

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI NASABAH,
EKSPEKTASI NASABAH DAN LOYALITAS NASABAH
TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENJADI
NASABAH PADA BANK BRI KCP AMPERA
CABANG PALEMBANG A'RIVAI**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi**



Diajukan Oleh:

MUHAMMAD HABIB MUBAROK

NPM 2001110505

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDINANTI


2024

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

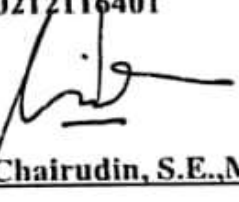
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : MUHAMMAD HABIB MUBAROK
Nomor Pokok : 2001110505
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Nasabah, Ekspektasi Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Pada Bank BRI KCP Ampera Cabang Palembang A'rivai.

Pembimbing Skripsi :
Tanggal 4/24
14

Pembimbing I : 
Dr. Ir. Hj. Yusro Hakimah, M.M.
NIDN. 0212116401

Tanggal 16/24
14

Pembimbing II : 
Rudy Chairudin, S.E., M.P.
NIDN. 0202026201

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ka. Prodi Manajemen,



Dr. Msy. Mildal, SE, M.SI, Ak.CA, CSRS
NIDN: 0205026401



Mariyam Zamariah, SE, M.M
NIDN: 0222096301

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : MUHAMMAD HABIB MUBAROK
Nomor Pokok : 2001110505
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Nasabah, Ekspektasi Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Pada Bank BRI KCP Ampera Cabang Palembang A'rival.

Pembimbing Skripsi :
Tanggal 9/4/2024 : Ketua Penguji : Dr. Ir. Hj. Yusro Hakimah, M.M.
NIDN. 0212016401

Tanggal 16/4/2024 : Penguji I : Rudy Chairudin, S.E.,M.P.
NIDN. 0202026201

Tanggal 05/4/2024 : Penguji II : M. Said, S.E.,M.Si
NIDN. 0217046401

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ka. Prodi Manajemen,



Dr. Msy. Mikhal, SE, M.SI, Ak.CA, CSRS
NIDN: 0205026401

Mariyam Zanariah, SE, M.M
NIDN: 0222096301

207/PS/DFEB/24

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

"Meskipun uang bisa dicari, mendanai pendidikan sendiri merupakan hal yang tak ternilai."

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

- **Almarhum dan Almarhumah orang tuaku, Rozali bin Anangcik dan Latifah binti Abas.**
- **Kakak dan ayukku tercinta**
- **Bapak/Ibu dosen program studi manajemen**
- **Teman-teman seperjuangan kelas weekend**
- **Terkhusus untuk diri saya sendiri, Muhammad Habib Mubarak**

KATA PENGANTAR

Dengan penuh syukur kami mengucapkan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas karunia dan berkat-Nya, yang memungkinkan kami menyelesaikan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Nasabah, Ekspektasi Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Pada Bank BRI KCP Ampera Cabang Palembang A’rivai.”**

Skripsi ini disusun sebagai bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan program studi Manajemen di Universitas Tridinanti. Kami mengakui bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini, kami menghadapi berbagai kesulitan dan tantangan. Kami juga menyadari bahwa masih ada kekurangan dalam penulisan kami. Namun, kami berkomitmen untuk terus meningkatkan dan mengembangkan penelitian ini dengan harapan mencapai tingkat kesempurnaan yang lebih baik di masa depan..

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi ini :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edizal AE., MS. Selaku Rektor Universitas Tridinanti.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE.,M.Si.,Ak.,CA,CSRS Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
3. Ibu Mariyam Zanariah, SE, M.M Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
4. Ibu Dr. Ir. Hj. Yusro Hakimah, M.M. Selaku Pembimbing I.
5. Bapak Rudi Chairudin, S.E.,M.P Selaku Pembimbing II.

