EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi
Vol.5, No.6, September 2026

Analisis Kualitas Pelayanan Bank BCA Di Jakarta Menggunakan Metode Servqual Terhadap Kepuasan Nasabah

Cindy Frasiska Anshori[1], Husna Leila Yusran[2], Alvina Hasanah Rachmadanty[3], Rasya Chairunnisa[4], Ulfah Nurzakiyyah[5]
[1,2,3,4,5]Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti, Indonesia
E-mail: 022002301008@std.trisakti.ac.id[1], husna.leila@trisakti.ac.id[2], 022002301037@std.trisakti.ac.id[3], 022002301098@std.trisakti.ac.id[4], 022002301066@std.ac.id[5]

Article History:
Received: 10 Juli 2026
Revised: 25 Agustus 2026
Accepted: 17 September 2026

Keywords: *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Kepuasan Pelanggan*

Abstract: *Dilakukannya penelitian ini yaitu untuk menguji apakah ketika menguji metode lima dimensi SERVQUAL yang terdiri dari tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy Bank BCA di Jakarta akan ada pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Cara pendekatan yang dilakukan yaitu dengan metode kuantitatif melalui survey terhadap 100 nasabah yang menggunakan Bank BCA berdomisili di Jakarta, karena secara tidak langsung mereka pernah menggunakan layanan Bank BCA secara langsung. Dan survey ini dilakukan dengan menyebar kuisioner skala Likert. Mengenai hasilnya menjelaskan bahwa seluruh item pada variable SERVQUAL dan kepuasan nasabah valid dan reliabeel, dan datanya memenuhi asumsi normalitas sehingga layak dianalisis menggunakan regresi linear sederhana. Temuan mengenai regresi ini menggambarkan bahwa kepuasan pelanggan secara meneyeluruh memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sehingga, jika semakin tinggi penilaian nasabah terhadap kelima dimensi SERVQUAL, maka Tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah juga semakin meningkat. Oleh karena itu, hal ini ditegaskan mengenai pentingnya dalam meningkatkan kualitas layanan, baik di kantor cabang maupun pada layanan digitalnya, dan ini dapat dijadikan sebagai strategi untuk memperkuat kepuasan dan loyalitas nasabah.*

PENDAHULUAN

Seiring berjalannya kemajuan teknologi di Indonesia, perbankan pun menjadi berkembang pesat, berubahnya regulasi, dan meningkatnya literasi keuangan dikalangan Masyarakat (Yanti et al., 2024). Tempat menyimpannya dana, menyalurkan kredit bukan lagi menjadi fungsi utama bank dan ini menjadi tidak terbatas. Tetapi hal ini juga sebagai layanan keuangan yang berbagai macam yang menuntut kecepatan, kemudahan, serta kemanan bagi setiap nasabah. Dalam konteks tersebut, pergeseran pola konsumsi dan perilaku masyarakat yang kian akrab dengan

layanan berbasis internet mendorong bank untuk menyesuaikan strategi pelayanannya agar tetap mampu bersaing (Soeharjoto et al., 2021). Dalam penelitian kualitas layanan di industry perbankan ini menegaskan bahwa konteks persaingan yang semakin ketat, sehingga kualitas pelayanan ini menjadi faktor kunci yang membedakan diantara para pesaingnya dan ini sangat mempengaruhi Keputusan nasabah dalam memilih, bertahan, atau pindah ke bank lain (Yanti et al., 2024).

Bicara soal bank swasta besar di Indonesia, BCA tentu jadi salah satu nama yang paling sering disebut. Sebagai bank dengan basis nasabah yang luas, BCA menempatkan pelayanan sebagai prioritas utama, didukung jaringan yang tersebar mulai dari kantor cabang, mesin ATM, hingga kanal digital seperti mobile banking dan internet banking (Yanti et al., 2024). Namun skala sebesar ini juga membawa tantangan tersendiri. Volume transaksi yang tinggi menuntut BCA untuk tetap konsisten menjaga kualitas layanan di semua titik kontak baik itu gangguan pada sistem digital, keluhan yang lambat ditangani, maupun isu keamanan transaksi yang, kalau tidak segera diatasi, bisa langsung menggerus kepercayaan nasabah (Agustinawati, 2016; Zulkifly et al., 2022).

