

## Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Nagari

Chintia Monica<sup>1)</sup>, Doni Marlius<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP

<sup>2)</sup>Akademi Keuangan dan Perbankan Padang

[cintyamonica336@gmail.com](mailto:cintyamonica336@gmail.com)

### ABSTRACT

*This research was conducted at the Muaralabuh branch of the Nagari Bank. The aim is to determine the effect of service quality on customer satisfaction at the Bank Nagari Muaralabuh branch. This study uses quantitative methods. The population is the customer of the Muaralabuh branch of the Nagari Bank as many 100 respondents. The sampling technique used was using the slovin formula so that the sample in this study was 100 respondents. Data analysis using multiple linear regression analysis assisted by the computer program SPSS 20 for windows. The results of this study indicate that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction at the Muaralabuh branch of Nagari Bank. The results of this study can be interpreted that by improving the quality of service will increase customer satisfaction.*

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

---

*Detail Artikel:*

*Disubmit : 10 April 2023*

*Disetujui : 09 Mei 2023*

*DOI:10.31575/jp.v7i1.465*

---

### PENDAHULUAN

Pada saat sekarang ini, persaingan disegala bidang terutama dalam bidang industri semakin nyata dengan adanya pembangunan fisik yang turut mempengaruhi kehidupan sosial dan budaya. Sejalan dengan ilmu pengetahuan dan teknologi, kualitas manusia semakin dituntut agar memiliki kemampuan untuk menguasai teknologi sehingga mampu untuk mengetahui pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Misalnya, pada bidang telekomunikasi seperti internet, saat ini internet memegang peranan yang begitu penting bagi kehidupan masyarakat. Melakukan pelayanan yang berkualitas baik adalah memperoleh kepuasan pelanggan. Dalam pelayanan juga harus sesuai dengan standart yang selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan pada setiap saat kualitas kepuasan pelanggan sangat terkait, kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan (Atmawati & Wahyuddin, 2004). Ikatan seperti ini dalam waktu jangka panjang memungkinkan perusahaan ununtuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang menyenangkan dan memaksimumkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan pelanggan dan pelanggan yang kurang menyenangkan.

Dalam kondisi persaingan yang ketat, hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan adalah kepuasan pelanggan agar dapat bersaing, bertahan, dan menguasai pangsa pasar. Dengan menyadari bahwa sebenarnya nilai merupakan sintesa dari sejumlah hal yang diantaranya yaitu kualitas dan pelayanan pelanggan, maka keputusan atau ketidakpuasan pelanggan menjadi topik yang menarik untuk dibicarakan dan dibahas pada setiap kesempatan yang ada. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang dan jasa yang dikehendaki pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan dalam perusahaan jasa merupakan hal yang sangat penting dari sudut pandang pelanggan. Pelanggan tidak hanya menilai dari hasil jasa, tetapi juga dari proses penyampaian jasa tersebut.

Dalam usaha memuaskan kebutuhan pelanggan juga harus dilakukan secara menguntungkan atau bersifat “*win-win situation*” yaitu dimana kedua belah pihak merasa senang atau tidak ada yang dirugikan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaannya tersebut untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha.

Dimensi kualitas pelayanan ada 5, yaitu: kehandalan (*Reliability*) adalah kemampuan untuk melakukan layanan yang dapat diandalkan dan akurat dalam waktu tertentu. Artinya, perusahaan harus dapat mewujudkan ekspektasi dari apa yang pelanggan inginkan. Sehingga pelayanan yang perusahaan sajikan harus dapat diandalkan pelanggan dan sesuai dengan yang mereka inginkan. Jaminan (*Assurance*) adalah kemampuan pekerja dalam pengetahuan, kesopanan, menyampaikan dan kepercayaan diri. Artinya, perusahaan harus dapat memberikan jaminan atau kepastian kepada para pelanggan agar mereka tidak merasa khawatir dan tidak percaya akan produk yang ditawarkan perusahaan. Sehingga, perusahaan harus memiliki sumber daya manusia yang dapat mewujudkan hal tersebut. Bukti langsung (*Tangible*) adalah penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan personel. Artinya, perusahaan harus menyesuaikan kualitas fisik dengan harga dan apa yang mereka tawarkan. Tampilan fisik ini bukan hanya terkait dari tempat saja, tetapi menjulur ke fasilitas fisik hingga fisik para pekerja. Empati (*Empathy*) adalah rasa peduli, perhatian individu yang disediakan perusahaan kepada pekerjanya. Artinya, rasa empati ini dapat memberikan pengalaman berbeda bagi para pelanggan dan dapat menjadi nilai lebih dari para pesaing. Daya tanggap (*Responsiveness*) adalah kesediaan untuk membantu pelanggan dan menyediakan layanan dengan cepat. Artinya, perusahaan harus dapat bertanggung jawab akan pelayanannya dan merespon para pelanggan dengan cepat namun sesuai dengan apa yang mereka harapkan.