6. Seluruh dosen dan civitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
7. Bank BRI KCP Ampera Cabang Palembang A'rivai yang telah memberikan akses terbuka untuk melakukan penelitian.
8. Keluarga besar yang selalu memberikan semangat.
9. Alamamater Manajemen Angkatan 2020

Penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan skripsi ini juga terbuka atas masukan berupa kritik dan saran dari semua pihak untuk menjadi sempurna.

Palembang, Maret 2024

Penulis

Muhammad Habib Mubarak

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Kajian Teori	10
2.1.1 Minat Masyarakat Menjadi Nasabah	10
2.1.2 Kualitas Layanan	12
2.1.3 Persepsi Nasabah	15
2.1.4 Ekspetasi Nasabah	19
2.1.5 Loyalitas Nasabah.....	23
2.2 Penelitian Lain yang Relevan	26
2.3 Kerangka Berfikir	28
2.4 Hipotesis Penelitian	31
BAB III	33
METODOLOGI PENELITIAN.....	33

3.1	Tempat dan Waktu Penelitian.....	33
3.2	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	34
3.2.1	Sumber Data	34
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.3	Populasi, Sampel dan Sampling.....	36
3.3.1	Populasi.....	36
3.3.2	Sampel	36
3.3.3	<i>Sampling</i>	38
3.4	Rancangan Penelitian.....	38
3.5	Variabel dan Definisi Operasional.....	39
3.5.1	Variabel Penelitian.....	39
3.5.2	Definisi Operasional	39
3.6	Instrumen Penelitian	42
3.7	Teknik Analisis Data	43
3.7.1	Uji Instrumen	43
3.7.2	Metode Analisis Data.....	45
3.7.3	Analisis Koefisien Korelasi	47
3.7.4	Analisis Koefisien Determinasi	48
3.7.5	Uji Hipotesis	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		52
4.1	Hasil Penelitian	52
4.1.1	Sejarah Bank Rakyat Indonesia	52
4.1.2	Visi dan Misi Bank Rakyat Indonesia	53
4.1.3	Struktur Organisasi	53
4.1.4	Hasil Uji Validitas	54
4.1.5	Hasil Uji Reliabilitas.....	57
4.1.6	Hasil Analisis Data	58
4.1.7	Hasil Analisis Koefisien Korelasi.....	62
4.1.8	Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	63
4.1.9	Hasil Uji Hipotesis.....	64
4.2	Pembahasan	65
4.2.1	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat	65

4.2.2	Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah Terhadap Minat	66
4.2.3	Analisis Pengaruh Ekspektasi Nasabah Terhadap Minat	67
4.2.4	Analisis Pengaruh Loyalitas Nasabah Terhadap Minat	68
BAB V KESIMPULAN		69
5.1	Kesimpulan	69
5.2	Saran	70
DAFTAR PUSTAKA		71

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Yang Relevan.....	26
Tabel 3. 1 Kegiatan Penelitian	33
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	40
Tabel 3. 3 Skala Likert	43
Tabel 3. 4 Intrepretasi Korelasi (r).....	48
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X_1).....	54
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Nasabah (X_2).....	55
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Ekpektasi Nasabah (X_3)	55
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Nasabah (X_4)	56
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Minat (Y).....	56
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitaa.....	57
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas	58
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	59
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Regresi Berganda	61
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Koefisien Korelasi	63
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	63
Tabel 4. 12 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	64
Tabel 4. 13 Hasil Uji Parsial (Uji t)	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	31
-------------------------------------	----

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Habib Mubarak

NIM : 2001110505

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Prodi : Manajemen/S1

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Nasabah, Ekspektasi Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Pada Bank BRI KCP Ampera Cabang Palembang A'rivai." dibuat dengan sungguh-sungguh dan tidak melakukan penjiplakan/plagiat terhadap karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya siap untuk menanggung segala konsekuensinya.

