

ANALISIS KEPUASAN NASABAH DENGAN METODA *SERVQUAL* GUNA MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN PERBANKAN DI PT BANK XYZ Tbk. KANTOR CABANG KEDIRI

Andjik Setyo Widodo, Bobby Oedy P. Soepangkat, dan Sony Sunaryo
Program Studi Manajemen Teknologi ITS
Jl. Cokroaminoto 12A Surabaya

ABSTRACT: *Globalization and technological advancement and the resulting high market competitiveness is giving prominence to the issue of the quality of customer service in the service industry sector, leaving practitioners in the sector with no choice but to properly address the issue in order to be competitive. Consequently, assessing customer service quality in the financial service industry such as bank is vital in determining the standard expected of the industry. PT Bank XYZ (Persero) Tbk company is no exception to this requirement. The purpose of this paper is to examine the level of service quality and customer satisfaction in bank. The results of this investigation revealed that the service quality of PT Bank XYZ (Persero) Tbk branch of Kediri were unsatisfactory. The results also indicated that customers of bank companies rated. In terms of customer satisfaction, the result revealed that customers of PT Bank XYZ (Persero) Tbk branch of Kediri were not satisfied with the service of these banks. Implications and suggestions for further research are proposed.*

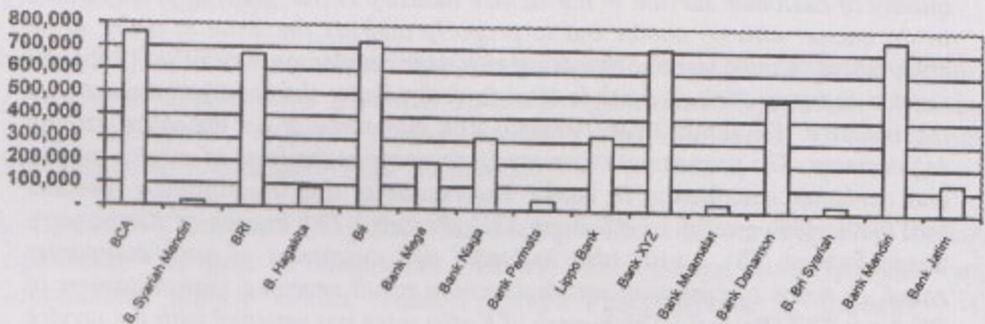
Keywords: *service quality, customer perception, customer expectation, customer satisfaction*

PENDAHULUAN

Kinerja bank sebagai perusahaan penjual jasa maka sangat tergantung dengan pelayanan yang diberikan atau dengan istilah *no service no business*. Bank sebagai perusahaan penjual jasa tentunya sangat tergantung dengan kredibilitasnya di mata konsumen. Pengelolaan kualitas jasa bagi sebuah perusahaan perbankan sangat penting untuk meningkatkan daya saingnya. Kualitas jasa (*Service quality/Servqual*) ini dapat diukur dengan melakukan penilaian kesenjangan antara persepsi dan harapan pada nasabah dan manajemen. Pengukuran kesenjangan yang pernah dilakukan oleh Mahatmanto (2003) pada Bank BPD DIY Cabang Wates berhasil mengidentifikasi 57,5% faktor-faktor kualitas pelayanan jasa yang mempengaruhi loyalitas debitur kredit konsumsi pada bank tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Shahin (2005) menunjukkan bahwa, dari hasil analisis *servqual* yang dilakukan dapat diketahui peningkatan pengalaman pegawai perlu dilakukan dalam memberikan jasa pelayanan kepada konsumen.

