

## ABSTRAK

Sektor perbankan memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian nasional. Pada saat ini bisnis kartu kredit di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup pesat. Hal ini berdampak pada persaingan yang semakin ketat antar perusahaan. Dalam situasi persaingan seperti ini, memberikan kualitas pelayanan yang terbaik merupakan salah satu strategi yang harus dilaksanakan oleh perusahaan.

Kualitas Pelayanan merupakan penilaian yang menyeluruh atas keunggulan suatu produk atau jasa. Kualitas pelayanan pada umumnya dipandang sebagai hasil keseluruhan system pelayanan yang diterima nasabah, dan pada prinsipnya, berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah, serta adanya tekad untuk memberikan pelayanan sesuai dengan harapan nasabah. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan dan keinginan nasabah, hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukan dilihat dari persepsi perusahaan, melainkan berdasarkan pada persepsi nasabah yang akan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis tingkat kepuasan nasabah kartu kredit UOB Buana terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh UOB Buana Kota Bandung berdasarkan empat dimensi *SERVQUAL* yakni *responsiveness, empathy, reliability, dan assurance*. Dari analisis yang telah didapat, kemudian akan dirumuskan suatu rekomendasi.

Pada penelitian ini digunakan metode analisis deskriptif, pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner terhadap 100 nasabah kartu kredit UOB Buana kota Bandung. Berdasarkan hasil penelitian, pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah UOB Buana sebesar sebesar 94,09%. Sementara pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah UOB Buana adalah 80,42% Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi kepuasan nasabah akan semakin tinggi pula loyalitas nasabah kartu kredit UOB Buana Kota Bandung.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, *SERVQUAL*, kepuasan nasabah, loyalitas nasabah