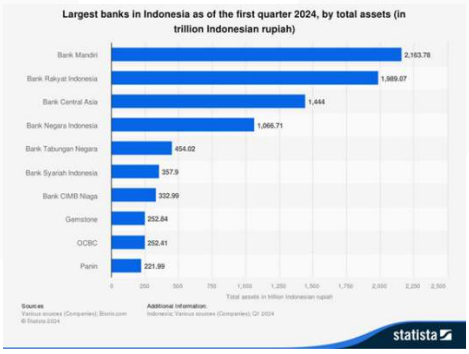
Pengaruh Fasilitas *Dan E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Kantor Cabang AH Nasution Bandung

Galih Santika Dwikawardhana[1], Aditya Wardhana[2]
[1] Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, linglingdjaya@student.telkomuniversity.ac.id
[2] Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, adityawardhana@telkomuniversity.ac.id,

Abstrak
Pertumbuhan industri perbankan yang pesat dan perkembangan teknologi digital mendorong bank untuk meningkatkan kualitas layanan dalam rangka mempertahankan kepuasan nasabah. Bank BRI sebagai salah satu bank terbesar di Indonesia menghadapi tantangan dalam menjaga kualitas fasilitas dan layanan elektronik, khususnya di Kantor Cabang AH Nasution Bandung yang dipilih sebagai objek penelitian karena tingginya aktivitas nasabah dan keluhan yang muncul.Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh fasilitas dan kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan nasabah. Fokus utama terletak pada kenyamanan fasilitas fisik dan performa layanan digital seperti kecepatan, kemudahan akses, dan keamanan dalam transaksi. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah Bank BRI Kantor Cabang AH Nasution. Analisis dilakukan untuk melihat kecenderungan persepsi responden terhadap masing-masing variabel dan hubungan antar variabel.Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas dan *e-service quality* memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan nasabah. Nasabah memberikan perhatian pada kenyamanan fisik saat berada di cabang dan juga keandalan serta responsivitas layanan digital yang mereka gunakan. Penelitian ini merekomendasikan agar Bank BRI terus melakukan evaluasi terhadap kondisi fisik cabang serta memperkuat layanan digital agar mampu memenuhi ekspektasi nasabah. Peningkatan pada dua aspek tersebut akan memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan kepuasan nasabah secara menyeluruh.
Kata Kunci: *Fasilitas, E-Service Quality, Kepuasan Nasabah, Bank BRI*

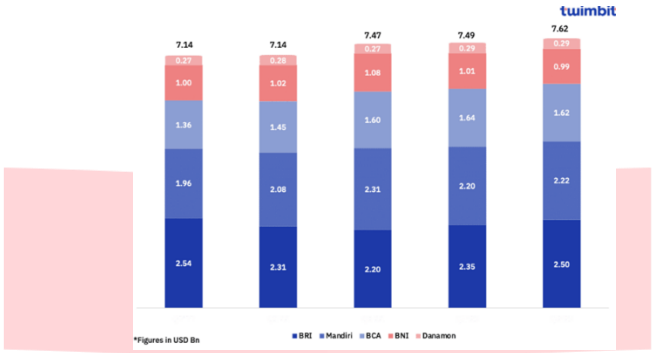
I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

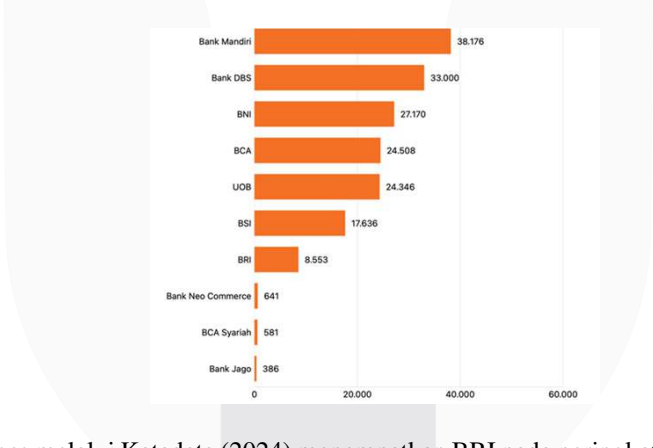


Industri perbankan Indonesia terus menunjukkan perkembangan signifikan sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi nasional dan inklusi keuangan. Pertumbuhan kredit bank umum mencapai 12,36% (yoy) pada triwulan II 2024, disertai peningkatan Dana Pihak Ketiga sebesar 8,45% dan penurunan rasio kredit bermasalah menjadi 2,26%, yang mencerminkan perbaikan kualitas kredit. Dari sisi inklusi dan literasi, Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (2024) menunjukkan indeks inklusi keuangan sebesar 75,02% dan literasi keuangan 65,43%, dengan tantangan utama masih terjadi di wilayah perdesaan, kelompok usia muda, lansia, dan individu berpendidikan rendah. Sementara itu, total aset perbankan nasional per Juli 2024 mencapai Rp12.012,4 triliun, tumbuh 8,91% secara tahunan.

Mengacu pada data Statista (2024), Bank Rakyat Indonesia (BRI) menempati posisi kedua sebagai bank dengan aset terbesar di Indonesia pada kuartal I 2024, yaitu Rp1.989,07 triliun, hanya selisih sedikit di bawah Bank Mandiri. Pencapaian ini mempertegas posisi strategis dan kekuatan finansial BRI di industri perbankan nasional. Tingginya total aset ini mencerminkan kepercayaan masyarakat terhadap stabilitas dan layanan BRI, sekaligus menunjukkan peran penting bank ini dalam menopang sistem keuangan nasional.