Substansi perbankan sebagai suatu bentuk industri yang menyediakan jasa keuangan untuk mengakomodir kebutuhan nasabah dalam bidang keuangan dimana setiap bank masing-masing memiliki produk-produk jasa keuangan. PT Bank XYZ (Persero) Tbk. adalah suatu perusahaan jasa yang bergerak di bidang pelayanan jasa keuangan dengan produk yang dilayani diantaranya giro, deposito, kredit usaha, kredit investasi, kredit konsumtif, tabungan, kiriman uang serta valuta asing. Industri jasa keuangan di Kediri berkembang cukup pesat dalam 5 tahun terakhir dengan hadirnya bank-bank umum besar baik itu swasta maupun pemerintah yang membuka kantor cabang di kota Kediri, tercatat 7 bank (Bank Permata, Bank Mega, Bank Syariah

Mandiri, Bank Muamalat, Bank Niaga, Bank Syariah BRI dan Bank Mega) yang dalam kurun waktu 5 tahun terakhir membuka kantor cabang di Kediri kondisi ini tidak termasuk hadirnya bank-bank perkreditan rakyat dan koperasi simpan pinjam dengan jumlahnya cukup banyak yang juga memberi andil dalam persaingan industri jasa keuangan. Hadirnya kompetitor baru dalam industri perbankan di Kediri membuat semakin ketatnya persaingan dalam memperebutkan pengelolaan dana pihak ketiga (masyarakat dan institusi lainnya). Gambar 1 menunjukkan posisi PT Bank XYZ (Persero) Tbk. kantor cabang Kediri berada pada urutan ke IV dibidang market share pengelolaan dana dari masing-masing bank umum yang ada di Kediri.



Gambar 1 Market Share Pengelolaan Dana pada Bank Umum di Wilayah Kediri

Penyampaian mutu kualitas pelayanan berarti juga memberikan kepastian akan harapan nasabah didasarkan atas konsistensi (Izah and Wan Zulqurnain, 2004). Dengan demikian mutu pelayanan sangat mempengaruhi persepsi nasabah terhadap suatu bank untuk menentukan keputusan pada bank mana nasabah akan melakukan aktifitas keuangannya. Peran pelayanan sangat penting dan menjadi salah satu faktor pendukung dalam menghadapi kompetisi perbankan untuk mendapatkan kepercayaan nasabah dalam mengelola dana mereka. Untuk memenangkan persaingan tersebut dan menjadi market leader dibidang jasa perbankan di Kediri, maka PT Bank XYZ (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kediri terus berusaha meningkatkan perbaikan pelayanan, baik yang memiliki bukti nyata (*tangible*) maupun yang tidak nyata/non-fisik (*intangible*).

METODA

Penelitian ini dilakukan dalam empat tahapan, yaitu (1) Identifikasi dan perumusan masalah, (2) Penyusunan dan pengumpulan data, (3) Pengolahan data, (4) Analisis dan pengambilan keputusan.

Dalam penelitian ini digunakan dua variabel, yaitu variabel kualitas dan variabel latar belakang pengisi kuisioner. Salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan adalah model *Servqual* (*Service Quality*) (Zeithaml et al., 1990). *Servqual* dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan. Variabel kualitas terdiri dari 5 variabel, yaitu:

1. *Reliability*

Variabel ini menunjukkan kecepatan layanan yang diberikan oleh pihak PT Bank XYZ Cabang Kediri yang ditunjukkan oleh kecepatan dalam tindakan maupun kemudahan-kemudahan yang dapat mempercepat proses pelayanan. Dalam

kuesioner, variabel *reliability* diwakili oleh pertanyaan-pertanyaan tentang kecepatan pelayanan, kemampuan petugas, kemudahan dalam mengakses produk dan kemudahan proses pembukaan tabungan.

2. *Responsiveness*

Variabel ini menunjukkan kecepatan petugas PT Bank XYZ Cabang Kediri dalam merespon kebutuhan layanan nasabah. Dalam kuesioner variabel *responsiveness* diwakili oleh pertanyaan-pertanyaan tentang respon petugas *customer service* dalam membantu nasabah tabungan, waktu tunggu untuk memperoleh layanan, dan kecepatan solusi yang diberikan oleh petugas.