Palembang, 15 Maret 2024



Muhammad Habib Mubarak

ABSTRAK

Muhammad Habib Mubarak, Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Nasabah, Ekspektasi Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Pada Bank BRI KCP Ampera Cabang Palembang A’rivai. (Dibawah bimbingan Ibu Dr. Ir. Hj. Yusro Hakimah, M.M. dan Bapak Rudy Chairudin, S.E.,M.P)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas layanan, persepsi nasabah, ekspektasi nasabah, dan loyalitas nasabah berpengaruh secara simultan dan secara parsial terhadap minat masyarakat menjadi nasabah pada Bank BRI KCP Ampera Cabang Palembang A’rivai. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 97 orang responden yang merupakan nasabah Bank BRI KCP Ampera Cabang Palembang A’rivai yang melakukan transaksi pada Customer Service dan Teller. Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS Versi 25.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Layanan, Persepsi Nasabah, Ekspektasi Nasabah, dan Loyalitas Nasabah berpengaruh secara simultan terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah pada Bank BRI KCP Ampera Cabang Palembang A’Rivai. Kualitas Layanan berpengaruh secara parsial terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah pada Bank BRI KCP Ampera Cabang Palembang A’Rivai. Persepsi Nasabah tidak berpengaruh secara parsial terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah pada Bank BRI KCP Ampera Cabang Palembang A’Rivai. Ekspektasi Nasabah tidak berpengaruh secara parsial terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah pada Bank BRI KCP Ampera Cabang Palembang A’Rivai. Loyalitas Nasabah berpengaruh secara parsial terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah pada Bank BRI KCP Ampera Cabang Palembang A’Rivai.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Persepsi Nasabah, Ekspektasi Nasabah, Loyalitas Nasabah, Minat Masyarakat Menjadi Nasabah.

ABSTRACT

Muhammad Habib Mubarak, The Influence of Service Quality, Customer Perception, Customer Expectations and Customer Loyalty on Public Interest in Becoming Customers at Bank BRI KCP Ampera, Palembang A'rivai Branch. (Under the guidance of Mrs. Dr. Ir. Hj. Yusro Hakimah, M.M. and Mr. Rudy Chairudin, S.E., M.P)

This research aims to find out whether service quality, customer perception, customer expectations and customer loyalty simultaneously and partially influence people's interest in becoming customers at Bank BRI KCP Ampera, Palembang A'rivai Branch. The sample used in this research was 97 respondents who were customers of Bank BRI KCP Ampera Palembang A'rivai Branch who carried out transactions with Customer Service and Tellers. The data analysis technique in this research is multiple linear regression analysis using the SPSS Version 25.0 program.

The research results show that Service Quality, Customer Perception, Customer Expectations and Customer Loyalty simultaneously influence the public's interest in becoming customers at Bank BRI KCP Ampera, Palembang A'Rivai Branch. Service quality partially influences public interest in becoming customers at Bank BRI KCP Ampera, Palembang A'Rivai Branch. Customer perception does not partially influence the public's interest in becoming customers at Bank BRI KCP Ampera, Palembang A'Rivai Branch. Customer expectations do not partially influence the public's interest in becoming customers at Bank BRI KCP Ampera Palembang A'Rivai Branch. Customer loyalty partially influences the public's interest in becoming customers at Bank BRI KCP Ampera Palembang A'Rivai Branch.

Keywords: Service Quality, Customer Perception, Customer Expectations, Customer Loyalty, Public Interest in Becoming Customers.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Muhammad Habib Mubarok
TTL : Napallicin, 08 November 2000
NPM : 2001110505
Agama : Islam
Alamat : Jl. RH Najamudin Komp D'miro Residence Blok D-31 Rt
003 Rw 001 Kel. Sukamaju Kec. Sako Palembang
Nomor HP : 082376495801
Email : habibmubarok774@gmail.com
Riwayat Pendidikan :
- SD Negeri Napallicin 2007-2013
- SMP Negeri Napallicin 2013-2016
- SMA Negeri 14 Palembang 2016-2019
- Universitas Tridinanti 2020-2024

