

ABSTRAKSI

GANDHI, “Pengaruh Kualitas Layanan Jasa *Customer Service* Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di PT. Bank Mega, TBK cabang pembantu Sayangan Palembang” (Dibawah bimbingan Bapak Drs. Andreas Sarjono M.M.)

Saat ini kebanyakan Bank di Indonesia telah dimiliki oleh pengusaha asing. Salah satu Bank yang kepemilikannya dimiliki oleh pengusaha lokal adalah Bank Mega. Bank Mega merupakan salah satu Bank yang kepemilikannya dimiliki oleh pengusaha lokal yang mampu bertahan dan bersaing di dunia perbankan. Semakin krisis dan majunya masyarakat terhadap layanan di bidang perbankan maka Bank Mega cabang pembantu sayangan Palembang sebagai salah satu Bank swasta nasional di Indonesia dituntut lebih meningkatkan kualitas jasa layanan yang diberikan. Untuk itu perlu dilakukan penilaian pengaruh kualitas layanan jasa *customer service* guna mengetahui sejauh mana pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah. Pendekatan yang dilakukan untuk menilai pengaruh kualitas layanan *customer service* adalah *Service Quality (Servqual)*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan jasa *customer service* terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Mega, Tbk Cabang Pembantu Sayangan Palembang berdasarkan 5 (lima) variabel dimensi kepuasan jasa yaitu *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Emphaty* (empati), dan *Tangible* (bukti fisik) dengan menggunakan skala *Likert*. Jenis penelitian yang dilakukan adalah studi kasus dengan cara membagikan kuesioner kepada 100 nasabah sebagai sampelnya untuk mendapatkan data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan jasa *customer service* yang mempunyai pengaruh dari kelima variabel yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* variabel yang paling berpengaruh adalah *responsiveness* dan *emphaty*. Dengan demikian sebaiknya ada perbaikan dari segi *tangible*, *reliability* dan *assurance* yang diberikan kepada pelanggan agar dapat mencapai apa yang diinginkan oleh nasabah.

**Kata kunci : Kualitas, Jasa, Layanan, *Customer Service*, *Service Quality*,
Kepuasan Nasabah**