam dimensi kepuasan ini. Sementara itu, pada indikator nasabah tidak pernah merasa kecewa dengan pelayanan petugas *customer service* merupakan hal penting untuk ditingkatkan guna mencapai kepuasan nasabah secara maksimal.

Dari hasil pembahasan yang sudah dijelaskan, dapat diperoleh pembahasan secara keseluruhan bahwa kualitas pelayanan petugas *customer service* adalah “**baik**” dan kepuasan nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KC Sleman Unit Tempel I adalah “**tercapai**”. Meski demikian penilaian tersebut belum menunjukkan hasil yang maksimal, sehingga perlu untuk ditingkatkan secara keseluruhan sebagai upaya menciptakan hasil penilaian terkait dengan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah yang sempurna.

## 4.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan “**Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan *Customer Service* PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KC Sleman Unit Tempel I**” yang sudah dijelaskan, selanjutnya diusulkan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KC Sleman Unit Tempel I yaitu sebagai berikut:

1. Indikator-indikator kualitas pelayanan meliputi penampilan dan kerapian petugas *customer service*, waktu pelayanan yang cukup diberikan oleh petugas *customer service* kepada nasabah, kualitas pelayanan *customer service* yang sesuai dengan prosedur, jaminan kerahasiaan data diri nasabah oleh petugas *customer service*, sikap ramah; sopan; dan santun petugas *customer service* dalam melayani nasabah, menjadi indikator-indikator yang harus dipertahankan agar tidak terjadi penurunan penilaian kualitas pelayanan *customer service* oleh nasabah, sehingga kualitas pelayanan yang diberikan tetap efektif dan optimal.

Selain itu, indikator-indikator dimensi kepuasan meliputi perasaan puas nasabah terhadap pelayanan yang diberikan *customer service*, dan nasabah tidak akan keberatan memberi saran kepada orang lain untuk menjadi nasabah bank BRI merupakan hal penting yang harus dipertahankan agar tidak terjadi penurunan kepuasan nasabah.

2. Meskipun dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan sudah memperoleh penilaian baik oleh nasabah, akan tetapi masih ada indikator-indikator yang harus ditingkatkan guna menciptakan kepuasan secara maksimal dalam dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan tersebut. Indikator-indikator yang dimaksud yaitu meliputi kebersihan dan kerapian ruang tunggu nasabah, ketersediaan fasilitas pendukung bank BRI Unit Tempel I, ketersediaan tempat parkir yang luas, pelayanan petugas *customer service* secara cepat; teliti; dan tepat waktu dalam melayani nasabah, kecepatan dan ketepatan petugas *customer service* dalam melayani nasabah, ketanggapan petugas *customer service* merespon kebutuhan dan keluhan nasabah, ketanggapan petugas *customer service* dalam menanggapi terjadinya kesalahan pelayanan, jaminan petugas *customer service* untuk memastikan kebutuhan nasabah terpenuhi, sikap penuh perhatian petugas *customer service* dalam melayani nasabah, sikap petugas *customer service* berorientasi dalam mengutamakan kepuasan nasabah, kualitas pelayanan dan kinerja petugas *customer service*, dan nasabah tidak pernah merasa kecewa dengan pelayanan yang diberikan petugas *customer service*.



## DAFTAR PUSTAKA

- Atmaja, J. (2018). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal Ecodemica*, 2, (1), 50-62.
- Azrullah, M. M. (2020). Analisis Tingkat Kepuasan Jamaah Umroh Terhadap Pelayanan Prima Di PT. Yamasa Tour & Travel Umroh dan Haji Surabaya. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 3, (2), 141-158.
- Cahyani, P. D. (2016). Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah Di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 6, (2), 151-162.
- Febriana, N. I. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. *AN-NISBAH*, 3, (1), 153-154.
- Fernandes, Y. D., & Marlius, D. (2017). Peranan *Customer Service* Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Utama Padang. *Akademi Keuangan dan Perbankan Padang*, 3, (1), 148-152.
- Ikatan Bankir Indonesia. (2017). *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Jakarta: PT Gramedia.
- Indriasari, M. (2019). *Pemasaran Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kasmir. (2016). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent Teori dan Praktik, Edisi Revisi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran, Edisi I. Alih Bahasa: Bob Sabran, MM*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Armstrong, K. (2017). *Pemasaran, Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyono, Agus, & Munas, R. (2017). *Layanan Lembaga Keuangan Perbankan & Keuangan Mikro*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.

