

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH

2.1 Tinjauan Pusaka

2.1.1 Kualitas Pelayanan Prima

Kualitas pelayanan prima merupakan konsep yang sangat penting dalam dunia pelayanan, terutama dalam industri perbankan yang mengutamakan interaksi langsung antara pegawai dan nasabah. Pelayanan prima tidak hanya sekadar kemampuan memberikan layanan secara cepat, sopan, dan sesuai prosedur, tetapi merupakan suatu bentuk komitmen menyeluruh yang bertujuan memberikan pengalaman pelayanan terbaik bagi setiap nasabah. Dalam konteks perbankan, pelayanan prima menjadi salah satu ukuran utama keberhasilan lembaga keuangan dalam mempertahankan kepercayaan dan loyalitas nasabah. Mengingat bank tidak hanya menjual produk, tetapi juga menjual kepercayaan, maka kualitas pelayanan menjadi bagian yang melekat dan menentukan bagaimana nasabah memandang lembaga keuangan tersebut.

Menurut Rangkuti (2017), pelayanan prima adalah kemampuan memberikan layanan kepada pelanggan secara profesional, menyeluruh, dan terpadu sehingga mampu memenuhi bahkan melebihi harapan pelanggan. Pelayanan prima bukan sekadar standar layanan teknis, tetapi merupakan kombinasi dari sikap, tindakan, kompetensi, serta kualitas interaksi manusia. Dalam sektor perbankan yang penuh dengan persaingan, pelayanan prima menjadi faktor kunci pembeda karena produk

perbankan relatif sama antara satu bank dan bank lain. Hal ini menjadikan kualitas pelayanan sebagai nilai tambah yang sangat penting dalam menjaga loyalitas nasabah.

Firmansyah (2021) menjelaskan bahwa pelayanan prima merupakan bentuk penerapan nilai profesionalisme untuk menciptakan layanan yang memberikan kepuasan bagi nasabah. Pelayanan prima bertujuan menciptakan pengalaman yang konsisten dan positif. Pengalaman tersebut didapat melalui interaksi yang ramah, proses yang mudah, penyampaian informasi yang jelas, serta penanganan keluhan secara cepat dan tepat. Perbankan merupakan industri yang sangat bergantung pada kualitas interaksi manusia, sehingga pelayanan prima menjadi indikator penting untuk menilai kualitas layanan secara keseluruhan.

Untuk memahami kualitas pelayanan prima secara lebih mendalam, terdapat enam prinsip utama yang sering dijadikan pedoman dalam memberikan layanan terbaik, yaitu A6: *Ability, Attitude, Appearance, Attention, Action*, dan *Accountability*.

a. *Ability* (Kemampuan)

Kemampuan merupakan standar dasar pelayanan yang meliputi keahlian, pengetahuan, kompetensi, dan keterampilan yang dimiliki pegawai dalam memberikan pelayanan. Pegawai bank harus memahami secara mendalam setiap produk perbankan, seperti tabungan, deposito, kredit, serta layanan lainnya. Selain itu, pegawai harus memahami aturan internal bank, prosedur operasional, serta

teknologi yang digunakan dalam sistem perbankan. Kemampuan lain yang harus dimiliki adalah kemampuan berkomunikasi dengan baik. Pegawai harus dapat menyampaikan informasi dengan jelas, terstruktur, akurat, serta mudah dipahami oleh nasabah. Kurangnya kemampuan pegawai dapat menyebabkan kesalahan layanan dan menurunkan kualitas persepsi nasabah terhadap bank.

b. *Attitude* (Sikap)

Sikap merupakan unsur utama yang berperan penting dalam menciptakan citra positif layanan. Sikap pegawai bank harus mencerminkan keramahan, kesopanan, empati, dan penghargaan kepada nasabah. Pelayanan yang diberikan dengan sikap positif akan menciptakan kenyamanan emosional bagi nasabah. Sikap kurang ramah, kurang peduli, atau kurang komunikatif akan memberikan pengalaman negatif yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Bank harus menanamkan nilai-nilai pelayanan prima pada setiap pegawai agar mereka memiliki kesadaran untuk melayani dengan sepenuh hati.

c. *Appearance* (Penampilan)