Untuk mengukur sejauh mana kualitas layanan tersebut, metode SERVQUAL menjadi salah satu pendekatan yang paling banyak dipakai dalam kajian manajemen jasa (Parasuraman et al., 1988). Sederhananya, kualitas layanan di sini dilihat dari seberapa besar kesenjangan antara apa yang diharapkan nasabah dan apa yang benar-benar mereka rasakan (Sunarsih & Harsono, 2019). Ada lima dimensi yang jadi tolok ukur: bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*), kelimanya membantu memetakan bagian mana dari layanan yang sudah oke, dan mana yang masih perlu dibenahi (Hasri, 2019). Beberapa penelitian, baik di perbankan konvensional maupun syariah, konsisten menunjukkan hasil yang sama: semakin baik kelima dimensi ini, semakin tinggi pula kepuasan dan loyalitas nasabah (Pawennari et al., 2021). (Zulkifly et al., 2022) misalnya, menemukan bahwa keandalan, kecepatan, keamanan, dan kemudahan penggunaan mobile ban king punya andil besar dalam membentuk loyalitas nasabah termasuk pada layanan mobile banking BCA. Karena itu, menilai sejauh mana kelima dimensi SERVQUAL sudah memenuhi harapan nasabah BCA, baik di layanan tatap muka maupun digital, jadi hal yang relevan untuk diteliti lebih lanjut (Sunarsih & Harsono, 2019; Yanti et al., 2024).

Mengingat kualitas layanan begitu berperan dalam menjaga posisi kompetitif dan citra BCA, penelitian yang disusun secara terstruktur dan sistematis rasanya memang dibutuhkan untuk mengevaluasi kualitas layanan dari sudut pandang nasabah sendiri (Yanti et al., 2024). Melalui lima dimensi SERVQUAL, penelitian ini dapat mengidentifikasi kesenjangan antara harapan nasabah dengan layanan yang benar-benar mereka rasakan (Parasuraman et al., 1988). Hasil evaluasi tersebut diharapkan dapat menjadi dasar bagi manajemen dalam menentukan aspek-aspek layanan yang perlu diprioritaskan untuk diperbaiki, sehingga kepuasan dan loyalitas nasabah dapat terus ditingkatkan di tengah persaingan industri perbankan yang semakin ketat (Awaludin et al., 2024).

Kualitas layanan memegang peranan besar dalam menjaga posisi kompetitif serta citra BCA di mata nasabah, sehingga diperlukan sebuah penelitian yang terstruktur dan sistematis untuk menilai kualitas layanan tersebut langsung dari perspektif nasabahnya (Yanti et al., 2024).Dengan menggunakan lima dimensi SERVQUAL, penelitian ini berupaya mengungkap kesenjangan antara apa yang diharapkan nasabah dan apa yang sesungguhnya mereka alami saat menggunakan layanan BCA (Parasuraman et al., 1988). Temuan dari evaluasi ini nantinya diharapkan bisa menjadi acuan bagi pihak manajemen dalam menentukan prioritas perbaikan

pada aspek-aspek layanan tertentu, sehingga kepuasan dan loyalitas nasabah dapat terus tumbuh di tengah ketatnya persaingan industri perbankan (Awaludin et al., 2024).

Atas dasar itulah, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis kualitas pelayanan Bank BCA di Jakarta melalui lima dimensi SERVQUAL bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) sekaligus menguji bagaimana pengaruh kelima dimensi tersebut terhadap tingkat kepuasan nasabah BCA di Jakarta. Dari penelitian ini, diharapkan dapat terlihat dengan jelas dimensi layanan mana yang sudah berjalan baik dan mana yang masih perlu dibenahi, sehingga hasilnya bisa menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen BCA dalam menyusun strategi peningkatan kualitas layanan — baik di kantor cabang maupun pada layanan digitalnya demi memperkuat kepuasan dan kesetiaan nasabah dalam jangka panjang.

LANDASAN TEORI

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan atau service quality dalam manajemen jasa dipahami sebagai penilaian pelanggan yang timbul dari perbandingan antara layanan yang mereka harapkan dengan layanan yang benar- benar diterima, sehingga layanan dinilai baik apabila kinerjanya setidaknya setara dengan harapan (Afandi, 2023; Sinollah & Masruro, 2020). Dalam berbagai kajian mengenai kualitas pelayanan juga ditegaskan bahwa semakin kecil selisih negatif antara harapan dan persepsi pelanggan, semakin tinggi mutu layanan yang dirasakan nasabah.

Kualitas pelayanan bersifat multidimensi; dalam model SERVQUAL, kualitas ini diukur melalui lima aspek utama, yaitu bukti fisik (tangibles), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy) (Afandi, 2023; Sinollah & Masruro, 2020). Kelima dimensi tersebut secara luas dimanfaatkan dalam berbagai penelitian untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang konsisten, responsif, aman, dan memperhatikan kebutuhan individu pelanggan, sehingga menjadi rujukan umum dalam analisis kualitas layanan di sektor jasa, termasuk perbankan.

