

PERAN KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI PADA KEPUASAN NASABAH AGEN BRILINK AGIL JAYA GRESIK

Alvin Agil Candra Suganda¹, Adiba Fuad Syamlan^{2*}

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gresik, Indonesia

Article Info

Article history:
Received 2024
Accepted 2024
Published 2024

Abstract

Purpose- The objective of this study is to determine how service quality, price, and location affect customer satisfaction with agents of Brilink Agil Jaya Gresik

Method- The research was conducted using a quantitative approach with 100 customers as participants.

Finding- The research findings indicate that each variable exerts a significant influence both individually and collectively.

Implication- The quality of service significantly impacts customer satisfaction with Brilink Agil Jaya Gresik agents. Additionally, price and location each have a significant effect on customer satisfaction.

Furthermore, service quality, price, and location collectively influence customer satisfaction with Brilink Agil Jaya Gresik agents.

Keyword: Service Quality, Price, Location, Customer Satis

^{2*} Corresponding Author: adibafuadsyamlan@unigres.ac.id

PENDAHULUAN

Perbankan sebagai sebuah bisnis dengan lingkup intansi merupakan salah satu *instansi* keuangan, perbankan di Indonesia yang dapat dikategorikan sebagai salah satu *instansi* keuangan yang sudah berkembang dalam hitungan waktu yang sangat tidaklah singkat. Jasa yang ditawarkan merupakan salah satu pelayanan yang dapat dinilai efektif dalam mendukung sistem perekonomian nasional maupun internasional. Bank dan jenis lembaga keuangan lainnya jelas membantu masyarakat dengan berbagai transaksi keuangan.

Namun, dalam hal ini terkait dengan perbankan, ada saja masalah maupun kendala yang biasanya dirasakan oleh para pengguna jasa pada waktu pergi ke bank, yang berarti harus menunggu lama dilokasi yang lumayan jauh bagi nasabah bagi beberapa desa setempat. terkhususnya pada Bank BRI Unit Duduksampeyan. Untuk mengatasi permasalahan tersebut Bank BRI melalui layanan Agen BRILink yang termasuk layanan tanpa kantor dan tersebar ke pelosok desa. Dengan berbagai layanan yang diberikan juga harga yang sedikit lebih mahal serta lokasi yang mudah dijangkau apakah dapat memberikan jawaban dari keresahan yang dirasakan oleh nasabah Bank BRI terkhususnya Bank BRI unit Duduksampeyan dikarenakan menurut teori David 1989 dalam (Ratnawati,2016) Teori Penerimaan Teknologi (TAM) mengatakan persepsi kemudahan sangat memengaruhi keputusan seseorang tentang menggunakan sistem atau program teknologi. Persepsi kemudahan mengacu pada seberapa besar seseorang berpendapat bahwa memanfaatkan teknologi akan mengurangi kebutuhan akan usaha.

Melihat dari sisi pelayanan peneliti membuat anggapan bahwa kualitas pelayanan dirasa kurang yang diakibatkan karena usaha Agen BRILink Agil Jaya yang termasuk usaha rumahan yang hanya mempekerjakan satu orang yaitu istri daripada pemilik usaha yang dirasa kurang dalam hal kedisiplinan, apakah sudah memberikan pelayanan yang baik seperti halnya yang diharapkan nasabah, karena pelanggan lebih puas dengan layanan berkualitas tinggi. Tidak hanya kualitas pelayanan, harga juga mempengaruhi kepuasan nasabah, Agen Brilink termasuk layanan yang paling mahal dibandingkan dengan beberapa layanan seperti transaksi langsung di ATM atau menggunakan jasa Brimo (BRI Mobile) yang membuat dugaan apakah dengan meningkatnya harga pada tiap transaksi dengan manfaat lebih yang diberikan apakah memberi pengaruh terhadap kepuasan nasabah karena semakin harga memberi manfaat lebih maka kepuasan akan semakin meningkat. Lokasi juga menentukan untuk kepuasan nasabah dalam bertransaksi, meskipun Agen BRILink Agil Jaya yang tidak berbentuk seperti halnya usaha lain yang biasanya berbentuk ruko dan berada di jalan umum, apakah sudah cukup untuk memberikan kepuasan nasabah terkait permasalahan jangkauan unit Bank yang jauh, karena semakin mudah lokasi dijangkau semakin meningkatkan kepuasan nasabah itu sendiri.

