

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum

1.1.1. Profil Bisnis

Bank Rakyat Indonesia (BRI) merupakan salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja tanggal 16 Desember 1895. Bank BRI memiliki fokus utama pada layanan perbankan untuk segmen mikro, kecil dan menengah (UMKM). Layanan BRI juga meliputi produk simpanan, pinjaman mikro, serta layanan perbankan syariah. BRI berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang optimal kepada nasabah melalui jaringan yang luas dan teknologi informasi yang handal.

BRI juga terus melakukan inovasi dalam penggunaan teknologi informasi untuk meningkatkan kualitas layanan dan menjangkau banyak pelanggan. Pada tahun 2016, untuk mendukung perkembangan teknologi, BRI meluncurkan satelit bernama BRIsat, sehingga menjadikan bank BRI adalah Bank pertama di dunia yang memiliki dan mengoperasikan satelit sendiri.

Visi dari bank BRI adalah *“The Most Valuable Banking Group in Southeast Asia and Champion of Financial Inclusion”* dengan misinya yang pertama *“Memberikan Yang Terbaik”* dengan melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada segmen mikro, kecil dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi Masyarakat. Kemudian yang kedua *“Menyediakan Pelayanan Yang Prima”* dengan memberikan pelayanan prima dengan fokus kepada nasabah melalui sumber daya manusia yang profesional dan memiliki budaya berbasis kinerja, teknologi informasi yang handal dan *future ready*. Kemudian misinya yang terakhir *“Bekerja dengan Optimal dan Baik”* Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholders*) dengan memperhatikan prinsip keuangan berkelanjutan dan praktik *Good Corporate Governance* yang sangat baik.

1.1.2. Logo Perusahaan



Gambar 1. 1 Logo Bank Bri

Sumber : bri.co.id, diakses pada 29 Oktober, 2024

Makna dari logo diatas merupakan “*The Leader Of Change*”, Sebagai *The Leader of Indonesian Banking Industry*, diperlukan peremajaan sistem komponen visual BRI, penggunaan logo dalam materi komunikasi membutuhkan sedikit penyesuaian demi menunjang ketepatan sistem komponen visual secara keseluruhan. Penyesuaian logo ketika BRI berdiri sebagai Perusahaan Induk pun perlu dilakukan terkait dengan relevansi BRI yang juga menaungi berbagai perusahaan anak yang bukan bergerak di bidang perbankan. Perubahan *Logotype* “Bank BRI” menjadi “BRI” sebagai *statement* bahwa BRI sebagai Induk Perusahaan tidak hanya memiliki berbagai perusahaan anak yang bergerak di dalam bidang perbankan, tetapi jauh lebih luas lagi.

1.2. Latar Belakang

Industri perbankan di Indonesia memiliki sejarah yang panjang dan kompleks, yang berakar dari kebutuhan Masyarakat akan layanan keuangan. Industri perbankan di Indonesia tidak hanya berperan sebagai penyedia layanan keuangan tetapi juga sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi nasional melalui inklusi keuangan (bri.co.id, diakses pada 29 Oktober 2024).

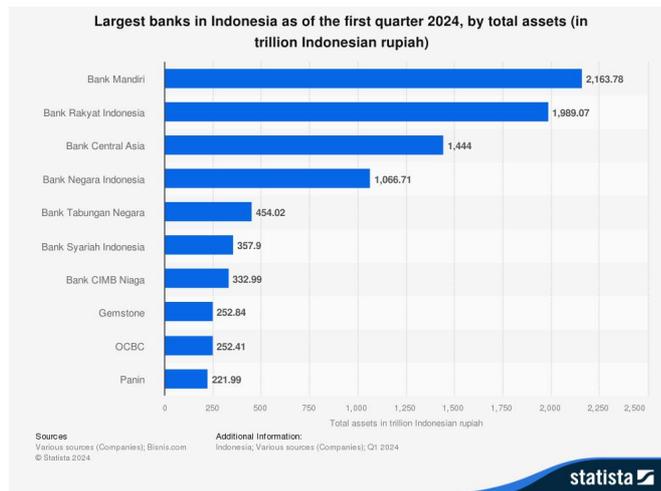
Industri perbankan di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang solid dengan peningkatan permintaan kredit dan pengelolaan kualitas aset yang lebih baik. Sektor ini diperkirakan akan terus berkembang seiring dengan pertumbuhan ekonomi yang stabil dan dukungan dari kebijakan pemerintah terhadap inklusi keuangan.