3. *Assurance*

Variabel ini menunjukkan keamanan transaksi yang dilakukan melalui fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh PT Bank XYZ Cabang Kediri. Dalam kuesioner variabel *assurance* diwakili oleh pertanyaan-pertanyaan tentang penumbuhan rasa percaya kepada petugas, penyediaan jasa pengawalan, penumbuhan rasa aman dan keamanan transaksi di ATM.

4. *Empathy*

Variabel ini menunjukkan perhatian yang diberikan oleh pihak manajemen melalui para petugas PT. Bank XYZ cabang Kediri kepada para nasabah. Dalam kuesioner variabel *empathy* diwakili oleh pertanyaan-pertanyaan tentang informasi produk baru, keakraban, penjelasan produk, keramahan dan pengutamakan kepentingan pelanggan.

5. *Tangible*

Variabel ini menunjukkan bentuk pelayanan yang sifatnya nyata, misalnya suasana kantor, seragam dan lain-lain. Dalam kuesioner variabel *tangible* diwakili oleh pertanyaan-pertanyaan tentang penampilan petugas, kemudahan formulir transaksi, kenyamanan ruang tunggu, kecukupan jumlah loket pelayanan, kecukupan jumlah petugas dan kejelasan pencatatan transaksi bagi nasabah.

Variabel latar belakang pelanggan terdiri dari pekerjaan, pendidikan, pendapatan perbulan, pemanfaatan jasa bank lainnya dan kurun waktu menjadi nasabah. Variabel latar belakang manajemen terdiri dari jabatan, lama bekerja, mutasi unit, jenis jasa di PT Bank XYZ (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kediri yang dimanfaatkan dan jumlah jasa bank lain yang dimanfaatkan.

Pengumpulan data untuk penelitian dilakukan dengan menggunakan bantuan kuesioner yang dibuat terbagi dalam 2 bagian. Bagian pertama berisi latar belakang responden, Bagian II berisi pertanyaan variabel-variabel dari masing-masing dimensi *servqual* dengan menggunakan skala *Likert* dari 1-5. Skala tersebut diinterpretasi dengan interpretasi, 1 = Tidak tahu, 2 = Kurang, 3 = Cukup, 4 = Baik, 5 = Sangat Baik.

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 13.0 for Windows untuk dapat melakukan uji validitas dan reliabilitas, analisis deskriptif, analisis *cluster* dan uji *t*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas Dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dua kali yaitu pada saat pembuatan kuesioner dan setelah pengumpulan data. Tahap awal kuesioner disebarkan pada 30 orang responden nasabah dan staf manajemen. Dari hasil tahap awal kuesioner semua pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan validi dan reliabel. Setelah pengumpulan data

pada 80 orang responden nasabah dan manajemen diperoleh hasil uji validitas sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No.	Dimensi	Koefisien Validitas (r_{xy})					
		Persepsi Nasabah		Ekspektasi Nasabah		Persepsi Manajemen	
		Min	Max	Min	Max	Min	Max
1.	Reliability	0,2920	0,4688	0,3727	0,5231	0,3208	0,5001
2.	Responsiveness	0,3643	0,4953	0,3366	0,4251	0,3127	0,5306
3.	Assurance	0,3564	0,4196	0,2571	0,5508	0,2636	0,3723
4.	Empathy	0,3457	0,6300	0,4763	0,5863	0,3229	0,5699
5.	Tangible	0,3248	0,4791	0,3695	0,5366	0,3918	0,5954

Dari Tabel 1 terlihat bahwa pertanyaan untuk semua dimensi kepuasan persepsi dan ekspektasi nasabah, maupun persepsi manajemen, semuanya memiliki nilai koefisien validitas diatas nilai r tabel ($df = 78$) yaitu sebesar 0,223, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan adalah valid. Setelah semua pernyataan dinyatakan valid, kemudian dilakukan pengujian reliabilitas dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