- Oktiani, N., Puji Lestari, N. E., & Agustina, T. (2021). Pengaruh Manajemen Kinerja Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 5, (2), 98-109.
- Paramita, R. W., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Edisi Ketiga*. Jawa Timur: Widya Gama Press.
- Purnawati, I. A. (2018). *Akuntansi Perbankan Teori dan Soal Latihan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Raziawati, F. S., & Ma'rup, L. H. (2021). Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Di PT BPR Kerta Raharja Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 5, (2), 1870-1873.
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3, (1), 104-110.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Trianah, L., Pranitasari, D., & Marichs, S. Z. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. *STEI Ekonomi*, 26, (1), 110-115.
- Undang-Undang No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan
- Undang-Undang No. 10 tahun 1998 tentang Perbankan

## LAMPIRAN

### Lampiran I

#### LEMBAR KUESIONER

#### TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP PELAYANAN CUSTOMER SERVICE PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) KC SLEMAN UNIT TEMPEL I

**Jenis Kelamin:**

- Laki-laki  
 Perempuan

**Usia:**

- 17 – 25 tahun  
 26 – 39 tahun  
 ≥ 40 tahun

**Status Pekerjaan:**

- Pelajar/Mahasiswa  
 Bekerja  
 Tidak Bekerja

**Keterangan cara pengisian kuesioner:**

Berilah tanda ceklist (√) untuk salah satu pilihan yang menurut Anda paling sesuai dengan kualitas pelayanan *customer service* PT Bank Rakyat Indonesia (Persero)

Tbk KC SLEMAN UNIT TEMPEL I. Dengan bobot penilaian sebagai berikut:

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Cukup Setuju
4. Setuju
5. Sangat Setuju

**A. Kualitas Layanan**

No.	Pertanyaan	1	2	3	4	5
<i>Tangible</i>						
1	Petugas <i>customer service</i> bank BRI Unit Tempel 1 berpakaian rapi dan berpenampilan baik.					
2	Ruang tunggu nasabah bank BRI Unit Tempel 1 bersih, rapi, dan nyaman.					
3	Fasilitas yang disediakan bank BRI Unit Tempel 1					

	lengkap (kursi tunggu, ac, wastafel, toilet, dan lain sebagainya).					
4	Bank BRI Unit Tempel 1 memiliki tempat parkir yang luas.					
<b>Reliability</b>						
1	Petugas <i>customer service</i> memberikan waktu pelayanan yang cukup kepada nasabah.					
2	Petugas <i>customer service</i> memiliki kualitas pelayanan baik dan sesuai prosedur dalam melayani nasabah.					
3	Petugas <i>customer service</i> memberikan pelayanan dengan cermat, teliti dan tepat waktu.					
<b>Responsiveness</b>						
1	Petugas <i>customer service</i> bank BRI Unit Tempel 1 memiliki kecepatan dan ketepatan dalam melayani nasabah.					
2	Petugas <i>customer service</i> bank BRI Unit Tempel 1 tanggap dalam merespon kebutuhan dan keluhan nasabah.					
3	Petugas <i>customer service</i> bank BRI Unit Tempel 1 segera meminta maaf ketika terjadi kesalahan dalam pelayanan kepada nasabah.					
<b>Assurance</b>						
1	Petugas <i>customer service</i> bank BRI Unit Tempel 1 menjamin kerahasiaan data pribadi nasabah.					
2	Petugas <i>customer service</i> bank BRI Unit Tempel 1 memastikan kebutuhan nasabah terpenuhi.					
<b>Empathy</b>						
1	Petugas <i>customer service</i> bank BRI Unit Tempel 1 melayani nasabah dengan ramah, sopan, dan santun.					
2	Petugas <i>customer service</i> bank BRI Unit Tempel 1 melayani nasabah dengan penuh perhatian.					
3	Petugas <i>customer service</i> bank BRI Unit Tempel 1 berorientasi untuk mengutamakan kepuasan nasabah.					