Selain itu, secara nasional, industri perbankan Indonesia juga menunjukkan perkembangan yang signifikan dari berbagai aspek. Meskipun jumlah pasti bank tidak disebutkan secara eksplisit, sektor ini terdiri dari bank konvensional dan syariah, yang mencakup bank BUMN, swasta, digital, hingga BPR. Bank konvensional beroperasi dengan sistem bunga, sementara bank syariah mengikuti prinsip syariah yang bebas dari riba. Berdasarkan laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), pertumbuhan kredit bank umum pada triwulan II tahun 2024 mencapai 12,36% secara tahunan (year-on-year), meningkat dari 7,76% pada periode yang sama di tahun sebelumnya. Pertumbuhan ini sebagian besar didorong oleh permintaan kredit dari segmen korporasi yang kuat. Selain itu, Dana Pihak Ketiga (DPK) juga mengalami kenaikan sebesar 8,45% (yoy), lebih tinggi dibandingkan 5,79% pada tahun sebelumnya. Peningkatan ini disertai dengan penurunan rasio kredit bermasalah (NonPerforming Loan/NPL) gross menjadi 2,26%, yang mencerminkan perbaikan kualitas kredit secara umum (OJK, 2024).

Dalam konteks inklusi dan literasi keuangan, Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024 yang dilakukan oleh OJK dan Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan nasional mencapai 65,43%, sedangkan indeks inklusi keuangan sebesar 75,02%. Untuk keuangan syariah, indeks literasi berada di angka 39,11% dan inklusi sebesar 12,88%. Survei ini juga mengungkapkan bahwa masyarakat di wilayah perkotaan memiliki tingkat literasi dan inklusi yang lebih tinggi dibandingkan dengan pedesaan, serta kelompok usia 26–50 tahun dan individu dengan tingkat pendidikan tinggi menunjukkan indeks yang lebih baik. Menanggapi temuan ini, OJK terus memprioritaskan peningkatan literasi dan inklusi keuangan, terutama untuk kelompok yang masih tertinggal, seperti masyarakat pedesaan, kelompok usia muda dan lansia, serta mereka yang memiliki pendidikan rendah (OJK & BPS, 2024).

Dari sisi kekuatan aset, total aset perbankan nasional per Juli 2024 telah mencapai Rp12.012,4 triliun, mencatatkan pertumbuhan sebesar 8,91% dibandingkan tahun sebelumnya. Dalam hal ini, Bank Rakyat Indonesia (BRI) termasuk dalam empat besar bank dengan aset terbesar yang mendominasi sektor perbankan nasional, menunjukkan kekuatan dan skala operasional yang signifikan

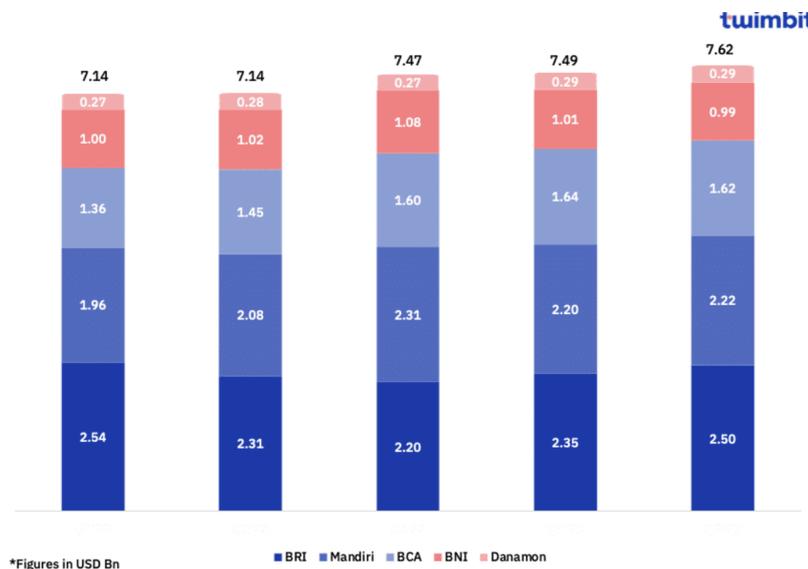
meskipun data spesifik mengenai market share tidak disebutkan secara eksplisit dalam laporan tersebut (Bisnis.com, 2024).