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasca terjadinya pandemi *covid-19*, dunia perbankan Indonesia saat ini tengah menghadapi potensi tekanan ekonomi global. Hal tersebut dikarenakan adanya upaya pemerintah dalam melakukan pemulihan ekonomi akibat dampak dari kebijakan-kebijakan yang diterapkan pada masa pandemi. Bank memiliki peran penting dalam upaya percepatan ekonomi dikarenakan menyediakan bantuan likuiditas kepada nasabah yang mengalami kesulitan keuangan. Memahami minat nasabah menjadi salah satu metode yang membantu bank dalam menyesuaikan produk dan layanan mereka dengan kebutuhan dan preferensi nasabah, sehingga dapat mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar.

Mahmudah (2021) menyatakan bahwa minat yaitu kecenderungan tertarik pada sesuatu yang relatif tetap untuk lebih memperhatikan dan mengingat secara terus menerus yang diikuti rasa senang untuk memperoleh kepuasan dalam mencapai kepuasan penggunaan teknologi. Untuk dapat meningkatkan minat masyarakat menjadi nasabah, tidak hanya didukung oleh sumberdaya manusia yang profesional dan memiliki pengalaman praktis dalam sistem perbankan, tetapi juga oleh citra merek, kualitas layanan, dan persepsi nasabah atas produk-produk yang ditawarkan.

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat, salah satunya adalah kualitas layanan. Meithiana Indrasari (2019:61) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa,

sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan oleh nasabah. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan Kotler (2019). Penelitian yang dilakukan oleh Arianto & Difa (2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap minat beli, sedangkan penelitian yang dilakukan Aptaguna dkk (2016) menyatakan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap minat beli.

Menurut Merry & Makmun, (2021). Persepsi ialah interpretasi langsung terhadap sesuatu. Persepsi sama dengan sudut pandang seseorang terhadap sesuatu yang didapatkan dari informasi yang telah mereka atau orang lain peroleh, hasil dari informasi yang telah diketahui tersebut selanjutnya seseorang akan mengambil kesimpulan hingga membentuk sebuah penilaian terhadap sesuatu tersebut. Persepsi nasabah terhadap Bank BRI juga dapat mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah Bank BRI. Misalnya menjaga citra dan reputasi bank dapat mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah Bank BRI. Oleh karena itu, penting bagi Bank BRI untuk menjaga citra dan reputasi positif untuk mempertahankan nasabahnya. Penelitian yang dilakukan oleh Aprileny dkk (2024) menyatakan bahwa persepsi resiko berpengaruh terhadap minat menabung nasabah, sedangkan penelitian Hani'in, U., & Santosa, H. (2022) menyatakan bahwa persepsi nasabah tidak berpengaruh terhadap minat produk.

Menurut Zeithaml dalam Nurfajriani (2020:20) menyatakan bahwa ekspektasi atau harapan pelanggan adalah semua hal yang menjadi keinginan atas

suatu produk yang akan didapatkan sehingga terbentuk keyakinan pelanggan yang dijadikan pedoman untuk menilai hasil dari penggunaan produk tersebut. Ekspektasi nasabah terhadap Bank BRI juga dapat mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabahnya. Memenuhi atau melampaui harapan nasabah dapat meningkatkan minat masyarakat menjadi nasabah. Oleh karena itu, penting bagi Bank BRI untuk memahami dan memenuhi harapan nasabah untuk mempertahankan minat masyarakat menjadi nasabah Bank BRI. Penelitian yang dilakukan oleh Anggraini. A (2022) menyatakan bahwa ekspektasi pelanggan berpengaruh terhadap minat beli sedangkan menurut Iskandar dkk (2022) menyatakan ekspektasi konsumen tidak berpengaruh terhadap minat beli.

