

ANALISIS KINERJA CUSTOMER SERVICE DI BANK BRI UNIT GAJAHMADA: PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN NASABAH

ANALYSIS OF CUSTOMER SERVICE PERFORMANCE AT BANK BRI GAJAHMADA UNIT: ITS INFLUENCE ON CUSTOMER SATISFACTION

Moch. Sandy Augusta Robet¹, Ach. Zidani Mubarak², Fefriya Wanda Nuraini³

^{1,2,3} Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Universitas Islam Kiai Haji Achmad Siddiq jember,
¹sandyaugusta575@gmail.com²zidanymubarak14@gmail.com,³wandafefriya@gmail.com

Abstract

This research aims to analyze the performance of customer service at the BRI Bank Gajahmada Unit and its influence on customer satisfaction. The focus of this research is customer service in providing satisfaction to customers. The type of data used in this research is primary data, data obtained through interviews with customer service and several BRI bank customers in the Gajahmada unit. Customer satisfaction will be achieved when customer service provides optimal service. There are several factors that influence customer satisfaction, namely: communication skills, understanding of existing products, friendliness, speed in serving, and alertness in responding to customer complaints. The benefit of this research is that it provides an overview of the services provided to create customer satisfaction.

Keywords: Customer Service, Customer Satisfaction, Service.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kinerja customer service di bank BRI Unit Gajahmada pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah. Fokus penelitian ini yaitu pelayanan customer service dalam memberikan kepuasan terhadap nasabah. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer, data diperoleh melalui wawancara mengenai customer service dan beberapa nasabah bank BRI unit Gajahmada. Kepuasan nasabah akan tercapai ketika customer service memberikan pelayanan yang optimal. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu: keterampilan komunikasi, pemahaman produk yang ada, keramahan, kecepaan dalam melayani, dan kesigapan dalam menanggapi keluhan nasabah. Manfaat penelitian ini yaitu memberikan gambaran pelayanan yang diberikan untuk menciptakan kepuasan nasabah.

Kata Kunci: Pelayanan Pelanggan, Kepuasan Nasabah, Pelayanan.

PENDAHULUAN

Persaingan dalam industry perbankan semakin meningkat. Dalam menghadapi persaingan tersebut, bank berusaha memfokuskan pada kinerja pelayanan untuk memuaskan nasabahnya. Bagi bank, pelayanan merupakan kunci yang membedakan suatu bank dengan pesaingnya. Dengan demikian, mereka memegang peranan penting dalam pencapaian tujuan perusahaan. Para nasabah juga cenderung memperhatikan kinerja pelayanan dalam memilih suatu bank, sehingga tidak mengherankan lagi jika persaingan bank ditentukan dengan pelayanan yang diberikan.

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat ini, menuntut semua perusahaan untuk lebih kreatif dan agresif dalam memberikan layanan yang optimal kepada nasabahnya sehingga menjadi lebih unggul dari pesaingnya. Subhash (2007) menyatakan bahwa persaingan yang

selalu muncul dalam bisnis mendorong munculnya ide ide kreatif yang dapat membangun produk dan jasa yang memberikan nilai lebih kepada nasabah.

Kresna B. D. (2012) mengatakan bahwa “Sebagian perusahaan sengaja memanjakan nasabah melalui pelayanan yang diberikan bahkan nasabah sudah dianggap sebagai raja dan nasabah juga dianggap sebagai bagian dari perusahaan yang harus segera dipenuhi kebutuhan serta keinginannya seperti dilayani secara tepat dan akurat”. maka tiap bank menentukan pelayanan prima yakni sikap atau cara pegawai untuk melayani nasabah secara memuaskan, kepuasan nasabah akan lebih mudah dipenuhi jika pegawai memiliki kemampuan yang mumpuni seperti komunikasi yang baik, memahami produk yang ada, dan keramahan.

Penelitian ini menganalisis bertujuan untuk menganalisis kinerja costumer service di bank BRI unit gajahmada tujuannya yaitu untuk mengetahui pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah. Apakah pelayanan costumer service memberikan kepuasan terhadap nasabah.

Definisi Dan Peran Costumer Service

Menurut Parasuraman et al. dalam jurnal l "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research" (2020), costumer service adalah kemampuan organisasi untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan dalam hal kualitas pelayanan. Mereka mengidentifikasi lima dimensi penting dari kualitas pelayanan :keandalan, daya tangkap, kepastian, empati, dan bukti fisik. Menurut Rust dan Chung dalam jurnal l "Customer Dissatisfaction: The Moderating Impact of Customer Expectations" (2022), costumer service adalah upaya yang dilakukan oleh organisasi untuk merespon keluhan dan masalah pelanggan dengan cepat dan efektif. Mereka mengemukakan bahwa respon yang tepat dan tanggap dari costumer servie dapat meningkatkan pekuasan pelanggan serta meminimalisirkan ketidakpuasan.