Dalam kaitannya dengan hal tersebut, maka hal ini memicu peneliti untuk melakukan penelitian yang mendalam dan berfokus hanya pada kepuasan nasabah.

LANDASAN TEORI

Pemasaran

"Pasar" adalah etimologi dari istilah "pemasaran". Pasar adalah tempat di mana sekelompok penjual dan pembeli berkumpul untuk melakukan transaksi tukar menukar barang. Menurut Donni (2017).

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan, didefinisikan sebagai penyampaian jasa yang tepat dan cepat untuk memenuhi segala kebutuhan serta keinginan pelanggan dan mengimbangi apa yang

menjadi harapan pelanggan (Tjiptono, 2007)(Ibrahim, 2019).

Harga

Menurut Kotler&Amstrong dalam (Rap, 2014), harga dapat didefinisikan sebagai jumlah uang yang diberikan kepada suatu jumlah nilai yang diberikan kepada konsumen/pelanggan sebagai hasil dari memiliki produk atau jasa tersebut.

Lokasi

Suatu perusahaan dalam memilih lokasi operasional dan tempat tinggal karyawannya. Lokasi yang mudah diakses, dekat pusat belanja, dekat dengan pemukiman warga, aman dan nyaman bagi konsumen, dan banyak fasilitas adalah beberapa faktor lokasi (Latief,2018)

Kepuasan Nasabah

Menurut Minar dalam (Aryati,2020) Perasaan bahagia ataupun sedih yang berasal daripada perbandingan antar kesan pada kinerja ataupun hasil dari suatu produk/jasa dan harapannya yang dianggap sebagai kepuasan.

Hipotesis

H1: Diduga kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah.

H2: Diduga harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah.

H3: Diduga lokasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah.

H4: Diduga kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian kali ini dilaksanakan ditempat usaha Agen BRILink Agil Jaya Gresik, Jenis penelitian menggunakan pendekatan metodologi kuantitatif, dimana data penelitian dibentuk menjadi angka dan diolah menggunakan program SPSS 27.

Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Untuk populasi yang ada pada observasi penelitian kali ini sendiri ialah nasabah yang melakukan transaksi cek saldo, pembayaran kartu kredit, pembayaran pinjaman, BRIVA dan tranfer sebanyak 130 per 1 oktober – 13 desember 2023. Peneliti memperkecil populasi dengan melakukan teknik sampling menggunakan rumus slovin dengan kemungkinan kesalahan 5% dan didapatkan hasil 99 nasabah yang lalu digenapkan menjadi 100.

Indikator Variabel Penelitian

1. Kualitas pelayanan, menurut Zeithaml, Parasuraman & Berry dalam (Along,2020) : Keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik.
2. Harga, menurut Stanton 1998 dalam (Darmawan,2021) : terjangkau harga/biaya, kesesuaian harga terhadap kualitas produk/jasa, daya saing harga/biaya, kesesuaian harga/biaya terhadap manfaat produk/jasa.
3. Lokasi, menurut Tjiptono dalam (Krisdayanto,2018) : Akses mudah dijangkau, Lokasi jelas terlihat dari jarak pandang normal, lalu lintas dan fasilitas parkir.

Definisi Operasional Variabel

Studi ini dilakukan dengan menggunakan 2 kategori variabel: variabel independen (X) & variabel dependen (Y).

Metode Pengumpulan Data

Untuk keperluan pengumpulan data pada penelitian ini, sehingga didapatkan data yang lengkap dan tepat, Peneliti menggunakan dua jenis data yakni, data primer (kuisisioner dan wawancara) dan data sekunder (pertanyaan dan wawancara).

Uji Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas sendiri diperlukan untuk proses perbandingan jumlah nilai/angka r_{hitung} terhadap r_{tabel} dengan tingkat sig. 5% daripada jumlah sampel (df) – jumlah sampel (n) yakni 100-3, Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item dalam Penelitian dianggap memiliki kevalidan.

