



Pengaruh *Service Excellent*, *Service Quality*, dan *Service Performance* Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Rakyat Indonesia Unit Kecamatan Kota Sumenep

Nur Haliza¹, Triana Setiyarini^{2*}

^{1,2} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trunojoyo Madura

INFO ARTIKEL

Abstract

Keywords:

Service Excellent, Service Quality, Service Performance and Customer Satisfaction

BRI Sumenep City District Unit, which is a branch of BRI Sumenep Regency Unit, with various bank products created can provide options for customers to use the financial products and services provided. The objectives of the study are 1) To analyze the influence of excellent service on customer satisfaction at Bank BRI Sumenep City District Unit. 2) Analyze the influence of excellent service on customer satisfaction at Bank BRI Sumenep City District Unit. 3) Analyze the influence of service performance on customer satisfaction at Bank BRI Sumenep City District Unit. The research method was a quantitative approach, with the use of the SPSS For Windows 26 application, the population and sample of 88 respondents with Multiple Linear Regression data analysis techniques. The results of the study show that Service Excellent, Service Quality and Service Performance have a significant influence on Customer Satisfaction, in Bank BRI Sumenep City Unit has a high level of customer satisfaction.

✉ Penulis Korespondensi*

Triana Setiyarini

Email:

triana.setiyarini@trunojoyo.ac.id

P-ISSN: 2775-3093

E-ISSN: 2797-0167

DOI :

PENDAHULUAN

Pada tahun 2023 persaingan industri perbankan semakin kuat, terlihat masing-masing menunjukkan inovatif dalam menarik nasabah, seperti Bank BNI dengan produk tabungan Direct Xpora, Bank BRI dengan tabungan Berhadiah, Bank Mandiri, dengan tabungan hari tua, hal ini berbagai macam produk bank ditawarkan sehingga membuat calon nasabah semakin memiliki banyak pilihan. Salah satu pilihan yang akan digunakan untuk menghadapi keadaan tersebut ialah dengan menciptakan kepuasan nasabah demi mempertahankan nasabah agar tujuan yang telah direncanakan dapat tercapai. (Sarahditya, 2017)

Perusahaan yang berkecimpung di bidang jasa perbankan tidak boleh mengabaikan kepuasan pelanggan. Karena kepuasan pelanggan sangat penting untuk manajemen perbankan yang baik di masyarakat luas, Sehingga pelayanan harus ditingkatkan untuk memperoleh kepuasan pelanggan. Mengingat peran nasabah sangatlah besar dalam meningkatkan eksistensi perusahaan (Febriana, 2016:2). Beberapa penelitian menekankan loyalitas sebagai inti tujuan (Jannah & Pranjoto, 2023). Kepuasan pelanggan adalah salah satu ukuran kualitas pelayanan dan modal untuk mendapatkan pelanggan baru. Peningkatan kepuasan pelanggan dapat meningkatkan daya saing dalam jangka panjang. Kepuasan pelanggan adalah tanggung jawab manajemen, tetapi juga budaya perusahaan (Kotler, 2016). Menurut Wantara (2015), Dalam bisnis jasa, diperlukan kontak tingkat tinggi antara penyedia jasa dan pelanggan. Lebih lanjut, Ketika Konsumen melakukan pembelian suatu produk, maka mereka akan mendapat pengalaman (Wantara et al., 2023).

Keadaan demikian sesuai Mega (2021); Jannah (2019) menyatakan bahwa *service quality* membuktikan bahwa tingkat pelayanan memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan

secara signifikan, Tetapi *Service excellent* tidak memengaruhi kepuasan pelanggan sebagaimana pada BRI Unit Kecamatan Kota Sumenep, yang merupakan anak cabang BRI Unit Kabupaten Sumenep, Walaupun banyaknya nasabah yang melakukan transaksi jasa keuangan pada BRI Unit Kec. Kota Sumenep, namun ada pesaing dengan usaha yang sama seperti KJKS BMT NU Cabang Kota, yang menerapkan strategi dengan *service excellent dan service performance*, termasuk karyawan ini secara langsung menjemput bola ke rumah nasabah. Juga melakukan simpan pinjam.

