

ABSTRAK

Kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan merupakan kunci utama bisnis suatu bank dalam meraih kepercayaan nasabah untuk terus menggunakan jasa layanan perbankan yang ditawarkan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Asia Afrika.

Konsep kualitas pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan konsep SERVQUAL dari Parasuraman (dalam Pasolong, 2008:135) yang terdiri dari dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*, sedangkan kepuasan pelanggan diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang disebabkan oleh kinerja atau hasil suatu produk yang dirasakan, dibandingkan dengan harapannya (Kotler dan Keller, 2009:117).

Metode yang digunakan adalah deskriptif dan kausal dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah PT. Bank Negara Indonesia, Tbk. Cabang Asia Afrika Kota Bandung yang berjumlah 2.589 orang. Perhitungan besar sampel menggunakan rumus Slovin dengan *margin of error* 10%, diperoleh jumlah sampel adalah 100 orang nasabah, dimana teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling*. Analisa data menggunakan pengujian statistik inferensial, yaitu metode regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan PT. Bank Negara Indonesia, Tbk. Cabang Asia Afrika Kota Bandung berdasarkan total akumulasi skor jawaban responden adalah 68,64% atau berada dalam kategori tinggi. Kepuasan nasabah Bank BNI Cabang Asia Afrika berdasarkan total akumulasi skor jawaban responden adalah 64,76%, atau berada dalam kategori tinggi. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diketahui bahwa kualitas pelayanan yang meliputi dimensi *tangible* (wujud fisik), *reliability* (keteradaan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati) baik secara bersamaan ataupun terpisah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Cabang Asia Afrika, dengan besarnya pengaruh adalah 96,82%. Dimensi kualitas pelayanan yang memiliki pengaruh paling tinggi terhadap kepuasan nasabah adalah *emphaty* (empati) yaitu sebesar 34,8%, sedangkan *tangible* (wujud fisik) merupakan dimensi yang berpengaruh paling kecil yaitu sebesar 0,60%.

Berdasarkan hasil tersebut, hendaknya pihak PT. Bank Negara Indonesia, Tbk. Cabang Asia Afrika Kota Bandung dapat mempertahankan kinerja pelayanan serta tetap melakukan berbagai perbaikan dan inovasi dalam pelayanan sehingga semakin meningkatkan kepuasan nasabah.

Kata Kunci : Jasa Perbankan, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Nasabah.

