

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Nasabah dan Citra Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BJB Margonda Kota Depok–Jawa Barat

Siti Nurchalizah, Reni Diah Kusumawati

Pascasarjana Universitas Gunadarma Jakarta

Email: sitinurchalizah17.stiebima@gmail.com

Abstract

Banking is one of the economic sectors that is very influential on the development of the country. This study uses quantitative methods with correlational analysis techniques using the SPSS program based on questionnaire data that researchers have attached. The results of the SPSS calculation show that the service quality X1 (0.02) & customer value X2 (0.014) variables have a positive effect on variable Y because the sig value is smaller than the sig value determined by 0.05. While the variable product image X3 (0.354) has no positive effect on variable Y because the sig level is greater than the sig level of 0.05. The coefficient of determination test shows that the proposed independent variables, namely service quality, customer value, & product image, are able to explain the variation in the dependent variable customer satisfaction Y by 80.8%, while the remaining 19.2% is explained by other variables outside this study.

Keywords: Service Quality, Customer Value, Product Image, Customer Satisfaction.

Abstrak

Perbankan salah satu sektor ekonomi yang sangat berpengaruh terhadap pembangunan negara. Bank adalah lembaga keuangan yang aktivitasnya menghimpun dana dari dan untuk masyarakat serta mempunyai fungsi untuk memperlancar arus pelunasan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis korelasional menggunakan program SPSS berdasarkan data angket yang telah peneliti lampirkan. Hasil dari perhitungan SPSS diketahui bahwa variabel kualitas layanan X1 (0,02) & nilai nasabah X2 (0,014) berpengaruh positif terhadap variabel Y karena nilai sig lebih kecil dari nilai sig yang ditentukan sebesar 0,05. Sedangkan variabel citra produk X3 (0,354) tidak berpengaruh positif terhadap variabel Y karena tingkat sig lebih besar dari tingkat sig yaitu 0,05. Uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel-variabel independen yang diajukan yaitu kualitas layanan, nilai nasabah, & citra produk mampu untuk menjelaskan variasi dari variabel dependen kepuasan nasabah Y sebesar 80,8%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 19,2 % dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Nilai Nasabah, Citra Produk, Kepuasan Nasabah.

Pendahuluan

Perbankan memiliki kedudukan yang cukup strategis, dimana mendukung kelancaran payment term (sistem pembayaran), melaksanakan kebijakan moneter, dan mewujudkan kestabilan metode finansial sampai perbankan sehat, transparansi serta dipertanggung jawabkan.

Merambah masa perdagangan bebas saat ini, persaingan di sektor perbankan semakin ketat. Untuk itu setiap bank harus mengambil posisinya di mata masyarakat secara lebih aktif untuk mencapai tujuan yang maksimal. Saat ini sudah terjadi perubahan strategi pemasaran ke arah customer centric, dimana strategi bisnis ini berfokus pada upaya untuk menciptakan pengalaman terbaik bagi pelanggan, sehingga akan tercipta loyalitas pelanggan terhadap suatu produk.

Dengan demikian, strategi pemasaran yang meninjau pada nasabah, mengarahkan perusahaan untuk memaklumi serta memahami sifat ataupun keinginan nasabah guna untuk memperoleh kepuasan nasabah. Keinginan nasabah benar-benar dicermati oleh perusahaan yang akan memberikan dampak pada kemampuan menjual.

Perkembangan Produk merupakan serangkaian strategi untuk memberikan nilai tambah maksimum kepada konsumen, melalui produk inovatif, produk yang dimodifikasi dan berharga, serta sesuai dengan desain warna, ukuran, kemasan, branding dan fitur lainnya. Produk yang dihasilkan dengan cara ini selalu laris dan dibutuhkan masyarakat. Tujuannya agar barang atau jasa yang dihasilkan selalu dapat meningkatkan penjualan, sehingga keuntungan perusahaan dapat selalu tumbuh dan berkembang.