Gambar 1. 2 Statistik Bank Terbesar di Indonesia

Sumber : Statista, diakses pada 23 Mei, 2025

Berdasarkan data dari Statista (2024), Bank Rakyat Indonesia (BRI) menempati posisi kedua sebagai bank dengan total aset terbesar di Indonesia pada kuartal pertama tahun 2024, yaitu sebesar Rp1.989,07 triliun, hanya sedikit di bawah Bank Mandiri (Rp2.163,78 triliun). Pencapaian ini menunjukkan posisi strategis dan kekuatan finansial BRI dalam industri perbankan nasional. Tingginya total aset ini mengindikasikan kepercayaan masyarakat terhadap stabilitas BRI.



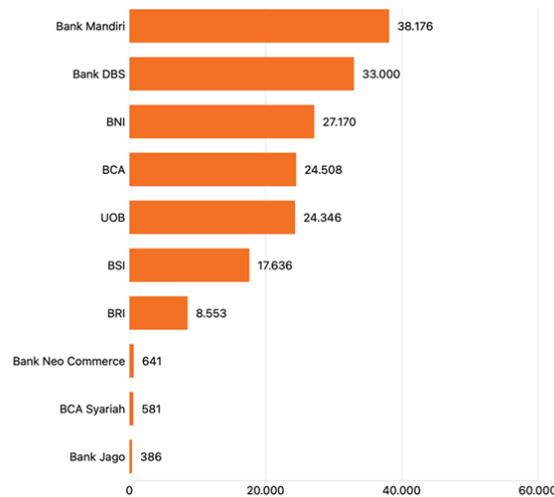
Gambar 1. 3 Chart 5 Bank Terbaik di Indonesia Berdasarkan Laba Pada Tahun 2023

Sumber: twimbit.com, diakses pada 28 oktober 2024

Berdasarkan cdn.twimbit.com menyatakan bahwa 5 bank teratas di Indonesia mengumpulkan laba bersih dari USD 2,55 miliar pada Q2 2022 menjadi USD 2,9 miliar pada Q2 2023. Secara rata-rata, 3 bank teratas di Indonesia yaitu Bank Mandiri, BRI dan BCA yang memimpin grafik dengan rata-rata laba bersih sebesar USD 836 juta pada Q2 2023. Secara individual, laba bersih Bank Mandiri dan BCA tumbuh sebesar 24,5% dan 26,8%, sedangkan BRI melaporkan penurunan laba bersih masing-masing sebesar 1,47%. (twimbit.com, diakses pada 28 Oktober 2024).

BRI melaporkan penurunan YoY sebesar 1,82%, menurunkan pendapatan bersih dari USD 2,54 miliar pada Q2 2022 menjadi USD 2,50 miliar pada Q2 2023. Sepanjang tahun 2022, bank menyalurkan pinjaman UMKM senilai USD 56 miliar kepada lebih dari 14 juta pengusaha mikro. Ini mewakili pertumbuhan YoY sebesar 10,1%. Meskipun demikian, peningkatan pendapatan bank secara keseluruhan tidak terlalu besar dalam beberapa kuartal terakhir. Total pendapatan hanya tumbuh sebesar 2,61% antara Q2 2022 dan Q2 2023, peningkatan keseluruhan ini tidak cukup untuk mengimbangi peningkatan belanja operasional keseluruhan sebesar

2,78%. Kontributor terbesar terhadap peningkatan ini adalah beban umum dan administrasi yang tumbuh sebesar 13,7% dari USD 406 juta pada Q2 2022 menjadi USD 462 juta pada Q2 2023 (twimbit.com, diakses pada 28 Oktober 2024).