No.	Dimensi	Koefisien Reliabilitas (α)		
		Persepsi Nasabah	Ekspektasi Nasabah	Persepsi Manajemen
1.	Reliability	0,6007	0,6421	0,6009
2.	Responsiveness	0,6348	0,5710	0,5750
3.	Assurance	0,6479	0,6203	0,5140
4.	Empathy	0,7122	0,7579	0,7206
5.	Tangible	0,6679	0,7388	0,7508

Tabel 2. menunjukkan bahwa semua nilai α berada diatas nilai r yaitu 0,223, sehingga semua pertanyaan dalam kuesioner adalah reliabel dan proses analisis berikutnya dapat dilakukan.

Analisis Cluster

Analisis *cluster* dilakukan untuk mengelompokkan nasabah. Pada tahap awal berdasarkan selisih antara persepsi nasabah dan ekspektasi nasabah untuk kelima dimensi *servqual*, 80 responden nasabah dikelompokkan menjadi 2, 3 dan 4 *cluster*. Pada hasil analisis dengan menggunakan *Box's M test* diketahui bahwa nilai signifikansi untuk masing-masing *cluster* adalah 0,054, 0,128 dan 0,013. Nilai signifikansi tertinggi adalah 0,128 sehingga dikelompokkan dalam 3 *cluster*. Hasil analisis *cluster* dengan metoda *K-Mean Clustering* ditunjukkan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Iterasi Akhir Proses Cluster Proses Clustering

Dimensi Pelayanan	Cluster		
	1	2	3
Reliability	0,20	-0,64	-1,62
Responsiveness	0,36	-0,73	-1,51
Assurance	0,16	-0,57	-1,48
Empathy	0,21	-0,62	-1,49
Tangible	0,21	-0,60	-1,44

Dari hasil analisis *cluster* diatas dapat dilihat bahwa masing-masing *cluster* memiliki karakteristik berbeda – beda, dan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Cluster 1* adalah kelompok yang memiliki *Low Positive Gap*, dimana pada *cluster* ini tingkat persepsinya lebih tinggi daripada tingkat ekspektasinya. Tingkat kepuasan tertinggi pada *cluster* berada pada dimensi *responsiveness* dan yang terendah pada dimensi *assurance*.
2. *Cluster 2* adalah kelompok yang memiliki *Low Negative Gap*, dimana pada *cluster* ini tingkat persepsinya sedikit lebih rendah apabila dibandingkan dengan ekspektasinya. Ketidakuasan berada pada dimensi *responsiveness* dan dimensi *reliability*.
3. *Cluster 3* adalah kelompok yang memiliki *High Negative Gap*, dimana pada *cluster* ini tingkat persepsinya jauh lebih rendah apabila dibandingkan dengan ekspektasinya. Tingkat kepuasan *cluster 3* ini lebih rendah daripada *cluster 1* dan 2. Ketidakuasan *cluster* ini berada pada dimensi *responsiveness* dan dimensi *reliability*.

Multivariate Analysis of Variance (MANOVA)

Hasil pengujian dengan menggunakan *Box's M* untuk menguji homogenitas varian antara kelima dimensi kualitas pelayanan ditunjukkan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji *Box's M*

Box's M	44,41011
F	1,297776
df1	30
df2	4934,222
Sig.	0,128203

Nilai *Box's M* yang diperoleh dari pengujian yang dilakukan adalah 44,41011, dengan nilai *F* sebesar 1,297776. Nilai tersebut memberikan nilai signifikansi sebesar 0,128203, yang berarti lebih besar daripada nilai taraf signifikan yang ditetapkan yaitu 0,05. Dengan demikian H_0 diterima, yang berarti bahwa variansi antara kelima dimensi kualitas pelayanan dengan faktor *cluster* adalah sama.