Produk dan pelayanan yang dapat diidentifikasi dengan terpisah yang pada hakekatnya tidak berwujud, pemuasan kebutuhan dan tidak boleh berhubungan dengan penjualan produk dan jasa lain (Muchlisin Riyadi, 2020).

Dalam mengevaluasi kegiatan bank, pelayanan yang diberikan kepada nasabah dapat dijadikan standar, dimana yang utama adalah kepuasan nasabah. PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk berusaha untuk memberikan layanan yang memenuhi harapan pelanggan, dan peluang yang baik guna mempertahankan nasabah yang telah ada serta mendapatkan nasabah potensial yang baru lagi. Untuk mempertahankan keberlangsungan bisnis, Bank BJB Margonda Kota Depok perlu memastikan bahwa nasabah merasa puas dengan pelayanan serta produk yang ditawarkan.

Perkembangan Produk merupakan strategi serta proses yang diupayakan oleh perusahaan guna memperbarui produk, memperbaiki produk lama atau memperbanyak kegunaan produk ke segmen pasar yang ada dengan asumsi bahwa konsumen menginginkan unsur-unsur baru mengenai produk yang ditawarkan agar tetap relevan dengan pasar serta memenuhi kebutuhan pelanggan (Butarbutar, Putra, Nainggolan, Sudarso, Lie, Fuadi, Nurbayani, Saputra, Hasibuan, Yendrianof, 2020).

Dalam upaya untuk mencapai tujuan ini, Bank BJB Margonda Kota Depok dapat menaikkan mutu pelayanan, membagikan nilai lebih kepada nasabah serta membangun citra produk yang baik. Berdasarkan Fatihudin & Firmansyah (2019), kepuasan nasabah mengukur sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan apa telah yang diterimanya.

Kajian yang dilakukan oleh Sicillia (2019), mengenai pengaruh kualitas produk dan layanan terhadap reputasi perusahaan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di PT. BANK OCBC NISP TBK Cabang Green Garden. Hasil dari penelitian ini adalah model terintegrasi yang menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk dan layanan terhadap reputasi perusahaan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan berpengaruh positif serta signifikan. Dengan demikian terbukti bahwa kualitas produk dan pelayanan menurut citra industri secara bersama-sama berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Bank BJB KC Margonda Kota Depok-Jawa Barat harus mampu meningkatkan kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan. Layanan yang ditawarkan berperan sangat penting dalam meningkatkan jumlah pelanggan serta citra Bank BJB KC Margonda Kota Depok-Jawa Barat. Berdasarkan masalah serta penelitian terdahulu yang sudah dilakukan, dengan ini penulis tertarik untuk membuat penelitian yang judul: "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Nasabah, serta Citra Produk terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BJB KC Margonda Kota Depok-Jawa Barat."

Dengan tujuan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berguna kepada Bank BJB Margonda Kota Depok dalam meningkatkan kepuasan nasabah serta memperbaiki kinerja bisnisnya.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kausalitas, yaitu penelitian yang ingin mencari penjelasan dalam bentuk hubungan sebab akibat (cause-effect) antar beberapa variabel. Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Jawa Barat (Persero) Cabang Margonda Kota Depok-Jawa Barat.

Populasi Penelitian

Populasi menurut Sugiyono (2021), adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah seluruh nasabah PT. Bank Jawa Barat (Persero) Tbk. Cabang Margonda. Adapun yang menjadi objek penelitian adalah nasabah yang menggunakan produk PT. Bank Jawa Barat (Persero) Tbk. Cabang Margonda.

Sampel Penelitian

Metode pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini merupakan accidental sampling, yang di mana sampel diambil sesuai dengan tujuan penelitian berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu sesuai dengan kriteria sumber data.

Jumlah nasabah bank BJB yang tercatat saat ini terdapat 500.000 nasabah baru dari seluruh kantor cabang yang tersebar di Indonesia. Dalam penelitian ini peneliti hanya mengambil sampel sebanyak 110 responden.