Berbagai penelitian empiris menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan berdampak positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan sekaligus loyalitas pelanggan, (Agustinawati, 2016; Arianto & Nirwana, 2021; Mumtaza & Millanyani, 2023). Pola hubungan tersebut konsisten dengan temuan riset pemasaran digital yang menyatakan bahwa penilaian positif terhadap aspek- aspek tertentu, misalnya kredibilitas komunikator atau influencer dapat memperkuat citra merek dan selanjutnya mendorong peningkatan minat beli konsumen (Annisa & Yusran, 2022).

Kualitas layanan memiliki sifat yang multidimensi dalam kerangka SERVQUAL, dan kualitas ini diukur melalui lima aspek pokok (Parasuraman et al., 1988; Sinollah & Masruro, 2020). Berikut ini merupakan lima dimensi SERVQUAL, yaitu:

1.) **Bukti Fisik (*Tangibles*)**

Dimensi bukti fisik *(tangibles)* merujuk pada seluruh elemen layanan yang tampak secara langsung bagi nasabah, meliputi kondisi fasilitas, peralatan, teknologi pendukung, dan penampilan karyawan yang secara bersama membentuk kesan awal terhadap kualitas layanan (Sinollah & Masruro, 2020). Dalam sektor perbankan, bukti fisik ini menggambarkan tentang kebersihan dan kenyamanan gedung, penataan di area teller juga customer service, ketersediaan

juga kelayakan mesin ATM, hingga desain antarmuka layanan digital seperti mobile banking. (Siringoringo et al., 2023).

2.) **Keandalan (*Reability)***

Dimensi keandalan (reliability) menggambarkan sejauh mana perusahaan ini bisa atau mampu memenuhi janji layanannya secara tepat waktu, akurat, dan konsisten di setiap transaksi yang dilakukan oleh pelanggan (Ramdani et al., 2023). Dalam praktik di industri perbankan, keandalan dapat terlihat pada ketepatan pencatan saldo dan transaksi, minimnya kesalahan dalam sistem, sesuainya informasi dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh bank, serta kemampuan dalam penyelesaian masalah seperti keluhan sesuai batas waktu yang telah dijanjikan kepada nasabah (Algadi, 2025; Ramdani et al., 2023).

3.) **Daya Tanggap (*Responsiveness*)**

Dimensi daya tanggap (responsiveness) menekankan kesiapan dan kecepatan pegawai dalam merespons kebutuhan serta permintaan layanan pelanggan, baik dalam situasi rutin maupun ketika terjadi masalah (Ramdani et al., 2023). Pada sektor perbankan, daya tanggap tercermin dari kecepatan petugas dalam melayani antrian, memberikan informasi, menangani komplain, serta memproses permohonan seperti pembukaan rekening atau penanganan gangguan layanan elektronik, (Siringoringo et al., 2023; Suhendra & Nurdianti, 2018).

4.) **Jaminan (*Assurance)***

Dimensi jaminan (assurance) berhubungan dengan tingkat pengetahuan, keterampilan, kesopanan, dan profesionalisme karyawan yang mampu menumbuhkan rasa aman dan kepercayaan pelanggan terhadap layanan yang diterima, (Jeany & Siagian, 2020; Ramdani et al., 2023; Siringoringo et al., 2023; Suhendra & Nurdianti, 2018). Di lingkungan bank, jaminan tercermin dari kemampuan pegawai menjelaskan produk dan risikonya secara jelas, menjaga kerahasiaan data nasabah, menyampaikan informasi yang tepat, serta menunjukkan sikap sopan dan meyakinkan saat berinteraksi (Jeany & Siagian, 2020).