Kemudian dilakukan pengujian kesamaan matrik varian kovarian dengan *Levene's Tests*. Pengujian ini dilakukan dengan mengasumsikan matrik varian dan kovarian variabel dependen yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangible* memiliki kesamaan untuk setiap *cluster* yang ada (*independent variable*).

Dari hasil *Levene's Tests* diperoleh nilai signifikansi (*P-Value*) diatas nilai 0,05, sehingga H_0 diterima, yang berarti terdapat kesamaan yang signifikan antara matrik varian dan kovarian variabel dependen dengan variabel independen.

Untuk menguji apakah ada heterogenitas yang signifikan antar *cluster*, digunakan analisis variansi multivariat (MANOVA). Hasil pengujian dengan menggunakan *Manova* ditunjukkan pada Tabel 5.

Tabel 5 menunjukkan bahwa semua nilai signifikansi (*P-Value*) kurang dari taraf signifikan yang ditetapkan yaitu 0,05, sehingga H_0 ditolak, yang berarti rata-rata tingkat kepuasan untuk kelima dimensi kualitas pada tiap *cluster* menunjukkan perbedaan yang secara signifikan berbeda.

Tabel 5. Hasil Pengujian Multivariat

Effect		Value	F	Hypothesis df	Error df	Sig.
Intercept	Pillai's Trace	0,826	69,365	5	73	0,00
	Wilks' Lambda	0,174	69,365	5	73	0,00
	Hotelling's Trace	4,751	69,365	5	73	0,00
	Roy's Largest Root	4,751	69,365	5	73	0,00
Cluster	Pillai's Trace	0,885	11,744	10	148	0,00
	Wilks' Lambda	0,149	23,241	10	146	0,00
	Hotelling's Trace	5,491	39,534	10	144	0,00
	Roy's Largest Root	5,449	80,648	5	74	0,00

Analisis Gap 1

Analisis Gap 1 dilakukan dengan menggunakan *Independent Sample t-Test* dan hasilnya ditunjukkan pada Tabel 6.

Tabel 6. Independent Sample t-Test

Dimensi Kepuasan	Cluster 1		Cluster 2		Cluster 3	
	t	Sig.	t	Sig.	t	Sig.
<i>Reliability</i>	2,604	0,010	-0,514	0,608	-5,909	0,000
<i>Responsiveness</i>	3,082	0,003	-0,717	0,475	-2,566	0,012
<i>Assurance</i>	4,034	0,000	0,849	0,398	-2,115	0,037
<i>Empathy</i>	2,209	0,029	-0,347	0,729	-2,884	0,005
<i>Tangible</i>	2,712	0,008	0,329	0,743	-2,612	0,011

Tabel 6 menunjukkan bahwa kepuasan nasabah terpenuhi hanya pada *cluster 2* di dimensi-dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangible*. Dari Tabel 6 juga terlihat bahwa nilai *t* terbesar adalah -5,909 yang dimiliki oleh dimensi *reliability* yang berada pada *cluster 3*. Pada dimensi *reliability* dari beberapa variabel, kesenjangan terbesar terkait dengan kemampuan petugas PT Bank XYZ (Persero) Tbk Kantor Cabang Kediri yang merata memiliki nilai rata-rata paling rendah diantara empat variabel dimensi *reliability*.

Analisis Gap 5

Hasil analisis *gap 5* pada seluruh *cluster* dapat disusun tabel perbandingan antar *cluster* yang ditunjukkan pada Tabel 7.