Bank Nagari sebagai bank yang modalnya dimiliki oleh Pemerintah Daerah yang bergerak pada bidang bisnis jasa perbankan. Mencerminkan dasar dan latar belakang didirikannya bank tersebut, sesuai yang diamanahkan dalam Akta Pendirian, yang merupakan tujuan yang akan diperankan, yaitu ikut membangun kegiatan ekonomi yang kuat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Menjaga dan memenuhi kepentingan *skateholder* secara seimbang dan konsisten. Bank senantiasa dijalankan dengan prinsip untuk memenuhi tanggung jawab kepada nasabah, karyawan, dan masyarakat.

## METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, jenis penelitian yaitu kuantitatif yang didapat dari metode survei dan eksperimen. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kuantitatif melalui *explanatory survey*. *Explanatory survey* merupakan penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi yang diteliti dan menjelaskan hubungan klasual antara variabel-variabel yang akan melalui pengujian hipotesis. Tujuan analisis data kuantitatif adalah untuk mengevaluasi hipotesis yang ditetapkan (Gunawan et al., 2019). Pengumpulan data untuk penelitian ini berupa kuesioner, dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek yang bersangkutan tersebut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Nagari cabang Muaralabuh.

### Pengujian Instrumen

#### 1. Uji Validitas

Uji Validitas ini dikatakan otentik apabila semua indikator-indikator yang digunakan diatas angka 0,30 (Santoso, J. B ,2019). Validitas suatu poin pertanyaan dapat dilihat dari output Statistical Program For Social Sciene (SPSS) pada tabel dengan judul Item-Total Statistical. Suatu poin pertanyaan dikatan otentik jika nilai dari Corrected Item-Total Corrected >0,300.

**Tabel 1**  
**Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y)**  
**Item-Total Statistics**

	<b>Corrected Item- Total Correlation</b>	<b>Nilai Kritis</b>	<b>Keterangan</b>
Item_1	0.694	0,30	Valid
Item_2	0.769	0,30	Valid
Item_3	0.689	0,30	Valid
Item_4	0.543	0,30	Valid

*Sumber : Data SPSS 20 (Data diolah tahun 2023)*

Berdasarkan hasil dari perhitungan uji validitas variabel Y (Kepuasan Nasabah) terhadap 100 responden, didapatkan bahwa semua butir pernyataan dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *Corrected Item-Total Correlation* yang lebih besar dari 0,300, sehingga dapat dilakukan untuk penelitian lebih lanjut.

**Tabel 2**  
**Uji Validitas *Tangible* (X1)**  
**Item-Total Statistics**

	<b>Corrected Item- Total Correlation</b>	<b>Nilai Kritis</b>	<b>Keterangan</b>
Item_1	0.714	0,30	Valid
Item_2	0.752	0,30	Valid
Item_3	0.829	0,30	Valid
Item-4	0.819	0,30	Valid

*Sumber : Data SPSS 20 (Data diolah tahun 2023)*

Berdasarkan hasil dari perhitungan uji validitas variabel X1 (*Tangible*) terhadap 100 responden, didapatkan bahwa semua butir pernyataan dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *Corrected Item-Total Correlation* yang lebih besar dari 0,300, sehingga dapat dilakukan untuk penelitian lebih lanjut.