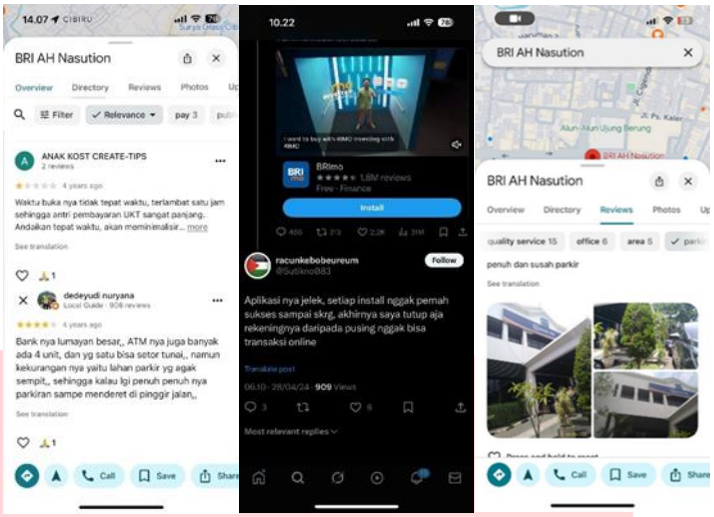


Berdasarkan data dari Twimbit (2024), lima bank teratas di Indonesia mencatat peningkatan laba bersih dari USD 2,55 miliar pada Q2 2022 menjadi USD 2,9 miliar pada Q2 2023. Tiga bank teratas—Bank Mandiri, BRI, dan BCA, memimpin dengan rata-rata laba USD 836 juta, meskipun BRI mengalami penurunan laba bersih sebesar 1,47%. Secara tahunan (YoY), pendapatan BRI juga turun 1,82% karena peningkatan belanja operasional yang lebih tinggi dari pertumbuhan pendapatan. Meskipun demikian, BRI tetap menunjukkan komitmennya terhadap UMKM dengan menyalurkan kredit sebesar USD 56 miliar kepada lebih dari 14 juta pengusaha mikro sepanjang 2022.

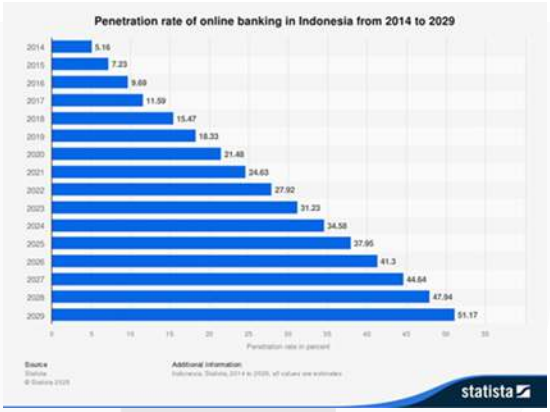


Sementara itu, Forbes melalui Katadata (2024) menempatkan BRI pada peringkat ke-10 dalam daftar 10 bank terbaik di Indonesia berdasarkan jumlah karyawan. Dalam gambar yang ditampilkan, bank seperti BCA, DBS, dan BNI menempati posisi atas, dengan BCA memiliki jumlah karyawan terbanyak. Meski berada di posisi ke-10, BRI tetap dipilih sebagai objek penelitian karena perannya yang strategis dalam inklusi keuangan nasional dan kekuatannya dalam pembiayaan UMKM. Dengan jaringan luas hingga pelosok dan kontribusi besar terhadap ekonomi rakyat, BRI tetap menjadi bank andalan masyarakat meskipun menghadapi tantangan efisiensi dan persaingan yang ketat.

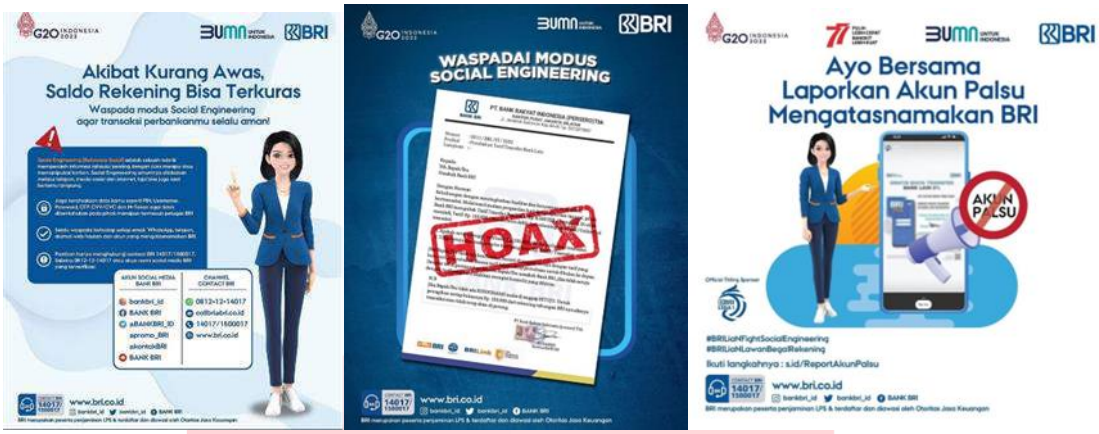
Menurut Wardhana (2024), kepuasan konsumen timbul ketika layanan yang diberikan sesuai atau melebihi harapan, dan ketidakpuasan muncul saat harapan tersebut tidak terpenuhi. Berdasarkan gambar ulasan dari Google Review dan aplikasi X, ditemukan sejumlah keluhan nasabah terhadap fasilitas dan e-service Bank BRI Cabang AH Nasution, seperti jam operasional yang tidak tepat waktu, lahan parkir sempit, dan aplikasi digital yang dinilai buruk. Hal ini mencerminkan adanya ketidakpuasan yang cukup nyata dari sebagian nasabah terhadap kualitas layanan, baik fisik maupun digital.



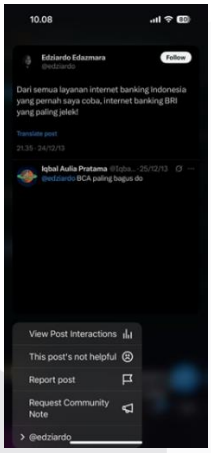
Gambar ulasan dari Google Maps juga menunjukkan bahwa nasabah mengeluhkan fasilitas seperti ruang tunggu dan area parkir yang tidak memadai. Temuan ini mengindikasikan bahwa pelayanan fisik BRI Cabang AH Nasution belum maksimal dan berpotensi menurunkan tingkat kepuasan nasabah. Hal ini menjadi landasan penting untuk meneliti lebih dalam variabel fasilitas dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan.



