

**PENGUKURAN KUALITAS LAYANAN DENGAN METODE SERVICE QUALITY (SERVQUAL) DALAM RANGKA MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA BJB KANTOR CABANG PEMBANTU GEDEBAGE BANDUNG TAHUN 2021**

***SERVICE QUALITY MEASUREMENT USING SERVICE QUALITY (SERVQUAL) IN ORDER TO INCREASE THE NUMBER OF COSTUMER BRANCH OFFICE GEDEBAGE BJB BANDUNG 2021***

**Ismayda Vivi Lufita<sup>1</sup>, Rennyta Yusiana<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Universitas Telkom, Bandung

**ismaydavivilufita@student.telkomuniversity.ac.id<sup>1</sup>**

**,rennyta@tass.telkomuniversity.ac.id<sup>2</sup>**

---

**ABSTRAK**

Kualitas pelayanan merupakan salah satu aspek yang penting dalam sebuah pemasaran baik itu barang maupun jasa. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Jika layanan yang diterima sesuai dan memenuhi apa yang diharapkan maka jasa dikatakan baik namun sebaliknya jika layanan yang diterima buruk maka kualitas pelayanan dipersepsikan negatif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa kualitas layanan yaitu: *tangible* (layanan fisik), *reliability* (kehandalan), *responsivness* (tanggapan), *assurance* (jaminan), dan *emphaty* (empati) pada nasabah BJB Kantor Cabang Pembantu Gedebage Kota Bandung dengan menggunakan metode SERVQUAL. Populasi pada penelitian ini adalah nasabah pada Bank BJB Kantor Cabang Pembantu Gedebage Kota Bandung dengan 100 nasabah yang akan dijadikan sampel. Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan metode kuantitatif.

Berdasarkan penggunaan metode SERVQUAL diperoleh hasil pengukuran kualitas layanan pada BJB Kantor Cabang Pembantu Gedebage, diantaranya: *tangible* (bukti fisik) sebesar 79,12%, *emphaty* (empati) sebesar 77,56%, *reliability* (kehandalan) sebesar 80,8%, *responsiveness* (daya tanggap) sebesar 76,76%, dan *assurance* (jaminan) sebesar 80%. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan pada BJB Kantor Cabang Pembantu Gedebage, Bandung Tahun 2021 terlaksana dengan baik.

Kata kunci : kualitas layanan (*service quality*)

---

**ABSTRACT**

Service quality is one aspect that is important in a marketing well it's goods or services. Service quality is a level of excellence that is expected and control over the level of excellence to meet the wishes of the customer. If the service received appropriate and meet what to expect then the service is said to be good but on the contrary, if the service received is bad then the quality of service perceived negatively. This study aims to analyze the quality of service, namely: *tangible*, *reliability*, *responsivness*, *assurance*, and *emphaty* on customer BJB Gedebage Branch Office of the City of Bandung by using the SERVQUAL method. The population in this research is the customer

at Bank BJB Gedebage Branch Office of the City of Bandung with 100 customers that will be used as the sample. The type of research used in this research is descriptive research by using method quantitative.

Based on the use of the SERVQUAL method obtained the results of the measurement of service quality at BJB Gedebage Branch Office, including: tangible of 79,12%, and empathy of 77,56%, reliability of 80.8%, responsiveness of 76,76%, and assurance of 80%. From the results of this study it can be concluded that service quality in Branch Offices BJB Gedebage, Bandung 2021 performing well.

Keywords : Service Quality

---

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Kualitas pelayanan merupakan salah satu upaya pemenuhan kebutuhan serta kemauan konsumen ataupun nasabah dan ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan nasabah. Dimana dalam mendukung pengelolaan kegiatan perbankan butuh terdapatnya tingkatan pelayanan nasabah, karena dengan terdapatnya tingkatan pelayanan nasabah akan memberikan kepuasan untuk nasabah. Pemberian pelayanan yang baik pula dapat meningkatkan citra yang baik pada nasabah. Kualitas layanan (*service quality*) berarti seberapa jauh perbandingan antara realitas dengan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima.