**Tabel 3**  
**Uji Validitas *Reliability* (X2)**  
**Item-Total Statistics**

	<b>Corrected Item- Total Correlation</b>	<b>Nilai Kritis</b>	<b>Keterangan</b>
Item_1	0.836	0,30	Valid
Item_2	0.856	0,30	Valid
Item_3	0.759	0,30	Valid
Item_4	0.665	0,30	Valid

*Sumber : Data SPSS 20 (Data diolah tahun 2023)*

Berdasarkan hasil dari perhitungan uji validitas variabel X2 (*Reliability*) terhadap 100 responden, didapatkan bahwa semua butir pernyataan dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *Corrected Item-Total Correlation* yang lebih besar dari 0,300, sehingga dapat dilakukan untuk penelitian lebih lanjut.

**Tabel 4**  
**Uji Validitas *Responsiveness*(X3)**  
**Item-Total Statistics**

	<b>Corrected Item- Total Correlation</b>	<b>Nilai Kritis</b>	<b>Keterangan</b>
Item_1	0.769	0,30	Valid
Item_2	0.818	0,30	Valid
Item_3	0.850	0,30	Valid
Item_4	0.850	0,30	Valid

*Sumber : Data SPSS 20 (Data diolah tahun 2023)*

Berdasarkan hasil dari perhitungan uji validitas variabel X3 (*Responsiveness*) terhadap 100 responden, didapatkan bahwa semua butir pernyataan dinyatakan valid. Hal ini

ditunjukkan dengan nilai *Corrected Item-Total Correlation* yang lebih besar dari 0,300, sehingga dapat dilakukan untuk penelitian lebih lanjut.

**Tabel 5**  
**Uji Validitas *Emphaty* (X4)**  
**Item-Total Statistics**

	<b>Corrected Item- Total Correlation</b>	<b>Nilai Kritis</b>	<b>Keterangan</b>
Item_1	0.792	0,30	Valid
Item_2	0.852	0,30	Valid
Item_3	0.789	0,30	Valid
Item_4	0.749	0,30	Valid

*Sumber : Data SPSS 20 (Data diolah tahun 2023)*

Berdasarkan hasil dari perhitungan uji validitas variabel X4 (*Emphaty*) terhadap 100 responden, didapatkan bahwa semua butir pernyataan dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *Corrected Item-Total Correlation* yang lebih besar dari 0,300, sehingga dapat dilakukan untuk penelitian lebih lanjut.

**Tabel 6**  
**Uji Validitas *Assurance*(X5)**  
**Item-Total Statistics**

	<b>Corrected Item- Total Correlation</b>	<b>Nilai Kritis</b>	<b>Keterangan</b>
Item_1	0.854	0,30	Valid
Item_2	0.849	0,30	Valid
Item_3	0.830	0,30	Valid
Item_4	0.846	0,30	Valid

*Sumber : Data SPSS 20 (Data diolah tahun 2023)*

Berdasarkan hasil dari perhitungan uji validitas variabel X5 (*Assurance*) terhadap 100 responden, didapatkan bahwa semua butir pernyataan dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *Corrected Item-Total Correlation* yang lebih besar dari 0,300, sehingga dapat dilakukan untuk penelitian lebih lanjut.

## 2. Uji Reliabilitas

**Tabel 7**  
**Uji Reliabilitas**  
**Item-Total Statistics**

<b>Variable</b>	<b>Cronbach`s Alpha</b>	<b>Nilai Kritis</b>	<b>Kesimpulan</b>
Tangible (X1)	0.899	0,60	Reliabel
Reliability (X2)	0.900	0,60	Reliabel
Responsiveness (X3)	0.920	0,60	Reliabel
Empathy (X4)	0.910	0,60	Reliabel
Assurance (X5)	0.934	0,60	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0.839	0,60	Reliabel

*Sumber Data SPSS 20 (Data diolah 2023)*

Dari hasil uji reliabilitas, dihasilkan nilai Cronbach's Alpha untuk variabel penelitian Tangible (X1), Reliability (X2), Responsiveness(X3), Emphaty (X4), Assurance (X5), dan Kepuasan Nasabah (Y) lebih besar dari 0,600 yang memberikan hasil bahwa variabel yang diteliti dapat dikatakan reliabilitas.