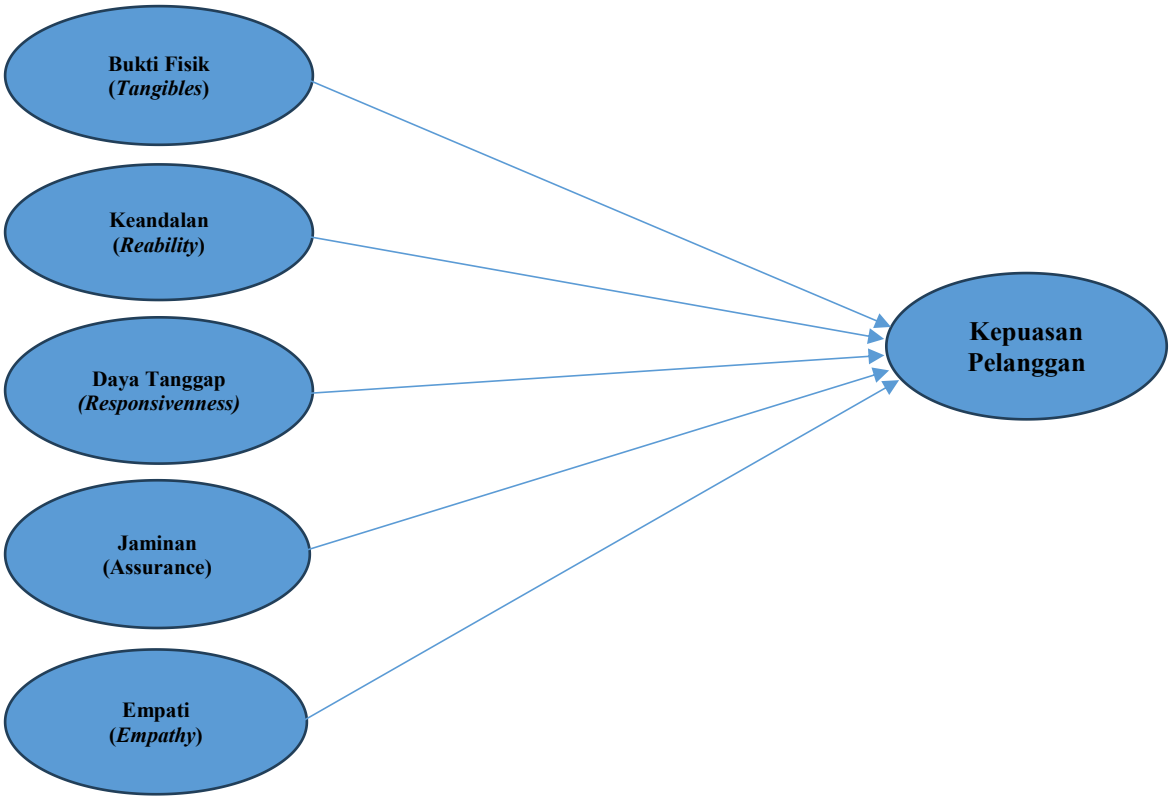
5.) **Empati (*Empathy)***

Dimensi empati (empathy) memberikan gambaran tentang perhatian personal dan kepedulian lembaga terhadap kebutuhan khusus pada setiap *customer* sehingga mereka sebagai individu merasa dihargai (Jazuli et al., 2020; Ramdani et al., 2023; Suhendra & Nurdianti, 2018). Dalam layanan perbankan, empati ini dapat dijelaskan dengan gambaran seperti ketersediaan para pegawai dalam mendengarkan keluhan secara sungguh-sungguh, menawarkan solusi yang sesuai dengan kondisi nasabah, memberikan pelayanan yang ramah tanpa adanya diskriminasi, serta menghadirkan jam layanan dan saluran komunikasi dengan mudah ketika nasabah berinteraksi dengan bank (Siringoringo et al., 2023; Suhendra & Nurdianti, 2018).

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dalam manajemen pemasaran banyak dikenal sebagai keadaan puas atau tidak puasnya ekspektasi pelanggan yang muncul Ketika mereka membandingkan antara kinerja, produk, atau layanan yang diterima denga napa yang mereka harapkan di awal (Maulidiah et al., 2023; Saputri & Jakfar, 2023). Pelanggan ini akan merasa puas jika kinerja yang dirasakan oleh mereka memiliki value atau harapan yang sesuai dengan ekspektasi mereka di awal, dan sebaliknya (Agung et al., 2023).

Kepuasan pelanggan pada dasarnya bisa dilihat sebagai respons evaluatif atau reaksi emosional yang muncul setelah seseorang menggunakan suatu jasa atau produk, lalu membandingkannya dengan apa yang mereka harapkan sejak awal. Dari situlah terlihat sejauh mana kebutuhan dan keinginan pelanggan benar-benar terpenuhi (Cesariana et al., 2022). Tidak hanya itu, kualitas layanan, kualitas produk, hingga persepsi terhadap harga juga turut menjadi faktor-faktor penting yang membentuk tinggi rendahnya tingkat kepuasan pelanggan tersebut (Cesariana et al., 2022).