Tabel 7. Perbandingan Nilai t Untuk Seluruh Cluster

Dimensi Kepuasan	Cluster 1		Cluster 2		Cluster 3	
	t	Sig.	t	Sig.	t	Sig.
<i>Reliability</i>	-1,012	0,319	-4,545	0,000	-5,224	0,000
<i>Responsiveness</i>	3,679	0,001	-9,879	0,000	-9,299	0,000
<i>Assurance</i>	1,816	0,079	-6,516	0,000	-11,564	0,000
<i>Empathy</i>	1,624	0,114	-5,025	0,000	-8,351	0,000
<i>Tangible</i>	3,254	0,003	-8,074	0,000	-10,906	0,000

Tabel 7 menunjukkan bahwa kepuasan nasabah terpenuhi hanya pada *cluster 1* pada di dimensi *reliability*, *assurance* dan *empathy*. Nilai *t* terbesar adalah -11,564 yang dimiliki oleh dimensi *assurance* dan berada pada *cluster 3*. Pada dimensi *assurance* yang terdiri dari beberapa variabel, kesenjangan terbesar terkait dengan kesediaan petugas PT Bank XYZ (Persero) Tbk Kantor Cabang Kediri memberikan jasa

pengawasan memiliki rata-rata paling rendah diantara empat variabel dimensi *assurance*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Mayoritas dari nasabah pekerjaannya adalah wiraswasta dengan tingkat pendidikan nasabah yang paling banyak adalah dari perguruan tinggi, yaitu sarjana (S1/S2/S3). Penghasilan mayoritas dari nasabah lebih dari 3 juta. Bank alternatif lain yang paling banyak digunakan oleh nasabah adalah BCA. Kurun waktu lama responden menjadi nasabah PT Bank XYZ (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kediri, yang mendominasi adalah 0 – 1 tahun. Alasan nasabah memilih, PT Bank XYZ (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kediri adalah rasa aman karena menabung di bank pemerintah.

Dari *gap* antara persepsi dan ekspektasi nasabah pada kelima dimensi kepuasan maka responden dikelompokkan dalam 3 (tiga) *cluster*, yaitu:

Cluster 1 : adalah kelompok nasabah yang memiliki *Low Positive Gap* (41.25%), dimana pada *cluster* ini tingkat persepsi lebih tinggi daripada tingkat ekspektasi.

Cluster 2 : adalah kelompok nasabah yang memiliki *Low Negative Gap* (42,5%), dimana pada *cluster* ini tingkat persepsi sedikit lebih rendah apabila dibandingkan dengan ekspektasi.

Cluster 3 : adalah kelompok nasabah yang memiliki *High Negative Gap* (16.25%), dimana pada *cluster* ini tingkat persepsinya jauh lebih rendah apabila dibandingkan dengan ekspektasinya.

Analisis *gap* 1, menunjukkan kesenjangan yang signifikan antara persepsi manajemen dan ekspektasi nasabah. Kesenjangan terbesar untuk kelima dimensi kepuasan pelayanan berada pada dimensi *reliability*. Dari empat variabel dalam dimensi *reliability*, yang memiliki kesenjangan terbesar adalah variabel yang terkait dengan kemampuan petugas PT Bank XYZ (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kediri yang merata.

Analisis *gap* 5, menunjukkan kesenjangan yang signifikan antara persepsi nasabah dan ekspektasi nasabah. Kepuasan nasabah hanya terpenuhi pada *cluster* 1 di dimensi-dimensi *reliability*, *assurance* dan *empathy*. Kesenjangan terbesar untuk kelima dimensi kepuasan pelayanan berada pada dimensi *assurance*. Dari empat variabel dalam dimensi *assurance*, yang memiliki kesenjangan terbesar adalah variabel yang terkait dengan kesediaan petugas PT Bank XYZ (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kediri memberikan jasa pengawasan.

Analisis *gap* 1 dan *gap* 5 menunjukkan bahwa dimensi kepuasan yang menjadi prioritas utama dan kedua dalam perbaikan jasa pelayanan perbankan di PT. Bank XYZ (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kediri adalah dimensi *assurance* dan dimensi *reliability*.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini ada beberapa saran yang dapat diberikan pada pihak manajemen guna memperbaiki serta meningkatkan kualitas pelayanan jasa perbankan kepada para nasabah.