Keadaan yang demikian dapat terlihat sebagaimana pada studi pendahuluan yang dilakukan peneliti di BRI Unit Kota Sumenep melakukan indept interview kepada nasabah, sebagaimana tabel berikut:

Tabel 1. *Indept Interview* Nasabah

No	Informan	Tanggal	Hasil Interview
1.	Subaidah (Kebonagung)	16-10-2023 Pukul 11.30 WIB	Pelayan yang diberikan karyawan BRI Unit Kota ini, cukup baik, namun dari antrian agak lama sehingga perlu ada penambahan karyawan pada bagian pelayanan di teller.
2.	Iwan Efendi (Kolor)	17-10-2023 Pukul. 10.15 WIB	Kualitas pelayanan yang ditunjukkan karyawan sangat baik, terlihat semua nasabah dapat terlayani dengan baik, dan sesuai dengan nomor antrian, terlebih adanya pelayanan sosial yang diberikan kepada nasabah.
3.	Ach. Hidayat (Pangarangan)	17-10-2023 Pukul 11.20 WIB	Performance karyawan BRI Unit Kota sangat berpenampilan rapi termasuk kinerja yang diberikan sangat mampu memberikan layanan yang menyenangkan, namun perlu diperhatikan adana sarana ruang tunggu nasabah kurang luas, sehingga bila ada bantuan lain harus menunggu diluar.
4.	Abd. Rasyad (Bangselok)	18-10-2023 Pukul 09.30 WIB	Prinsipnya karyawan BRI Unit Kota secara keseluruhan dapat memberikan kepuasan dan kenyamanan bagi nasabah, walaupun masih terdapat adanya kelambatan dalam pelayanannya terutama dalam penarikan uang, sehingga nasabah menunggu cukup lama.
5.	Nurdiana (Kepanjn)	18-10-2023 Pukul 10.15 WIB	Karyawan Bank Unit Kota Sumenep menunjukkan adanya kemampuan yang tinggi, namun terkadang bila nasabah terlalu banyak, maka sikap berubah dalam memberikan rasa kenyamanan bagi nasabah, hal itu karena sedikit payah, sehingga karyawan bank ini harus terlatih betul dalam memberikan pelayanan

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Untuk mengevaluasi masalah di atas, peneliti mencoba melihat diperspektif penerima layanan kepada pelanggan untuk mengevaluasi perbedaan harapan dan persepsi

pelanggan tentang kualitas layanan perbankan yang ditawarkan oleh Bank BRI Unit Kota, yaitu:

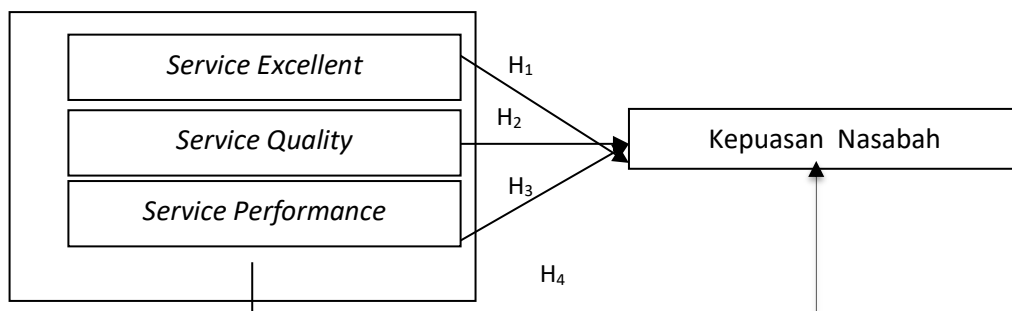
1. Pelayanan sepenuh hati masih lemah yang ditunjukkan karyawan Bank BRI Cabang Kota, terlihat dalam memberikan pelayanan administrasi, terutama pada pemberian kredit, dan penarikan uang dimana nasabah terkadang dibentak karena kurang lengkap serta kurang berperilaku baik, disitulah yang sering dikeluhkan oleh nasabah.
2. Kualitas pelayanan yang ditunjukkan Bank BRI Cabang Kota, atas persepsi masyarakat masih perlu ada peningkatan, karena masih banyak keluhan masyarakat terutama: a) dalam kecepatan memberikan pelayanan serta, b) sikap dan perilaku karyawan harus ditunjukkan dengan sikap yang ramah dan menarik simphati serta c) resposibility menunjukkan kualitas pelayanan perbankan perlu ada peningkatan terutama pada pelayanan administrasi.
3. Karyawan Bank BRI Cabang Kota, kurang memperhatikan pelayanan prima, dimana karyawan sering tidak memperhatikan nasabah, termasuk perilaku karyawan kurang memberikan rasa aman dan nyaman terhadap nasabah yang membuat kurangnya kepuasan sari pelayanan yang telah diberikan.
4. Banyak nasabah yang masih komplain dengan rasa tidak puas atas pelayanan administrasi diberikan terasa sulit.

Pelayanan prima, atau yang sering disebut sebagai pelayanan yang amat sangat baik, dapat didefinisikan sebagai pelayanan yang memenuhi standar tertinggi yang ditetapkan atau dimiliki oleh suatu organisasi dalam memberikan layanannya. Standar pelayanan ini merupakan ukuran yang digunakan untuk memastikan kepuasan pelanggan (Andari, 2016: 69). Model pelayanan terbaik mencakup *service excellent* dan *service with care*, yang juga dikenal sebagai melayani dengan hati. Pendekatan pelayanan ini tidak hanya mematuhi prosedur operasional standar (SOP), tetapi juga memperhatikan dengan seksama kebutuhan khusus pelanggan serta mengutamakan solusi bagi mereka (Subkhan, 2016: 52).

Selain *Service Excellent*, dan *Service Quality* suatu perusahaan harus mempunyai karyawan yang dengan menunjukkan kinerja yang berkualitas dan profesional. *Performance* ialah tingkat dari keberhasilan seseorang secara keseluruhan dari periode waktu tertentu dalam melaksanakan tugas dalam kondisi apapun, target, seperti kesesuaian hasil kerja, sasaran, atau kriteria yang sudah disepakati secara bersama-sama.

Perusahaan perbankan dinamis akan selalu mengusahakan yang terbaik untuk produktivitasnya dengan terus memfokuskan kinerja layanan yang terbaik sambil mempertahankan keunggulan komperatifnya. Kinerja didefinisikan sebagai prestasi. kerja atau keberhasilan pekerjaan yang berkorelasi kuat dengan maksud tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen, dan kontribusi ekonomi. Perusahaan berusaha meningkatkan kinerja.(Safri, 2018 : 14).

Penelitian ini terdapat kebaharuan, menunjukkan adanya *service performance* dan *service excellent* yang memberikan kenyamanan bagi nasabah dalam pengelolaan tabungan nasabah yang dilayani dengan kinerja yang professional.



METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian ini menggunakan Desain penelitian pendekatan kuantitatif, melakukan perhitungan teknis analisis data dengan statistik dengan penggunaan SPSS 26. Obyek penelitian ini adalah BRI Unit Kecamatan Kota Sumenep di Jalan KH. Mansyur Pangarangan Sumenep.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua nasabah pada BRI Kecamatan Kota Sumenep. Jadi, populasi dalam penelitian ini sebanyak 757 responden atau nasabah. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini setelah dibulatkan yaitu sebanyak = 88 nasabah. Sampel yang diambil dengan kriteria sebagaimana berikut: Telah menjadi nasabah 5 tahun lebih; Nasabah yang selalu menabung; Nasabah dengan mempunyai kredit diatas Rp. 50 Juta.