Menurut Zeithaml et al. dalam bukunya "Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm" (2021), customer service adalah serangkaian aktivitas yang melibatkan interaksi antara pelanggan dan organisasi dalam rangka memberikan solusi yang memuaskan untuk masalah yang dihadapi oleh pelanggan. Mereka menekankan pentingnya kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama dari customer service.

Customer service memiliki peran yang signifikan dalam membangun hubungan yang kuat antara bank dan nasabah. Pentingnya komunikasi yang efektif, responsif, dan ramah dari customer service dalam menciptakan pengalaman positif bagi nasabah. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah, seperti kepercayaan, kepuasan, dan kualitas layanan. Customer service yang kompeten dan berpengalaman dapat menjadi aset penting dalam memperkuat loyalitas nasabah di Bank BRI. Customer service memiliki peran yang krusial dalam mempertahankan pelanggan dan meningkatkan loyalitas nasabah. Penting bagi Bank BRI untuk memiliki customer service yang berkualitas tinggi agar dapat memberikan kepuasan kepada nasabah dan membangun hubungan jangka panjang dengan mereka. 4 (Wulandari, S., & Pratiwi, D. (2021).

Definisi Kepuasan Nasabah

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan, Kotler (2005). Engel, (1990), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi setelah pembelian dimana produk yang dipilih sekurang kurangnya sama atau melebihi harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Kepuasan nasabah merupakan salah satu alat ukur untuk dari kualitas jasa yang

disampaikan. Kotler dan Amstrong (2010) menyatakan bahwa : kepuasan nasabah adalah sejauh mana kinerja yang diberikan oleh sebuah produk sepadan dengan harapan pembeli. Jika kinerja produk kurang dari yang diharapkan itu, pembelinya tidak puas.

Zeithaml dan bitner (2009:59) mengatakan bahwa kepuasan nasabah lebih eksklusif yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, faktor situasi dan faktor manusia. selanjutnya dalam penelitiannya, Zeithaml (2009:3) menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai dampak yang sangat kuat terhadap perilaku konsumen seperti loyalitas terhadap perusahaan, kemauan untuk membayar lebih serta enggan untuk berpindah ke produk lain, sehingga kualitas layanan membuat perusahaan pada kinerja yang lebih baik. Memberikan pelayanan yang optimal merupakan tujuan agar nasabah mendapatkan kepuasan sehingga perusahaan dapat memperoleh loyalitas nasabah dan pada akhirnya akan menjadikan reputasi yang baik bagi perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Tujuannya yaitu mempelajari fenomena yang kompleks dan kontekstual. Pendekatan ini melibatkan studi mendalam tentang satu atau beberapa kasus yang dipilih dengan cermat untuk memberikan wawasan yang kaya dan terperinci tentang topik penelitian.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. menurut sugiyono (2018:456), data primer adalah sumber data yang memberikan data secara langsung kepada pengumpul data. Data dikumpulkan oleh peneliti sendiri langsung dari sumber aslinya atau dari tempat dilakukannya objek penelitian.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini melalui wawancara secara langsung bertujuan untuk memperoleh penjelasan mengenai informasi yang akan dibutuhkan oleh pihak penanya. Dalam wawancara ini dilakukan pada costumer service dan nasabah BRI unit Gajahmada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kinerja Costumer Service

Keterampilan komunikasi

Komunikasi adalah hubungan kontak antara manusia baik individu maupun kelompok. Abizar (1988:2) mengemukakan komunikasi adalah kegiatan pertukaran atau berbagi informasi dan berbagi pengalaman antara seseorang dengan orang lain dalam mengembangkan daya fikir. keterampilan komunikasi sangat penting untuk mencapai keberhasilan dalam pelayanan. Dengan keterampilan komunikasi, costumer service akan mudah mengkomunikasikan berbagai hal yang menyangkut produk perbankan, baik secara lisan maupun tulisan. Menurut poniran (2000:2) komunikasi antar manusia itu menggunakan alat penghubung berupa lambang lambang dalam bentuk Bahasa lisan, Bahasa tulisan, Bahasa tubuh dan lain lainnya, sehingga pesan mudah dimengerti dan dipahami oleh nasabah.