Gambar 1. 4 Chart 10 Bank Terbaik di Indonesia Versi Forbes, Diurutkan Berdasarkan Jumlah Karyawan (2023)

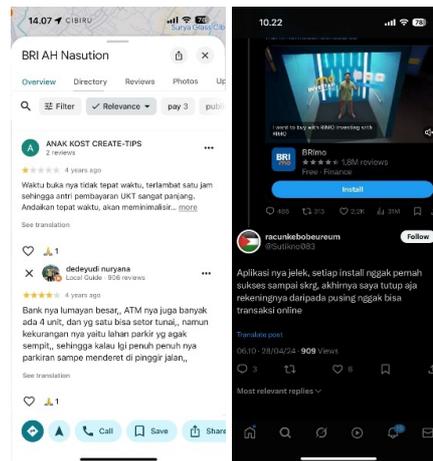
Sumber: katadata.co.id, diakses pada 28 oktober 2024

Berdasarkan Katadata.co.id, Forbes telah merilis daftar 10 bank terbaik di Indonesia pada tahun 2023. Posisi teratas diisi oleh Bank Central Asia dengan total 38.176 karyawan, kemudian peringkat kedua ditempati oleh Bank DBS dengan 33.000 karyawan, Bank BNI di peringkat ketiga dengan 27.170 karyawan. Berdasarkan katadata.co.id, BRI berada di peringkat ke 10 sebagai bank terbaik di Indonesia pada tahun 2023.

Dalam menentukan objek penelitian, pemilihan Bank Rakyat Indonesia (BRI) bukanlah tanpa dasar. Sebagai salah satu bank BUMN terbesar di Indonesia, BRI memiliki peran strategis dalam mendukung inklusi keuangan nasional, terutama dengan fokus kuat pada pembiayaan sektor UMKM yang menjadi tulang punggung perekonomian nasional. Keunggulan ini dibuktikan dengan pencapaian BRI dalam menyalurkan pinjaman UMKM senilai USD 56 miliar kepada lebih dari 14 juta pengusaha mikro sepanjang 2022 (Twimbit, 2024). Selain itu, BRI berada di tiga besar bank nasional dengan total aset tertinggi, mencerminkan kekuatan

operasional dan jangkauan layanannya secara luas. Di tengah persaingan yang ketat dengan perbankan swasta maupun digital, BRI tetap menjadi bank pilihan masyarakat dengan tingkat inklusi tinggi, terutama karena jaringannya yang menjangkau hingga pelosok Indonesia.

Menurut Wardhana (2024:2), kepuasan konsumen adalah perasaan positif yang dirasakan pelanggan terhadap produk atau layanan yang dibeli atau digunakan. Jika pelayanan yang diberikan sesuai atau melebihi ekspektasi, maka akan tercipta kepuasan, namun sebaliknya jika pelayanan tidak memenuhi ekspektasi, maka ketidakpuasan akan timbul.



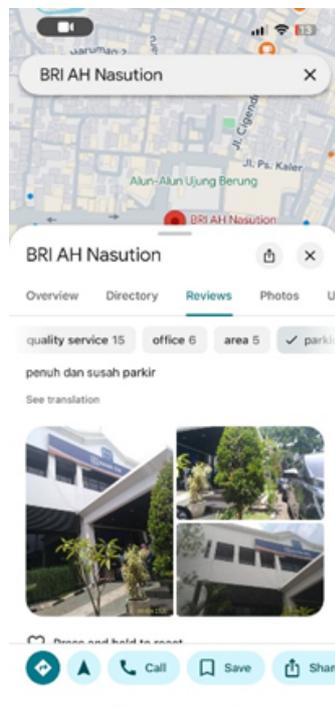
Gambar 1. 5 Ketidakpuasan nasabah BRI mengenai Fasilitas dan E-service Quality

Sumber : *Google Review dan Aplikasi X, diakses pada 30 Juli 2024*

Fakta di lapangan menunjukkan bahwa tingkat kepuasan nasabah terhadap fasilitas dan layanan digital Bank BRI, masih menghadapi tantangan. Gambar diatas menunjukkan adanya ketidakpuasan nasabah terhadap fasilitas yang diberikan oleh Bank BRI Ah.Nasution terhadap nasabah, sehingga pada gambar tersebut nasabah menyebutkan bahwa “waktu buka tidak tepat waktu” kemudian “lahan parkir yang agak sempit” dan didalam gambar diatas tertera juga ketidakpuasan nasabah terhadap e-service quality yaitu nasabah menyebutkan bahwa “Aplikasinya Jelek” menunjukkan bahwa terdapat ketidakpuasan nasabah

bank BRI sehingga perlu dilakukan penelitian lebih mendalam mengenai hal tersebut.

