

## ABSTRAK

Berdasarkan jenis pelayanannya, BNI Syariah adalah usaha yang bergerak di bidang jasa perbankan dimana menyelenggarakan pelayanan transaksi keuangan bagi para nasabahnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di BNI Syariah. Objek penelitian ini adalah para nasabah sebanyak 84 orang. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh BNI Syariah secara umum dari nilai *Responsiveness* (DayaTanggap) memiliki skor terendah. Dari 84 orang, 89,28% dari populasi sampel menyatakan bahwa mereka setuju dengan pelayanan yang petugas yang baik dalam menyambut nasabahnya dengan senyum dan salam, sehingga nasabah merasa nyaman ketika dilayani oleh petugas layanan. 65,47% populasi sampel menyatakan bahwa mereka tidak setuju dengan pelayanan yang diberikan oleh petugas karena pelayanan yang diberikan kurang cepat, artinya perusahaan belum sepenuhnya dapat melayani nasabah dengan baik. Secara simultan bukti bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empat tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan. Namun secara parsial keseluruhan dimensi kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan.

*Kata Kunci :Kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, 5 dimensi kualitas pelayanan*

## **ABSTRACT**

*Based on the type of service, BNI Syariah is a business engaged in the field of banking services which organizes financial transaction services to its customers. The purpose of this study was to analyze the dimensions of service quality on customer satisfaction in BNI Syariah. Respondent of this study is the customers as much as 84 people. The method used is descriptive and verification.*

*The study concluded that the quality of services provided by BNI Syariah in general of the value Responsiveness has the lowest score. Of the 84 people, 89.28% of the sample population stated that they agree with a good service officer in welcoming customers with a smile and a greeting, so that customers feel comfortable. 65.47% of the population sample stated that they disagree with the services provided by the officer for services provided less quickly, which means that the company has not fully serve customers well. Simultaneously evidence of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy did not have a significant impact on satisfaction. However partially overall dimensions of service quality has a significant influence on satisfaction.*

*Keywords: service quality, customer satisfaction, service quality dimensions 5*