

Analisis Kualitas Pelayanan Bank Jateng (Studi pada Mahasiswa Universitas Tidar)

Felisha Nurmalita Sahieza¹, Asep Awaludin², Mutdiah Retno Ambarwati³, Desfin Setyaningrum⁴, Chelsea Aulia Pratiwi⁵, dan Joko Tri Nugroho⁶

^{1,2,3,4,5,6} Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Tidar

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan Bank Jateng berdasarkan persepsi mahasiswa Universitas Tidar sebagai nasabah. Penelitian ini didasarkan pada pentingnya kualitas pelayanan dalam menjaga loyalitas dan kepercayaan nasabah, khususnya pada sektor perbankan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 51 responden yang merupakan mahasiswa Universitas Tidar yang pernah menggunakan layanan Bank Jateng. Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif untuk mengukur persepsi responden terhadap lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum kualitas pelayanan Bank Jateng berada pada kategori baik, meskipun beberapa indikator memerlukan peningkatan, khususnya pada aspek kecepatan layanan dan perhatian individual kepada nasabah. Temuan ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi manajemen dalam memperkuat strategi pelayanan berbasis kepuasan pelanggan di tengah persaingan lembaga keuangan yang semakin ketat. Implikasi praktisnya, pihak manajemen perlu terus melakukan pelatihan dan pengawasan kualitas layanan dari pegawainya secara berkelanjutan.

Keywords: *Kualitas_Pelayanan, Bank_Jateng, Mahasiswa, Kepuasan_Nasabah*

Copyright (c) 2025 Felisha Nurmalita Sahieza

✉ Corresponding author :

Email Address : mutdiah.retno.ambarwati@students.untidar.ac.id

PENDAHULUAN

Perbankan merupakan salah satu sektor utama yang berperan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi suatu wilayah atau negara. Sebagai lembaga intermediasi keuangan, bank berperan menghubungkan pihak yang memiliki surplus dana dengan pihak yang membutuhkan pembiayaan. Namun, dalam dinamika perkembangan ekonomi dan teknologi yang semakin pesat, tuntutan terhadap industri perbankan mengalami perubahan signifikan. Bank tidak lagi cukup hanya menjalankan fungsi intermediasi, tetapi juga harus mampu menyediakan layanan yang berkualitas, efisien, aman, serta responsif agar dapat bersaing dengan lembaga keuangan lainnya, termasuk institusi keuangan digital yang semakin berkembang pesat (Setiawan & Wibowo, 2020). Kualitas pelayanan yang baik menjadi salah satu

aspek strategis yang menentukan keberhasilan bank dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas nasabah.

Sebagai bank milik pemerintah daerah, Bank Jateng memiliki peran strategis dalam mendukung pembangunan ekonomi masyarakat Jawa Tengah. Oleh karena itu, penyediaan layanan yang profesional, inovatif, dan berorientasi pada kebutuhan pelanggan menjadi hal yang penting untuk menjaga daya saingnya. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas layanan di Bank Jateng memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah. Pada penelitian oleh Monica, Hoyyi, dan Mukid (2013) menunjukkan bahwa meskipun seluruh aspek layanan memiliki pengaruh positif, masih ditemukan adanya kesenjangan antara harapan dan kenyataan pelayanan nasabah di Bank Jateng Cabang Tembalang. Temuan tersebut menegaskan bahwa peningkatan kualitas pelayanan menjadi kebutuhan yang berkelanjutan dalam menghadapi dinamika kebutuhan nasabah.

Dalam literatur pemasaran jasa, kualitas layanan umumnya dianalisis melalui model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. Model ini menilai kualitas layanan berdasarkan lima dimensi yaitu, tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Dimensi tersebut dinilai relevan dalam konteks perbankan modern dan masih banyak digunakan dalam penelitian kontemporer (Sutrisno & Widodo, 2021). Dalam penelitian di Bank Jateng Cabang Sampangan, Kusumastuti dan Kodir (2019) menemukan bahwa seluruh dimensi kualitas layanan tersebut berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Begitu pula penelitian Lovenia (2012) pada Bank Jateng Cabang Utama Semarang yang menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan menjadi salah satu faktor dominan dalam membangun kepercayaan pelanggan.

Di tengah perubahan perilaku konsumen, mahasiswa sebagai kelompok pengguna layanan keuangan modern menunjukkan karakteristik yang berbeda dibandingkan kelompok lainnya. Sebagai generasi digital, mahasiswa memiliki preferensi terhadap layanan yang cepat, mudah diakses, informatif, dan bersifat praktis. Penelitian terkini mengungkapkan bahwa mahasiswa menilai kualitas layanan bank terutama dari aspek kecepatan pelayanan, kejelasan informasi, dan kompetensi pegawai (Ayuningtyas & Kartika, 2020; Hidayat & Sari, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah muda menjadi penting bagi Bank Jateng dalam mempertahankan posisinya di pasar.