2. Uji Reliabilitas

Untuk penelitian kali ini, uji *reliabilitas* yang dijalani menggunakan metode atau cara *Cronbach's Alpha*, Berdasarkan berdasarkan common value *reliabilitas* dianggap cukup reliabel jika pada nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 60\%$ (0,6). Namun, *reliabilitas* hasil *Cronbach's Alpha* secara teoritik (Sugiyono, 2014).

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Singgih & Santoso, 2012 dalam (Darwati, 2019), Ada kemungkinan untuk menggunakan probabilitas sebagai dasar pengambilan keputusan (Asymtotic Significance). Nilai Sig. di atas atau lebih dari $>0,05$ mengartikan bahwasanya distribusi model regresi tersebut adalah normal, sedangkan nilai Sig. di bawah atau kurang dari 0,05 menunjukkan bahwasanya distribusi model regresi tidaklah normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Dalam uji heteroskedastisitas dipergunakan demi memeriksa hal apakah terjadi variasi yang tidaklah konsisten dari kesalahan prediksi pada model regresi antar pengamatan. Hal ini penting untuk menentukan apakah varian dari residual berbeda-beda di antara observasi-observasi yang berbeda dalam data penelitian menurut Gujarati dalam (Novianti, 2019) dengan nilai sig. 0.05

c. Uji Multikolinearitas

Kehadiran kolinearitas antara variabel independen dalam model dapat diidentifikasi melalui uji multikolienaritas (Sujarweni, 2016:230).

d. Uji Auto Korelasi

Menurut (Ghozali & Ratmono, 2017:121) Dengan menggunakan metode DW. uji autokorelasi digunakan untuk melihat ada atau tidak terjadi korelasi dalam regresi linear antar kesalahan pada periode-t dan kelalaian pada periode t-1.

e. Uji Linearitas

Sugiyono dan Susanto (2015:323), uji linearitas dipergunakan demi menilai apa terdapat hubungan secara linier yang signifikan antar variabel terikat dan variabel bebas.

4. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda dipergunakan demi mengevaluasi besaran hubungan antara 2(dua) variabel independen (Kolamban, 2022).

5. Uji Hipotesis

a. Uji t

Untuk menilai signifikansi pengaruh (parsial) dari variabel independen(X) terhadap variabel dependen(Y), dipergunakan uji-t. Prosedur tersebut melibatkan perbandingan antara nilai (t_{hitung}) dengan nilai t pada tabel distribusi t (Santoso Slamet, 2013:136).

b. Uji F

Pada dasarnya, uji F menunjukkan seberapa besar kontribusi atau pengaruh salah satu / lebih dari variabel independen terhadap variasi variabel dependen (Ghozali & Imron, 2016)

6. Uji Koefisien Determinasi (R)

Uji koefisien determinasi(R) dipergunakan guna menentukan berapa jauhkah kemampuan dari model untuk Menyatakan variasi dari pada variabel dependen (Kuncoro, 2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Dalam uji validitas ini, item pada pernyataan kuesioner dianggap valid jika nilai $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} ; jika nilai $r_{hitung} <$ dari r_{tabel} , item kuesioner dinyatakan tidak valid. Nilai r_{tabel} dapat ditentukan dengan melihat nilai df-3 atau jumlah sampel-3 yakni 97 dengan nilai sig. sebesar 0,05 menghasilkan jumlah nilai/ angka r_{tabel} 0,197.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Kualitas Pelayanan(X ₁)	X1.1	0,910	0,197	Valid
	X1.2	0,885	0,197	Valid
	X1.3	0,867	0,197	Valid
	X1.4	0,883	0,197	Valid
	X1.5	0,850	0,197	Valid