## B. Kepuasan Nasabah

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh petugas <i>customer service</i> bank BRI Unit Tempel 1.					
2	Kualitas pelayanan dan kinerja petugas <i>customer service</i> bank BRI Unit Tempel 1 sesuai dengan harapan saya sebagai nasabah.					
3	Saya tidak pernah merasa kecewa dengan pelayanan yang diberikan oleh petugas <i>customer service</i> bank BRI Unit Tempel 1.					
4	Saya tidak akan keberatan untuk memberi saran kepada orang lain untuk menjadi nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI).					

Saya Alim Fatkhurrohman mahasiswa Program Studi Manajemen Program Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya atas ketersediaan Anda untuk mengisi kuesioner ini guna pengumpulan data dalam penyusunan Laporan Magang yang berjudul **“Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan *Customer Service* PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KC Sleman Unit Tempel I”**.

Hormat saya,

Penulis,

Alim Fatkhurrohman

## Lampiran II

### TABULASI DATA KUESIONER

No.	<i>Tangible</i>				<i>Reliability</i>		
	T.1	T.2	T.3	T.4	Ry.1	Ry.2	Ry.3
1	4	4	4	4	3	3	3
2	4	3	3	2	4	4	3
3	3	3	5	4	3	4	4
4	5	5	5	5	4	4	3
5	3	3	3	3	4	5	4
6	3	4	4	4	4	3	2
7	5	5	3	4	4	3	4
8	5	5	5	5	5	3	3
9	4	4	4	3	3	3	4
10	2	3	3	2	2	3	3
11	3	3	4	1	4	4	3
12	4	4	4	4	4	4	4
13	4	3	4	3	3	3	5
14	4	4	4	4	3	3	4
15	3	4	3	4	4	4	4
16	5	3	4	4	4	3	4
17	3	4	2	1	3	2	3
18	4	2	4	3	4	3	4
19	3	3	3	2	4	4	4
20	4	3	1	2	3	2	3
21	3	3	3	4	3	4	4
22	4	4	4	4	4	4	4
23	4	4	4	4	4	4	4
24	4	5	5	5	4	4	5
25	4	3	2	2	3	4	3
26	4	4	4	2	3	4	3

27	4	3	4	4	4	4	3
28	5	5	5	5	5	4	4
29	5	5	5	5	4	4	5
30	4	4	3	3	3	4	3
31	5	5	5	5	4	4	5
32	5	4	3	3	4	5	5
33	5	4	2	3	3	3	4
34	4	3	3	2	4	4	3
35	4	2	1	2	3	3	3
36	3	3	3	3	3	3	3
37	5	3	2	2	3	3	2
38	5	4	4	3	4	3	3
39	5	3	3	2	4	4	3
40	5	3	5	3	5	3	5
41	4	4	4	4	4	4	4
42	4	3	3	3	4	4	3
43	5	4	4	3	4	5	5
44	5	4	4	4	5	5	5
45	5	5	5	5	4	4	4
46	5	5	4	4	4	4	4
47	5	5	3	2	5	4	5
48	5	3	3	3	4	4	4
49	5	4	3	3	5	5	3
50	4	3	3	3	4	4	4
51	4	4	3	2	3	4	3
52	5	5	5	5	5	5	5
53	4	3	2	2	4	3	3
54	5	5	5	5	5	5	5
55	4	3	3	3	4	4	3
56	3	3	3	3	3	3	3
57	3	4	1	2	4	5	5

58	5	4	4	4	4	5	5
59	5	4	2	2	4	4	3
60	4	3	2	1	3	4	2
61	4	3	4	3	4	3	4
62	4	4	1	1	4	4	3
63	3	2	1	2	3	3	2
64	4	3	2	2	4	3	3
65	3	3	1	1	4	2	2
66	4	4	2	2	4	4	3
67	5	4	2	2	4	4	3
68	5	5	5	5	5	4	5
69	4	4	2	1	4	5	3
70	4	3	1	1	3	3	3
71	3	1	2	1	3	3	2
72	3	1	1	1	2	3	1
73	4	2	2	2	3	2	2
74	4	2	2	2	3	4	3
75	5	3	3	2	3	4	3
76	4	3	3	1	3	4	3
77	5	4	5	4	5	5	5
78	4	3	3	2	4	5	4
79	4	4	4	3	3	4	4
80	5	4	4	2	4	5	3
81	5	4	4	2	3	4	3
82	5	4	4	4	4	5	5
83	4	2	2	1	3	4	2
84	4	2	2	2	3	5	4
85	5	3	3	3	4	4	4
86	5	5	5	5	5	5	5
87	4	4	3	3	3	4	4
88	5	3	3	3	3	4	3



