

## **ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pelayanan prima customer service terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (BNI) KCP Universitas Siliwangi, dengan fokus pada mahasiswa aktif Jurusan D-3 Perbankan dan Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi angkatan 2022–2024. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian explanatory research. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 85 responden yang dipilih menggunakan teknik simple random sampling dan dianalisis dengan regresi linear sederhana menggunakan bantuan program SPSS.*

*Variabel independen dalam penelitian ini adalah pelayanan prima yang diukur berdasarkan lima dimensi SERVQUAL (reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles), sedangkan variabel dependen adalah kepuasan nasabah yang mencakup kesesuaian harapan, persepsi terhadap kualitas layanan, loyalitas, keinginan merekomendasikan, dan tingkat keluhan. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa pelayanan prima memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi ( $p$ -value) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,490 mengindikasikan bahwa 49% variasi dalam kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan prima.*

*Dimensi pelayanan paling dominan dalam memengaruhi kepuasan nasabah adalah responsiveness (kecepatan pelayanan) dan empathy (keramahan petugas). Penelitian ini menegaskan bahwa baik layanan langsung (tatap muka) maupun digital (seperti mobile banking) yang diberikan oleh customer service BNI berkontribusi positif terhadap peningkatan kepuasan mahasiswa sebagai nasabah.*

*Kata Kunci: Pelayanan Prima, Kepuasan Nasabah, Customer Service, Servqual*

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of excellent customer service on customer satisfaction at PT. Bank Negara Indonesia (BNI) KCP Universitas Siliwangi, focusing on active students of the D-3 Banking and Finance Program, Faculty of Economics and Business, Universitas Siliwangi, from the 2022–2024 academic years. The method used is a quantitative approach with explanatory research. Data collection was carried out through questionnaires distributed to 85 respondents selected using simple random sampling and analyzed using simple linear regression with the help of SPSS software.*

*The independent variable in this study is excellent service, measured based on the five SERVQUAL dimensions (reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles). The dependent variable is customer satisfaction, which includes expectation fulfillment, perception of service quality, loyalty, willingness to recommend, and complaint level. The regression test results show that excellent service has a significant influence on customer satisfaction, with a significance value (p-value) of 0.000, which is smaller than 0.05. The coefficient of determination ( $R^2$ ) of 0.490 indicates that 49% of the variation in customer satisfaction can be explained by the quality of excellent service.*

*The most dominant dimensions influencing customer satisfaction are responsiveness (speed of service) and empathy (friendliness of the staff). This research confirms that both direct services (face-to-face) and digital services (such as mobile banking) provided by BNI customer service positively contribute to increasing student customer satisfaction.*

*Keywords: Excellent Service, Customer Satisfaction, Customer Service, Servqual*