Sejalan dengan penelitian Brayson, Ciamas, dan Nugroho (2024), fasilitas terbukti memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna layanan, yang juga relevan diterapkan dalam konteks sektor perbankan. Seiring perkembangan teknologi, industri perbankan Indonesia mengalami transformasi digital besar-besaran untuk menjawab kebutuhan nasabah yang semakin kompleks. Data Statista (2025) menunjukkan bahwa penetrasi online banking di Indonesia mencapai 34,58% pada 2024 dan diproyeksikan meningkat hingga 51,17% pada 2029. Dalam konteks ini, kualitas *e-service* menjadi aspek penting yang menentukan kepuasan dan kepercayaan nasabah, terutama dalam hal kecepatan, keamanan, dan kenyamanan.



BRI menjadi salah satu bank yang aktif berinovasi, seperti melalui peluncuran BRIsat dan edukasi digital via media sosial. Namun, gambar dari akun resmi Instagram BRI AH Nasution memperlihatkan masih tingginya potensi nasabah terjebak penipuan digital, menandakan rendahnya literasi keamanan digital. Selain itu, meskipun aplikasi BRImo mendapatkan rating tinggi (4,9/5), ulasan di Google Play dan App Store menunjukkan adanya ketidakpuasan pengguna terkait fitur seperti kegagalan login dan transaksi, serta saldo yang terpotong tanpa hasil transaksi. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun e-service telah diterapkan luas, kualitas pengalaman digital nasabah masih perlu ditingkatkan agar mampu menciptakan kepuasan yang optimal.



Ketidakpuasan nasabah terhadap layanan digital BRI muncul karena menyangkut aspek yang sangat krusial, yakni keamanan dan keandalan transaksi. Permasalahan seperti saldo yang terpotong tanpa kejelasan status transaksi menyebabkan nasabah merasa kehilangan kontrol atas dana mereka. Hal ini menimbulkan rasa tidak aman serta mengurangi tingkat kepercayaan terhadap sistem digital perbankan, padahal layanan ini seharusnya memberikan kemudahan dan transparansi. Gambar yang menampilkan cuitan keluhan nasabah di platform X memperkuat fenomena ini. Salah satu nasabah menyatakan bahwa "dari semua layanan internet banking, internet banking BRI yang paling jelek", mencerminkan persepsi negatif terhadap kualitas e-service BRI yang belum memenuhi ekspektasi pengguna.

Dalam konteks industri perbankan yang semakin terdigitalisasi, Bank Rakyat Indonesia (BRI) dihadapkan pada tantangan untuk terus meningkatkan kualitas layanan elektroniknya. Penelitian sebelumnya oleh Magdalena & Ainur (2024) serta Amaliah et al. (2024) menjelaskan kualitas e-service khususnya dari segi efisiensi dan kemudahan penggunaanmemiliki perngaruh yang besar akan kepuasan pelanggan. Meski kontribusi e-service quality terhadap kepuasan pelanggan cukup besar, masih terdapat keluhan seperti kesulitan navigasi dan antarmuka aplikasi BRImo yang belum optimal. Hal ini menjadi perhatian penting, karena meskipun aplikasi

BRImo telah meraih rating tinggi, respon negatif dari pengguna tetap muncul terutama terkait pengalaman penggunaan sehari-hari.

Dengan mempertimbangkan fenomena tersebut, penelitian ini difokuskan pada nasabah Bank BRI Kantor Cabang AH Nasution Bandung. Cabang ini dipilih karena memiliki segmen bisnis lengkap dan basis nasabah yang luas, serta tercatat meraih laba signifikan sebesar Rp16,199 miliar pada tahun 2021. Namun, masih ditemui berbagai keluhan dari nasabah terkait fasilitas fisik maupun layanan digital. Berdasarkan fenoma tersebut maka peneliti merasa ada urgensi untuk melakukan penelitian ini.

B. Rumusan Masalah

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 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?

C. Tujuan Penelitian

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 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

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Fasilitas

Menurut Hidayat et al (2023) fasilitas adalah bangunan, berbagai peralatan serta wujud dan kemapuan untuk melengkapi kerbadaan alam luar. Berdasarkan model pada fasilitas terdapat tiga dimensi penentu fasilitas menurut Tjiptono & Diana (2022):

a. Kelengkapan Fasilitas. Kelengkapan fasilitas mencakup semua peralatan dan layanan tambahan yang disediakan untuk mendukung pengalaman pelanggan. Semakin lengkap fasilitas yang ada, semakin besar kemungkinan konsumen merasa puas dan nyaman.
b. Desain Interior. Desain ruang dan tata letak interior memainkan peran penting dalam menciptakan suasana yang menyenangkan bagi pelanggan. Desain yang baik tidak hanya menarik secara visual tetapi juga fungsional, membantu konsumen merasa lebih nyaman.
c. Aksesibilitas. Aksesibilitas berkaitan dengan seberapa mudah pelanggan dapat mengakses fasilitas tersebut. Aksesibilitas yang baik memastikan bahwa pelanggan dapat menggunakan fasilitas tanpa kesulitan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas mereka terhadap merek atau perusahaan.

B. E-Service Quality

Menurut Ahmad Gusmawan, Satria Bangsawan, & Mudji Rachmat Ramelan (2022) *E-Service Quality* mendorong preferensi konsumen untuk berbelanja secara online, yang telah menjadi gaya hidup modern bagi orang-orang yang tidak mau repot dan praktis. Menurut Wardhana (2024) *E-Service Quality* merupakan konsep kualitas layanan sangat penting, karena tidak hanya berdampak pada kepuasan pelanggan tetapi juga mempengaruhi kinerja dan pertumbuhan keseluruhan organisasi.

Selain itu, menurut Hapidullah, Wardhana, & Pradana (2022), kualitas layanan elektronik berperan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan menjadi faktor penting dalam membangun loyalitas nasabah dalam konteks

digital banking. Dimensi *e-service quality seperti reliability, assurance, responsiveness, dan empathy* berkontribusi dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang memuaskan dan berkelanjutan.