<b>89</b>	5	4	2	2	3	4	4
<b>90</b>	5	5	5	5	5	5	5
<b>91</b>	5	4	4	4	4	5	5
<b>92</b>	4	2	3	2	3	4	3
<b>93</b>	5	4	4	4	4	3	4
<b>94</b>	5	4	4	3	3	4	4
<b>95</b>	5	4	5	4	5	4	5
<b>96</b>	4	4	4	3	4	4	4
<b>97</b>	5	4	5	2	5	3	4
<b>98</b>	5	5	4	3	4	4	3
<b>99</b>	5	4	4	4	4	3	3
<b>100</b>	4	4	3	3	4	3	2

<b>No.</b>	<b>Responsiveness</b>			<b>Assurance</b>	
	<b>Res.1</b>	<b>Res.2</b>	<b>Res.3</b>	<b>A.1</b>	<b>A.2</b>
<b>1</b>	4	4	4	3	3
<b>2</b>	3	2	3	3	2
<b>3</b>	4	3	4	3	3
<b>4</b>	3	3	3	4	4
<b>5</b>	3	4	3	4	3
<b>6</b>	2	2	3	3	2
<b>7</b>	4	4	4	3	4
<b>8</b>	4	4	2	3	4
<b>9</b>	5	5	4	2	3
<b>10</b>	3	3	4	3	3
<b>11</b>	2	4	3	3	3
<b>12</b>	3	4	3	5	4
<b>13</b>	4	4	4	5	3
<b>14</b>	3	3	4	5	2
<b>15</b>	4	4	4	2	3

<b>16</b>	3	3	3	5	3
<b>17</b>	4	5	4	3	4
<b>18</b>	3	3	3	2	3
<b>19</b>	4	3	3	2	2
<b>20</b>	3	1	2	4	3
<b>21</b>	4	3	4	4	4
<b>22</b>	4	4	4	3	3
<b>23</b>	3	3	4	5	4
<b>24</b>	4	4	5	5	4
<b>25</b>	4	4	4	5	4
<b>26</b>	3	4	3	3	4
<b>27</b>	4	3	3	3	4
<b>28</b>	4	4	5	5	5
<b>29</b>	5	5	5	5	4
<b>30</b>	4	4	4	2	3
<b>31</b>	4	4	3	2	3
<b>32</b>	4	4	4	4	4
<b>33</b>	2	2	3	3	2
<b>34</b>	2	2	3	4	3
<b>35</b>	2	2	2	3	3
<b>36</b>	3	3	3	4	4
<b>37</b>	1	2	2	4	2
<b>38</b>	4	3	3	4	2
<b>39</b>	3	3	4	3	3
<b>40</b>	3	5	3	5	3
<b>41</b>	4	4	4	4	4
<b>42</b>	3	3	3	3	2
<b>43</b>	4	5	5	5	5
<b>44</b>	4	4	4	4	4
<b>45</b>	3	4	3	3	3
<b>46</b>	4	4	4	4	4