	X1.6	0,872	0,197	Valid
	X1.7	0,848	0,197	Valid
Harga(X_2)	X2.1	0,898	0,197	Valid
	X2.2	0,868	0,197	Valid
	X2.3	0,871	0,197	Valid
	X2.4	0,871	0,197	Valid
	X2.5	0,864	0,197	Valid
	X2.6	0,876	0,197	Valid
Lokasi(X_3)	X3.1	0,836	0,197	Valid
	X3.2	0,883	0,197	Valid
	X3.3	0,826	0,197	Valid
	X3.4	0,855	0,197	Valid
	X3.5	0,861	0,197	Valid
	X3.6	0,887	0,197	Valid
	X3.7	0,842	0,197	Valid
	X3.8	0,849	0,197	Valid
Kepuasan Nasabah(Y)	Y1.1	0,893	0,197	Valid
	Y1.2	0,899	0,197	Valid
	Y1.3	0,866	0,197	Valid
	Y1.4	0,908	0,197	Valid
	Y1.5	0,918	0,197	Valid
	Y1.6	0,916	0,197	Valid
	Y1.7	0,873	0,197	Valid
	Y1.8	0,901	0,197	Valid

Data diolah peneliti (2024)

Uji Reliabilitas

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien alpha	Taraf signifikansi	Keterangan
Kualitas Layanan (X_1)	0,948	0,6	Reliabel
Harga (X_2)	0,939	0,6	Reliabel
Lokasi (X_3)	0,947	0,6	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,965	0,6	Reliabel

Data diolah peneliti (2024)

Tabel diatas menggambarkan bahwasanya semua variabel mempunyai koefisien *Cronbach'a alpha* >0.60 yang memiliki arti data tersebut dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,27183862
Most Extreme Differences	Absolute	,121
	Positive	,121
	Negative	-,085
Test Statistic		,121
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,106

Data diolah peneliti (2024)

Hasil dari uji normalitas menggambarkan bahwasanya nilai / hasil Asymp Signifikansi (2-tailed) sejumlah 0,106 adalah >0,05. Akibatnya, maka dapat diartikan bahwasanya data dalam penelitian kali ini mengikuti distribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,653	,779		2,123	,036
	Kualitas Layanan	,028	,066	,115	,427	,670
	Harga	-,131	,082	-,458	-1,595	,114
	Lokasi	,072	,058	,314	1,253	,213

a. Dependent Variable: ABS_RES

Data diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan data tabel 4, jumlah nilai signifikansi Kualitas pelayanan(X1) : (0,670) (>0.05), nilai signifikansi Harga(X2) : (0.114) (>0.05), dan nilai signifikansi Lokasi(X3) : (0.213). Akibatnya, dapat diartikan bahwasanya ketiga variabel independen yang diuji dalam penelitian kali ini tidak menunjukkan tanda-tanda heteroskedastisitas atau homoskedastisitas.

Uji Multikolineritas

Tabel 5 Hasil Uji Multikolineritas

Model	Tolerance	VIF
1	Kualitas Layanan	,139
	Harga	,123
		6,222

Data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan data tabel diatas, disimpulkan bahwa nilai pada tolerance setiap variabel adalah $>0,10$ dan VIF.-nya adalah <10 . Hal ini dapat diartikan bahwasanya ketidakadaan multikolineritas antar variabel independen yang berbeda.

Uji Auto Korelasi

Tabel 6 Hasil Uji Auto Korelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,950 ^a	,902	,899	2,454	2,279

Data diolah peneliti (2024)

Tabel 6 menunjukkan jumlah nilai DW. (2,279). Nilai du yang didapatkan dari tabel DW. (1,7364), dan nilai 4-du (4-1,7364) : 2,2636. Menurut kriteria pengujian autokorelasi, 1,7364 lebih rendah dari 2,279 dan 2,2636, yang menunjukkan bahwasanya tidak adanya autokorelasi pada setiap variabel yang diuji dalam penelitian ini. Dengan kata lain, $1,7364 < 2,279 < 2,2636$ uji autokorelasi tidak dilakukan pada penelitian kali ini.