Penelitian Apsari, Wardhana, & Pradana (2022) juga menunjukkan pentingnya mengevaluasi layanan digital berdasarkan *IPA* mengidentifikasi aspek layanan yang dianggap penting oleh pelanggan namun belum optimal kinerjanya. Hal ini relevan dalam konteks BRImo yang masih menghadapi keluhan terhadap aspek keandalan dan kecepatan layanan digital.

C. Kepuasan Pelanggan

Menurut Wardhana (2024) kepuasan pelanggan merupakan konsep dasar dalam pemasaran dan perilaku konsumen, yang menggambarkan sejauh mana produk atau layanan memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Consumer Satisfaction merupakan metrik penting bagi bisnis untuk diukur dan dikelola, karena memberikan wawasan tentang loyalitas pelanggan, bisnis berulang, dan kesuksesan keseluruhan.

D. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan landasan yang menggabungkan teori, data hasil pengamatan, dan kajian pustaka untuk mendukung pelaksanaan suatu penelitian. Kerangka ini membantu penulis dalam menyusun dan menyelesaikan penelitian yang dilakukan. Tiga dimensi dari fasilitas menurut Tjiptono & Diana (2022) adalah sebagai berikut:

a. Kelengkapan Fasilitas
b. Desain Interior
c. Aksesibilitas

Penelitian Wardhana (2024) *E-Service Quality* merupakan konsep kualitas layanan digital ini penting, karena pada kepuasan pelanggan tetapi juga mempengaruhi kinerja dan pertumbuhan keseluruhan organisasi. Pendekatan untuk riset ini *Service Quality* yang telah dimodifikasi agar sesuai dengan konteks *E-Service Quality*. Alasan penggunaan *Service Quality* dalam konteks *E-Service Quality* masih banyak diterapkan dalam penelitian terdahulu, dengan berbagai bentuk modifikasi agar relevan untuk konteks elektronik. penggunaan tersebut mencakup kemudahan pemahaman, fleksibilitas penerapan, dan relevansi dimensi terhadap persepsi nasabah. Selain itu, menurut Hapidullah, Wardhana, & Pradana (2022), layanan elektronik berperan signifikan terhadap kepuasan nasabah dan menjadi faktor penting dalam membangun loyalitas nasabah dalam konteks digital banking. Berikut tujuh dimensi *E-Service Quality*:

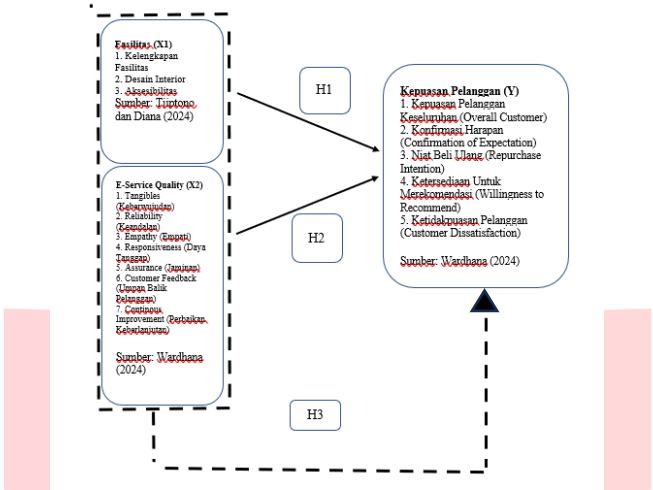
a. *Tangibles* (Keberwujudan)
b. *Reliability* (Keandalan)
c. *Empathy* (Empati)
d. *Responsiveness* (Daya Tanggap)
e. *Assurance* (Jaminan)
f. *Customer Feedback* (Umpan Balik Pelanggan)
g. *Continous Improvement* (Perbaikan Keberlanjutan)

Temuan dari Hapidullah et al. (2022) dan Apsari et al. (2022) mendukung pada *e-service quality* terutama keandalan, daya tanggap, dan customer engagement sangat menentukan dalam membentuk persepsi kepuasan pelanggan terhadap layanan digital. Evaluasi yang sistematis melalui pendekatan IPA juga dapat menjadi alat bantu strategis dalam peningkatan mutu layanan digital seperti BRImo.

Menurut Wardhana (2024) kepuasan nasabah adalah dasar dalam pemasaran dan perilaku konsumen yang menggambarkan sejauh mana produk atau layanan memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Dimensi yang membentuk Kepuasan Pelanggan adalah sebagai berikut:

a. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*)
b. Konfirmasi Harapan (*Confirmation of Expectation*)
c. Niat Beli Ulang (*Repurchase Intention*)
d. Ketersediaan Untuk Merekomendasi (*Willingness to Recommend*)
e. Ketidakpuasan Pelanggan (*Customer Dissatisfaction*)

Berdasarkan teori-teori yang sudah dijelaskan, maka peneliti menggunakan dimensi-dimensi tersebut karena dinilai cocok dengan fenomena yang telah terjadi. Maka dirumuskan hubungan antara Fasilitas *dan E-Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan dapat digambarkan dengan tabel sebagai berikut:



Keterangan :
——▶(Pengaruh secara fragmentaris)
- - - - - -▶(Pengaruh secara serentak)

E. Hipotesis Penelitian

Berikut merupakan pernyataan yang dapat dirumuskan sebagai hipotesis dalam penelitian:

H1: Fasilitas memiliki perngarug besar Bank BRI Cabang A.H. Nasution Bandung.

H2: E-service quality memilik pengeruh pada nasabah Bank BRI Cabang A.H. Nasution Bandung.

H3: Fasilitas dan e-service secara bersamana memiliki dampak pada nasabah BRI Cabang A.H. Nasution Bandung.