<b>47</b>	4	5	4	5	4
<b>48</b>	3	3	4	4	4
<b>49</b>	3	3	4	4	3
<b>50</b>	5	4	4	5	5
<b>51</b>	3	4	4	4	3
<b>52</b>	5	5	5	5	5
<b>53</b>	3	4	3	4	3
<b>54</b>	5	5	5	5	5
<b>55</b>	3	4	4	4	3
<b>56</b>	3	3	3	3	3
<b>57</b>	1	1	5	5	1
<b>58</b>	4	4	4	4	4
<b>59</b>	4	3	3	3	3
<b>60</b>	4	2	3	3	2
<b>61</b>	3	4	3	3	4
<b>62</b>	3	3	3	3	3
<b>63</b>	3	2	2	3	2
<b>64</b>	3	3	3	3	3
<b>65</b>	3	2	2	2	2
<b>66</b>	3	4	2	3	2
<b>67</b>	4	2	2	3	3
<b>68</b>	4	4	4	4	4
<b>69</b>	3	3	3	4	3
<b>70</b>	2	3	2	3	3
<b>71</b>	2	2	2	3	2
<b>72</b>	1	1	1	2	2
<b>73</b>	2	2	3	2	2
<b>74</b>	3	2	3	4	3
<b>75</b>	3	3	4	5	3
<b>76</b>	3	4	4	4	3
<b>77</b>	4	5	5	5	5

<b>78</b>	3	4	4	5	4
<b>79</b>	3	3	4	4	3
<b>80</b>	2	4	3	4	4
<b>81</b>	2	3	3	4	3
<b>82</b>	4	5	5	5	5
<b>83</b>	2	3	3	4	3
<b>84</b>	4	5	3	4	3
<b>85</b>	2	3	3	5	4
<b>86</b>	5	5	5	5	5
<b>87</b>	3	4	3	3	3
<b>88</b>	3	3	3	3	2
<b>89</b>	3	3	3	4	3
<b>90</b>	5	5	5	5	5
<b>91</b>	5	5	5	5	3
<b>92</b>	2	3	3	3	3
<b>93</b>	4	4	5	4	4
<b>94</b>	3	4	3	4	2
<b>95</b>	5	4	5	5	4
<b>96</b>	4	4	4	4	4
<b>97</b>	5	3	3	3	4
<b>98</b>	4	5	4	4	4
<b>99</b>	4	4	3	4	3
<b>100</b>	4	5	3	4	4

No.	<i>Empathy</i>			Kepuasan Nasabah			
	E.1	E.2	E.3	K.1	K.2	K.3	K.4
1	4	3	4	4	3	4	3
2	4	2	2	4	3	3	3
3	4	2	2	2	3	3	2
4	3	3	4	3	3	3	3
5	4	3	3	3	4	4	4
6	3	3	4	4	4	2	2
7	3	4	4	4	3	3	2
8	4	3	4	3	3	3	2
9	3	4	3	4	3	3	4
10	4	3	4	4	3	4	3
11	3	4	3	4	4	4	1
12	5	3	4	3	3	3	1
13	4	4	4	4	4	4	4
14	3	4	3	5	3	4	3
15	3	3	4	4	3	2	3
16	4	3	3	4	3	5	3
17	4	4	4	3	5	4	2
18	4	3	3	3	4	3	4
19	3	2	2	2	3	3	3
20	4	3	4	3	2	3	2
21	4	4	4	4	4	3	3
22	3	3	3	4	3	4	3
23	5	5	5	4	3	3	3
24	5	5	4	5	5	5	5
25	4	4	4	4	4	4	3
26	4	4	4	4	3	3	3
27	4	4	4	5	5	4	4
28	5	4	4	3	3	3	2
29	4	4	3	3	4	4	3

30	2	2	3	3	3	3	3
31	3	3	3	3	4	3	3
32	5	5	4	5	5	5	5
33	5	3	2	4	2	4	3
34	5	2	2	3	3	3	3
35	4	1	1	3	2	1	3
36	4	4	4	4	4	4	4
37	4	2	2	4	3	3	3
38	4	2	2	4	4	3	3
39	4	2	2	4	3	2	3
40	5	3	5	3	5	3	5
41	4	4	4	4	4	4	4
42	4	3	3	4	2	2	3
43	5	5	4	5	5	4	5
44	5	5	5	4	5	4	5
45	5	3	3	5	5	5	5
46	5	5	5	4	5	4	5
47	5	4	5	5	4	5	4
48	5	4	2	4	4	4	4
49	4	4	3	5	4	5	4
50	5	5	5	5	4	5	4
51	5	3	3	4	4	4	4
52	5	5	5	5	5	5	5
53	5	3	3	4	3	2	4
54	5	5	5	5	5	5	5
55	4	3	2	4	4	3	3
56	3	3	3	3	3	3	3
57	3	2	1	3	2	2	1
58	5	5	4	4	4	4	4
59	5	4	2	4	2	2	3
60	4	3	2	3	2	2	3