Tjiptono dalam Indah (2018:259) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah pembelian ulang semata mata menyangkut pembelian merek tertentu yang sama secara berulang kali. Sedangkan menurut Hurriyati dalam Gultom, (2020:173) loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Loyalitas adalah kesetiaan nasabah yang diberikan kepada produk tersebut bahwa produk tersebut telah memenuhi kebutuhan nasabah. Loyalitas nasabah dapat diukur melalui beberapa aspek, seperti kecenderungan nasabah untuk memperpanjang kontrak atau memperbanyak transaksi di bank yang sama. Penelitian yang dilakukan oleh Hastuti (2018) menyatakan loyalitas berpengaruh terhadap minat

beli ulang, sedangkan Wijaksono dkk (2022) menyatakan loyalitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung.

Penelitian ini dilakukan pada salah satu perusahaan perbankan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yaitu BRI KCP Ampera Cabang Palembang A'rivai. BRI telah dipercaya menjadi salah satu lembaga keuangan sejak tahun 1895. Berikut ini disajikan data mengenai nasabah yang bertransaksi pada *customer service* dan *teller* pada BRI KCP Ampera Cabang Palembang A'rivai sepanjang September sampai dengan November 2023.

Tabel 1.1

**Data Nasabah Bertransaksi di *Customer Servis*
bulan September-November 2023**

No	Jenis transaksi	September	Oktober	November
1.	Buka Tabungan	76	84	96
2.	Aktivasi Brimo	134	148	126
3.	Deposito	6	4	3
4.	Pergantian Kartu Debit	122	146	148
Total		338	382	373

Sumber : BRI KCP Ampera Palembang A'rivai, (2023)

Tabel 1.1 diatas memperlihatkan transaksi di *customer service* dari bulan September hingga November 2023 tingkat nasabah bertransaksi di Bank BRI KCP Ampera Cabang Palembang A'rivai tidak merata atau bisa dikatakan berubah-ubah setiap bulan nya. Dimana jumlah nasabah bertransaksi di *customer service* itu naik turun. Pada bulan September yaitu 338 nasabah, kemudian terjadi kenaikan di bulan Oktober menjadi 382 nasabah dan di bulan November terjadi penurunan menjadi 373 nasabah. Biasanya kenaikan jumlah transaksi itu pada saat awal bulan

dikarenakan banyak transaksi pensiunan sehingga membuat petugas customer servis meningkatkan kualitas layanan.

Tabel 1.2
Data Nasabah Bertransaksi di *Teller*
bulan September-November 2023

No.	Jenis Transaksi	September	Oktober	November
1.	Tarik Tunai	324	323	334
2.	Setor Tunai	396	601	502
Total		720	924	836

Sumber : BRI KCP Ampera Palembang A'rivai, (2023)

Tabel 1.2 diatas memperlihatkan transaksi di *teller* dari bulan September hingga November 2023 tingkat nasabah bertransaksi di Bank BRI KCP Ampera Cabang Palembang A'rivai tidak merata atau bisa dikatakan fluktuatif (berubah-ubah) setiap bulan nya. Dimana jumlah nasabah bertransaksi di *teller* itu naik turun, pada bulan September yaitu 720 nasabah, kemudian terjadi kenaikan di bulan Oktober menjadi 924 nasabah dan di bulan November terjadi penurunan menjadi 836 nasabah. Biasanya kenaikan jumlah transaksi itu pada saat bantuan turun sehingga membuat petugas *teller* meningkatkan kualitas layanan-nya.