Uji Linieritas

Tabel 7 Hasil Uji Linieritas Kualitas Pelayanan (X1)

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Nasabah * Kualitas Layanan	Between Groups	(Combined)	5378,539	22	244,479	37,652	,000
		Linearity	4929,488	1	4929,488	759,185	,000
		Deviation from Linearity	449,051	21	21,383	3,293	,071
	Within Groups		499,971	77	6,493		
	Total		5878,510	99			

Data diolah peneliti (2024)

Tabel 8 Hasil Uji Linieritas Harga (X2)

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Nasabah * Harga	Betwe en Grou ps	(Combined)	5468,532	19	287,817	56,163	,000
		Linearity	5071,725	1	5071,725	989,658	,000
		Deviation from Linearity	396,807	18	22,045	4,302	,073
	Within Groups		409,978	80	5,125		
	Total		5878,510	99			

Data diolah peneliti (2024)

Tabel 9 Hasil Uji Linieritas Lokasi (X3)

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Nasabah * Lokasi	Between Groups	(Combined)	5183,025	22	235,592	26,083	,000
		Linearity	4863,483	1	4863,483	538,456	,000
		Deviation from Linearity	319,542	21	15,216	1,685	,052
	Within Groups		695,485	77	9,032		
	Total		5878,510	99			

Data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan Tabel 9 di atas, jumlah nilai/hasil sig. Kualitas pelayanan : (0,670) (>0.05), nilai/hasil sig. Harga : (0.114) (>0.05), dan nilai/hasil sig. Lokasi : (0.213). Akibatnya, dapat disimpulkan bahwasanya ketiga variabel bebas/independen(X) dalam penelitian kali ini tidak menunjukkan tanda-tanda heteroskedastisitas atau homoskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 10 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,664	1,154		,575	,567
	Kualitas Layanan	,334	,098	,292	3,394	,001
	Harga	,535	,121	,403	4,405	,000
	Lokasi	,307	,086	,286	3,589	,001
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah						

Data diolah peneliti (2024)

Sebagai berikut, hasilnya dari regresi berganda yang ditunjukkan dalam tabel 10, dapat digunakan untuk memperluas pemahaman yaitu:

- Nilai konstanta 0,664 menunjukkan bahwa ketika variabel independen(X) diabaikan membuat nilai Kepuasan Nasabah (Y) akan memiliki nilai sebesar 0,664.
- Variabel Kualitas Pelayanan(X1) mempunyai nilai angka koefisien regresi positif 0,334, yang menunjukkan bahwa kepuasan nasabah(Y) akan ikut meningkat sejumlah 0,334 jikalau nilainya meningkat satu satuan dengan asumsi variabel independen(X) lainnya tidak berubah.
- Variabel Harga(X2) mempunyai nilai/angka koefisien regresi positif : 0,535, yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen(Y) akan ikut meningkat sebesar 0,535 jikalau nilai harga(X2) meningkat satu-satuan dengan asumsi variabel independen(X) lainnya tidak berubah.
- Variabel Lokasi(X3) memiliki koefisien regresi positif : 0,307, yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan(Y) akan meningkat : 0,307 jika nilainya meningkat satu-satuan dengan pernyataan bahwa variabel independen(X) lainnya juga tidak berubah.

Uji t

Tabel 11 Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,664	1,154		,575	,567
Kualitas Layanan	,334	,098	,292	3,394	,001
Harga	,535	,121	,403	4,405	,000
Lokasi	,307	,086	,286	3,589	,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Data diolah peneliti (2024)

- H1 = adanya pengaruh kepada variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dikarenakan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,394 > 1,984$), dan nilai sig. $0,001 < 0,05$.
- H2 = adanya pengaruh pada variabel harga terhadap kepuasan nasabah dikarenakan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,405 > 1,984$), dan nilai sig. $0,000 < 0,05$.
- H3 = adanya pengaruh pada variabel lokasi terhadap kepuasan nasabah dikarenakan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,589 > 1,984$), dan nilai sig. $0,001 < 0,05$.
- H4 = adanya pengaruh daripada variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan nasabah dikarenakan ditemukan bahwa nilai F_{hitung} 37,244, yang lebih besar dari nilai $F_{tabel} = 2,700$, dengan nilai probabilitas atau sig sebesar $0,000 < 0,05$.