Gambar 1. Kerangka Teori

METODE PENELITIAN

Penelitian ini diadakan melalui pendekatan kuantitatif kemudian menggunakan metode survei, di mana data-data ini diperoleh melalui kuesioner yang terstruktur dan berisi pernyataan mengenai kualitas layanan SERVQUAL juga kepuasan nasabah Bank BCA di Jakarta. Responden diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada nasabah yang menggunakan Bank BCA dan berdomisili di Jakarta, baik melalui kunjungan langsung ke kantor cabang maupun penggunaan layanan BCA lainnya, sudah memiliki pengalaman nyata terhadap layanan bank sehingga mampu menilai kualitas pelayanan yang mereka rasakan. Instrumen ini disusun dalam bentuk skala Likert dan instrumen tersebut terlebih dahulu dianalisis kualitasnya melalui pengujian validitas dan reliabilitas, sehingga dapat diketahui dan untuk memastikan setiap butir pernyataan dapat mengukur konstruk yang dimaksud secara konsisten. Setelah data dinyatakan layak, kemudian dilakukan uji asumsi klasik yang diperlukan serta pengujian mengenai pengaruh

kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah. Dan ini dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Profil Responden Berdasarkan Kategori Jenis Kelamin dan Kelompok Usia.

Kategori Jenis Kelamin	Frekuensi Responden	(%)	Kategori Kelompok Usia	Frekuensi Responden	(%)
Laki - Laki	42	17%	< 18 Tahun	2	2%
Perempuan	58	58%	>18-25 Tahun	88	88%
Total	**100**	**100 %**	>25-35 Tahun	10	10%
			>35 Tahun	0	0%
			Total	**100**	**100%**

Profil responden pada penelitian SERVQUAL Bank BCA di Jakarta menunjukkan bahwa sampel didominasi oleh perempuan (58%) dan mayoritas berada pada kelompok usia muda produktif >18–25 tahun (88%), dengan hanya sedikit responden berusia <18 tahun (2%) dan tidak terdapat responden berusia >35 tahun. Kondisi ini mengindikasikan bahwa hasil pengukuran kualitas layanan terutama merefleksikan persepsi nasabah muda, sehingga analisis kualitas layanan dan rekomendasi perbaikan sebaiknya dipahami sebagai pandangan yang lebih kuat mewakili segmen usia tersebut.

Tabel 2. Profil Responden Ditinjau dari Status Pekerjaan dan Tingkat Pendapatan

Kategori Pekerjaan	Frekuensi Responden	(%)	Rentang Pendapatan Bulanan	Frekuensi Responden	(%)
Mahasiswa/Pelajar	84	84 %	< Rp 3.000.000	57	57%
Wiraswata	2	2%	>Rp 3.000.000 – Rp 6.000.000	23	23%
Karyawan Negri/ Swasta	11	11 %	>Rp 6.000.000	20	20%
Ibu Rumah Tangga	3	3%	Total	100	100%
Total	100	10 0%			

Tabel Mayoritas responden dalam penelitian SERVQUAL Bank BCA di Jakarta berstatus mahasiswa atau pelajar, yakni 84 orang atau 84%, sementara proporsi wiraswasta hanya 2%, karyawan negeri/swasta 11%, dan ibu rumah tangga 3%. Dari sisi pendapatan, sebagian besar responden berpenghasilan kurang dari Rp3.000.000 (57%), disusul kelompok berpenghasilan >Rp3.000.000–Rp6.000.000 sebesar 23%, dan hanya 20% yang memiliki pendapatan di atas Rp6.000.000, sehingga gambaran penilaian kualitas layanan terutama merefleksikan pandangan nasabah berstatus mahasiswa/pelajar dengan tingkat pendapatan rendah hingga menengah.

Uji Validitas

Menentukan sejauh mana kuesioner yang disusun benar benar tepat digunakan dalam penelitian dan apakah hasil pengukurannya dapat dinyatakan sah serta valid harus diberikan penomoran, contohnya: Tabel 1. Descriptive Statistics Keterangan tabel (nomor dan judul tabel) diletakkan di tengah atas.

Tabel 3. Hasil Hitungan dari Uji Validitas

Kualitas Pelayanan (X)				
Dimensi	**Indikator**	**r hitung**	**r tabel**	**Keterangan**
Bukti Fisik *(Tangibles)*	X1	0.959	0.196	Valid
	X2	0.919		
	X3	0.940		
	X4	0.936		
	X5	0.886		
Keandalan (Reability)	X1	0.943	0.196	Valid
	X2	0.919		
	X3	0.910		
	X4	0.916		
	X5	0.902		
Daya Tanggap *(Responsivenness)*	X1	0.932	0.196	Valid
	X2	0.942		
	X3	0.948		
	X4	0.922		
	X5	0.916		
Jaminan *(Assurance)*	X1	0.941	0.196	Valid
	X2	0.912		
	X3	0.912		
	X4	0.954		
	X5	0.925		
Empati *(Empathy)*	X1	0.903	0.196	Valid
	X2	0.937		
	X3	0.910		
	X4	0.928		
	X5	0.917		
Kepuasan Pelanggan (Y)				
	Y1	0.457	0.196	Valid
	Y2	0.596		