Secara keseluruhan jelas bahwa kualitas pelayanan, persepsi nasabah, ekspektasi nasabah dan loyalitas nasabah merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah Bank BRI. Dengan meningkatkan pelayanan dan fasilitas, menjaga citra dan reputasi positif, memenuhi ekspektasi nasabah, serta loyal kepada nasabah Bank BRI dapat meningkatkan minat masyarakat menjadi nasabah. Dalam hal ini, Bank perlu memperhatikan dan

meningkatkan kualitas layanan, serta memperkuat loyalitas nasabah untuk meningkatkan minat masyarakat menjadi nasabah pada Bank BRI secara keseluruhan. Bank dapat meningkatkan kualitas layanan dengan meningkatkan responsibilitas, keandalan, dan empati dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Bank juga dapat meningkatkan kualitas produk dengan menawarkan produk yang lebih inovatif dan sesuai dengan kebutuhan nasabah, serta meningkatkan keandalan dan fitur produk yang tersedia.

Berdasarkan fenomena di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Nasabah, Ekspektasi Nasabah dan Loyalitas Nasabah Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Pada Bank BRI KCP Ampera Cabang Palembang A’Rivai”**.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah adalah formulasi atau penyajian masalah yang akan diteliti dalam suatu penelitian atau studi. Rumusan masalah merupakan bagian penting dari suatu penelitian karena membantu menentukan arah penelitian tersebut. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan, persepsi nasabah, ekspektasi nasabah, dan loyalitas nasabah berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah pada Bank BRI KCP Ampera Cabang Palembang A’rivai?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat menjadi nasabah pada Bank BRI KCP Ampera Cabang Palembang A’rivai?

3. Apakah persepsi nasabah berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat menjadi nasabah pada Bank BRI KCP Ampera Cabang Palembang A'rivai?
4. Apakah ekspektasi nasabah berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat menjadi nasabah pada Bank BRI KCP Ampera Cabang Palembang A'rivai?
5. Apakah loyalitas nasabah berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat menjadi nasabah pada Bank BRI KCP Ampera Cabang Palembang A'rivai?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, tujuan yang ingin dicapai dari peneliti adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan kualitas layanan, persepsi nasabah, ekspektasi nasabah dan loyalitas nasabah terhadap minat masyarakat menjadi nasabah pada Bank BRI KCP Ampera Cabang Palembang A'rivai.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial kualitas layanan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah pada Bank BRI KCP Ampera Cabang Palembang A'rivai.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial persepsi nasabah terhadap minat masyarakat menjadi nasabah pada Bank BRI KCP Ampera Cabang Palembang A'rivai.

4. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial ekspektasi nasabah terhadap minat masyarakat menjadi nasabah pada Bank BRI KCP Ampera Cabang Palembang A'rivai.
5. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial loyalitas nasabah terhadap minat masyarakat menjadi nasabah pada Bank BRI KCP Ampera Cabang Palembang A'rivai.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah untuk menyelidiki keadaan dari, alasan untuk, dan konsekuensi terhadap suatu set keadaan khusus.

1. Bagi Peneliti

Dapat menambahkan wawasan dan ilmu pengetahuan mengenai tentang kualitas layanan, persepsi nasabah, ekspektasi nasabah, dan loyalitas nasabah terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank BRI.

2. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai referensi pada penelitian-penelitian yang akan dilakukan dimasa yang akan mendatang.

3. Bagi Perusahaan

Untuk meningkatkan kualitas layanan, meningkatkan citra Bank BRI dan menambah minat masyarakat menjadi nasabah Bank BRI. Dengan meningkatkan kualitas layanan, persepsi nasabah, ekspektasi nasabah dan loyalitas nasabah, Bank BRI KCP Ampera Cabang Palembang A'rivai dapat meningkatkan citra mereka di mata nasabah dan masyarakat sehingga menambah minat masyarakat menjadi nasabah Bank BRI. Hal ini dapat