Pengetahuan produk

penting bagi costumer serive untuk memahami betul tentang apa saja produk produk yang ada di BRI ini. Pengetahuan produk merupakan aspek krusial bagi costumer service dalam memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Dengan mengetahui produk costumer

service dapat menjawab pertanyaan nasabah secara akurat dan komprehensif serta membantu nasabah dalam memahami produk atau layanan dengan lebih baik, serta menyelesaikan masalah nasabah dengan lebih cepat dan efisien dan dapat menangani lebih banyak nasabah dan meningkatkan efisiensi operasional perusahaan. Dan yang paling penting dengan memahami produk dapat memberikan citra positif bagi perusahaan.

Keramahan

Keramahan customer service dalam melayani nasabah merupakan kunci utama untuk membangun hubungan yang baik dengan para nasabah dan meningkatkan kepuasan nasabah. Menurut Mittal dan Lassar (Hansen 2003), keramahan merupakan salah satu bentuk personalisasi yang akan membuat nasabah merasa akrab, senang, dan bersahabat. Customer service harus selalu menunjukkan sikap ramah dan sopan kepada nasabah, baik secara verbal maupun nonverbal dengan cara menggunakan sapaan yang baik, senyuman, dan Bahasa tubuh yang positif, dan menghindari memotong pembicaraan nasabah atau menuntukkan rasa tidak sabar. Dengan menerapkan keramahan dalam melayani nasabah, customer service dapat membangun hubungan yang baik dengan nasabah, serta meningkatkan kepuasan nasabah dan meningkatkan keuntungan bagi perusahaan.

Kecepatan

Kecepatan customer service dalam melayani nasabah merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Dengan kecepatan dalam melayani, nasabah yang puas dengan layanan akan cenderung untuk kembali membeli produk atau layanan perusahaan dan bisa membuat nasabah lebih loyal terhadap perusahaan. Dengan kecepatan dalam melayani nasabah, customer service bisa menangani lebih banyak nasabah dan meningkatkan efisiensi operasional perusahaan. Serta bisa meningkatkan reputasi perusahaan yang bisa menarik lebih banyak pelanggan dan daya saing perusahaan.

Kesigapan

Kesigapan customer service dalam melayani nasabah merupakan aspek penting dalam membangun hubungan yang baik dan meningkatkan kepuasan nasabah. Customer service harus tanggap dalam merespon pertanyaan dan keluhan yang diajukan oleh nasabah, segera menjawab pertanyaan nasabah untuk menghindari nasabah menunggu lama untuk menerima jawabannya. Serta customer service harus bertindak proaktif dengan cara menawarkan bantuan kepada nasabah yang terlihat kebingungan atau membutuhkan bantuan serta memberikan informasi yang nasabah butuhkan. Customer service harus mampu dalam menyelesaikan masalah nasabah dengan cepat dan efektif dan gunakan pengetahuan dan keterampilan untuk menemukan solusi yang tepat masalah nasabah.

Kepuasan Nasabah

Persepsi nasabah

persepsi nasabah terhadap pelayanan yang diterima merupakan faktor penting dalam menentukan kepuasan dan loyalitas mereka terhadap suatu perusahaan. Persepsi nasabah ini dapat terbentuk dengan beberapa faktor diantaranya yaitu kualitas pelayanan, bentuk dari kualitas pelayanan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang konsisten dan sesuai dengan yang diharapkan nasabah serta kecepatan dan kesigapan perusahaan dalam menanggapi kebutuhan dan keluhan nasabah. selanjutnya pengalaman pribadi, persepsi nasabah bisa terbentuk dengan pengalaman pribadi seperti pengalaman dalam menggunakan layanan perusahaan sebelumnya serta mendengar pengalaman orang lain. Selanjutnya komunikasi yang baik, persepsi nasabah bisa terbentuk dengan adanya komunikasi yang baik,

yaitu seperti kejelasan dan kemudahan informasi yang diberikan perusahaan kepada nasabah dan keterbukaan dan transparansi perusahaan dalam komunikasi dengan nasabah. Dan faktor lainnya seperti harga layanan, citra dan reputasi perusahaan dan persaingan di pasar

Harapan nasabah

harapan nasabah merupakan faktor penting dalam menentukan kepuasan dan loyalitas mereka terhadap suatu perusahaan. Harapan ini dapat didefinisikan sebagai tingkat kinerja yang diharapkan nasabah dari suatu perusahaan.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi harapan nasabah:

1. Pengalaman pribadi: yaitu pengalaman sebelumnya dalam menggunakan layanan perusahaan.
2. Pengalaman orang lain: yaitu pengalaman orang lain yang diceritakan kepada nasabah.
3. Komunikasi: komunikasi yang baik bisa membangun harapan nasabah, dengan komunikasi yang baik customer service dapat menyampaikan informasi pelayanan yang dibutuhkan nasabah dengan baik.
4. Persaingan: yaitu persaingan antar perusahaan dalam memberikan atau menawarkan layanan yang dimiliki perusahaan lain di pasar.
5. Norma sosial: yaitu norma dan standar yang berlaku di masyarakat mengenai layanan yang baik.