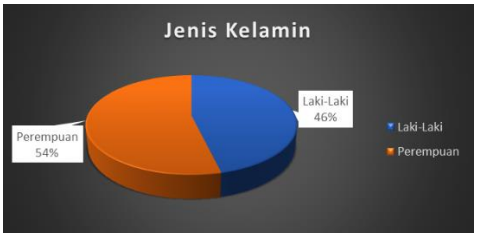
III. METODOLOGI PENELITIAN

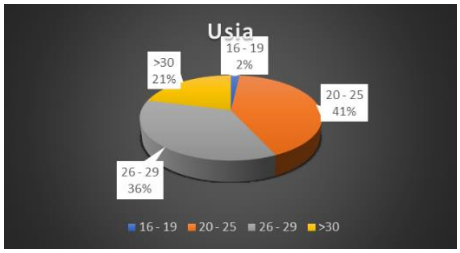
Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui data angka. Metode ini memungkinkan pengujian hipotesis secara statistik untuk mengetahui pengaruh antar variabel. Fokus penelitian adalah menganalisis pengaruh fasilitas dan e-service quality terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Kantor Cabang AH Nasution Bandung. Pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarkan kepada nasabah aktif yang pernah menggunakan fasilitas fisik dan layanan digital BRI, dengan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan aplikasi SPSS model 25.

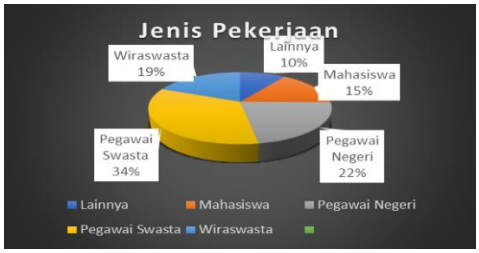
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

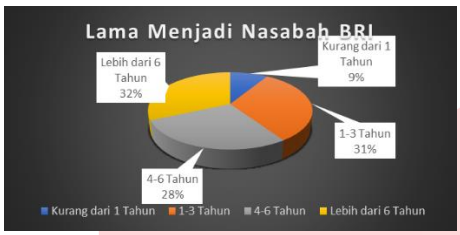
A. Karakteristik Responden Penelitian

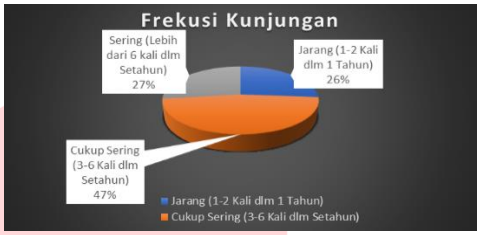
Responden pada data primer yang di isi oleh 438 responden dengan 385 responden merupakan nasabah bank BRI. Data karakteristik responden diperlukan guna mengetahui latar belakang responden dari segmentasi pasar demografis seperti jenis usia, jenis kelamin, pendidikan serta profesi. Berikut hasil dari katakteristik responden ini merupakan data hasil dari *screening question* responden:











B. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	3.400	1.284
	Fasilitas	.194	.058
	E-Service Quality	.536	.030

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Hasil pada SPSS diatas, maka dapat dirumuskan persamaam regresinya sebagai berikut:

Y = 4,274 (α) + 0,418 (X1) + 0,397 (X2) + e

Hal tersebut menunjukan:

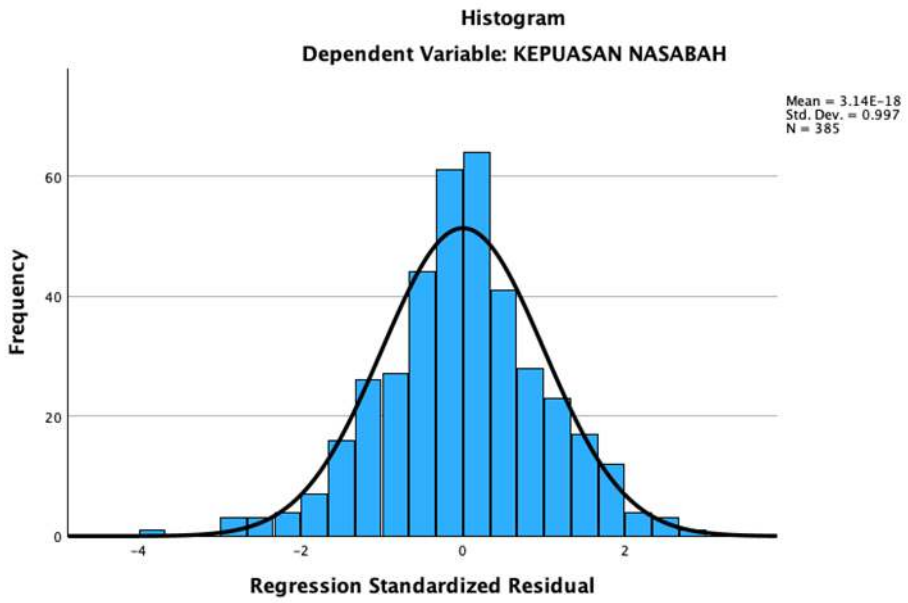
Adanya hubungan sejalan antara variabel independen dan variabel dependen ditunjukkan oleh nilai konstanta (a) sebesar 3.400. Ini berarti bahwa nilai variabel kepuasan pelanggan akan tetap sebesar 3.400 jika semua variabel independen, yaitu Fasilitas (X1) dan Kualitas Layanan (X2), bernilai 0 atau tidak berubah. Koefisien regresi Fasilitas (X1) adalah 0,094 dengan asumsi variabel lain tetap. Ini berarti bahwa Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,094 setiap kenaikan 1% pada Fasilitas.

C. Uji Asumsi Klasik

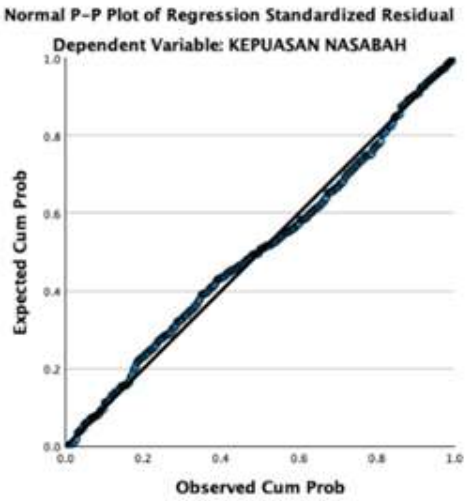
Menurut Purba et al. (2021), Untuk memastikan bahwa model regresi layak secara ekonometrika, uji normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas digunakan dalam penelitian ini.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas menentukan apakah residual berdistribusi normal. Proses ini dilakukan dengan menganalisis grafik normalitas p-plot dan histogram menggunakan program SPSS versi 30.