	Y3	0.507		
	Y4	0.549		
	Y5	0.580		
	Y6	0.583		
	Y7	0.528		
	Y8	0.543		
	Y9	1		

Hasil uji validitas mengindikasikan bahwa seluruh butir pernyataan pada kelima dimensi SERVQUAL, yakni tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy, dinyatakan memenuhi kriteria validitas serta memiliki nilai korelasi yang melebihi r-tabel sebesar 0,196. Sehingga seluruh item dinyatakan sah sebagai indikator kualitas layanan. Pada tiap dimensi terdapat satu butir yang paling kuat mewakili konstruk, yaitu butir X5.1 mewakili dimensi tangibles, X1.1 mewakili reliability, X2.3 mewakili responsiveness, X3.4 mewakili assurance, dan X4.2 mewakili empathy. Variabel kepuasan pelanggan juga tersusun dari item-item yang valid dengan Y4 sebagai indikator terkuat, sehingga keseluruhan instrumen dapat dianggap mampu menggambarkan persepsi nasabah terhadap lima dimensi SERVQUAL dan tingkat kepuasan mereka secara akurat

Uji Reabilitas

Tabel 4. Hasil Perhitungan Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
X1	0.959	Reliable
X2	0.953	Reliable
X3	0.962	Reliable
X4	0.960	Reliable
X5	0.954	Reliable
Y	0.934	Reliable

Tabel uji reliabilitas tersebut menggambarkan bahwa seluruh variabel penelitian, mulai dari X1 hingga X5 yang mewakili dimensi SERVQUAL serta variabel Y yang merepresentasikan kepuasan nasabah, memiliki nilai Cronbach's Alpha yang secara signifikan melampaui batas rule of thumb sebesar 0,70. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap kelompok item pernyataan dalam kuesioner menunjukkan pola jawaban yang konsisten antarbutir, sehingga instrumen mampu mengukur konstruk yang sama secara stabil. Dengan kata lain, responden cenderung menjawab secara selaras pada item-item yang berada dalam satu variabel, sehingga tingkat kepercayaan terhadap hasil pengukuran menjadi tinggi. Berdasarkan temuan tersebut, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang sangat baik dan layak dipakai pada tahap analisis lanjutan, seperti pengujian hipotesis dan penyusunan model regresi, tanpa memerlukan penghapusan ataupun perbaikan butir karena masalah ketidakonsistenan.

Uji Normalitas

Tabel 5. Hasil Perhitungan Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters[a,b]	Mean		.0000000
	Std. Deviation		6.26132519
Most Extreme Differences	Absolute		.071
	Positive		.071
	Negative		-.063
Test Statistic			.071
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]			.200[d]
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[e]	Sig.		.240
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.229
		Upper Bound	.251

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Hasil uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa nilai p-value lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Kolmogorov-Smirnov terhadap residual dengan jumlah responden 100 menghasilkan nilai signifikansi 0,200 yang lebih besar dari 0,05, sehingga residual dapat dikatakan mengikuti distribusi normal. Hal ini menandakan bahwa data penilaian responden terhadap lima dimensi SERVQUAL dan variabel kepuasan pelanggan telah memenuhi asumsi normalitas. Dengan demikian, Proses analisis regresi dilakukan guna menguji hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. dapat dilakukan secara akurat dan menghasilkan model yang dapat dipercaya.

Uji Regresi

Tabel 6. Hasil Perhitungan Uji ANOVA (F-Hitung)
ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2306.095	1	2306.095	58.228	.000[b]
	Residual	3881.215	98	39.604		
	Total	6187.310	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah
b. Predictors: (Constant), SERVQUAL

Tabel ANOVA memperlihatkan bahwa persamaan regresi antara kualitas layanan SERVQUAL dan kepuasan nasabah terbukti signifikan, ditandai dengan nilai Sig. 0,000 kurang dari 0,05. Artinya, secara bersamaan kelima dimensi SERVQUAL yang dirangkum dalam variabel SERVQUAL memberikan pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah, sehingga model regresi dinilai layak untuk digunakan.

Tabel 7. Hasil Perhitungan Persamaan Regresi

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	11.561	3.312		3.491	.001
	SERVQUAL	.232	.030	.611	7.631	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Pada tabel koefisien terlihat bahwa variabel SERVQUAL mempunyai koefisien regresi bernilai positif dengan nilai t yang juga signifikan (Sig. 0,000 < 0,05). Sehingga ini menggambarkan ketika semakin baik kualitas layanan berdasarkan lima dimensi SERVQUAL, maka akan semakin meningkat pula kepuasan nasabah, sementara konstanta positif menggambarkan adanya tingkat kepuasan dasar yang sudah dimiliki nasabah meskipun tanpa perubahan besar pada kualitas layanan.