Penampilan pegawai merupakan simbol profesionalitas dan kredibilitas lembaga perbankan. Penampilan mencakup kerapian, kebersihan, kesopanan berpakaian, serta sikap tubuh yang baik. Selain penampilan pegawai, faktor *appearance* juga mencakup kondisi lingkungan fisik kantor bank, seperti kebersihan ruang tunggu, kenyamanan fasilitas, ketersediaan tempat duduk, pencahayaan yang cukup, dan penataan ruangan yang tertib. Penampilan fisik yang

baik akan memberikan kesan positif kepada nasabah dan meningkatkan tingkat kenyamanan mereka saat bertransaksi.

d. *Attention* (Perhatian)

Perhatian adalah kepedulian pegawai terhadap kebutuhan, pertanyaan, dan keinginan nasabah. Perhatian mencakup kesediaan pegawai untuk mendengarkan keluhan, memahami permasalahan yang dihadapi nasabah, serta memberikan solusi yang tepat. Menurut Zulkarnain & Sumarsono (2018), perhatian dan empati merupakan faktor penting yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Perhatian dapat diwujudkan melalui sikap mendengarkan aktif, tidak memotong pembicaraan, serta memberikan respons positif terhadap masalah yang disampaikan oleh nasabah.

e. *Action* (Tindakan)

Tindakan merupakan tindakan nyata yang dilakukan pegawai dalam memberikan layanan kepada nasabah. Tindakan mencakup kecepatan memberikan pelayanan, ketepatan prosedur, ketelitian dalam mencatat data, serta kesigapan dalam menangani kebutuhan nasabah. Dalam industri perbankan, waktu adalah hal yang sangat penting. Layanan yang lambat, berbelit-belit, atau tidak efisien dapat menyebabkan ketidakpuasan nasabah. Oleh karena itu, pegawai bank harus bertindak cepat, tepat, dan efisien tanpa mengurangi akurasi pekerjaan.

f. *Accountability* (Tanggung Jawab)

Accountability merupakan bentuk komitmen pegawai dalam memberikan informasi yang benar, jujur, transparan, serta dapat dipertanggungjawabkan. Tanggung jawab juga meliputi komitmen untuk menyelesaikan masalah nasabah hingga tuntas. Dalam dunia perbankan yang melibatkan keamanan data dan transaksi, tanggung jawab pegawai menjadi hal yang sangat penting. Pegawai yang menunjukkan tanggung jawab akan meningkatkan rasa aman dan kepercayaan nasabah terhadap bank.

Secara keseluruhan, enam prinsip pelayanan prima tersebut merupakan pedoman dalam menciptakan kualitas layanan yang unggul. Bank yang mampu menyediakan pelayanan prima secara konsisten akan memiliki keunggulan kompetitif dalam menjaga loyalitas nasabah. Pelayanan prima tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan kebutuhan nasabah, tetapi juga sebagai strategi jangka panjang dalam membentuk citra positif dan meningkatkan daya saing lembaga perbankan.

Dengan demikian, kualitas pelayanan prima merupakan fondasi penting yang harus diperhatikan oleh setiap lembaga perbankan, termasuk Perumda BPR Galuh Ciamis. Pelayanan prima yang diterapkan secara konsisten akan berdampak positif terhadap persepsi nasabah, menciptakan kepuasan, meningkatkan loyalitas, serta memperkuat hubungan jangka panjang antara nasabah dan bank.

2.1.2 Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan salah satu indikator paling penting dalam menilai keberhasilan suatu lembaga perbankan dalam memberikan pelayanan. Dalam konteks perbankan modern, kepuasan nasabah tidak hanya dilihat sebagai tujuan akhir dari penyediaan layanan, tetapi juga sebagai strategi penting untuk mempertahankan loyalitas nasabah, menciptakan hubungan jangka panjang, dan memperkuat posisi kompetitif bank di tengah persaingan industri. Nasabah yang merasa puas akan cenderung bertahan lebih lama, melakukan transaksi berulang, serta memberikan rekomendasi positif kepada orang lain. Sebaliknya, ketidakpuasan nasabah dapat berdampak pada hilangnya kepercayaan, berkurangnya loyalitas, dan akhirnya memengaruhi citra serta profitabilitas bank.