61	3	4	3	4	3	4	3
62	4	4	4	4	4	4	4
63	4	3	3	3	2	3	2
64	4	4	4	4	3	3	3
65	4	3	1	3	3	3	3
66	4	4	2	4	3	3	2
67	4	3	3	4	3	2	3
68	5	5	5	4	4	4	4
69	4	4	4	3	2	2	2
70	4	3	3	3	2	3	3
71	3	2	2	3	2	2	3
72	3	2	1	3	2	1	4
73	3	2	3	3	3	1	2
74	5	3	2	4	3	1	3
75	5	3	3	5	4	3	4
76	5	3	3	4	4	4	4
77	5	5	5	4	4	4	4
78	5	5	4	5	4	4	4
79	4	3	4	4	4	3	4
80	5	3	3	4	4	1	3
81	4	3	2	4	4	4	4
82	5	4	4	5	4	2	4
83	4	2	3	4	3	3	4
84	5	3	3	4	4	3	4
85	5	3	3	4	4	3	4
86	5	5	5	5	5	5	5
87	4	3	2	4	2	3	4
88	4	2	2	4	3	1	3
89	5	4	3	5	4	2	4
90	5	5	5	5	5	5	5
91	5	3	3	5	3	3	4

<b>92</b>	4	3	3	4	3	3	4
<b>93</b>	4	3	4	4	4	3	4
<b>94</b>	3	4	4	4	4	2	4
<b>95</b>	5	4	5	5	4	4	5
<b>96</b>	4	4	4	4	4	3	4
<b>97</b>	3	4	4	4	3	2	4
<b>98</b>	5	4	4	5	4	3	4
<b>99</b>	4	4	3	4	4	3	4
<b>100</b>	5	3	4	5	5	3	4



الجامعة الإسلامية  
الاستد الاندو



### Lampiran III

#### KARAKTERISTIK RESPONDEN

##### 1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
Laki-laki	55	55%
Perempuan	45	45%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

##### 2. Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
17 – 25 Tahun	35	35%
26 – 39 Tahun	54	54%
≥ 40 Tahun	11	11%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

##### 3. Berdasarkan Status Pekerjaan

Status Pekerjaan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	20	20%
Bekerja	50	50%
Tidak Bekerja	30	30%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

## Lampiran IV

### STATISTIK DESKRIPTIF

#### Statistics Deskriptive

	<b>N</b>	<b>Min</b>	<b>Max</b>	<b>Mean</b>	<b>Std. Deviasi</b>
<i>Tangible</i>	100	6,00	20,00	14,1300	3,3594
<i>Reliability</i>	100	6,00	15,00	11,1800	1,9559
<i>Responsiveness</i>	100	3,00	15,00	10,3600	2,4433
<i>Assurance</i>	100	4,00	10,00	7,0500	1,5851
<i>Empathy</i>	100	6,00	15,00	10,9700	2,2538
Kepuasan Nasabah	100	8,00	20,00	14,1400	2,8920
<b>Valid</b>	<b>100</b>				

## Lampiran V

### SURAT KETERANGAN MAGANG



**PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk**

Kantor Wilayah Yogyakarta  
Telepon :  
Faksimile :  
Website : <http://www.bri.co.id>

Model 14

**SEGERA**

Nomor : B.1313 e-RO-JOG/RHC/03/2022  
Lampiran : 1 (satu) set  
Perihal : Persetujuan Ijin Magang an. Alim Faikhurrohman

23 Maret 2022

Kepada Yth.  
Kepala/Pemimpin Kantor Cabang Sleman  
Di Tempat

Surat Kanca BRI Sleman Nomor : B.1227.e-KC-VII/SDM/03/2022 tanggal 22 Maret 2022 perihal Permohonan Izin Mahasiswa Magang

Menunjuk surat saudara tersebut diatas, perihal pokok surat dengan ini kami sampaikan hal-hal sebagai berikut :

1. Kanwil BRI Yogyakarta dapat menyetujui usulan Permohonan Izin Mahasiswa Magang di Kanca BRI Sleman atas nama Mahasiswa berikut ini :