Tabel 8. Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.611[a]	.373	.366	6.293

a. Predictors: (Constant), SERVQUAL
b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Terlihat dari table 8. Model Summary menampilkan nilai R Square sebesar 0,373, Temuan tersebut menghasilkan bahwa variabel SERVQUAL berkontribusi dalam menjelaskan sebagian varias kepuasan nasabah dalam model. Dengan kata lain, kombinasi lima dimensi SERVQUAL memberikan kontribusi yang berarti terhadap perubahan kepuasan nasabah, Sedangkan proporsi lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang dikaji dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Secara keseluruhan, hasil dari penelitian menunjukkan bahwa instrumen ini digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah Bank BCA di Jakarta telah memenuhi kriteria yang baik. Seluruh butir dalam lima dimensi SERVQUAL yang terdiri dari tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy beserta item kepuasan nasabah terbukti valid dan andal, sehingga kuesioner mampu menangkap persepsi nasabah mengenai kualitas layanan dan tingkat kepuasan secara konsisten. Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal, sehingga penerapan model regresi linier sederhana dianggap memenuhi asumsi normalitas serta memenuhi asumsi statistik dan layak dijadikan dasar pengujian hubungan.

Hasil analisis regresi memperlihatkan bahwa kualitas layanan yang direpresentasikan melalui kelima dimensi SERVQUAL memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan kata lain, ketika nasabah menilai aspek dari kelima dimensi SERVQUAL semakin baik, kepuasan nasabah mengenai layanan BCA juga meningkat. Temuan ini menegaskan pentingnya penguatan seluruh dimensi kualitas layanan sebagai fokus utama manajemen, baik pada interaksi maupun tatap muka di kantor cabang maupun melalui kanal digital seperti mobile banking dan internet banking. Peningkatan berkelanjutan pada kelima dimensi tersebut dalam upaya peningkatan kualitas layanan tidak hanya akan mendorong tingkat kepuasan, tetapi juga berpotensi memperkuat loyalitas nasabah serta membantu BCA mempertahankan daya saing di tengah kompetisi perbankan yang semakin intensif.

DAFTAR REFERENSI

Afandi, M. S. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dan Harga Sebagai Variabel Intervening Di Toko Melati Kota Pasuruan*.

Agung, R. A. K., Kurniawan, A. P., & Juru, P. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt . Borwita Citra Prima Maumere. *Jurnal Penelitian Mahasiswa*, *3*(1), 14. Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.59603/Projemen.V9i2.42

Agustinawati. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Kuliner Dengan Pendekatan Servqual. *Jurnal Visioner & Strategis*, *5*(2), 33–39. Jurnal Visioner & Strategis, Volume 5, Nomor 2, September 2016

Algadi, M. F. D. (2025). *Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Melalui Brand Image Pada Konsumen Hypermart Di Tangerang Selatan*.

Annisa, R. F. M., & Yusran, H. L. (2022). Pengaruh Beauty Influencer Terhadap Purchase Intention. *International Journal Demos*, *4*(3), 954–962. Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.37950/Ijd.V4i3.285

Arianto, N., & Nirwana, Y. K. (2021). Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Simpanan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equlibrium*, *7*(2), 179–192. Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.47329/Jurnal_Mbe.V7i2.658

Awaludin, M., Gani, A. G., & Gardenia, Y. (2024). Penerapan Metode Servqual Dalam Analisis Pola Kepuasan Pelanggan Pada Kualitas Pelayanan Bank X. *Jurnal Sistem Informasi Universitas Suryadarma*, *11*(2), 14. Https://Doi.Org/10.35968/Jsi.V11i2.1235

Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). *Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace : Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. *3*(1), 211–224. Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.38035/Jmpis.V3i1

Hasri, S. K. (2019). *Pengaruh Banking Service Quality Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Tabungan Negara (Btn) Kcp Parepare*. Institut Agama Islam Negeri (Iain) Parepare.