Menurut Kotler dan Keller (2016), kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara persepsi mereka terhadap kinerja jasa yang diterima dengan harapan mereka sebelum menerima layanan tersebut. Jika layanan yang diterima sesuai dengan harapan, pelanggan akan merasa puas. Jika layanan melampaui harapan, maka pelanggan akan merasa sangat puas. Namun, jika layanan lebih rendah dari harapan, pelanggan akan merasa kecewa. Dengan demikian, kepuasan nasabah sangat bergantung pada bagaimana lembaga perbankan dapat memberikan pelayanan sesuai atau bahkan melebihi harapan yang diinginkan nasabah.

Dalam industri perbankan, kepuasan nasabah merupakan sesuatu yang kompleks karena melibatkan banyak aspek pelayanan, mulai dari kualitas interaksi pegawai,

keamanan sistem, kenyamanan fasilitas, kecepatan transaksi, hingga kemudahan akses informasi. Produk perbankan seperti tabungan, kredit, atau deposito sejatinya mudah ditiru oleh bank lain, sehingga pengalaman layanan (*service experience*) menjadi faktor pembeda utama yang memengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Penelitian oleh Fianto, Rahmawati, dan Supriani (2021) menyatakan bahwa layanan yang cepat, aman, mudah, dan responsif memberikan kontribusi signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah dalam pelayanan perbankan.

Untuk memahami kepuasan nasabah secara lebih mendalam, terdapat empat dimensi penting yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu Kenyamanan (*Comfort*), Kepercayaan (*Trust*), Keramahan Pelayanan (*Friendliness*), dan Persepsi Kualitas (*Perceived Quality*). Keempat dimensi tersebut mewakili aspek fisik, emosional, kognitif, dan psikologis yang membentuk pengalaman pelayanan nasabah secara keseluruhan.

a. Kenyamanan (*Comfort*)

Kenyamanan merupakan dimensi penting dalam membentuk kepuasan nasabah. Dimensi ini mencakup kondisi fisik lingkungan bank, seperti ruang tunggu yang bersih, tata letak ruangan yang rapi, ketersediaan tempat duduk yang memadai, pencahayaan yang baik, serta suhu ruangan yang nyaman. Kenyamanan juga mencakup kelancaran proses transaksi, kemudahan dalam mengambil nomor antrian, kemudahan memperoleh informasi, serta keramahan pegawai dalam mengarahkan nasabah. Nasabah yang merasa nyaman sejak memasuki kantor bank akan cenderung memiliki persepsi positif terhadap kualitas layanan.

Dalam konteks Perumda BPR Galuh Ciamis, kenyamanan menjadi aspek yang perlu diperhatikan karena sebagian besar nasabah datang secara langsung ke kantor untuk melakukan transaksi. Oleh karena itu, bank harus menjaga fasilitas fisik dengan baik serta memastikan bahwa proses transaksi tidak memakan waktu lama. Jika lingkungan fisik dan proses layanan mendukung kenyamanan, maka tingkat kepuasan nasabah akan meningkat secara signifikan.

b. Kepercayaan (*Trust*)

Kepercayaan adalah faktor yang sangat penting dalam perbankan, karena nasabah mempercayakan aset mereka kepada lembaga keuangan. Kepercayaan mencakup keyakinan nasabah bahwa bank mampu menjaga keamanan data mereka, melindungi dana mereka, dan memberikan layanan secara profesional serta bertanggung jawab. Menurut Hidayat (2022), kepercayaan merupakan faktor yang memediasi hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Semakin tinggi kepercayaan nasabah terhadap bank, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang mereka rasakan.

Kepercayaan dapat dibangun melalui profesionalisme pegawai, kejelasan informasi, akurasi transaksi, keamanan sistem perbankan, dan konsistensi dalam memberikan pelayanan. Misalnya, jika pegawai mampu memberikan informasi yang jujur dan transparan, nasabah akan merasa lebih aman dalam melakukan transaksi. Selain itu, jika sistem keamanan bank dapat mencegah adanya risiko penipuan atau pencurian data, maka kepercayaan nasabah terhadap bank akan semakin kuat.

c. Keramahan Pelayanan (*Friendliness*)

Keramahan merupakan salah satu aspek emosional yang berperan besar dalam membentuk kepuasan nasabah. Keramahan mencakup sikap pegawai yang ramah, sopan, menghargai nasabah, serta memiliki kemampuan berkomunikasi dengan baik. Sikap pegawai yang ramah dapat menciptakan suasana yang menyenangkan, sehingga nasabah merasa dihargai dan dilayani dengan baik. Penelitian oleh Zulkarnain & Sumarsono (2018) menunjukkan bahwa keramahan pegawai memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah perbankan, karena interaksi interpersonal yang positif dapat meningkatkan pengalaman emosional nasabah saat bertransaksi.

Keramahan tidak hanya ditunjukkan melalui ucapan, tetapi juga melalui ekspresi wajah, bahasa tubuh, serta kemampuan mendengarkan nasabah dengan penuh perhatian. Pegawai yang mampu berkomunikasi dengan jelas dan responsif terhadap kebutuhan nasabah dapat meningkatkan rasa nyaman dan kepercayaan nasabah. Dalam konteks pelayanan prima, keramahan merupakan bagian dari sikap profesional yang harus dimiliki setiap pegawai bank.

d. Persepsi Kualitas (*Perceived Quality*)

Persepsi kualitas merupakan penilaian subjektif nasabah terhadap kualitas layanan yang mereka terima. Persepsi kualitas mencakup kecepatan pelayanan, akurasi transaksi, kejelasan informasi, dan konsistensi layanan. Persepsi kualitas juga dipengaruhi oleh bagaimana nasabah menilai pelayanan yang mereka terima

dibandingkan dengan pelayanan yang diberikan oleh bank lain. Jika nasabah merasa bahwa layanan yang mereka terima dari bank tertentu lebih baik dibandingkan dengan bank lain, maka persepsi kualitas mereka akan meningkat.

Menurut Kotler dan Keller (2016), persepsi kualitas terbentuk dari kombinasi pengalaman langsung, pengaruh lingkungan, serta ekspektasi awal nasabah. Bank yang mampu memberikan layanan secara cepat, tepat, dan konsisten akan memperoleh penilaian yang baik dari nasabah. Persepsi kualitas yang positif akan meningkatkan tingkat kepuasan dan memperkuat hubungan antara nasabah dan bank.

Secara keseluruhan, keempat dimensi kepuasan nasabah tersebut menunjukkan bahwa kepuasan tidak hanya ditentukan oleh satu aspek saja, melainkan merupakan hasil dari berbagai faktor yang saling berinteraksi. Kepuasan nasabah dapat tercapai apabila bank mampu menyediakan lingkungan yang nyaman, membangun kepercayaan yang kuat, memberikan pelayanan yang ramah, serta menciptakan persepsi kualitas yang konsisten.

Dalam konteks Perumda BPR Galuh Ciamis, memahami kepuasan nasabah menjadi sangat penting untuk meningkatkan kualitas pelayanan, memperbaiki kelemahan yang ada, serta menjaga hubungan yang harmonis dengan masyarakat. Dengan tingkat kepuasan yang tinggi, nasabah akan merasa lebih loyal, melakukan transaksi secara berulang, dan bahkan merekomendasikan bank tersebut kepada orang lain. Oleh karena itu, pengelolaan kepuasan nasabah harus menjadi salah satu prioritas utama dalam strategi operasional bank.

2.1.3 Hubungan antara Kualitas Pelayanan prima dan Kepuasan Nasabah

Kualitas pelayanan prima merupakan elemen yang sangat menentukan tingkat kepuasan nasabah dalam dunia perbankan. Perbankan termasuk dalam kategori industri jasa (*service industry*) yang produk utamanya adalah kepercayaan dan pelayanan. Oleh karena itu, perbedaan antara satu bank dengan bank lainnya umumnya tidak hanya terletak pada jenis produk keuangan yang ditawarkan, tetapi pada seberapa baik pelayanan yang diberikan kepada nasabah.

Menurut Firmansyah (2016), pelayanan prima adalah pelayanan terbaik yang dilakukan dengan cepat, tepat, sopan, dan penuh tanggung jawab guna memberikan nilai lebih bagi pelanggan. Sementara Rangkuti (2017) menjelaskan bahwa pelayanan prima merupakan penyediaan layanan terbaik untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta harapan pelanggan dengan memperhatikan prinsip-prinsip dasar yang dikenal dengan A6, yaitu Ability (Kemampuan), Attitude (Sikap), Appearance (Penampilan), Attention (Perhatian), Action (Tindakan), dan Accountability (Tanggung Jawab).

Penerapan keenam prinsip pelayanan prima tersebut di dunia perbankan berperan penting dalam membentuk pengalaman nasabah yang berkualitas, sebagaimana dijelaskan berikut:

a. Ability (Kemampuan)

Kemampuan pegawai mencakup pengetahuan, keahlian, dan keterampilan teknis dalam memberikan layanan perbankan. Pegawai yang memiliki kemampuan

tinggi akan memberikan pelayanan yang cepat, akurat, dan solutif, sehingga nasabah merasa dihargai. Menurut Tjiptono (2019), kemampuan pelayanan yang baik akan menciptakan kepercayaan dan persepsi positif terhadap perusahaan jasa.

b. Attitude (Sikap)

Sikap ramah, sopan, dan profesional menciptakan kenyamanan psikologis bagi nasabah. Pegawai yang menunjukkan empati, menghormati waktu nasabah, dan memperlakukan nasabah dengan baik akan meningkatkan pengalaman emosional positif. Hal ini sesuai dengan pandangan Kotler & Keller (2016) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya ditentukan oleh hasil, tetapi juga oleh pengalaman interaksi selama proses pelayanan.

c. Appearance (Penampilan)

Penampilan pegawai dan suasana kantor yang bersih, tertata, dan nyaman menjadi cerminan profesionalitas lembaga keuangan. Penampilan yang rapi dan lingkungan kerja yang nyaman memberikan kesan bahwa bank memperhatikan detail dan kualitas, yang berpengaruh terhadap persepsi kepuasan nasabah (Eni Setyaningsih dkk., 2021).

d. Attention (Perhatian)

Perhatian terhadap kebutuhan dan permasalahan nasabah menunjukkan adanya empati dari pihak bank. Ketika pegawai menunjukkan kepedulian terhadap permasalahan nasabah, hal ini membangun hubungan emosional dan meningkatkan

kepercayaan. Zulkarnain & Sumarsono (2018) menemukan bahwa perhatian dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bank.

e. Action (Tindakan)

Tindakan nyata pegawai seperti respon cepat terhadap keluhan dan penyelesaian masalah dengan solusi yang tepat menjadi bentuk pelayanan prima yang paling dirasakan nasabah. Menurut Sebayang (2019), tindakan yang cepat dan tanggap dalam pelayanan mampu meningkatkan efisiensi serta persepsi kualitas layanan.

f. Accountability (Tanggung Jawab)

Tanggung jawab mencerminkan komitmen pegawai terhadap kebenaran informasi, kejujuran, dan keandalan dalam melayani nasabah. Nasabah akan merasa puas apabila bank memberikan jaminan kejelasan proses, ketepatan waktu, serta menepati janji yang telah disampaikan (Firmansyah, 2021).

Apabila seluruh aspek pelayanan prima tersebut dijalankan secara konsisten, maka nasabah akan menilai pelayanan yang diterima sesuai atau bahkan melebihi harapan mereka, yang akhirnya menimbulkan kepuasan (customer satisfaction).

Menurut Kotler dan Keller (2016), kepuasan pelanggan adalah respon emosional yang timbul setelah membandingkan antara harapan dan kenyataan kinerja yang diterima. Dalam konteks perbankan, kepuasan nasabah tercermin dari

rasa nyaman, kepercayaan terhadap bank, keramahan pegawai, dan persepsi bahwa pelayanan yang diterima bernilai tinggi.

Kualitas pelayanan prima yang baik secara langsung berpengaruh terhadap empat dimensi utama kepuasan nasabah, yaitu:

- a. Kenyamanan (Comfort): pelayanan cepat, fasilitas memadai, dan lingkungan yang bersih menciptakan rasa tenang.
- b. Kepercayaan (Trust): tanggung jawab dan profesionalitas pegawai menumbuhkan rasa aman dan keyakinan terhadap bank.
- c. Keramahan (Friendliness): sikap positif dan interaksi hangat meningkatkan pengalaman emosional yang menyenangkan.
- d. Persepsi Kualitas (Perceived Quality): pelayanan yang sesuai ekspektasi memperkuat persepsi bahwa bank memiliki mutu tinggi.

Dalam konteks Perumda BPR Galuh Ciamis, penting untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan yang diberikan memengaruhi tingkat kepuasan nasabah, agar dapat dilakukan perbaikan dan peningkatan mutu pelayanan secara berkelanjutan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Daftar Tabel 2.1 Penelitian terdahulu

No	Peneliti, Tahun, Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
1	Rahayu (2020) – BPR	meneliti pengaruh kualitas	Menggunakan SERVQUAL, penelitian ini	Reliability dan responsive	Rahayu, S. (2020). <i>Pengaruh</i>

No	Peneliti, Tahun, Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
	Nusamba Cepiring	pelayanan terhadap kepuasan nasabah.	menggunakan konsep A6 Pelayanan Prima.	ness menjadi faktor paling dominan meningkat kan kepuasan.	<i>Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di BPR Nusamba Cepiring. Jurnal Ilmu Manajemen, 8(1).</i>
2	Widyaningru m (2020) – BPR Artha Surya Purwokerto	Meneliti hubungan kualitas layanan dan kepuasan nasabah.	Tidak menggunakan A6, hanya SERVQUAL.	Kualitas pelayanan berpengar uh 56% terhadap kepuasan nasabah.	Widyaningru m, T. (2020). <i>Jurnal Riset Perbankan, 4(2).</i>
3	Septiani (2021) – BPR Surya Cirebon	Meneliti kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah.	Menambahkan variabel kepercayaan; penelitian ini dua variabel.	Kualitas pelayanan dan kepercaya an berpengar uh signifikan terhadap kepuasan nasabah.	Septiani, F. (2021). <i>Jurnal Administrasi Bisnis, 12(1).</i>
4	Fianto et al. (2021) – Perbankan Indonesia	mengukur kualitas pelayanan & kepuasan nasabah.	Fokus pada layanan digital, penelitian ini layanan konvensional BPR.	Kualitas layanan digital dan non-digital berpengar uh signifikan terhadap kepuasan.	Fianto, B.A., Rahmawati, N., & Supriani, A. (2021). <i>Jurnal Manajemen Perbankan, 10(1).</i>
5	Firmansyah (2021) – BPR Kota Malang	membahas pelayanan prima	Objek BPR Kota Malang, penelitian ini	Pelayanan prima berpengar uh positif	Firmansyah, R. (2021). <i>Jurnal Ilmu</i>

No	Peneliti, Tahun, Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
		terhadap kepuasan.	di BPR Galuh Ciamis.	dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.	<i>Ekonomi & Bisnis</i> , 9(3).
6	Pramana (2021) – BPR Kerta Raharja Bandung	Meneliti pelayanan dan kepuasan nasabah.	Menambahkan aspek digitalisasi BPR; penelitian ini tidak.	Kecepatan layanan dan kenyamanan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.	Pramana, I.K. (2021). <i>Jurnal Ekonomi & Bisnis</i> , 13(1).
7	Putri & Hasanah (2022) – Bank Syariah Indonesia	meneliti kualitas layanan dan kepuasan.	Penelitian pada bank syariah; penelitian ini pada BPR.	Assurance dan empathy paling berpengaruh terhadap kepuasan.	Putri, N., & Hasanah, M. (2022). <i>Jurnal Riset Perbankan Syariah</i> , 4(1).
8	Hidayat (2022) – Bank Syariah Indonesia	mengkaji kualitas layanan → kepuasan.	Menambahkan variabel mediasi kepercayaan.	Kualitas layanan meningkatkan kepuasan melalui trust nasabah.	Hidayat, T. (2022). <i>Jurnal Riset Perbankan Syariah</i> , 3(1).
9	Annisa (2023) – BPR Mandiri Tasik	Meneliti kualitas pelayanan pada BPR.	Fokus pada kenyamanan fasilitas; penelitian ini pada A6.	Fasilitas fisik dan keramahan pegawai berpengaruh signifikan pada kepuasan.	Annisa, R. (2023). <i>Jurnal Ekonomi Terapan</i> , 5(2).
10	Nugraha (2024) – BPR	mengukur pengaruh	Penelitian memasukkan	Kualitas pelayanan	Nugraha, A. (2024).

No	Peneliti, Tahun, Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
	Dana Mandiri Bandung	pelayanan terhadap kepuasan.	variabel kualitas fasilitas.	& kualitas fasilitas berpengar uh signifikan terhadap kepuasan nasabah.	<i>Jurnal Manajemen dan Bisnis</i> , 14(1).

2.3 Kerangka Pemikiran

Kualitas pelayanan prima merupakan salah satu faktor yang sangat menentukan keberhasilan suatu lembaga keuangan dalam menciptakan kepuasan nasabah. Dalam industri perbankan, pelayanan tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian produk, tetapi juga sebagai bentuk nilai tambah yang menciptakan kepercayaan dan loyalitas nasabah.

Menurut Firmansyah (2016), pelayanan prima (*service excellence*) adalah pelayanan terbaik yang dilakukan dengan cepat, tepat, sopan, dan penuh tanggung jawab untuk memberikan nilai lebih kepada pelanggan. Pelayanan prima merupakan implementasi dari kualitas pelayanan yang menekankan pada aspek profesionalitas pegawai dan pengalaman positif nasabah selama berinteraksi dengan lembaga keuangan.

Sementara Rangkuti (2017) menjelaskan bahwa pelayanan prima merupakan bentuk pelayanan terbaik untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan pelanggan dengan mengacu pada enam prinsip dasar, yaitu A6:

1. *Ability* (Kemampuan): pegawai memiliki kompetensi dan keterampilan dalam memberikan pelayanan.
2. *Attitude* (Sikap): pegawai menunjukkan perilaku sopan, ramah, dan menghargai nasabah.
3. *Appearance* (Penampilan): penampilan pegawai dan fasilitas fisik yang rapi, bersih, dan profesional.
4. *Attention* (Perhatian): pegawai menunjukkan empati dan kepedulian terhadap kebutuhan nasabah.
5. *Action* (Tindakan): pegawai cepat dan tanggap dalam memberikan solusi.
6. *Accountability* (Tanggung Jawab): pegawai bertanggung jawab atas hasil pelayanan dan menepati janji pelayanan.

Apabila keenam aspek pelayanan prima tersebut diterapkan secara konsisten di lingkungan perbankan, maka nasabah akan menilai pelayanan yang diberikan sesuai atau bahkan melebihi harapan mereka. Kondisi tersebut akan menimbulkan perasaan puas terhadap kinerja bank.

Menurut Kotler dan Keller (2016), kepuasan nasabah merupakan respon emosional yang muncul setelah nasabah membandingkan antara harapan dengan pengalaman pelayanan yang diterima. Jika pelayanan melebihi ekspektasi, maka

nasabah akan merasa puas dan memiliki keinginan untuk tetap menjadi nasabah bank tersebut.

Dalam konteks Perumda BPR Galuh Ciamis, penerapan pelayanan prima menjadi strategi utama dalam meningkatkan kepuasan nasabah. BPR sebagai lembaga keuangan berbasis pelayanan masyarakat perlu menjaga kedekatan emosional dengan nasabah, memberikan pelayanan cepat, serta menumbuhkan rasa aman dan nyaman dalam bertransaksi. Dengan penerapan prinsip A6, diharapkan kualitas pelayanan di BPR Galuh Ciamis dapat meningkatkan persepsi positif nasabah terhadap pelayanan bank, yang akhirnya menciptakan kepuasan.

Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu (Firmansyah, 2021; Sebayang, 2019; Sari, 2019; Rahayu, 2020), kualitas pelayanan prima berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Artinya, semakin baik pelayanan prima yang diterapkan oleh pegawai bank, maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah yang dirasakan.

Dengan demikian, secara konseptual hubungan antara kedua variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Kualitas Pelayanan Prima (X) merupakan variabel independen yang terdiri atas enam dimensi: *Ability*, *Attitude*, *Appearance*, *Attention*, *Action*, dan *Accountability*.

- b. Kepuasan Nasabah (Y) merupakan variabel dependen yang diukur melalui empat dimensi: Kenyamanan, Kepercayaan, Keramahan Pelayanan, dan Persepsi Kualitas.

Dapat disimpulkan bahwa Semakin baik penerapan pelayanan prima oleh pegawai Perumda BPR Galuh Ciamis, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan bank.

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. (H_0): Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah di Perumda BPR Galuh Ciamis.
2. (H_1): Kualitas Pelayanan Prima berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.