## PEMBAHASAN

### **Pengaruh *Tangible* terhadap Kepuasan Nasabah**

Dari tabel diketahui memperoleh nilai t hitung untuk variabel *Tangible* sebesar  $3.703 > 1,671$  dengan signifikan  $0,000 < 0,05$ . Maka **H<sub>1</sub> diterima**, berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Tangible (X1) terhadap kepuasan nasabah Bank Nagari cabang Muaralabuh karena Penilaian nasabah terhadap bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan yang dirasakan oleh Nasabah Bank Nagari cabang Muaralabuh. Mungkin nasabah sangat memperhatikan tipe teknologi, aplikasi, atribut yang diberikan perusahaan, penampilan dan kerapian agen, dan tampilan dari aplikasi itu sendiri. Dengan demikian bukti fisik memiliki pengaruh dengan kepuasan yang dirasakan nasabah.

Kemudian penelitian ini sejalan dengan Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Atmawati & Wahyuddin, 2004) dengan judul analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Matahari *Departement Store* di Solo dengan hasil bahwa tangible berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen

Dan juga Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Santoso, 2019) dengan judul pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen dengan hasil *tangible* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

### **Pengaruh *Reliability* terhadap Kepuasan Nasabah**

Dari tabel diketahui memperoleh nilai t hitung untuk variabel *Reliability* sebesar  $3.684 > 1,671$  dengan signifikan  $0,006 < 0,05$ . Maka **H<sub>2</sub> diterima**, berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara *Reliabilitas* (X2) terhadap kepuasan nasabah Bank Nagari cabang Muaralabuh karena Keandalan atau reliability yang diberikan oleh aagen mempengaruhi kepuasan yang dirasakan oleh nasabah. Hasil ini memberikan bukti bahwa keandalan dari penyedia jasa transportasi yang ditunjukkan dalam bentuk ketepatan waktu dalam melayani, keandalan agen dalam menjelaskan produk, keandalan aplikasi untuk menghubungkan antara agen dan nasabah dan keandalan lainnya dalam meningkatkan pelayanan akan sangat berpengaruh dengan kepuasan nasabah.

Kemudian penelitian ini sejalan dengan Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Setyo, 2017) dengan judul pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen “*Best Autoworks*” dengan hasil bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen *Best Autoworks*.

Dan juga Penelitian yang dilakukan oleh (Gunawan et al., 2019) dengan judul analisa pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan menginap di Empat Virtual Hotel dengan hasil bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Empat Virtual Hotel.

### **Pengaruh *Responsiveness* terhadap Kepuasan Nasabah**

Dari tabel diketahui memperoleh nilai  $t$  hitung untuk variabel *Responsiveness* sebesar  $3.872 > 1,671$  dengan signifikan  $0,004 < 0,05$ . Maka **H<sub>3</sub> diterima**, berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara *Responsiveness* (X3) terhadap kepuasan nasabah Bank Nagari cabang Muaralabuh karena Daya tanggap kepada nasabah merupakan bentuk layanan kepada nasabah seperti menanggapi dan memberikan solusi ketika terjadi permasalahan pada aplikasi. Serta kepedulian agen kepada nasabah ketika terjadi masalah dalam mengisi polis. Pada penelitian ini daya tanggap terhadap nasabah begitu berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Kemudian penelitian ini sejalan dengan Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Chrisna & Khairani, 2019) dengan judul pengaruh perilaku belajar, pengendalian diri, motivasi, empati, keterampilan, dan kepercayaan diri terhadap prestasi akademik mahasiswa prodi akutansi Universitas Panca Budi Medan dengan hasil bahwa sangat berpengaruh positif dan signifikan.

Dan juga Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Bouman dan Wiele (1992: 5), 2017), dengan judul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang pada konsumen di *Mc Donald's* Alaudin Makkasar dengan hasil bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif.