No	Nama Siswa	No Mahasiswa	Universitas	Periode Magang
1	Alim Faikhurrohman	10869	Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia	07 Maret 2022 - 07 September 2022

2. Dalam rangka mendukung dan meningkatkan sinergi antara BRI dengan Sekolah / Perguruan Tinggi, diminta bantuan Kanca untuk dapat memastikan kembali dokumen Kerjasama antara BRI dan Sekolah / Perguruan Tinggi tersebut sebelum pengambilan data dilaksanakan.
3. Persetujuan tersebut dengan persyaratan sebagai berikut :

- Peserta Magang diwajibkan menjaga protokol kesehatan dan melakukan Rapid Antigen terlebih dahulu.
- Diwajibkan kepada peserta Magang untuk memiliki rekening di BRI.
- Seluruh peserta magang wajib membuat Surat Pernyataan untuk tunduk kepada UU Perbankan, Ketentuan OJK dan Peraturan BRI Surat Pernyataan agar dapat dikirimkan ke Kanwil melalui sarana DIO. (contoh surat pernyataan terlampir).
- Uker dilarang menugaskan siswa magang untuk difungsikan sebagai tenaga Frontliner maupun admin.
- Uker wajib menjaga kerahasiaan *User ID* dan *password* (tidak melakukan *sharing User ID* dan *password* kepada tenaga magang). Apabila hal tersebut dilanggar, maka Pimpinan Uker dan Pekerja yang terlibat akan dikenakan sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.
- Data yang diminta tidak terkait dengan rahasia bank, perusahaan dan rahasia nasabah (Kerahasiaan dan Keamanan Data dan ata informasi Pribadi Konsumen), serta kerahasiaan bagi perusahaan yang telah *Go Public*.
- Selama melaksanakan magang wajib menjaga ketertiban, ketenangan kerja dan tidak mengganggu pelayanan / operasional, sert tidak diperkenankan mengandakan/ fotocopy SE, SK serta kebijakan intern BRI.
- Yang bersangkutan wajib menyerahkan laporan hasil magang :

- 1 (satu) eksemplar untuk Kanca BRI Sleman.

Jemikian agar menjadikan maklum dan dapat digunakan seperlunya.

PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk.

REGIONAL OFFICE YOGYAKARTA  
REGIONAL OPERATION



NURROHMI HANDAYANI  
REGIONAL OPERATION HEAD

REGIONAL OFFICE YOGYAKARTA  
REGIONAL HUMAN CAPITAL BUSINESS PARTNER DEPARTMENT



MUHAMAD EKA SYAHPUTRA  
REGIONAL HUMAN CAPITAL BUSINESS PARTNER DEPARTMENT  
HEAD

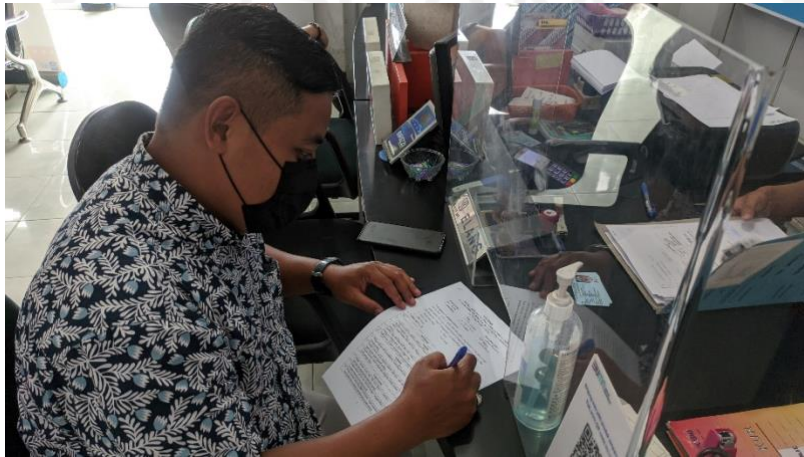
Isaan  
Arsip

Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, Kolaboratif

## Lampiran VI

### LAIN-LAIN

#### 1. Foto Pengisian Lembar Kuesioner oleh Responden



#### 2. Foto Kegiatan Pelaksanaan Magang