Tabel 2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Service Excellent (X₁)	Asumsi nasabah terhadap kepedulian kepada nasabah dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan.	1. Sikap 2. Perhatian 3. Tindakan 4. Kemampuan 5. Tanggungjawab (Nurhadi, 2018: 86)
Service Quality (X₂)	Asumsi nasabah terhadap pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan	1. <i>Reliability</i> 2. <i>Responsiveness</i> 3. <i>Assurance</i> 4. <i>Empathi</i> 5. <i>Tangible</i> (Parasuraman, 2016:198)
Service Performance (X₃)	Asumsi nasabah terhadap kadar pencapaian tugas-tugas yang membentuk sebuah pekerjaan pegawai. <i>Performance</i> (Kinerja) mereflesikan seberapa baik pegawai memenuhi persyaratan sebuah pekerjaan.	1. Kuantitas pekerjaan 2. Kualitas pekerjaan 3. Ketepatan waktu 4. Kehadiran 5. Kemampuan (Bangun (dalam Asnawi, 2019:14)
Kepuasan Nasabah (Y)	Asumsi nasabah terhadap perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.	1. Kepuasan pelanggan keseluruhan 2. Dimensi kepuasan pelanggan 3. Konfirmasi harapan 4. Niat beli ulang 5. Kesiapan untuk merekomendasikan (Lupyoadi, 2014:39),

HASIL

Validitas alat ukur yang diuji, memenuhi syarat minimum kalau nilai $r \geq 0,05$ (Getut Pramesti, 2014 : 39).

Service excellent yang diberikan Bank BRI Unit Kota Sumenep dari hasil uji dari kuisisioner yang diberikan kepada 88 responden dengan N-2, didapat hasil ujinya sebagaimana tabel berikut :

Tabel 3 Hasil Pengujian Validitas *Service Excellent*

Indikator	Pertanyaan	r _{tabel}	r _{hitung}	Keter
Sikap	X1.1	0,213	0,784	Valid
Perhatian	X1.2	0,213	0,816	Valid
Tindakan	X1.3	0,213	0,799	Valid
Kemampuan	X1.4	0,213	0,789	Valid
Tanggungjawab	X1.5	0,213	0,714	Valid
Indikator	Pertanyaan	rtabel	rhitung	Keter
Reliability	X2.1	0,213	0,786	Valid
Responsiveness	X2.2	0,213	0,747	Valid
Assurance	X2.3	0,213	0,751	Valid
Empathi	X2.4	0,213	0,724	Valid
Tangible	X2.5	0,213	0,759	Valid
Indikator	Pertanyaan	rtabel	rhitung	Keter
Kuantitas pekerjaan	X3.1	0,213	0,736	Valid
Kualitas pekerjaan	X3.2	0,213	0,771	Valid
Ketepatan waktu	X3.3	0,213	0,725	Valid
Kehadiran	X3.4	0,213	0,716	Valid
Kemampuan	X3.5	0,213	0,717	Valid
Indikator	Pertanyaan	rtabel	rhitung	Keter
Kualitas produk	Y.1	0,213	0,707	Valid
Harga	Y.2	0,213	0,773	Valid
Kualitas jasa	Y.3	0,213	0,653	Valid
Emotional factor	Y.4	0,213	0,643	Valid
Biaya,kemudahan	Y.5	0,213	0,704	Valid

Sumber data : diolah dari SPSS 26

Nilai *Pearson Correlation* pertanyaan semua variabel berada pada taraf signifikansi korelasi sebesar 0,00, dapat dinyatakan valid atau kesemua nilai r_{hitung} diatas r_{tabel} 0,213.

Tabel 4. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
1	(Constant)	,989	,700		1,413	,161	
	X1	,402	,045	,458	8,845	,000	,468
	X2	,265	,045	,305	5,941	,000	,475
	X3	,268	,050	,304	5,341	,000	,387

Berdasarkan data diatas diperoleh nilai uji t dengan signifikansi lebih dari 0.5 sehingga dapat dikatakan bahwa H1, H2, H3 diterima. Dengan X1 merupakan variabel yang paling berpengaruh. Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, sebagaimana tabel berikut :

Tabel 5 Hasil Pengujian Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted Square	RStd. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,946 ^a	,895	,891	,780	2,166
a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1					
b. Dependent Variable: Y					

Sumber data : diolah dari SPSS 26

Data diatas menunjukkan *service excellent*, *service quality* dan *service performance* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Unit Kota Sumenep sebesar 89,1%, sedangkan sisanya 10,9% adalah faktor lain yang tidak diteliti.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian bahwa *service excellent*, *service quality* dan *service performance* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Unit Kota Sumenep dan mempunyai tingkat pengaruh signifikan yang sangat kuat.