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini didesain sebagai penelitian survei yang bersifat deskriptif korelasional yang mengambil contoh dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data untuk memberikan gambaran yang lebih mendalam tentang gejala-gejala sosial tertentu pada masyarakat yang diteliti.

Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Validitas instrumentasi merupakan tingkat keabsahan kuesioner sebagai alat ukur untuk menunjukkan sejauh mana instrumentasi tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur. Menurut Sugiyono (2021), “valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”. Sifat dan hakekat realitas dipertanyakan melalui uji validitas. Untuk menghitung nilai korelasi antara data pada masing-masing pernyataan dengan skor total memakai rumus teknik korelasi pearson product moment:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana :

r_{xy} = korelasi antara x dan y

n = jumlah responden

x = skor masing-masing pertanyaan

y = skor total

Pengujian ini dilakukan dengan taraf signifikan 5%. Seleksi bukti instrument yang diukur dapat dipilih butir-butir yang mempunyai nilai $r = 0.3$ tetapi hendaknya tetap mengusahakan untuk memperoleh butir-butir koefisien korelasi yang lebih tinggi (Sugiono 2021). Untuk itu dalam penelitian ini ditetapkan bahwa suatu butir instrument dengan tingkat validitas $>0,3$ dapat diterima sedangkan $\leq 0,3$ ditolak.

2. Uji Reliabilitas

Jika alat ukur telah dinyatakan valid, maka alat ukur tersebut harus diuji reliabilitasnya. Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan tingkat

konsistensi suatu alat ukur, sehingga dapat dipercaya atau diandalkan. Menurut Ghozali (2016), reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi hasil pengukuran dari kuesioner dalam penggunaan yang berulang. Jawaban responden terhadap pertanyaan dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak.

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Dimana, r_{11} = reliabilitas instrumen (koefisien *Alpha Cronbach*)

k = jumlah butir pertanyaan dalam instrumen

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir-butir pertanyaan

σ_t^2 = varians total

3. Uji Normalitas

Tujuan dari adanya uji normalitas yaitu untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual terdapat distribusi normal (Ghozali, 2018). Uji normalitas data bertujuan untuk mendeteksi distribusi data dalam satu variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak untuk membuktikan model-model penelitian tersebut adalah data distribusi normal. Uji normalitas yang digunakan adalah uji Kolmogorov-Smirnov dan Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Secara umum, analisis regresi pada dasarnya merupakan studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (bebas), dengan tujuan untuk megestimasikan serta memprediksi rata-rata populasi atau nilai variabel independen yang diketahui (Nawawi, 2015). Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel independen merupakan Kualitas layanan (X1) Nilai nasabah (X2) dan Citra produk (X3) sedangkan variabel dependen adalah Kepuasan nasabah (Y) sehingga persamaan regresi berganda estimasinya :

$$Y_1 = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana : Y_1 = Loyalitas konsumen

α = Konstanta dari persamaan regresi

β_1 = Koefisien regresi dari variabel X_1 , kualitas pelayanan

β_2 = Koefisien regresi dari variabel X_2 , nilai nasabah

β_3 = Koefisien regresi dari variabel X_3 , citra produk

X_1 = Kualitas pelayanan
 X_2 = Nilai nasabah
 X_3 = Citra produk
 e = Variabel pengganggu

5. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis Persamaan regresi yang diperoleh dalam suatu proses perhitungan tidak selalu baik untuk mengestimasi nilai variabel terikat. Untuk mengetahui apakah suatu persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi nilai variabel dependen atau tidak, dapat dilakukan dengan Pengujian Parsial (Uji t), Uji Simultan (Uji F) dan Koefisien Determinasi (R^2).

Pembahasan

1. Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 110 responden yang merupakan pengguna jasa dan pembeli produk pada Bank BJB Margonda Kota Depok-Jawa Barat. Adapun karakteristik responden dalam penelitian ini antara lain: jenis kelamin, usia, pekerjaan, kurun waktu menjadi nasabah, menggunakan jasa bank lain.