Prioritas pada dimensi *assurance* terkait dengan kesediaan petugas PT Bank XYZ (Persero) Tbk Kantor Cabang Kediri memberikan jasa pengawasan, manajemen PT. Bank XYZ Tbk. Kantor Cabang Kediri dapat melakukan perbaikan dengan memberikan pelatihan *service excellent* baik itu yang berupa teknis dan non teknis yang dibutuhkan oleh karyawan guna melaksanakan tugas sehari-hari secara efektif, pelatihan

teknis meliputi hal-hal yang terkait langsung dengan prosedur pelayanan untuk memberikan pengawalan nasabah perbankan yang melakukan transaksi dalam jumlah besar khususnya tabungan sedangkan untuk yang non teknis berhubungan dengan keramahan, sikap dan perilaku petugas dalam melayani nasabah

Perbaikan dimensi *reliability* terkait dengan kemampuan petugas PT Bank XYZ (Persero) Tbk Kantor Cabang Kediri yang merata akan memberikan kontribusi yang maksimal untuk meningkatkan kepuasan nasabah dalam melakukan transaksi serta pengelolaan keuangan kepada pihak bank. Perlunya pelatihan tentang *product knowledge* guna meningkatkan pengetahuan petugas tentang produk-produk jasa PT Bank XYZ Tbk. Kantor Cabang Kediri, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan diri petugas dalam memasarkan produk guna mencapai target bisnis yang dibebankan serta perolehan peningkatan laba perusahaan. Hal lain yang perlu dilakukan adalah secara kontinyu updating sistem dan peraturan-peraturan terbaru dari kantor pusat serta kegiatan rutin *sharing moment* dan *morning briefing* secara berkala sehingga dapat meningkatkan kehandalan petugas dalam memberikan layanan.

Perbaikan pada penelitian yang akan datang lebih komprehensif, diharapkan perlunya dilakukan penelitian di masa mendatang dengan memperhatikan variabel kepuasan nasabah yang cukup mewakili kebutuhan nasabah akan jasa pelayanan sehingga data yang diperoleh akan lebih mendekati tuntutan kecepatan serta kecermatan dari jasa perbankan. Dengan demikian manajemen dapat merumuskan serta merencanakan strategi guna meningkatkan kualitas pelayanan di PT Bank XYZ Tbk. Kantor Cabang Kediri.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rasa aman menabung di Bank Pemerintah merupakan alasan yang paling kuat bagi nasabah untuk memilih PT Bank XYZ Tbk. Kantor Cabang Kediri walaupun adanya program jaminan keamanan dana (LPS) dari pemerintah, hal ini sangat dimungkinkan karena pada kenyataannya adanya kesulitan dalam melakukan penarikan dana pada bank-bank terlikuidasi dan adanya asumsi yang berkembang bahwa Bank Pemerintah tidak mungkin dilikuidasi. Keunggulan ini seharusnya dapat menjadi andalan bagi PT Bank XYZ Tbk Kantor Cabang Kediri untuk meraih dana pihak ketiga.

DAFTAR PUSTAKA

- Izah Mohd Tahir and Wan Zulqurnain Wan Ismail, 2004. *Service Quality In The Financial Services Industry In Malaysia: The Case Of Islamic Banks And Insurance*. Journal of Services dan Standards. Vol. 1, no. 2, Nov. 2005.
- Mahatmanto, Banu, 2003. *Analisis Faktor Faktor Yang Memotivasi Loyalitas Debitur Kredit Konsumsi Bank BPD DIY Cabang Wates*, Tesis yang tidak dipublikasikan, Program Pasca Sarjana Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Shahin, A., 2005. *SERVQUAL and Model of Service Quality Gaps: A Framework for Determining and Prioritizing Critical Factors in Delivering Quality Services*, Department of Management, University of Isfahan, Iran.
- Zeithaml, V. A; A. Parasuraman; L. L. Berry, 1990. *Delivering Quality Service, Balancing Customer Perceptions and Expectations*, The Free Press, New York.