Pemasaran jasa adalah setiap tindakan yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain yang secara prinsip *intangible* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun yang bersifat *intangible* dan *immaterial* dan dilakukan pada saat konsumen berhadapan dengan produsen. (Lupiyoadi, 2016 : 5),

Secara simultan variabel *service excellent*, *service quality* dan *service performance* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Unit Kota Sumenep dan secara parsial *service excellent*, *service quality* dan *service performance* dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, berarti diterima, yang berarti adanya pelayanan yang ditunjukkan karyawan BRI Unit Kota Sumenep dapat memberikan kepuasan kepada nasabah.

Pengaruh *Service Excellent* Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian dengan persamaan regresi linier menunjukkan bahwa *service excellent* terhadap kepuasan nasabah mempunyai tingkat pengaruh yang signifikan kuat dan terdapat pengaruh yang linieritas pada kepuasan nasabah di Bank BRI Unit Kota Sumenep. *Service Excellence* merupakan kepedulian kepada pelanggan/ nasabah dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada perusahaannya (Atep, 2016 : 27).

Service excellence sekarang ini sudah menjadi komoditas umum yang mana banyak dilakukan oleh pelaku bisnis khususnya bidang jasa. Pelayanan tidak hanya berhenti pada *standart operation procedure* (SOP), tetapi layanan harus unik karena evolusi kebutuhan pelanggan juga unik dan berbeda-beda. Keadaan tersebut mempunyai kesesuaian dengan penelitian Ghina Alhanani (2022), menunjukkan variabel kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, tanggung jawab secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan. Simpulan penelitian ini bahwa *service excellence* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Salon Strawberry. Implikasi penelitian ini diharapkan penyedia layanan dapat meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat.

Pelayanan prima (*Excellent Service*) adalah suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan. Pelayanan prima (*Excellent Service*) merupakan

suatu pelayanan terbaik, melebihi, melampaui, mengungguli, pelayanan yang diberikan oleh pihak lain atau pelayanan waktu yang lalu.

Pengaruh *Service Quality* Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian dengan persamaan regresi linier menunjukkan bahwa *service quality* terhadap kepuasan nasabah mempunyai tingkat pengaruh yang signifikan kuat dan terdapat pengaruh yang linieritas pada kepuasan nasabah di Bank BRI Unit Kota Sumenep. *Service quality* sebagai pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan demikian, ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dirasakan/ dipersepsikan (*perceived service*). (Tjiptono, 2014, 59).

Kualitas pelayanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan. Penelitian Ruth (2020), menunjukkan dimensi keefektifan dan jaminan *Banking Service Quality* (BSQ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Dimensi akses berpengaruh positif namun tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Central Asia KCU Bekasi. Dimensi harga layanan bank (*price*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Central Asia KCU Bekasi. Dimensi keterwujudan bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Central Asia KCU Bekasi. Dimensi portofolio jasa yang ditunjukkan bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Central Asia KCU Bekasi. Dimensi kehandalan bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Central Asia KCU Bekasi.

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain, terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yakni, layanan yang diharapkan (*expected service*) dan layanan yang dipersepsikan (*perceived service*).

Pengaruh *Service Performance* Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian dengan persamaan regresi linier menunjukkan bahwa *service performance* terhadap kepuasan nasabah mempunyai tingkat pengaruh yang signifikan kuat dan terdapat pengaruh yang linieritas pada kepuasan nasabah di Bank BRI Unit Kota Sumenep. *Performance* (Kinerja) suatu hasil kerja yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atau kecakapan, pengalaman, dan kesungguhan serta waktu. (Rudiyanto, 2018 : 109).