Dampak harapan nasabah itu ada tiga, yaitu:

1. Kepuasan nasabah: Ketika kinerja perusahaan sesuai atau melebihi harapan nasabah, maka nasabah akan merasa puas.
2. Loyalitas nasabah: nasabah yang puas dengan layanan yang diberikan akan lebih cenderung untuk tetap menggunakan layanan perusahaan tersebut di masa depan.
3. Kinerja perusahaan: harapan nasabah dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan kinerjanya dengan memberikan layanan yang sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah.

Tingkat kesesuaian

tingkat kesesuaian antara persepsi dan harapan merupakan indikator penting untuk mengukur kepuasan nasabah terhadap pelayanan perusahaan. Ketika persepsi nasabah terhadap pelayanan yang diterima sesuai atau melebihi harapannya, maka nasabah akan merasa puas.

Ada beberapa cara untuk mengukur tingkat kesesuaian antara persepsi dan harapan yaitu:

1. Survei: melakukan survei kepada nasabah untuk mengetahui persepsi mereka terhadap layanan yang diterima dan harapan mereka terhadap layanan tersebut.
2. Analisis data: menganalisis data transaksi dan penggunaan layanan untuk mengetahui bagaimana nasabah menggunakan layanan perusahaan.
3. Keluhan dan saran: menganalisis keluhan dan saran yang disampaikan nasabah untuk mengetahui apa yang perlu diperbaiki dalam pelayanan perusahaan.

Tingkat kesesuaian dapat dikategorikan menjadi tiga, yaitu:

1. Tingkat kesesuaian tinggi: persepsi nasabah terhadap pelayanan yang diterima jauh lebih tinggi dari pada harapan nasabah.
2. Tingkat kesesuaian sedang: persepsi nasabah terhadap layanan yang diterima sama dengan harapannya.

3. Tingkat kesesuaian rendah: persepsi nasabah terhadap layanan yang diterima jauh lebih rendah dari apa yang diharapkannya.

Dampak tingkat kesesuaian dibagi menjadi tiga kategori, yaitu:

1. Tingkat kesesuaian tinggi: nasabah yang merasa puas dengan pelayanan perusahaan akan lebih cenderung untuk tetap menggunakan layanan perusahaan tersebut di masa depan dan bahkan merekomendasikannya kepada orang lain.
2. Tingkat kesesuaian sedang: nasabah yang merasa puas dengan layanan perusahaan mungkin akan tetap menggunakan layanan perusahaan tersebut di masa depan, tetapi mereka mungkin juga akan mempertimbangkan untuk menggunakan layanan perusahaan lain.
3. Tingkat kesesuaian rendah: nasabah yang tidak puas dengan layanan perusahaan kemungkinan besar akan berhenti menggunakan layanan perusahaan tersebut dan mencari layanan perusahaan lain.

Cara meningkatkan tingkat kesesuaian antara tingkat persepsi dan harapan nasabah yaitu:

1. Meningkatkan kualitas layanan: perusahaan perlu meningkatkan kualitas layanannya untuk memastikan bahwa layanannya memenuhi atau melebihi harapan nasabah.
2. Mengelola harapan nasabah: perusahaan perlu mengelola harapan nasabah dengan memberikan informasi yang jelas tentang layanannya.
3. Memantau kepuasan nasabah: perusahaan perlu memantau kepuasan nasabah untuk memastikan bahwa mereka puas dengan layanan yang diberikan.

PEMBAHASAN

Seperti yang kita semua ketahui, bahwa kegiatan utama bank yaitu di bidang jasa. Salah satunya yaitu jasa pelayan. Sudah semestinya bank memberikan pelayanan yang baik kepada setiap nasabah. Pelayanan yang baik akan meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap bank. Kepercayaan nasabah ini akan mendorong nasabah untuk terus menggunakan layanan bank dan bahkan merekomendasikan kepada teman dan kerabat untuk menggunakan bank tersebut. Customer service berperan penting dalam melakukan pelayanan, pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan kepada nasabah.

Kepuasan nasabah merupakan faktor penting dalam menentukan loyalitas dan profitabilitas bank. Salah satu yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah kinerja customer service. Kinerja customer service yang baik dapat meningkatkan kepuasan nasabah, sedangkan kinerja customer service yang buruk dapat menyebabkan ketidakpuasan nasabah. Dalam upaya untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, customer service harus memberikan pelayanan yang optimal dan profesional untuk menciptakan kualitas pelayanan yang baik.