Uji F

Tabel 12 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	36,608	3	12,203	37,244	,000 ^b
	Residual	31,454	96	,328		
	Total	68,062	99			

Data diolah peneliti (2024)

Uji Koefisien Determinasi (R)

Tabel 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,950 ^a	,902	,899	2,454

Data diolah peneliti (2024)

Koefisien korelasi yang dihasilkan (Adjusted R Square) dengan hasil 0,899, menurut analisis data yang ditunjukkan dan diperlihatkan pada tabel 13. Hasilnya memperlihatkan bahwa Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi memberi pengaruh sebesar 89,9% terhadap kepuasan pelanggan secara bersamaan; unsur-unsur tambahan yang tidaklah dibahas dalam penelitian ini yang memberikan pengaruh sebesar:10,1%.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa secara parsial, kualitas pelayanan, harga, dan lokasi masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan dalam aspek-aspek tersebut secara individu akan turut meningkatkan tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah. Selain itu, secara simultan, ketiga variabel tersebut, kualitas pelayanan, harga, dan lokasi, juga terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian, upaya untuk meningkatkan kepuasan nasabah perlu dilakukan secara holistik dengan memperhatikan ketiga faktor tersebut secara terpadu.

Sebagai saran, pihak pengelola usaha atau instansi terkait perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan, baik dari segi kecepatan, keramahan, maupun profesionalisme dalam melayani nasabah. Aspek harga juga harus dijaga agar tetap kompetitif dan sebanding dengan manfaat yang diterima nasabah. Pemilihan dan pengelolaan lokasi yang strategis dan mudah diakses turut menjadi faktor penting dalam meningkatkan kenyamanan dan kepuasan nasabah. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti promosi, citra merek, atau kepercayaan nasabah guna memperluas pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah secara lebih komprehensif.

BIBLIOGRAFI

- Ratnawati, J., & Hernawati, R. I. (2016). *Dasar-Dasar Perpajakan*. Deepublish.
Donni Juni Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen (Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer)*. Bandung : Alfabeta
Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). *Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen*. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*

- (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, 4(1), 175-182.
- RAP, M., & Iriani, S. S. (2014). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan*. Diponegoro Journal Of Management.
- Latief, A. (2018). *Analisis pengaruh produk, harga, lokasi dan promosi terhadap minat beli konsumen pada warung wedang jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa)*. Jurnal Manajemen Dan Keuangan, 7(1), 90-99.
- Aryati, K. E. (2020). *Analisis Mutu Pelayanan Radiologi Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Di Instalasi Radiologi Rumah Sakit Umum Aminah Blitar*. Health Care Media, 4(2), 55-58.
- Along, A. (2020). *Kualitas Layanan Administrasi Akademik di Politeknik Negeri Pontianak*. Jurnal Ilmiah Administrasi Publik, 6(1), 94-99.
- Darmawan, D., & Arifin, S. (2021). *Studi Empiris tentang Perilaku Konsumen Produk Air Minum dalam Kemasan ditinjau dari Variabel Harga dan Kesadaran Merek*. Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Budaya, 7(3), 179- 186.
- Krisdayanto, I., Haryono, A. T., & Gagah, E. (2018). *Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di i cafe lina putra net bandungan*. Journal of Management, 4(4).
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Darwati, T. L., & Susetyowati, E. (2019). *Lokasi, kepuasan layanan, dan fasilitas pada keputusan menginap di hotel midtown residences surabaya*. 27.
- Novianti, W., & Hakim, R. P. (2019). *Harga Saham Yang Dipengaruhi Oleh Profitabilitas Dan Struktur Aktiva Dalam Sektor Telekomunikasi*. Jurnal Ilmu Keuangan Dan Perbankan (Jika), 7(2), 19-32.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2016). *Pengantar Akuntansi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Ghozali, Ratmono. (2017). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika dengan Eviews 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Sugiyono, & Susanto, A. (2015). *Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel (Teori dan Aplikasi untuk Analisis Data Penelitian)*. Bandung : CV Alfabeta.
- Kolamban, D. V., Murni, S., & Baramuli, D. N. (2020). *Analisis pengaruh leverage, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada industri perbankan yang terdaftar di Bei*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 8(3).
- Santoso, Slamet (2013). *Stasistika Ekonomi plus Aplikasi SPSS*, Ponorogo : Umpo Press.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Mudrajad Kuncoro, (2013). *“Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi”* Edisi 4. Jakarta: Erlangga.