membantu Bank BRI untuk memperluas pangsa pasar mereka dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap bank tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, R. D. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di Rsud Pasirian Kabupaten Lumajang.
- Akbar, M. A. (2023). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 393-399.
- Amir, E. F. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan LRT Di Kota Malang* (Doctoral dissertation, ITN MALANG).
- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal pemasaran kompetitif*, 1(2), 83-101.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermawati, A. (2023). Pengaruh Penanganan Keluhan, Komunikasi Pemasaran dan Kepercayaan terhadap Loyalitas (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 1(1), 14-28.
- Hutagalung, M. A. K. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan bagi hasil terhadap minat masyarakat menjadi nasabah bank syari'ah. *Jurnal Al-Qasd Islamic Economic Alternative*, 1(2), 228-239.
- Khairunnisa, K., & Inayatillah, I. (2023). Pengaruh Kedekatan Emosional Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bsi Kcp 1 Ulee Kareng Banda Aceh. *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 5(1), 63-78.
- Komariyah, F., & Farhan, A. (2020). Pengaruh persepsi masyarakat terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah studi kasus pada masyarakat kota Sidoarjo dan surabaya. *Media Mahardhika*, 18(3), 341-344.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). In *Marketing Management* (p. 27). Pearson Pretice Hall.
- Mahmudah, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kualitas Layanan, Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking 2020 (Studi Kasus Nasabah Bri Kc

- Semarang). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 6(2), 419-441.
- Mulyapradana, Atik., Anjarini, Aria. D., & Harnoto, H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 3(1), 26-38.
- Musdhalifa, D., & Syaifudin, M. (2023). Persepsi Dan Komunikasi Dalam Organisasi Pendidikan. *Jurnal Al-Kifayah: Ilmu Tarbiyah dan Keguruan*, 2(1), 69-83.
- Meithiana, I. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan.
- Novandalina, A., & Rianawati, T. (2021). Analisis Persepsi Nasabah Mengenai Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Simpan Pinjam Di KSP Artha Buwana Gembong. *Jurnal Visi Manajemen*, 7(1), 56-65.
- Pebrianto, R. M., & Zulbetti, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Perkreditan Rakyat Kerta Raharja Kantor Pusat Soreang. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(1), 233-237.
- Pradana, M. I., Wangi, M. S., & Siswanto, S. (2023). Persepsi Pelanggan Outsolesecond Tentang Kualitas Pelayanan Seller dan Kepuasan Pelanggan. *Solidaritas: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 7(1).
- Priansa, D. J. (2017). Perilaku Konsumen. Bandung: Alfabeta.
- Rabiqy, Y. (2019). Pengaruh Ekspektasi Pelanggan, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Internet Telkomsel Di Banda Aceh. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 1(1).
- Riyanto, A. (2023). Optimalisasi Kualitas Layanan Untuk Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Jasa Rumah Sakit di Banyuwangi. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 162-173.
- Robby. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Padang Tour Wisata Pulau Padang. *Jurnal EKOBISTEK Fakultas Ekonomi*. Vol. 6, No. 2.

- Satria, F., & Astarini, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1911-1924.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2018). *Consumer Behaviour* (10th ed). New Jersey, Pearson Prentice Hall
- Sribakti, K., & Nurkariani, N. L. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Jasa dan Kualitas Produk Perbankan Melalui Kepuasan Nasabah Yang Berdampak Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BRI Singaraja. *Jurnal Daya Saing*, 9(1), 49-56.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet, CV
- Sugiyono (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet, CV.
- Sukarelawati, S., Rizkiya, D., & Hasbiyah, D. (2023). Kompetensi Komunikasi Interpersonal Marketing Officer Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Umkm. *Jurnal Komunikatio*, 9(1), 31-39.
- Sutiyem, S., & Fitri, T. A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ulak Karang Padang. *Jurnal Pundi*, 5(3), 351-360.
- Syahputri, N. M., & Marliyah, M. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Terhadap Thrif Shopping di Kalangan Mahasiswa UINSU. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 282-296.
- Wiguna, M. A., & Padmanty, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 12(2), 379-394.
- Zusmawati, Z., Magdalena, M., Fernos, J., & Ramadhani, A. S. (2023). Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung. *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 470-482.