Service performance merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi dan misi organisasi yang dituangkan melalui perencanaan strategis suatu organisasi. Sering disalah tafsirkan sebagai upaya (*effort*), yang mencerminkan energi yang dikeluarkan, kinerja diukur dari segi hasil. *Performance* (Kinerja) merupakan istilah yang berasal dari kata *Job Performance* atau *Actual Performance* (prestasi kerja atau prestasi sesungguhnya yang dicapai seseorang), dapat pula diartikan sebagai perbandingan hasil yang dicapai dengan peran serta dengan tenaga kerja per satuan waktu.

Penelitian Redy (2023), menunjukkan *self service technology*, kualitas layanan jasa, pemasaran hubungan berpengaruh signifikan secara langsung terhadap kepuasan nasabah, sedangkan kualitas layanan jasa, pemasaran hubungan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, sedangkan *self service technology* dan kepuasan nasabah tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hasil uji analisis jalur (*path analysis*) menunjukkan bahwa kepuasan nasabah bukan sebagai variabel *mediasi* dalam pengaruh antara *self service technology* terhadap terhadap loyalitas nasabah, kepuasan nasabah bukan sebagai variabel *mediasi* dalam pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap

terhadap loyalitas nasabah dan kepuasan nasabah bukan sebagai variabel *mediasi* dalam pengaruh antara hubungan (pemasaran *relationship marketing*) terhadap terhadap loyalitas nasabah.

Service Performance (Kinerja) mengacu kepada kadar pencapaian tugas-tugas yang membentuk sebuah pekerjaan pegawai. *Performance* (Kinerja) merefleksikan seberapa baik pegawai memenuhi persyaratan sebuah pekerjaan. *Service performance* merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi dan misi organisasi yang dituangkan melalui perencanaan strategis suatu organisasi (Moehariono, 2018:78).

Pengaruh *Service Excellent*, *Service Quality* dan *Service Performance* Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil persamaan regresi linier berganda menunjukkan nilai positif, kedua variabel independen (variabel bebas) berarti bahwa variabel bebas berbanding lurus dengan variabel terikat menunjukkan nilai yang positif, pada Bank BRI Unit Kota Sumenep. Uji determinan menunjukkan *service excellent*, *service quality* dan *service performance* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI Unit Kota Sumenep mempunyai tingkat pengaruh signifikan kuat.

Kepuasan nasabah (*customer satisfaction*) merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi maka pelanggan akan sangat puas (Kotler & Keller, 2013 : 89).

Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen merupakan salah satu indikator yang menentukan kepuasan konsumen terhadap apa yang diberikan oleh perusahaan. Jika kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen baik, maka akan membuat konsumen beranggapan perusahaan telah profesional dalam memberikan pelayanannya. Begitu pula sebaliknya jika konsumen beranggapan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen buruk, maka konsumen akan beranggapan kalau perusahaan kurang profesional dalam memberikan layanan kepada konsumen. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan para konsumen.

Keadaan ini sesuai dengan penelitian Dwi Wahyuni (2019), Pengaruh *Service Excellent* Dan *Performance* Terhadap Citra Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (Bprs) Muamalat Harkat Sukaraja. Hasil penelitian menunjukkan nilai probabilitas (sig) $0,00 < 0,05$ ini membuktikan secara simultan *service excellent* dan *performance* berpengaruh terhadap citra Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) muamalat harkat sukaraja. Sedangkan secara parsial *service excellent* berpengaruh terhadap citra Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) muamalat harkat sukaraja dengan nilai probabilitas (Sig) $0,001 < 0,05$, *performance* berpengaruh terhadap citra Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) muamalat harkat sukaraja dengan nilai probabilitas (Sig) $0,024 < 0,05$.

