

ABSTRAK

Muhammad Fachri Prawira, 2016.
Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank BJB
Cabang Makassar Dibimbing Oleh Abd. Rahman Rahim Dan Muh.
Nur Rasyid

Salah satu fungsi penting dari bank adalah menjembatani kepentingan masyarakat yang kelebihan dana dan kelompok masyarakat lain yang kekurangan dana, yang berarti bank berada pada suatu titik sentral dalam keuangan masyarakat. Konsep marketing yang menekankan kepada pertumbuhan dan pencapaian profit melalui kepuasan nasabah merupakan salah satu strategi yang diyakini dapat mempertahankan eksistensi bank dalam kompleksitas persaingan bisnis perbankan dewasa ini.

PT Bank Bjb Cabang Makassar merupakan unit organisasi bisnis yang berorientasi pada upaya memaksimalkan keuntungan guna memuaskan seluruh pemangku kepentingan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauhmana pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Bjb Cabang Makassar. Hal ini dimaksudkan untuk menjawab permasalahan penelitian yakni apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dengan tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Bjb Cabang Makassar.

Dengan menggunakan teknik pengambilan sampel Solovin, dan diketahui bahwa jumlah populasi nasabah dengan batas kesalahan 10 %, $N = 17.610$ maka Jumlah sampel dalam penelitian ini sebesar 100 responden, Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dan analisis menggunakan anregresi linear sederhana.

Berdasarkan perhitungan, hasil analisis koefisien regresi antar variabel kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah adalah positif dan signifikan dimana setiap kenaikan yang terjadi pada variabel bebas akan diikuti pula dengan kenaikan variabel terikat, dimana persamaan regresinya yaitu $Y = 3,647 + 0,355X$. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah. Hasil dari koefisien determinasi sebesar 0,536. Hal ini menunjukkan bahwa 53,6% kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kualitas layanan dan sisanya sebesar 46,4% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci : Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah