

ABSTRAK

Kualitas pelayanan memiliki hubungan erat dengan kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan pihak perusahaan. Apabila sudah terjalin ikatan, maka nasabah akan memilih perusahaan tersebut dan ketika mereka datang di perusahaan itu, mereka sudah mempunyai harapan tentang layanan macam apa yang akan diperoleh (diterima) berdasarkan pengalamannya, komunikasi dari mulut ke mulut yang pernah didengarnya, informasi lain yang pernah diterima serta dipengaruhi oleh kebutuhannya. Sehingga layanan yang pernah dialami ini akan menjadi standar perbandingan layanan yang diterima sekarang.

Berdasarkan latar belakang tersebut, di dapat rumusan masalah yaitu: Apakah indikator-indikator kualitas pelayanan secara bersamaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Waru. Apakah indikator-indikator kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Waru. Dan indikator apa saja yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Waru.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara parsial, simultan dan indikator yang paling dominan dari kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Waru. dimensi kualitas pelayanan terdiri dari berwujud, reliabilitas, tanggapan, jaminan dan empati. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan teknik sampel *insidental sampling* dengan jumlah responden 88 nasabah.

Hasil analisis data dengan menggunakan analisis regresi menunjukkan bahwa Secara simultan, kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel berwujud, reliabilitas, tanggapan, jaminan dan empati berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah dengan nilai $F_{hitung} 3,626 > F_{tabel} 2,368$ dan signifikansi sebesar 0,005. Secara parsial, faktor berwujud mempunyai pengaruh yang signifikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,249. Sedangkan faktor reliabilitas, tanggapan, jaminan dan empati tidak berpengaruh yang signifikan. Faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah adalah faktor berwujud. Karena nilai signifikansi dari faktor tersebut paling besar, yaitu: 0.264. Persamaan regresi yang diperoleh yaitu: $Y = 5.492 + 0.179X_1 + 0.115X_2 + 0.007X_3 - 0.122X_4 + 0.113X_5$ menunjukkan bahwa meningkatnya kualitas pelayanan dari segi berwujud dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

Kata kunci: Kualitas pelayanan, berwujud, reliabilitas, tanggapan, jaminan, empati, dan kepuasan nasabah.