Dari diagram di atas, terlihat bahwa bentuknya menyerupai lonceng terbalik yang mengikuti garis lonceng. Hal ini mengindikasikan bahwa data tersebut dapat dikategorikan sebagai berdistribusi normal. Dengan kata lain, pola distribusi data cenderung mengikuti norma yang diharapkan. Untuk mendukung hasil yang diperoleh dari histogram, dilakukan pengujian statistik dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov, di mana data dianggap normal apabila nilai signifikansi $sig.$ > 0,05.



Berdasarkan gambar P-Plot, Gambar P-Plot menunjukkan garis diagonal bahwa data berdistribusi normal, yang menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas dengan pola distribusi yang simetris di sekitar nilai tengah.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			400
Normal Parameters[a,b]	Mean		.0000000
	Std. Deviation		6.55947762
Most Extreme Differences	Absolute		.050
	Positive		.050
	Negative		-.043
Test Statistic			.050
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]			.217
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[d]	Sig.		.530
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.014
		Upper Bound	.020

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Output SPSS yang ditunjukkan pada gambar diatas berdistribusi normal dengan nilai Asymp. Sig sebesar 0,217 dan tingkat signifikansi 0,05. Di sisi lain, hasil uji Monte Carlo mendapatkan 2 sisi sebesar 0,53, yang lebih tinggi dari 0,50, menyatakan hasil uji Monte Carlo memiliki distribusi normal dan merata.

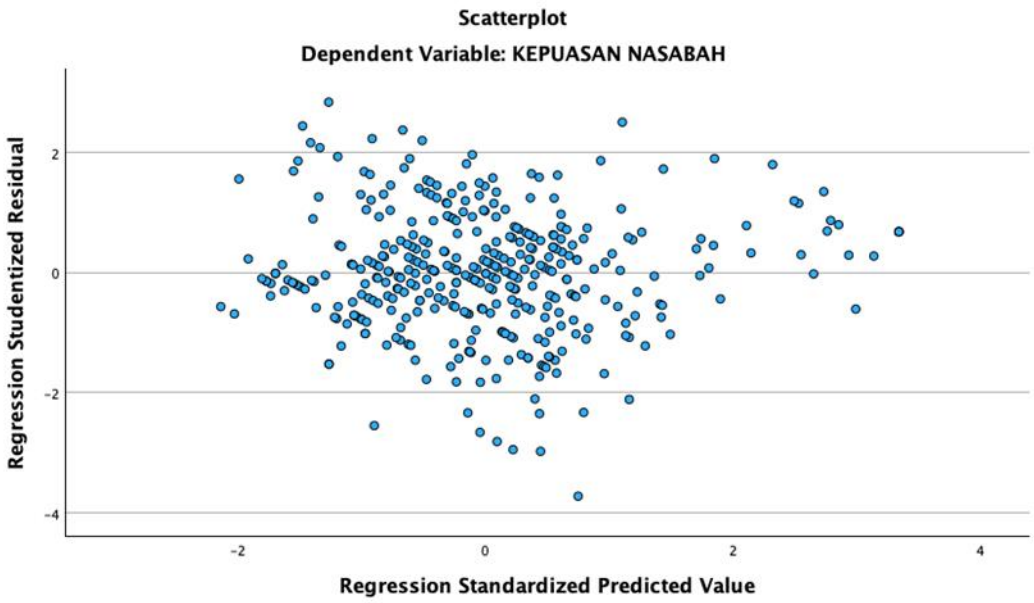
a. Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	FASILITAS	.837	1.195
	E-SERVICE QUALITY	.837	1.195

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa variabel fasilitas (X1) dan kualitas layanan (X2) memiliki nilai Tolerance 0,837 dan VIF 1,195. Ini menunjukkan bahwa tidak ada gejala multikolinearitas dalam model karena Tolerance > 0,01 dan VIF < 10.

b. Uji Heterodkedastisitas

Tujuan uji heteroskedastisitas adalah untuk menentukan apakah ada perbedaan varian residual antara pengamatan. Model regresi yang baik tidak mengandung heteroskedastisitas.



Data menyebar baik di atas maupun di bawah 0, seperti pada gambar hasil uji heteroskedastisitas yang diperoleh dengan plot gulung, yang menunjukkan bahwa data tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas. Oleh karena itu, data tidak mengalami uji heteroskedastisitas.

D. Uji Hipotesis

1. Uji Simultan (Uji f)

Uji statistik F digunakan untuk menentukan apakah variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara bersamaan. Hasil uji ini ditunjukkan dalam tabel berikut:

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10796.430	2	5398.215	229.714	<.001[b]
	Residual	8976.905	382	23.500		
	Total	19773.335	384			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), E-Service Quality, Fasilitas

F tabel = F (k-1 ; n-k)
(3-1 ; 385-3)
(2 ; 382)
3,02

Berdasarkan perolehan output SPSS versi 30 di atas dapat diketahui bahwa pengaruh variabel Fasilitas (X1) dan variabel E-Service Quality (X2) mendapatkan perolehan hasil F hitung yaitu 229.714 dan diketahui nilai signifikasi <,000, berdasarkan nilai tersebut dinyatakan bahwa nilai sig lebih kecil dari nilai F table sebesar 3,02.

2. Uji Parsial (Uji t)

Pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial diukur dengan uji t. Dengan kata lain, uji ini menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel X pada variabel Y. Hasil uji t ditampilkan dalam output SPSS berikut.