BJB Kantor Cabang Pembantu Gedebage Kota Bandung adalah perusahaan yang bergerak di bidang perbankan. BJB juga telah banyak melakukan terobosan untuk terus meningkatkan jumlah nasabah. Namun dinamika ketidakpuasan nasabah juga tidak terlepas dari cara pelayanan karyawan BJB. Kualitas pelayanan merupakan salah satu strategi jasa yang bertujuan untuk menjalin hubungan baik dengan konsumennya. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik, konsumen akan merasa puas dengan produk atau jasa dari perusahaan. Adanya dimensi kualitas pelayanan yang tersedia menjadi tolak ukur pelanggan dalam menginginkan suatu layanan yang sesuai harapan.

Berdasarkan observasi penulis selama melakukan magang di BJB fenomena permasalahan dapat dilihat sebagai berikut:

1. Masih adanya antrian panjang yang terjadi pada nasabah sehingga banyak nasabah yang harus menunggu lama.
2. Pada saat nasabah melakukan peminjaman kredit, nasabah harus melalui beberapa ketentuan yang rumit dan membutuhkan waktu yang lama sehingga melahirkan persepsi yang negatif terhadap pelayanan BJB
3. Gangguan pada sistem yang menjadi penghambat karyawan dalam melakukan pencairan kredit nasabah sehingga membuat nasabah kesal.

Penelitian tentang kualitas layanan pada BJB KCP Gedebage Kota Bandung sangat diperlukan serta berorientasi kepada kepuasan nasabah. Tingkatan kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan BJB dapat dijadikan pertimbangan, apakah pelayanan yang diberikan telah cocok dengan kemauan nasabah, sehingga dapat dijadikan pertimbangan untuk pimpinan dalam pengambilan keputusan strategi guna memuaskan nasabahnya. Sehubungan dengan perihal di atas, penulis melaksanakan penelitian dengan topik “Pengukuran Kualitas Layanan Dengan Metode Service Quality (Servqual) Dalam Rangka Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank BJB Kantor Cabang Pembantu Gedebage, Bandung Tahun 2021”.

### 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, secara sederhana dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai *tangible* di BJB Kantor Cabang Pembantu Gedebage Kota Bandung?

2. Bagaimana tanggapan responden mengenai *emphaty* di BJB Kantor Cabang Pembantu Gedebage Kota Bandung?
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai *reliability* di BJB Kantor Cabang Pembantu Gedebage Kota Bandung?
4. Bagaimana tanggapan responden mengenai *responsiveness* di BJB Kantor Cabang Pembantu Gedebage Kota Bandung?
5. Bagaimana tanggapan responden mengenai *assurance* di BJB Kantor Cabang Pembantu Gedebage Kota Bandung?
6. Bagaimana tanggapan responden mengenai dimensi *service quality* secara keseluruhan di BJB Kantor Cabang Pembantu Gedebage Kota Bandung?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Dengan mengacu pada perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian yang akan dilaksanakan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai di BJB Kantor Cabang Pembantu Gedebage Kota Bandung?
2. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai *emphaty* di BJB Kantor Cabang Pembantu Gedebage Kota Bandung?
3. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai *reliability* di BJB Kantor Cabang Pembantu Gedebage Kota Bandung?
4. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai *responsiveness* di BJB Kantor Cabang Pembantu Gedebage Kota Bandung?
5. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai *emphaty* di BJB Kantor Cabang Pembantu Gedebage Kota Bandung?
6. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai dimensi *service quality* secara keseluruhan di BJB Kantor Cabang Pembantu Gedebage Kota Bandung?

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2016:27) mendefinisikan bahwa “*Marketing as the process by which companies engage costumer, build strong costumer, and create costumer value in order to capture value from costumers in return.*”Dapat diartikan bahwapromosi atau pemasaran merupakan suatu proses dimana perusahaan melibatkan pelanggan, membangun pelanggan yang kuat dan menciptakan nilai pelanggan.