Salah satu penyebab ketidakpuasan nasabah berasal dari fasilitas fisik yang disediakan oleh bank. Area parkir, ruang tunggu yang nyaman, hingga e-service yang disediakan, transaksi online merupakan elemen penting yang membentuk pengalaman nasabah.



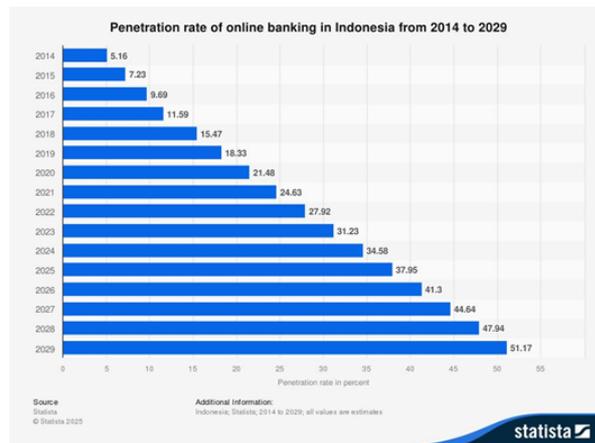
Gambar 1. 6 Ulasan Bank BRI Cabang AH Nasution dari *Google Maps*

Sumber: google.maps.com, diakses pada 28 oktober 2024

Berdasarkan ulasan yang diberikan oleh nasabah bank BRI Cabang AH Nasution, menunjukkan bahwa adanya fenomena terhadap fasilitas yang diberikan baik terhadap ketidaknyamanan saat menunggu antrian hingga parkir yang sering kali penuh membuat kesulitan pengendara untuk parkir. Hal tersebut menunjukkan bahwa fasilitas yang diberikan oleh Bank BRI Cabang AH Nasution belum maksimal, namun perlu dikaji kembali mengenai hal tersebut sehingga penelitian ini akan dilakukan terhadap variabel fasilitas.

Penelitian Brayson, Ciamas, dan Nugroho (2024) menyatakan bahwa fasilitas kampus memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa di Politeknik Cendana. Fasilitas sebagai salah satu variabel independen berkontribusi penting, dalam hal ini sejalan dengan konsep kepuasan pelanggan di sektor perbankan.

Sektor industri perbankan Indonesia sedang mengalami transformasi signifikan seiring dengan perkembangan teknologi digital. Digitalisasi menjadi salah satu kunci bagi bank untuk bertahan dan bersaing dengan memberikan layanan yang efisien dan memenuhi kebutuhan nasabah yang semakin kompleks.