### **Pengaruh *Emphaty* terhadap Kepuasan Nasabah**

Dari tabel diketahui memperoleh nilai  $t$  hitung untuk variabel *Emphaty* sebesar  $3.323 > 1,671$  dengan signifikan  $0,007 < 0,05$ . Maka **H<sub>4</sub> diterima**, berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara *Emphaty* (X4) terhadap kepuasan nasabah Bank Nagari cabang Muaralabuh karena Empati atau kepedulian yang diberikan oleh agen kepada nasabah sudah baik. Harus peka terhadap keinginan dan kebutuhan nasabah, serta mengembangkan kemampuan berkomunikasi antara agen dengan nasabah agar nasabah merasa nyaman. Karena empati yang diberikan oleh agen begitu berpengaruh dengan kepuasan nasabah.

Kemudian penelitian ini sejalan dengan Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Mahira et al., 2021) dengan judul pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Indihome dengan hasil bahwa kualitas produk indihome sangat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Dan juga Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Nugroho, AW; Sudaryanto, 2013) dengan judul pengaruh kinerja layanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman barang dengan hasil kinerja layanan sangat berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

### **Pengaruh *Assurance* terhadap Kepuasan Nasabah**

Dari tabel diketahui memperoleh nilai  $t$  hitung untuk variabel *Assurance* sebesar  $3.762 > 1,671$  dengan signifikan  $0,001 < 0,05$ . Maka **H<sub>5</sub> diterima**, berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara *Assurance* (X5) terhadap kepuasan nasabah Bank Nagari cabang Muaralabuh karena Jaminan yang menjadi variabel untuk mengukur kepuasan nasabah. Dengan memberikan kenyamanan dalam melayani nasabah dengan begitu nasabah akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, karena pelayanan tersebut begitu berpengaruh dengan kepuasan nasabah.

Kemudian penelitian ini sejalan dengan Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Ekonomi & Manajemen, 2018) dengan judul pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Air Manado dengan hasil bahwa kualitas layanan yang diberikan berpengaruh signifikan dan positif.

Dan juga Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Umboh & Mandey, 2014) dengan judul analisis kualitas jasa layanan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian (persero) Cabang Teling dengan hasil bahwa kualitas layanan sangat berpengaruh signifikan dan positif terhadap pelanggan.

### **Pengaruh *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Emphaty* dan *Assurance* terhadap Kepuasan Nasabah**

Dari tabel diketahui memperoleh nilai  $f$  hitung untuk variabel *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Emphaty* dan *Assurance* sebesar  $5.095 > 3.09$  dengan signifikan  $0,000 < 0,05$ . Maka  **$H_0$  diterima**, berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Emphaty* dan *Assurance* (X6) terhadap kepuasan nasabah Bank Nagari cabang Muaralabuh.

Kemudian penelitian ini sejalan dengan Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Natassia & Utami, 2020) dengan judul pengaruh *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Tangible* terhadap kepuasan pasien di puskesmas Air Tawar Kota Padang dengan hasil bahwa kualitas pelayanan yang diberikan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien mereka.

Dan juga Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Moha & Loindong, 2016) dengan judul analisis kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada hotel Yuta di Kota Manado dengan hasil bahwa kualitas pelayanan diduga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Yuta di Kota Manado.

## **SIMPULAN**

Dari hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan mengenai mengetahui Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan Nasabah Bank Nagari maka ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Tangible*/Bukti Fisik (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Nasabah Bank Nagari cabang Muaralabuh, artinya semakin baik *Tangible*/bukti fisik bagi nasabah maka kepuasan nasabah Bank Nagari semakin meningkat.
2. *Reliability*/Keandalan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Nasabah Bank Nagari cabang Muaralabuh, artinya semakin baik *Reliability*/Keandalan bagi nasabah maka kepuasan nasabah Bank Nagari semakin meningkat.
3. *Responsiveness*/Ketanggapan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Nasabah Bank Nagari cabang Muaralabuh, artinya semakin baik *Responsiveness*/Ketanggapan bagi nasabah maka kepuasan nasabah Bank Nagari semakin meningkat.
4. *Emphaty*/Empati (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Nasabah Bank Nagari cabang Muaralabuh, artinya semakin baik *Emphaty*/Empati bagi nasabah maka kepuasan nasabah Bank Nagari semakin meningkat.