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.400	1.284		2.648	.008
	Fasilitas	.194	.058	.127	3.370	<.001
	E-Service Quality	.536	.030	.678	17.998	<.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Rumus hipotesis kategori uji 2 arah:

T tabel = t(α; n-k)
= t(0.05 ; 385 - 3)
= t(0.05 ; 382)
= 1.966

Berdasarkan perolehan nilai t-tabel sebesar 1.966, maka uji t diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

a. 1. Variabel Fasilitas (X1) memperoleh nilai sig sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai sig < 0,05, dan nilai t-tabel sebesar 3,370.
b. Jadi, berdasarkan dasar keputusan ini, variabel fasilitas memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Variabel E-Service Quality (X2) memperoleh nilai sig sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai sig < 0,05, dan nilai t-tabel sebesar 3,370.

3. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi mengukur seberapa baik variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Nilainya berada dari 0 hingga 1 dan semakin tinggi nilainya, semakin banyak kontribusinya untuk memprediksi variabel dependen. Gambar berikut menunjukkan analisis perhitungannya.

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.739[a]	.546	.544	4.848

a. Predictors: (Constant), E-Service Quality, Fasilitas

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Nilai R-Square sebesar 0,546 menunjukkan bahwa Fasilitas (X1) dan E-Service Quality (X2) memberikan pengaruh sebesar 54,6% terhadap Kepuasan Pelanggan. Sisanya, yaitu 45,4%, dipengaruhi oleh faktor lain di luar model regresi ini.

E. Pembahasan

1. Hasil Analisis Deskriptif Fasilitas

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel Fasilitas (X1) secara menyeluruh dalam kategori yang cukup tinggi pada skor rata-rata 62,20%, skor ini menunjukkan bahwa penilaian nasabah terhadap fasilitas yang disediakan oleh Bank BRI AH Nasution Bandung masih perlu ditingkatkan.

2. Hasil Analisis Deskriptif *E-Service*

Analisis deskriptif terhadap variabel kualitas layanan digital (X2) menunjukkan bahwa kualitas layanan digital secara keseluruhan berada dalam kategori cukup, dengan skor rata-rata 60,39%. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas layanan digital belum sepenuhnya sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

3. Hasil Analisis Deskriptif Kepuasan

Variabel Kepuasan Nasabah (Y) menerima skor rata-rata 62,51%, yang cukup, menunjukkan bahwa layanan fasilitas dan online belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan.

4. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah

Hubungan positif antara kepuasan pelanggan dan nilai t hitung 3,370 lebih besar daripada nilai t tabel 1,966, dan signifikansi 0,000 menunjukkan pengaruh yang signifikan. Dengan kata lain, fasilitas perbankan yang baik, seperti kenyamanan, kemudahan akses, dan kualitas layanan, meningkatkan kepuasan pelanggan. Ketika fasilitas memenuhi kebutuhan transaksi mereka, pelanggan cenderung merasa puas dengan layanan yang mereka terima, yang menghasilkan persepsi yang lebih baik tentang bank.

5. Pengaruh *E-Service Quality* terhadap Kepuasan Nasabah

Hubungan positif antara kepuasan pelanggan dan kualitas layanan (X2) ditunjukkan dengan koefisien regresi 0,536. Nilai t hitung 17,998 lebih besar dari nilai t tabel 1,966, dan signifikansi 0,000 menunjukkan pengaruh signifikan. Artinya, layanan elektronik Bank BRI benar-benar meningkatkan kepuasan pelanggan. Layanan digital yang bagus, seperti mobile banking, membuat transaksi lebih mudah dan memberikan pengalaman yang sesuai harapan. Layanan memastikan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, kualitas layanan elektronik menjadi komponen penting dalam menciptakan kesetiaan dan keberhasilan layanan perbankan kontemporer.

6. Pengaruh Fasilitas dan *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa kualitas layanan dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan; nilai hitung 229,714 lebih besar dari F tabel 3,02 dan signifikansi 0,000. Ini menunjukkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima; nilai Adjusted R Square sebesar 0,546 menunjukkan bahwa kedua variabel bertanggung jawab atas 54,6% variasi kepuasan pelanggan, sedangkan faktor lain di luar model bertanggung jawab atas 45,4%. Sementara temuan ini menunjukkan bahwa model cukup baik, diperlukan penambahan variabel tambahan untuk meningkatkan penjelasan tentang variabel dependen.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap nasabah Bank BRI Kantor Cabang AH Nasution Bandung, dapat disimpulkan bahwa fasilitas fisik dinilai cukup mendukung kenyamanan, meskipun beberapa aspek seperti ruang tunggu, sistem antrean, dan jam operasional masih perlu ditingkatkan. Kualitas e-service berada pada kategori cukup baik, namun masih terdapat kekurangan pada keandalan, daya tanggap, dan inovasi layanan digital. Kepuasan nasabah umumnya cukup baik, tetapi belum optimal dan masih dipengaruhi oleh kualitas fasilitas dan layanan digital. Fasilitas fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan, namun e-service quality memberikan pengaruh yang lebih dominan. Secara simultan, keduanya berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, sehingga peningkatan berimbang pada keduanya penting untuk memperkuat kepuasan dan loyalitas nasabah.

REFERENSI

Aditya, W. (2024). Perilaku Konsumen Di Era Digital. EUREKA MEDIA AKSARA.

Agus, P. S., & Aprilia, F. (2021). Pengaruh kualitas layanan elektronik (E-Service Quality) terhadap loyalitas pengguna aplikasi OVO dengan kepuasan sebagai variabel intervening. eProceedings of Management, 8(3). https://jurnal.kdi.or.id/index.php/eb/article/view/1568.