Dengan tujuan yang telah ditetapkan, data dikumpulkan dengan kuesioner sebanyak 110 responden yang pernah melakukan pembelian offline/online yang sasarannya Pegawai Negeri Sipil di Kota Depok-Jawa Barat. Penyebaran kuesioner dilakukan menggunakan google form secara tertutup dengan yang skala likert 1-5. Penelitian ini menggunakan 3 variabel independen yang terdiri Kualitas Pelayanan, Nilai Nasabah, dan Citra Produk serta variabel dependen yaitu Kepuasan Nasabah.

2. Uji Validitas

No.	Variabel	Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1.	Variabel X1 (Kualitas Pelayanan)	X1.1	0,771676	0,361	Valid
		X1.2	0,745724	0,361	Valid
		X1.3	0,566653	0,361	Valid
		X1.4	0,761497	0,361	Valid
		X1.5	0,764384	0,361	Valid
2.	VARIABEL X2 (Nilai Nasabah)	X2.1	0,7713	0,361	Valid
		X2.2	0,677092	0,361	Valid
		X2.3	0,777654	0,361	Valid
		X2.4	0,832118	0,361	Valid
		X2.5	0,789554	0,361	Valid
		X2.6	0,793713	0,361	Valid
		X2.7	0,81692	0,361	Valid
		X2.8	0,803603	0,361	Valid

No.	Variabel	Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
3.	VARIABEL X3 (Citra Produk)	X3.1	0,895556	0,361	Valid
		X3.2	0,790667	0,361	Valid
		X3.3	0,845788	0,361	Valid
		X3.4	0,671118	0,361	Valid
		X3.5	0,769091	0,361	Valid
		X3.6	0,913529	0,361	Valid
		X3.7	0,761492	0,361	Valid
4.	VARIABEL Y (Kepuasan Nasabah)	Y.1	0,682492	0,361	Valid
		Y.2	0,82074	0,361	Valid
		Y.3	0,823052	0,361	Valid
		Y.4	0,852274	0,361	Valid
		Y.5	0,845657	0,361	Valid
		Y.6	0,786097	0,361	Valid
		Y.7	0,816184	0,361	Valid
		Y.8	0,774572	0,361	Valid
		Y.9	0,681293	0,361	Valid

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai dari setiap indikator variabel menghasilkan nilai yang lebih besar dari R Tabel. Hal in dapat dilihat dari masing-masing indikator dimana nilainya lebih besar R Tabel sebesar 0,361 yang berarti indikator-indikator atau pernyataan-pernyataan tersebut dapat dinyatakan valid.

3. Uji Reliabilitas

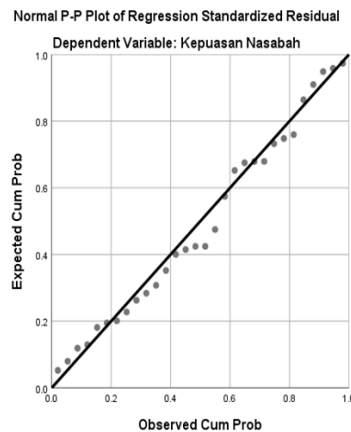
Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Standar Cronbach's Alpha	Keterangan
X1 (Kualitas Pelayanan)	4,501279	0,6	Reliabel
X2 (Nilai Nasabah)	7,762117	0,6	Reliabel
X3 (Citra Produk)	6,7384	0,6	Reliabel
Y (Kepuasan Nasabah)	8,797478	0,6	Reliabel

Dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dapat dikatakan andal (reliabel) sebab memiliki nilai cronbach's alpha > 0,60. Berdasarkan pengujian

validitas dan realibilitas data yang dilakukan maka proses analisis selanjutnya untuk menguji hipotesis dapat dilanjutkan.