Dalam upaya untuk mempertahankan loyalitas nasabah, bank BRI unit Gajahmada berkomitmen memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah, dengan cara menguasai semua produk yang ada di Bank BRI Unit Gajahmada ini, serta didukung dengan SDM yang mumpuni dan berkualitas. Sumber daya manusia yang mumpuni dan berkualitas dapat diperoleh dengan cara memberikan pelatihan.

Kepuasan nasabah bisa tercapai ketika customer service memberikan pelayanan yang baik dan optimal, dengan cara menerapkan keterampilan komunikasi yang baik, komunikasi yang baik bisa membuat nasabah merasa dihargai dan dilayani, serta dengan komunikasi yang baik customer service bisa menyampaikan produk yang dibutuhkan nasabah dengan baik dan mudah difahami.

Jadi customer service berperan penting dalam memberikan pelayanan yang optimal kepada nasabah supaya bisa mewujudkan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah bisa menjadikan nasabah loyal dan kembali menggunakan pelayanan bank BRI unit Gajahmada.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa customer service di bank BRI Unit Gajahmada berperan penting dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Pelayanan yang baik bisa mewujudkan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah bisa terwujud disebabkan beberapa faktor, yaitu keterampilan komunikasi, pengetahuan tentang produk bank, keramahan dalam melayani, kecepatan, serta kesigapan dalam menanggapi keluhan nasabah. Pelayanan yang baik bisa meningkatkan reputasi Bank BRI Unit Gajahmada yang bisa menarik lebih banyak pelanggan dan daya saing perusahaan.

Ucapan terima kasih

Segala puji bagi Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-nya sehingga pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang berlokasi di BRI Unit Gajahmada dapat terlaksana dengan baik dan dapat terselesaikan tepat pada yang di tentukan. Tidak lupa pula sholawat serta salam kita aturkan kepada Nabi Muhammad SAW. Beserta keluarga, dan para sahabat-sahabatnya.

Selama proses penyusunan pengabdian masyarakat, penulis telah banyak menerima bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyadari dan menyampaikan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

- 1) Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kelancaran, dan kemudahan selama kegiatan pengabdian masyarakat.
- 2) Kepada orang tua yang telah memberikan dukungan, dan mendoakan penulis dalam menyelesaikan kegiatan pengabdian masyarakat.
- 3) Kepada mbak Fitriana Putri selaku dosen pamong yang telah memberikan ilmu dan wawasan serta bimbingan selama kegiatan pengabdian masyarakat.
- 4) Kepada bapak Wildan Khisbullah Suhma, S.E., M.Akun. selaku Dosen pembimbing Lapangan yang telah memberikan pengarahan serta bimbingan dalam kegiatan pengabdian masyarakat.
- 5) Kepada seluruh karyawan BRI Unit Gajahmada yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya dan menerima dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2020). "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research". *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Rust, R. T., & Chung, T. S. (2022). "Customer Dissatisfaction: The Moderating Impact of Customer Expectations. *Journal of Marketing*", 54(3), 20-36.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2021). "Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm". McGraw-Hill Education.
- Wulandari, S., & Pratiwi, D. (2021). "Peran Customer Service dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah di Bank BRI". *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 45-57.

- Handayani, D., & Winarni, E. (2023). "Strategi Pengembangan Customer Service untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah di Bank BRI". *Jurnal Manajemen Strategis*, 10(1), 70-85.
- Fitri, A., & Yusuf, M. (2020). "Analisis Peran Komunikasi Customer Service dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah pada Bank BRI". *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 17(2), 135-148.
- Vinny ribka bolang, James D. D massie, Agus supandi soegoto (2015). "peran pelayanan teller dan costumer service terhadap kepuasan pelanggan pada bank BRI unit karombasn cabang manado".*Jurnal EMBA*, 3(3), 1126-1139.
- Chairul nisa halim, Tatik suryani (2013). "pengaruh keramahan, kredibilitas dan citra karyawan terhadap kedekatan karyawan dan kepuasan nasabah produk tabungan bank konvensional di Surabaya". *Journal of Bussiness and Banking*, 3(1), 81-92.
- Putri dwi cahyani.(2016). "tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan perbankan Syariah di Yogyakarta". *Jurnal bisnis dan manajemen*, 6(2), 151-162.
- Jaka atmaja. (2018). "kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas pada bank BJB". *Jurnal ecodemica*, 2(1), 49-63.