5. *Assurance*/Jaminan (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Nasabah Bank Nagari cabang Muaralabuh, artinya semakin baik *Assurance*/Jaminan bagi nasabah maka kepuasan nasabah Bank Nagari semakin meningkat.

### UCAPAN TERIMAKASIH

Syukur Alhamdulillah senantiasa penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang memiliki keistimewaan dan pemberian segala kenikmatan besar, baik nikmat iman, kesehatan dan kekuatan didalam penyusunan artikel. Salawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Sayyidina Muhammad SAW. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada Direktur Utama Bank Nagari cabang Muaralabuh.

### DAFTAR PUSTAKA

- Atmawati, R., & Wahyuddin, M. (2004). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departement Store Di Solo Grand Mall. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 5(1), 54–61.
- Bouman dan Wiele (1992: 5). (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Pada Konsumen di McDonald’s Alauddin Makassar. *Jurnal Organisasi Danmanajemen Volume*, 3(9), 14–34.
- Chrisna, H., & Khairani. (2019). Pengaruh Perilaku Belajar, Pengendalian Diri, Motivasi, Empati, Keterampilan, Dan Kepercayaan Diri Terhadap Prestasi Akademik Mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Pembangunan Panca Budi Medan. *Jurnal Akuntansi Bisnis & Publik*, 10(1), 87–100.
- Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1658–1667. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20411>
- Fitria Sari, R., & Marlius, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada D’sruput Lapai Padang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 1801–1812. <https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/6067>
- Gunawan, E., Sebastian, G. O., & Harianto, A. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menginap Di Empat Virtual Hotel Operator Di Surabaya. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 2(2), 145–153. <https://doi.org/10.17509/jithor.v2i2.20981>
- Herawati, N., Hidayat, A., & Suwarsito, S. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Mitra Manajemen*, 2(5), 522–535. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v2i5.157>
- Lubis, A. S., & Andayani, N. R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 1(2), 232–243. <https://doi.org/10.30871/jaba.v1i2.619>

- Lubis, M. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Arumas Hotel Lubuk Sikaping. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 1(2), 77–85. <https://doi.org/10.31846/jae.v1i2.46>
- Mahira, Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(1), 1267–1283.
- Moha, S., & Loindong, S. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 4(1), 575–584.
- Mulyadi, H., & Susanti, F. (2018). *Pengaruh Penerapan Strategi Customer Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Pro Car International Finance Cabang Padang*. 1–12.
- Natassia, R., & Utami, H. Y. (2020). Pengaruh Responsiveness, Assurance, Dan Tangible Terhadap Kepuasan Pasien Di Puskesmas Air Tawar Kota Padang. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(2), 169–174. <https://doi.org/10.37403/mjm.v6i2.184>
- Nugroho, AW; Sudaryanto, B. (2013). Pengaruh Kinerja Layanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang. *Diponegoro Journal of Management*, 2(3), 1–9. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Pramiyati, T., Jayanta, J., & Yulnelly, Y. (2017). Peran Data Primer Pada Pembentukan Skema Konseptual Yang Faktual (Studi Kasus: Skema Konseptual Basisdata Simbumil). *Simetris : Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 8(2), 679. <https://doi.org/10.24176/simet.v8i2.1574>
- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada Sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal Of Management*, 6(1), 1–12.
- Reza Nurul Ichsan, Ahmad Karim. (2021). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Jasa Raharja Medan. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 6(1), 54–57. <https://doi.org/10.32696/jp2sh.v6i1.729>
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks.” *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 755–764.
- Umboh, V. J., & Mandey, S. L. (2014). Analisis Kualitas Jasa Layanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Teling. *Jurnal EMBA*, 2 (3), 654–663.