### Pemasaran Jasa

Menurut Kotler dan Keller (2016:214) pemasaran jasa adalah perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangibile* dan menghasilkan kepemilikan sesuatu. Menurut Alma (2016:242) kegiatan pemasaran jasa tidak berwujud dan tidak memiliki bentuk

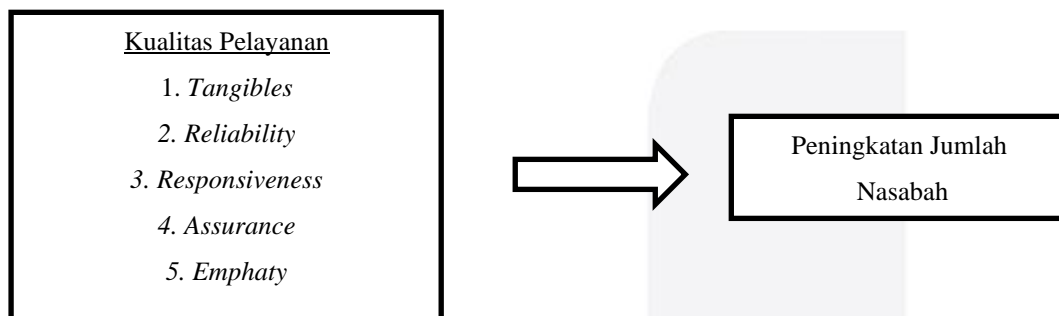
fisik, juga lebih kepada menampilkan seorang individu untuk memberikan informasi mengenai layanan yang menciptakan bentuk interaksi dengan konsumen.

### **Kualitas Layanan (Service Quality)**

Menurut Kotler dan Keller (2016:442) menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan, kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan”.

### **Kerangka Pemikiran**

Kualitas pelayanan merupakan salah satu upaya pemenuhan kebutuhan serta kemauan nasabah dan ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan nasabah. Pemberian pelayanan yang baik dapat meningkatkan citra yang baik pada nasabah. Dari tinjauan teori yang telah diuraikan maka terbentuklah kerangka pemikiran untuk penelitian ini.



GAMBAR 2.1

Kerangka Pemikiran

Sumber: Data Olahan Penulis

### **3. METODOLOGI**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono (2017:9) metode penelitian kuantitatif adalah metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif/statistik.

Penelitian kuantitatif deskriptif yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan variabel lain. Variabel tersebut dapat menggambarkan secara sistematis dan akurat mengenai populasi atau mengenai bidang tertentu atau memberikan gambaran atau deskripsi tentang suatu keadaan secara objektif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kualitas layanan pada BJB Kantor Cabang Pembantu Gedebage Kota Bandung Tahun 2021.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Uji Validitas

Setelah menyebarkan kuesioner kepada 100 responden, maka dilakukan perhitungan untuk memastikan data tersebut valid atau tidak (menggunakan SPSS V.26) dengan signifikansi 5% dan rtabel yang digunakan adalah 0,1946. Setelah melakukan perhitungan menggunakan SPSS, maka dapat disimpulkan bahwa hasil validitas terhadap semua dimensi pada variabel *service quality (tangible, emphaty, reliability, responsiveness, dan assurance)* di BJB Kantor Cabang Pembantu Gedebage dinyatakan valid, karena nilai angka signifikansi berada dibawah  $\alpha=0,05$  yang berarti hasilnya dinyatakan valid, dikarenakan hasil tersebut telah memenuhi syarat yaitu  $R_{hitung} > R_{tabel}$ .

##### Uji Reliabilitas

Setelah melakukan perhitungan menggunakan SPSS, diperoleh nilai Cronbach's Alpha pada semua indikator variabel pada tabel *tangible, emphaty, reliability, responsiveness, dan assurance* di BJB Kantor Cabang Pembantu Gedebage lebih besar dari 0,60 yaitu  $0,855 > 0,60$  sehingga hasil reliabilitas variabel kualitas layanan dinyatakan *reliable*.