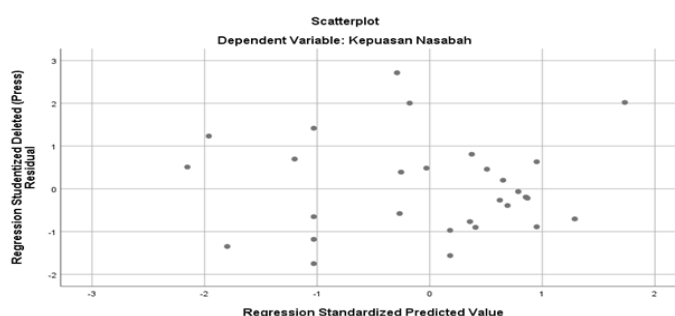
4. Uji Normalitas

P-P Plot of Regression



Pada output SPSS bagian Normal P-P Plot of Regression, dapat dijelaskan bahwa data-data cenderung lurus mengikuti garis diagonal, sehingga data dalam penelitian cenderung berdistribusi normal sehingga model regresi layak untuk memprediksi Kepuasan Nasabah (Y) berdasarkan Variabel Kualitas pelayanan (X1), Variabel Nilai Nasabah (X2) dan Citra Produk (X3) pada Bank Jawa Barat Cabang Margonda Kota Depok–Jawa Barat.

Uji Heteroskedastisitas



Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa grafik scatterplot tidak membentuk pola yang teratur seperti bergelombang, melebar ataupun menyempit, tetapi menyebar di atas maupun di bawah nilai nol pada sumbu Y sehingga dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas. Artinya model regresi layak untuk memprediksi Kepuasan Nasabah (Y) berdasarkan Variabel Kualitas pelayanan (X1), Variabel Nilai Nasabah (X2) dan Citra Produk (X3) pada Bank Jawa Barat Cabang Margonda-

Kota Depok.

Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		110
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.20209855
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.048
	Negative	-.083
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.057 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Uji normalitas dengan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov signifikan pada $0,057 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa metode regresi pada penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas.

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.607	2.184		3.941	.000
	Kualitas Pelayanan	.557	.162	.404	3.432	.002
	Nilai Nasabah	.397	.154	.406	2.580	.014
	Citra Produk	.167	.177	.158	.940	.354

1. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah
 Sumber: data diolah dengan SPSS

Dari analisis regresi linier berganda pada Tabel diatas dapat diperoleh hasil bahwa variabel Kualias Pelayanan (X1), Nilai Nasabah (X2), dan Citra Produk (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Jawa Barat Cabang Margonda Kota Depok-Jawa Barat (Y).

6. Uji Hipotesis

Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	617.396	3	205.799	50.571	.000 ^b
	Residual	146.504	36	4.070		
	Total	763.900	39			

a) Dependent Variable: Kepuasan Nasabah
 1. Predictors: (Constant), Citra Produk, Kualitas Pelayanan, Nilai Nasabah
 Sumber : data diolah dengan SPSS 25.

Pada Tabel diatas terlihat bahwa hasil uji F hitung, menunjukkan nilai F hitung=50.571. nilai ini signifikan pada tingkat kesalahan 5% dengan

membandingkan pada kolom Sig yang 0,000 yang lebih kecil dari kesalahan 0,05, maka diambil kesimpulan bahwa variabel kualitas layanan (X), nilai nasabah (X2), dan citra produk (X) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) pada Bank Jawa Barat Cabang Margonda Kota Depok-Jawa Barat.

Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.899 ^a	.808	.792	2.017

1. Predictors: (Constant), Citra Produk, Kualitas Pelayanan, Nilai Nasabah
 Sumber : data diolah dengan SPSS 25

Dari hasil perhitungan, menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi berganda (R) adalah sebesar 0.808, artinya angka tersebut menunjukkan hubungan antara variabel dependen yaitu kepuasan nasabah~dengan variabel independen yaitu kualitas pelayanan, nilai nasabah dan citra produk adalah sangat erat dan positif karena mendekati angka satu (1). Besarnya koefisien determinasi atau R^2 sebesar 0,808 dapat diartikan bahwa 80,8% variabel kepuasan nasabah (Y) pada Bank Jawa Barat Cabang Margonda Kota Depok-Jawa Barat dapat diterangkan oleh variabel Kualitas pelayanan (X1), Nilai nasabah (X2) dan Citra produk (X) sedangkan sisanya (2,5 %) dipengaruhi oleh variabel lain di luar model.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh kualitas layanan, nilai nasabah, dan citra produk terhadap kepuasan nasabah, Bank Jawa Barat Cabang Margonda Kota Depok-Jawa Barat, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) Bank Jawa Barat Cabang Margonda Kota Depok-Jawa Barat. Hal ini berdasarkan pada hasil pengujian statistik t yang menunjukkan tingkat signifikan sebesar 0,02 yang artinya lebih kecil dari tingkat signifikan yaitu 0,05.
2. Variabel nilai nasabah (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) Bank Jawa Barat Cabang Margonda Kota Depok-Jawa Barat. Hal ini berdasarkan pada hasil pengujian statistik t yang menunjukkan tingkat signifikan sebesar 0,014 lebih besar dari tingkat signifikan yaitu 0,05.
3. Variabel citra produk (X3) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) Bank Jawa Barat Cabang Margonda Kota Depok-Jawa Barat. Hal ini berdasarkan pada hasil pengujian statistik t yang menunjukkan tingkat signifikan sebesar 0,354 lebih besar dari tingkat

signifikan yaitu 0,05.

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel-variabel independen yang diajukan yaitu kualitas layanan, nilai nasabah, dan citra produk mampu untuk menjelaskan variasi dari variabel dependen kepuasan nasabah (Y) sebesar 80,8%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 19,2 % dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Andriyani, M., & Ardianto, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(02), 133-140.
- Atmojo, A. P. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, dan Atribut Produk Islam Terhadap Kepuasan Nasabah. *Studi Kasus Pada BNI Syariah Cabang Semarang*".(Skripsi 2010) UNDIP Semarang, Indonesia.
- Bank Jawa Barat (bjb). (2023, November 6). Profil, Gambaran Umum & Jumlah Nasabah Bank Jawa Barat (bjb). <https://bankbjb.co.id/page/milestone>
- Clow, K. E. (2018). *Integrated advertising, promotion and marketing communications*, 4/e. Pearson Education India.
- Dewi, K. M., & Ariana, I. K. A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank BPD Bali Cabang Tohpati. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(4).
- Fakhmy, E. K. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dan implikasinya terhadap citra merek produk jasa tabungan iB Muamalat haji dan umrah. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 267-278.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan)*. Deepublish.
- Febrianti, D., Lestari, D., Salsabela, H., Ardiansyah, M. R., Saâ, N., Sari, P. A. N., & Vensca, S. N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Penanganan Komplain terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Lamongan. *Journal Of Economics, Management, and Business Research*, 3(1).
- Partha, P. A. S. T. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah Lembaga Perkreditan Desa. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 2(4), 1151-1158.
- Pramudoyo, S., & Tjahjaningsih, E. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Dampaknya Pada Loyalitas

Nasabah Tabungan Bima Bank Jateng Cabang Purwodadi. *Jurnal Locus Penelitian dan Pengabdian*, 2(2), 90-101.

Prof. Dr. Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Rumiyati, R., & Syafarudin, A. (2021). The influence of service quality, marketing mix, on bank customer satisfaction in the era covid-19. *Ilomata International Journal of Tax and Accounting*, 2(1), 84-96.

Sicillia, Mita. (2019). Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Perusahaan Yang Berdampak Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt Bank Ocbc Nisp, Tbk Cabang Green Garden. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(2), 84-97.

Sudarsono, H. (2020). *Manajemen pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.

Sugiyono, (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (M.Dr. Ir. Sutopo, S.Pd (ed); ke2 ed)

Susanto, P. H., & Subagja, I. K. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Pondok Gede Plaza. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(1), 69-84.

Thian, A. (2021). *Dasar-Dasar Perbankan*. Penerbit Andi.

Tjiptono, F. (2022). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima* Edisi 4. Penerbit Andi.

Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. (2015). *Pelanggan Puas ? Tak Cukup !*.Yogyakarta,:ANDI.