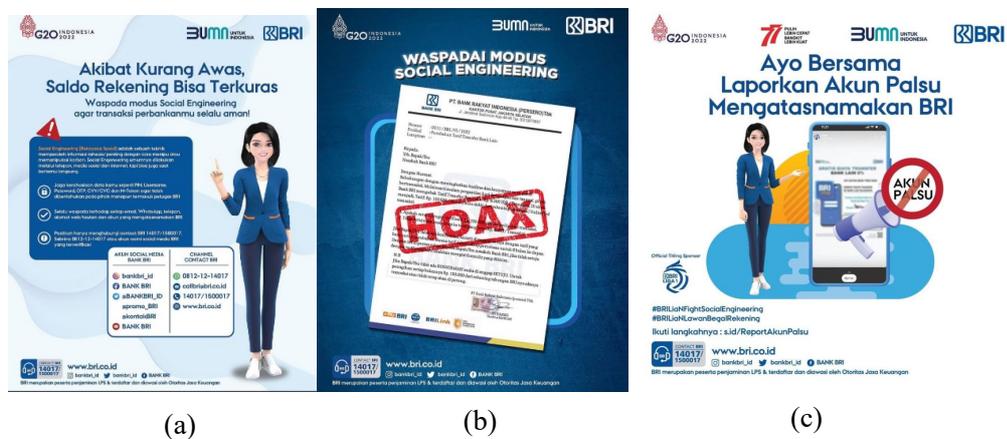


Gambar 1. 7 Statistik Rate Online Banking di Indonesia

Sumber: Statista, diakses pada 23 Mei, 2025

Tren penggunaan layanan perbankan digital di Indonesia juga menunjukkan peningkatan yang sangat pesat. Menurut data Statista (2025), tingkat penetrasi perbankan online di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 34,58%, dan diproyeksikan akan terus meningkat hingga 51,17% pada tahun 2029. Lonjakan ini mencerminkan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan layanan digital dalam aktivitas keuangan mereka. Dalam konteks ini, kualitas e-service menjadi aspek krusial yang mempengaruhi persepsi dan kepuasan nasabah, terutama di tengah meningkatnya ekspektasi terhadap kecepatan, keamanan, dan kemudahan layanan perbankan digital.

Dalam beberapa tahun terakhir BRI menunjukkan kinerja keuangan yang solid dengan pertumbuhan laba bersih yang signifikan. Pada paruh pertama tahun 2023, laba bersih BRI mencapai IDR 29,6 triliun, meningkat 18,8% dibandingkan tahun sebelumnya. BRI juga dikenal dengan inovasi teknologi perbankan, termasuk peluncuran BRIsat, satelit perbankan pertama di dunia yang membantu memperluas jangkauan layanan (prnewswire.co.uk, diakses pada 28 Oktober 2024).



Gambar 1. 8 Edukasi Nasabah BRI tentang Modus Hoaks Transaksi (a); Ajakan BRI Melaporkan Akun Palsu (b); Waspada Rekayasa Sosial yang Menguras Rekening (c)

Sumber: Instagram @briahtnasution, 2022

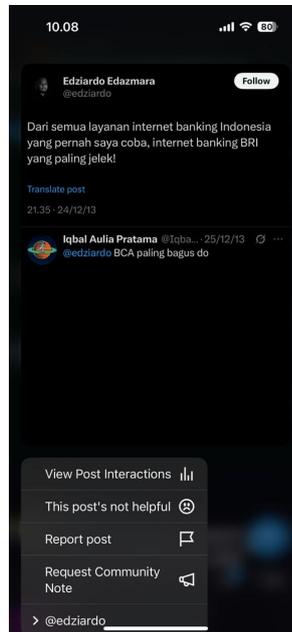
Fenomena dari gambar ini menunjukkan bahwa meskipun *e-service quality* diimplementasikan untuk memberikan kemudahan dan keamanan bagi nasabah, kenyataannya masih banyak nasabah yang rentan menjadi korban kejahatan digital karena minimnya pemahaman terhadap keamanan digital. Hal ini mempengaruhi tingkat kepercayaan nasabah terhadap layanan digital dan juga mempengaruhi terhadap persepsi nasabah terhadap kualitas dan keamanan *e-service* yang ditawarkan oleh bank.

Terdapat penilaian negatif terhadap pengalaman pengguna dalam menggunakan layanan digital Bank BRI, seperti aplikasi BRIimo. Meskipun aplikasi ini mendapatkan penghargaan sebagai layanan *m-banking* terbaik, *feedback* dari pengguna menunjukkan adanya *pain points* yang harus diperbaiki untuk

meningkatkan kepuasan secara keseluruhan (digital.bri.co.id, diakses pada 30 Oktober 2024).