##### Analisis Deskriptif

Untuk mengetahui tanggapan dari responden mengenai kualitas layanan di BJB KCP Gedebage, Kota Bandung tahun 2021 maka peneliti membagikan kuesioner kepada 100 orang nasabah BJB KCP Gedebage yang terdiri dari 34 pernyataan mengenai indikator yang terkait dalam variabel kualitas layanan. Untuk menguji variabel yang digunakan, dimana setiap pernyataan jumlah yang menjawab sangat setuju dikalikan 5, kemudian yang menjawab setuju dikalikan 4, yang menjawab netral dikalikan 3, bagi yang menjawab tidak setuju dikalikan 2 dan yang menjawab sangat tidak setuju dikalikan 1. Adapun hasil dari jumlah keseluruhan responden akan diuraikan pada tabel pembahasan berikut:

1. Tanggapan Hasil Responden *Tangible*  
Berdasarkan hasil perhitungan pada variabel *tangible* di BJB KCP Gedebage Kota Bandung sebesar 79,12%. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hasil perhitungan terhadap kualitas layanan berdasarkan indikator *tangible* di BJB KCP Gedebage sudah dinyatakan baik
2. Tanggapan Hasil Responden *Emphaty*  
Berdasarkan hasil perhitungan pada variabel *emphaty* di BJB KCP Gedebage Kota Bandung sebesar 77,56%. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hasil perhitungan terhadap kualitas layanan berdasarkan indikator *emphaty* di BJB KCP Gedebage sudah dinyatakan baik.
3. Tanggapan Hasil Responden *Reliability*  
Berdasarkan hasil perhitungan pada variabel *reliability* di BJB KCP Gedebage Kota Bandung sebesar 80,8%. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hasil perhitungan terhadap kualitas layanan berdasarkan indikator *reliability* di BJB KCP Gedebage sudah dinyatakan baik.

#### 4. Tanggapan Hasil Responden Responsiveness

Berdasarkan hasil perhitungan pada variabel *responsiveness* di BJB KCP Gedebage Kota Bandung sebesar 76,76%. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hasil perhitungan terhadap kualitas layanan berdasarkan indikator *responsiveness* di BJB KCP Gedebage sudah dinyatakan baik.

#### 5. Tanggapan Hasil Responden Emphaty

Berdasarkan hasil perhitungan pada variabel assurance di BJB KCP Gedebage Kota Bandung sebesar 80%. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hasil perhitungan terhadap kualitas layanan berdasarkan indikator *assurance* (jaminan) di BJB KCP Gedebage sudah dinyatakan baik.

#### 6. Nilai Rata-Rata Dimensi Service Quality

Berdasarkan hasil pengukuran kualitas layanan terhadap dimensi service quality diatas dapat disimpulkan bahwa hasil dari setiap dimensi *tangible*, *emphaty*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* memiliki nilai total rata-rata sebesar 78,85%. Hal ini membuktikan bahwa kualitas layanan yang diberikan BJB Kantor Cabang Pembantu Gedebage dinyatakan baik

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengukuran kualitas layanan pada BJB Kantor Cabang Pembantu Gedebage, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan seperti sebagai berikut:

1. *Tangible*, memiliki memiliki skor sebesar 79,12%. Hal ini menunjukkan bahwa *tangible* (bukti fisik) pada BJB Kantor Cabang Pembantu Gedebage sudah dalam kategori baik.
2. *Emphaty*, memiliki memiliki skor sebesar 77,56%. Hal ini menunjukkan bahwa *emphaty* (empati) pada BJB Kantor Cabang Pembantu Gedebage sudah dalam kategori baik.
3. *Reliability*, memiliki memiliki skor sebesar 80,8%. Hal ini menunjukkan bahwa *reliability* (kehandalan) pada BJB Kantor Cabang Pembantu Gedebage sudah dalam kategori baik.
4. *Responsiveness*, memiliki memiliki skor sebesar 76,76%. Hal ini menunjukkan bahwa *responsiveness* (daya tanggap) pada BJB Kantor Cabang Pembantu Gedebage sudah dalam kategori baik.
5. *Assurance*, memiliki memiliki skor sebesar 80%. Hal ini menunjukkan bahwa *assurance* (jaminan) pada BJB Kantor Cabang Pembantu Gedebage sudah dalam kategori baik.
6. Berdasarkan hasil rata-rata dari keseluruhan presentase dimensi *service quality* adalah sebesar 78,84%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh BJB Kantor Cabang Pembantu Gedebage Kota Bandung Tahun 2021 telah berjalan dengan baik

### Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan penulis mengenai pengukuran kualitas layanan pada BJB Kantor Cabang Pembantu Gedebage kota Bandung tahun 2021 maka penulis menyarankan beberapa saran dengan harapan dan tujuan dapat memberikan manfaat dan menjadi masukan bagi BJB Kantor Cabang Pembantu Gedebage maupun pembaca, diantaranya adalah sebagai berikut:

### Saran untuk perusahaan BJB Kantor Cabang Pembantu Gedebage

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan penulis mengenai pengukuran kualitas layanan pada BJB Kantor Cabang Pembantu Gedebage kota Bandung tahun 2021, *service quality* pada BJB Kantor Cabang Pembantu Gedebage telah memiliki rata-rata persentase yang baik. Namun guna meningkatkan kualitas layanan yang lebih baik lagi disarankan perusahaan lebih memperhatikan setiap dimensi *service quality* baik itu *tangible*, *emphaty*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* sehingga kedepannya nasabah akan jauh merasa lebih puas dengan layanan yang diberikan, seperti:

1. Pegawai bersedia membantu pelanggan dan tanggap melayani nasabah
2. Memberikan pembekalan khusus berupa pelatihan pelayanan pelanggan (*service excellent*),
3. Memberikan program pelatihan *costumer relation* untuk meningkatkan kemampuan pegawai dalam berinteraksi dengan nasabah yang memiliki kepribadian yang berbeda-beda serta training *costumer service* untuk dapat merespon nasabah lebih tanggap dan cepat.
4. melakukan pelatihan *handling complain*, agar pegawai dapat menangani keluhan nasabah dengan cepat dan memuaskan.
5. *communication* untuk melatih pegawai agar dapat berkomunikasi dengan baik dan memahami komunikasi baik secara verbal maupun nonverbal.
6. *Interpersonal skill* untuk meningkatkan keterampilan serta emosi dalam melayani nasabah guna meningkatkan kualitas kinerja perusahaan.

### Saran untuk peneliti selanjutnya

1. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambah jumlah variabel dalam penelitian yang dilakukan.
2. Untuk peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel yang sama namun memperluas objek penelitian dan studi kasus yang berbeda agar memperoleh hasil yang bervariasi dan memperkaya teori yang ada.

### REFERENSI

#### Buku

- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Dr. Mohamad Dimiyati, S. M. (2019). *Metodologi Riset Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2016). *Principle of Marketing 16th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management 16th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F. (2019). *Service, Quality, & Costumer Satisfaction Edisi 5*. Yogyakarta: Andi Offset.

### **Penelitian Terdahulu**

Basallama, A. D. (2014). Analisis Kualitas Pelayanan Pada Bank Lampung Cabang Antasari Tahun 2014. *Analisis Kualitas Pelayanan Pada Bank Lampung Cabang Antasari Tahun 2014*.

Fazria, M. S. (2017). Analisis Kualitas Layanan Pada Plasa Telkom Kنداتel Cijaura Bandung Tahun 2017(Studi Kasus pada Pelanggan Plasa Telkom Kنداتel Cijaura Bandung). *Analisis Kualitas Layanan Pada Plasa Telkom Kنداتel Cijaura Bandung Tahun 2017(Studi Kasus pada Pelanggan Plasa Telkom Kنداتel Cijaura Bandung)*.

Larasati, P. (2019). Pengukuran Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Servqual Pada Osiris Coffee Di Kota Bandung. *Pengukuran Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Servqual Pada Osiris Coffee Di Kota Bandung*.

Muharam, E. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pasien Di Puskesmas Tagog Apu Tahun 2013. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pasien Di Puskesmas Tagog Apu Tahun 2013*, 1-60.

Meilani, S. D. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan . (Studi Kasus pada Jasa PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Cabang Setrasari Mall Bandung 2018).

Iskandar, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Costumer Service Terhadap Kepuasan Pelanggan. (Studi Kasus Pada PT. Telkom Indonesia Tbk Cabang Lembong Bandung, 2017).

### **Website**

[www.bankbjb.co.id/ina](http://www.bankbjb.co.id/ina), diakses tanggal 18 Februari 2021

[www.tempo.com/](http://www.tempo.com/), diakses tanggal 24 Februari 2021