Jazuli, M., Samanhudi, D., & Handoyo. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Servqual Dan Importance Performance Analysis Di Pt. Xyz. *Jurnal Manajemen Industri Dan Teknologi*, *01*(01), 67–75. Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.33005/Juminten.V1i1.16

Jeany, & Siagian, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bpr Artha Prima Perkasa. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (Jmbi Unsrat)*, *7*(3), 330–341. Https://Doi.Org/Vol.7 No.3 September 2020, Hal. 330-341

Maulidiah, E. P., Survival, & Budiantono, B. (2023). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. *Journal Economina*, *2*(3), 11. Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.55681/Economina.V2i3

Mumtaza, F. A., & Millanyani, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Urbans Travel. *Jimea Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi) Vol. 7 No. 2, 2023*, *7*(2), 1645–1661. Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.62017/Jimea.V1i1

Parasuraman, A., Zeithamil, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual : A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perc. *Journal Of Retailing*, *64*, 12–39. Https://Www.Researchgate.Net/Publication/200827786_SERVQUAL_A_Multiple-Item_Scale_For_Measuring_Consumer_Perceptions_Of_Service_Quality

Pawennari, A., Afiah, I. N., Verawati, V., Nusran, M., & Arham, M. F. (2021). Analysis Of

Islamic Bank Service Quality Using The SERVQUAL Method And Importance Performance Analysis (Ipa) Di Makassar. *IJMA: International Journal Mathla'ul Anwar Of Halal Issues*, *1*(2), 11–17. Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.30653/Ijma.202112.17

Ramdani, A., Ningrat, N. K., & Hilman, M. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pada Cafe Thsub Melalui Pendekatan Service Quality (Servqual) Di Banjarsari Kabupaten Ciamis. *Intriga : Info Teknik Industri Galuh Jurnal Mahasiswa Teknik Industri*, *01*(01), 70–76. Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.25157/Intriga.V1i1.3605

Saputri, M. Y., & Jakfar. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt . Sucofindo Bagian Sbu Mineral. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, *10*(2), 13. Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.30640/Ekonomika45.V10i2.854

Sinollah, & Masruro. (2020). Pengukuran Kualitas Pelayanan (Servqual ± Parasuraman) Dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan Sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Toko Mayang Collection Cabang Kepanjen). *Jurnal Dialektika*, *4*(1), 45–64. Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.36636/Dialektika.V4i1.285

Siringoringo, I. N. S., Jan, A. B. H., & Karuntu, M. M. (2023). Dengan Metode Servqual Analysis Of Service Quality At Hotel Biz Boulevard Manado City With Servqual Method Jurnal Emba Vol . 11 , No . 4 , Oktober 2023 , Hal . 1199-1210. *Jurnal EMBA*, *11*(4), 1199–1210. Https://Www.Bing.Com/Ck/A?!&&P=E3e2e5864a278b813d2aa6219bab2820966021e9b6f3d91fb1dece548c009defjmltdhm9mtc4mzcyodawma&Ptn=3&Ver=2&Hsh=4&Fclid=3a70b619-2556-6335-0031-A3c424636205&Psq=Jurnal+EMBA+Vol.+11%2C+No.+4%2C+Oktober+2023%2C+Hal.+1199-1210&U=A1ahr0chm6ly9lam91cm5hbc51bnnyyxquywmuawqvdjmvaw5kzxgucghwl2vtymevaxnzdwuvdmlldy8znjm3

Soeharjoto, Yusran, H. L., Tribudhi, D. A., Hermawan, A., & Masnita, Y. (2021). Peningkatan Potensi Pemasaran Tahu Dan Tempe Koperasi Primkopti Swakerta Di Jakarta Barat Pada Era New Normal. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, *5*(2), 187–195. Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.32832/Abdidos.V5i2.866

Suhendra, & Nurdianti, R. R. S. (2018). Indonesian Journal Of Primary Education Penggunaan Metode Servqual Dalam Pengukuran Kualitas Layanan Pendidikan. *Indonesian Journal Of Primary Education*, *2*(2), 71–75. Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.17509/Ijpe.V2i2.15103

Sunarsih, & Harsono, M. (2019). Model-Model Pendekatan Kualitas Layanan Untuk Memprediksi Kepuasan Pelanggan Bank Syariah. *Intelektiva : Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, *01*(05), 59–67. Https://Doi.Org/Https://Www.Jurnalintelektiva.Com/Index.Php/Jurnal/Issue/View/11

Yanti, S. E., Harianja, T. D. N. R., Wirakususma, A., & Saleh, M. Z. (2024). Analisis Kualitas Layanan Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Nasabah Di PT. Bank Central Asia (BCA). *Manajemen Kreatif Jurnal*, *2*(4), 19–26. Https://Doi.Org/10.55606/Makreju.V2i4.3415

Zulkifly, Z. A., Brasit, N., Alhaqqi, M. S., & Adelia, S. (2022). Analisis Peningkatan Kualitas Layanan Mobile Banking Dengan Pendekatan Metode E-Servqual. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, *19*(1), 61–79. Https://Doi.Org/10.26487/Jbmi.V19i1.21337