Apsari, M., Wardhana, A., & Pradana, M. (2022, September). Analysis of TIX ID Application's User Satisfaction Through E-Service Quality Using Importance-Performance Analysis (IPA) Method. *In 3rd Asia Pacific International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 3831-3845. https://doi.org/10.46254/AP03.20220614. https://index.ieomsociety.org/index.cfm/article/view/ID/11944. Proceeding Terindeks SCOPUS

Bisnis.com. (2024). Aset Perbankan RI Terkini Tembus Rp12.012,4 Triliun, 4 Bank Ini Mendominasi. https://finansial.bisnis.com/read/20240926/90/1802495/aset-perbankan-ri-terkini-tembus-rp120124-triliun-

4-bank-ini-mendominasi
Cochran, W. G. (1977). Sampling techniques. john wiley & sons.
Hapidullah, M., Wardhana, A., & PRADANA, M. (2022). The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction and Its Impact on E-Commerce Customer Loyalty. *In 3rd Asia Pacific International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 4693-4698. DOI: https://doi.org/10.46254/AP03.20220796. https://index.ieomsociety.org/index.cfm/article/view/ID/12012. Proceeding Terindeks SCOPUS
Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). Principles of Marketing. Pearson.
Kotler, P., & Amstrong, G. (2013:6). Principles of Marketing. Pearson.
Kotler, Keller, & Chernev. (2021). Marketing Management. Pearson Education.
Kotler, P., & Keller, K. (2021). Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 2.
Kursan, M. (2021). Purchase experience during the COVID-19 pandemic and social cognitive theory: The relevance of consumer vulnerability, resilience, and adaptability for purchase satisfaction and repurchase. International Journal Of Consumer Studies.
Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1990). Adequacy of Sample Size in Health Studies. World Health Organization.
Magdalena, D. R., & Ainur, R. (2024). PENGARUH E-SERVICE QUALITY PENGGUNA INTERNET BANKING TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION (Studi Pada Nasabah Bank Central Asia di Kota Malang) . JIMFEB UB.
Marpaung, R. M. D., & Kurniawan, F. A. (2022). Pengaruh kualitas layanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Jurnal Akuntansi dan Manajemen, 18(2), 67–76. https://akuntansi.pnp.ac.id/jam/index.php/jam/article/view/263
Masiaga, N. R., Worang, F. G., & Mandagie, Y. (2022). PENGARUH KEAMANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KOTA MANADO YANG BERBELANJA SECARA ONLINE DI LAZADA.COM. Jurnal EMBA Vol.10 No.2.
Nasution, G. M., & Lumbantoruan, P. M. (2021). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Bank BRI. Jurnal Bisnis dan Manajemen Riset, 4(2), 78–86. https://mail.stpi-pajak.ac.id/jurnal/index.php/JPB/article/view/170
Nevrinski, M., Christien, K., & Rolyke, T. (2023). Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Rakyat Indonesia Unit Tatelu Minahasa Utara. EKOMAKS : Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi.
Otoritas Jasa Keuangan. (2024). Laporan Profil Industri Perbankan Indonesia – Triwulan II 2024. https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/data-dan-statistik/laporan-profil-industri-perbankan/Documents/Laporan%20Surveillance%20Perbankan%20Indonesia%20-%20Triwulan%20II%202024.pdf
Otoritas Jasa Keuangan. (2024). Laporan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2024. https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/OJK-dan-BPS-Umumkan-Hasil-Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Keuangan-Tahun-2024.aspx.
Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). ES-QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. Journal of Service Research, 7(3), 213–233. https://doi.org/10.1177/1094670504271156.
Purba, D. S., Tarigan, W. J., Sinaga, M., & Tarigan, V. (2021). Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengolahan Regressi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas SimalungunUntuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun. Jurnal Karya Abdi Volume 5 Nomor 2.
Puspitasari, R., & Prasetyo, A. (2021). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pos Indonesia Cabang Medan. Journal of Management and Information Systems, 2(1), 45–56. https://readersinsight.net/JMIS/article/view/1452
Putri, R. A., & Sari, I. M. (2023). Pengaruh e-service quality terhadap kepuasan pelanggan pengguna mobile banking. European Journal of Business and Management Research, 8(1), 12–18. https://ejbmr.org/index.php/ejbmr/article/view/1297.
Rizky, M. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bank BRI cabang Kuningan. Universitas Jayabaya Institutional Repository. https://repo.jayabaya.ac.id/2720/
Siti Rahmatia, P. S., Meriani, A., & Nabila, A. (2023). KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH (STUDI KASUS NASABAH BANK BRI DI GORONTALO). Journal of Business Finance and

Economic (JBFE) Volume 3, Nomor 2 .
Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
Sukmawati, A. s., Gusti, R., Amalia, M. M., Hikmah, D., Rumata, N. A., Chatra, A., . . . Sa'dianoor, H. (2023). METODE PENELITIAN KUANTITATIF . Kota Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
Schiffman, L., & Wisenblit, J. (2019). Customer Behavior (Vol. 12). Pearson.
Wardhana, A. (2024). Consumer Satisfaction In The Digital Edge Edisi Indonesia. Kabupaten Purbalingga : EUREKA MEDIA AKSARA.
Wardhana, A. (2024). SERVICE QUALITIY & E-SERVICE QUALITY IN THE DIGITAL EDGE-EDISI INDONESIA. EUREKA MEDIA AKSARA.
Wardhana, A. (2024). CONSUMER SATISFACTION IN THE DIGITAL EDGE – EDISI INDONESIA. : EUREKA MEDIA AKSARA.
Wilman, M., Muhammad, A., Muhammad, E., Muhammad, F., Maolana, & Muhammad, R. (2020). PEMANFAATAN MANAJEMEN PEMASARAN SECARA ONLINE. JURNAL PAPATUNG: Journal of Public Administration, Government, and Politics.
Yuliana. (2023). Analisis Kinerja Keuangan dan Strategi Operasional Cabang-Cabang Bank BRI di Kota Bandung [Undergraduate thesis, Universitas Pasundan]. http://repository.unpas.ac.id/66597/.
Yunita, S., & Hakim, A. (2023). Pengaruh e-service quality terhadap kepuasan pengguna Shopee di kalangan mahasiswa. Proceeding SENESIS, 6(1), 201–210. https://proceeding.unikal.ac.id/index.php/senesis/article/view/1915
Yusuf, S., Zulkarnaini, Agustian, B., Arya, D., & Adila, N. K. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Sekolah Olahraga Binasehat Bekasi). Jurnal STEI Ekonomi (JEMI).
Zehir, C., Sehitoglu, Y., Narcikara, E., & Zehir, S. (2020). E-service quality and customer satisfaction in the banking sector. Technology in Society, 62, 101487. https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101487.