Kepuasan pelanggan dapat dirasakan setelah pelanggan membandingkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian barang/jasa dari penjual atau penyedia barang/jasa dengan harapan dari pembeli itu sendiri, harapan tersebut terbentuk melalui pengalaman pertama mereka dalam membeli suatu barang/jasa, komentar teman dan kenalan, serta janji dan informasi pemasar dan pesaingnya. Kepuasan pelanggan adalah respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku (seperti perilaku berbelanja dan perilaku pembeli), serta pasar secara keseluruhan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian bahwa *service excellent*, *service quality* dan *service performance* mempunyai pengaruh yang simultan dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Unit Kota Sumenep dan mempunyai tingkat pengaruh signifikan yang sangat kuat. *Service excellent* mempunyai pengaruh yang signifikan kuat terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Unit Kota Sumenep; *Service quality* mempunyai pengaruh yang signifikan kuat terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Unit Kota Sumenep; *Service performance* mempunyai pengaruh yang signifikan kuat terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Unit Kota Sumenep; *Service excellent*, *service quality* dan *service performance* mempunyai pengaruh yang signifikan kuat terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Unit Kota Sumenep.

DAFTAR PUSTAKA

- Akmala, Nurul, 2020. Pengaruh *Service Excellence* Oleh *Customer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Kcp Stabat.
- Alhanani, Ghina (2022). Dampak *Service Excellent* Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Strawberry
- Andari, M. P., & Mulyantomo, E. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepercayaan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Hotel Pandanaran Semarang). *Solusi*, 18(3), 77–88. <https://doi.org/10.26623/slsi.v18i3.2610>.
- Anwar Prabu Mangkunegara. 2017. Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan, Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Ansari, Muhammad Akbar Ali (2021). *Factors of Customer Satisfaction in the Servicing Sector: Does Quality of Service Matter*.
- Alam, Syamsul (2022). *Service Quality Towards Banking Customer Satisfaction And Loyalty* PT. Bank Mandiri.
- Apriliantoni (2022). *Service Quality Dynamics And Bank Customer Loyalty : Study Of Pt Bank Central Asia Tbk Bintaro* .
- Asnawi, M. A. 2019. Kinerja Karyawan Perseroan Terbatas: Studi Kasus Atas Pengaruh Fasilitas Kerja Dan Karakteristik Pekerjaan (1st ed.). Jakarta, ATHRA SAMUDRA.
- Astuti, Septiyanti Dewi (2022). Pengaruh *Service Excellent Customer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Bsm Di Bank Syariah Mandiri Kc Jatinangor, *Jurnal Shidqia Nusantara*.
- Atep, Adya Barata. 2016, Dasar-Dasar Pelayanan Prima. Jakarta. PT. Elex Media
- Basit dan Hidayat, 2018. Pengaruh *Service Excellence* terhadap Brand Equity pada Pelanggan Batik Air. *Nyimak: Journal Of Communication*, 2(1), 17 – 35. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v2i1.739>.
- Christine, Ruth Michela (2020). Analisa Pengaruh Bank *Service Quality* (BSQ) *Customer Service Officer* Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan *Analisis Structural Equation Modelling* (SEM) (Studi Kasus di PT Bank BCA Tbk KCU Bekasi).
- Daryanto dan Setyobudi, 2016. Konsumen dan pelayanan prima. Jakarta, Salemba Empat
- Fandy Tjiptono, 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Yogyakarta. Andi Offset,
- Fatonah, Siti (2020). *The Effect of Handling Complaint and Hospital Service Quality on Patient Satisfaction and Loyalty*.
- Hasyim, Fuad (2021). *Determinants Of Service Quality On Islamic Banks Customer Satisfaction In Surakarta*.
- Jannah, M., Nugroho, S. S., & Gitosudarmo, I. (2019). Peran Keterlibatan Produk Dalam Memoderasi Hubungan Antara Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Daring. *Buletin Studi Ekonomi*, 24(2), 288–303.
- Jannah, M., & Pranjoto, G. H. 2023. Why Do Tourists Have Revisit Intention? The Effect of Customer Experience as a Marketing Strategy. *Proceedings of the 2nd Maritime, Economics and Business International Conference*.