Dalam analisis sentimen BRImo atau BRI Mobile merupakan fasilitas pelayanan Bank Rakyat Indonesia untuk mempermudah transaksi dan mengurangi beban kerja perbankan serta meningkatkan mutu layanan berbasis teknologi dan informasi. BRImo menawarkan fitur-fitur pada layanan dengan kualitas yang baik sehingga memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi keuangan. Fitur-fitur pada layanan BRImo yakni layanan informasi, layanan transaksi dan layanan komunikasi. Namun nyatanya dibalik kemudahan tersebut, dirasa masih terdapat ketidakpuasan yang dirasakan nasabah terhadap fitur-fitur pada layanan. Berdasarkan ulasan pada Google Playstore dan Appstore terdapat banyak respon dari pengguna terhadap aplikasi BRImo. Aplikasi BRImo mendapatkan rating 4,9 dari 5 bintang yang diberikan oleh pengguna. Pengguna juga respon positif maupun negatif. Respon negatif berupa keluhan yang diberikan oleh pengguna terhadap fitur-fitur pada layanan BRImo seperti kegagalan *login*, kegagalan transaksi dan terdapat kegagalan transaksi tetapi saldo tetap terdebit serta keluhan lainnya. Hal ini juga dapat dibuktikan dari feedback buruk yang diberikan oleh nasabah (Uopmabin & Supriyadi, 2023).

Masalah-masalah ini menimbulkan ketidakpuasan karena menyangkut aspek yang sangat krusial bagi nasabah, yaitu keamanan dan keandalan transaksi keuangan digital. Ketika saldo berkurang tanpa kejelasan status transaksi, nasabah merasa kehilangan kontrol atas dana mereka, yang menimbulkan rasa tidak aman dan kurangnya kepercayaan terhadap sistem. yang pada akhirnya menurunkan persepsi terhadap kualitas layanan digital yang seharusnya memberikan kemudahan dan transparansi.



Gambar 1. 9 Cuitan Keluhan Nasabah BRI Pada Apilikasi X

Sumber : X, diakses pada 30 Mei, 2025

Berdasarkan ulasan yang diberikan oleh nasabah bank BRI, menunjukkan bahwa adanya fenomena terhadap *E-Service Quality* yang diberikan oleh Bank BRI. Nasabah menyatakan “Dari semua layanan internet banking, internet banking BRI yang paling jelek”, hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan digital yang diberikan oleh Bank BRI belum maksimal, namun perlu dikaji kembali mengenai hal tersebut sehingga penelitian ini akan dilakukan terhadap variabel *E-Service Quality*.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara masyarakat berinteraksi dengan berbagai layanan, termasuk sektor perbankan. Bank Rakyat Indonesia (BRI) sebagai salah satu bank terkemuka di Indonesia, menghadapi tantangan untuk meningkatkan kualitas layanan digital guna memenuhi ekspektasi nasabah yang semakin tinggi. kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) menjadi aspek penting yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. (Amaliah, Gemini, & Aminah, 2024)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Magdalenda & Ainur (2024) menyatakan bahwa terdapat pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan

pelanggan pengguna *internet banking* di Bank Central Asia. Hasilnya menunjukkan bahwa dimensi-dimensi dari *e-service quality* seperti efisiensi dan kemudahan penggunaan memiliki hubungan positif dan signifikan dengan kepuasan pelanggan. (Magdalena & Ainur, 2024)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Amaliah et al., menyatakan bahwa meskipun *e-service quality* memiliki kontribusi signifikan sebesar 85% terhadap *e-customer satisfaction*, masih ada keluhan tentang kesulitan navigasi dalam aplikasi BRImo. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan desain antarmuka pengguna masih perlu ditingkatkan. Dengan demikian meskipun Bank BRI telah membuat kemajuan dalam *e-service quality*, masih ada beberapa aspek yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. (Amaliah, Gemini, & Aminah, 2024)

Penelitian ini akan dilakukan pada Nasabah Bank BRI Kantor Cabang AH. Nasution Bandung dengan alasan terdapat fenomena yang terjadi dalam objek penelitian ini yang membuat peneliti semakin yakin untuk melakukan penelitian terkait dengan fasilitas dan *e-service quality* yang akan berdampak bagi kepuasan nasabah bank BRI. Pada hasil observasi awal yang telah dilakukan, terdapat permasalahan yang ditemukan pada fasilitas dan *e-service quality* yang dapat diasumsikan bahwa hal tersebut berpengaruh dalam kepuasan nasabah. Kantor Cabang BRI AH Nasution Bandung dipilih sebagai objek penelitian. Cabang ini merupakan cabang kelas 1A dengan segmen bisnis lengkap (ritel, konsumen, dan mikro), serta memiliki aktivitas operasional dan basis nasabah yang cukup tinggi. Dibandingkan cabang Asia Afrika dan Dewi Sartika yang hanya memiliki dua segmen bisnis, posisi strategis AH Nasution menjadi nilai tambah dalam konteks analisis fasilitas dan *e-service quality* terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan laporan kinerja, laba Kantor Cabang BRI AH Nasution pada tahun 2021 tercatat sebesar Rp16.199.000.000, menunjukkan potensi dan daya saing yang kuat. Namun demikian, keberadaan berbagai keluhan dari nasabah, baik dari sisi fasilitas maupun layanan digital, menunjukkan adanya celah yang perlu dikaji secara mendalam.

Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting dilakukan untuk menganalisis pengaruh fasilitas dan *e-service quality* terhadap kepuasan nasabah, khususnya di lingkungan Bank BRI Cabang AH Nasution Bandung. Dengan latar belakang tersebut, pemilihan cabang ini dianggap tepat untuk memahami bagaimana pengaruh fasilitas dan *e-service quality* terhadap kepuasan nasabah di lingkungan perbankan yang melayani segmen masyarakat luas secara langsung. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Fasilitas Dan *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bri Kantor Cabang AH. Nasution Bandung”**

1.3. Rumusan Masalah

Penelitian ini memiliki permasalahan yang akan dibahas dengan teori dan kajian yang mendalam. Masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran deskriptif fasilitas Bank BRI Kantor Cabang AH Nasution Bandung?
2. Bagaimana gambaran deskriptif *e-service quality* Bank BRI Kantor Cabang AH Nasution Bandung?
3. Bagaimana gambaran deskriptif kepuasan Nasabah Bank BRI Kantor Cabang AH Nasution Bandung?
4. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap kepuasan Nasabah Bank BRI Kantor Cabang AH Nasution Bandung?
5. Bagaimana pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan Nasabah Bank BRI Kantor Cabang AH Nasution Bandung?
6. Bagaimana pengaruh fasilitas dan *e-service quality* terhadap Nasabah pelanggan Bank BRI Kantor Cabang AH Nasution Bandung?

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi:

1. Untuk mengetahui gambaran deskriptif fasilitas Bank BRI Kantor Cabang AH Nasution Bandung.
2. Untuk mengetahui gambaran deskriptif *e-service quality* Bank BRI Kantor Cabang AH Nasution Bandung.

3. Untuk mengetahui gambaran deskriptif kepuasan nasabah Bank BRI Kantor Cabang AH Nasution Bandung.
4. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Kantor Cabang AH Nasution Bandung.
5. Untuk mengetahui pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Kantor Cabang AH Nasution Bandung.
6. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan *e-service quality* terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Kantor Cabang AH Nasution Bandung.

1.5. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan kebermanfaatan bagi pembaca dan penelitian selanjutnya dalam hal:

a. Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi tambahan terhadap kajian terkait mengenai fasilitas, *e-service quality*, kepuasan pelanggan Bank BRI. Serta dapat menjadi media yang mampu memberikan ilmu pengetahuan tambahan dan dapat dijadikan sebagai referensi dan bahan acuan pada penelitian di masa yang akan datang.

b. Implementasi Ilmu

Dari segi ilmu pengetahuan, penelitian ini dijadikan sebagai wadah untuk mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang didapat dari mata kuliah pada Jurusan S1 Administrasi Bisnis di Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom mengenai permasalahan seputar pemasaran yang diterapkan di dunia pekerjaan.

c. Sisi Bisnis atau Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengetahui pengaruh fasilitas, *e-service quality*, kepuasan pelanggan Bank BRI sehingga perusahaan dapat membuat strategi yang layak untuk pemasaran produknya untuk ke depannya.

1.6. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi pemaparan mengenai gambaran umum dan latar belakang penelitian mengenai Fasilitas, e-Service Quality, Kepuasan nasabah Bank BRI

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori umum yang berkaitan dengan teori Fasilitas, e-Service Quality, Kepuasan pelanggan

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memaparkan tentang pendekatan dan Teknik yang digunakan untuk melakukan penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini memaparkan tentang hasil penelitian, analisis dan pembahasan terkait variabel.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil dan analisis penelitian dan saran.