- Kotler dan Armstrong, 2016, Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1. Edisi Ke. 9. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Keller, Philip, & Kevin L. 2013. Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.
- Kotler & Keller, 2013. Strategi Brand Management, 14th Edition, England: Pearson Education Limited.
- Kumar, Suresh (2021). *The Influence of Customer Service Quality towards Customer Satisfaction and its implication on Loyalty: A Survey on MICE Customers in Hotels.*
- Kumalasari, Lisa (2019). Quality Product and Excellent Service: The Impact of Repeat Savings Decision.
- Lupiyoadi, Rambat, 2016, Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat, & A. Hamdani. 2018. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua. Jakarta; Salemba Empat.
- Moehariono, 2018. Pengukuran Kinerja Berbasis kompetensi. Jakarta. Ghalia Indonesia.
- Mu'in, Mohammad Fatul (2023). *The Effect Of Teller Service Excellence On Customer Satisfaction At PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Bondowoso Branch Office.*
- Maulyan, Feti Fatimah (2022). Pengaruh *Service Excellent* Terhadap Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan.
- Nurhadi, 2018. Pengaruh Pelayanan Dan Produk Jasa Terhadap Komitmen Penerimaan Nasabah Pada Bank BRI Tigaraksa. Jurnal Moneter, IV(1), 84–90. Retrieved from <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/moneter/article/view/1951/1465>
- Noor, Alam, & S.S., 2018. International Journal Of Business and Management. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Noor, Munawar (2022). *The effect of e-service quality on user satisfaction and loyalty in accessing e-government information.*
- Parasuraman, A., Berry, Leonard L, And Zeithaml, Valarie A. 2016. "Servqual: A multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality". Journal Of Retailing, Vol; 64
- Ratminto, Fidyah Shabrina, Rima Ranintya Yusuf, Lutfi Untung Angga Laksana, Sri Wahyuni, & Susi Apriyanti, 2015. Pelayanan Prima: Pedoman Momen Kritis Pelayanan dari A sampai Z. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Rudiyanto, 2018. Mengenal Obligasi Berkelanjutan. Berbagi tentang perencanaan keuangan dan investasi. <http://rudiyanto.blog.kontan.co.id/> 2013/ 04/06/mengenal- obligasi-berkelanjutan/comment-page-1/ (diakses pada tanggal 3 Oktober 2020)
- Seawaka (2022) *The Effect of Customer Satisfaction and Service Quality of Banking Products on Loyalty of Bank Customer* in Tangerang.
- Sebayang, Immanuel Edy Suranta. 2019. "Pengaruh Service Excellence terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Sumur Kantor Cabang Pembantu USU", Jurnal Ilmiah Skylandsea, Vol. 3, No. 1.
- Saepunizar, Ari (2022). Strategi Pelayanan Prima Dan *Total Quality Management* Terhadap Kinerja Perusahaan Perumda Air MinumTirta Jaya Mandiri Kabupaten Sukabumi.
- Sepiawan, Kadek (2021). Pengaruh *Service Excellent* dan Nilai Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah Kredit PT. Bank Mandiri Cabang Kesiman di Denpasar.
- Sentana Aso, 2006, *Service Excellent & Costumer Satisfaction*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Suprpto, R. E. H., & Setyawardani, R. D. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas dan Sosial Media Influencer Terhadap Minat Beli Prouk Skin Care Scarlett Whitening (Studi Kasus pada Wanita di Kota Surabaya). Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan, 10(2), 684–698.
- Sunyoto, Danang. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT Buku Seru.
- Tasmara & Toto, 2016. Membudidayakan Etos Kerja Islami. Penerbit: Jakarta: PT. Gama Insani.
- Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra. 2011. Service, Quality & Satisfaction. Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset

- Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan Dan Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2018. Pemasaran Jasa. Malang: Bayu Media.
- Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra (2018). Pemasaran Strategik, Edisi 3. Yogyakarta : ANDI.
- Tjiptono, Fandy (2019). Strategi Pemasaran, Edisi 4, Yogyakarta : ANDI.
- Umar, Husien, 2018, Metode Riset Manajemen Perusahaan. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Wantara, P. (2015). The Relationships among Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty in Library Services. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5(Special Issue) 264-269.
- Wantara, P., Irawati, S.A., Suryato T. (2023). Factors Affecting Customer Satisfaction And Repurchase Intention Of Herbal Medicine Products In Indonesia. VOL. 11, NUM. 02, pp. 41-57.
- Wydyanto (2020), *The Role Of Service Quality On Consumer Satisfaction*.