Berdasarkan konteks tersebut, penelitian ini dilaksanakan untuk menganalisis kualitas pelayanan Bank Jateng menurut persepsi mahasiswa Universitas Tidar sebagai salah satu segmen nasabah potensial. Pengakuan terhadap masalah dan urgensinya terlihat dari adanya kesenjangan pelayanan dalam penelitian sebelumnya serta meningkatnya tuntutan kualitas layanan di era digital. Identifikasi masalah dalam penelitian ini berkaitan dengan bagaimana kualitas pelayanan Bank Jateng dipersepsikan oleh mahasiswa, apakah setiap dimensi SERVQUAL memiliki penilaian yang baik, dan aspek mana yang masih memerlukan perbaikan. Dengan demikian, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) bagaimana tingkat

kualitas layanan Bank Jateng menurut mahasiswa Universitas Tidar; dan (2) aspek pelayanan apa saja yang perlu ditingkatkan untuk memenuhi harapan nasabah mahasiswa. Rumusan tersebut mencerminkan cakupan kompleksitas masalah sekaligus mengarahkan tujuan penelitian ini.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi mahasiswa Universitas Tidar terhadap kualitas pelayanan Bank Jateng berdasarkan lima dimensi SERVQUAL serta mengidentifikasi aspek layanan yang memerlukan perbaikan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada 51 responden mahasiswa. Instrumen penelitian disusun menggunakan skala Likert 1-5 untuk memperoleh data yang terukur dan objektif mengenai penilaian mereka terhadap aspek pelayanan. Penjelasan metodologi dalam pendahuluan tidak bersifat teknis, tetapi cukup untuk memberikan konteks mengenai bagaimana penelitian dijalankan. Sebagai gambaran awal tentang temuan penelitian, hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Bank Jateng dinilai baik oleh mahasiswa, namun terdapat beberapa aspek yang membutuhkan peningkatan, khususnya pada dimensi responsivitas dan empati. Penyampaian ringkas mengenai temuan ini penting agar pembaca memahami kontribusi penelitian sebelum memasuki bagian metode dan hasil.

Dengan demikian, pendahuluan ini tidak hanya memberikan konteks empiris dan teoretis, tetapi juga memperjelas motivasi penelitian, merumuskan masalah secara eksplisit, menjelaskan tujuan penelitian, serta menghubungkan topik dengan literatur terkait. Penjelasan ini menjadi dasar bagi pembahasan lebih mendalam pada bagian selanjutnya, terutama dalam tinjauan pustaka dan metode penelitian.

2.1 Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Kualitas pelayanan adalah aspek krusial dalam studi manajemen publik dan layanan karena berhubungan langsung dengan cara pengguna melihat kinerja sebuah organisasi. Umumnya, kualitas pelayanan dipahami sebagai sejauh mana harapan pengguna sejalan dengan pengalaman mereka terhadap layanan yang diberikan (Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, 1988; diadopsi dalam penelitian di sektor perbankan). Dalam dunia perbankan, kualitas pelayanan meliputi ketepatan dalam melakukan transaksi, kejelasan informasi, profesionalisme staf, serta kemudahan akses layanan, baik secara tatap muka maupun melalui platform digital (Kaliraman dan Narwal, 2023).

2.1.1 Model SERVQUAL

Model SERVQUAL dicetuskan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry untuk mengevaluasi mutu pelayanan melalui lima dimensi utama. Kelima dimensi tersebut terdiri dari:

1. *Tangibles*, yang merupakan dimensi yang meliputi sarana fisik, kebersihan area, alat yang digunakan, kelengkapan fasilitas, serta penampilan karyawan. Dimensi ini sangat penting karena memberikan kesan awal mengenai mutu layanan (Parasuraman et al., 1988; Ghofur, 2022).
2. *Reliability*, yaitu kemampuan organisasi untuk memberikan pelayanan dengan tepat waktu, akurat, dan dapat dipercaya. Konsistensi dalam prosedur dan

hasil layanan merupakan indikator utama dalam dimensi ini (Parasuraman et al. , 1988).

3. *Responsiveness*, yaitu kesiapan dan kecepatan karyawan dalam membantu pelanggan serta merespon permintaan layanan. Dimensi ini menunjukkan sejauh mana organisasi dapat memberikan layanan dengan cepat dan sesuai waktu yang ditentukan (Parasuraman et al. , 1988; Ghofur, 2022).
4. *Assurance*, yang meliputi keahlian, sikap sopan, dan profesionalisme karyawan dalam menanamkan rasa aman dan percaya pada pengguna layanan. Keterampilan teknis dan kemampuan berinteraksi menjadi elemen penting di dimensi ini (Parasuraman et al. , 1988).
5. *Empathy*, yaitu perhatian pribadi yang diberikan kepada pelanggan, termasuk memahami kebutuhan individu dan kemudahan akses layanan. Dimensi ini menekankan pada penyampaian layanan yang bersifat humanis dan personal (Parasuraman et al. , 1988; Ghofur, 2022).

Model SERVQUAL banyak digunakan dalam studi perbankan karena dapat memberikan kerangka pengukuran yang lengkap terhadap pengalaman layanan yang dirasakan oleh nasabah (Ismaniar, Asriati, dan Indriana, 2025).

2.2 Kepuasan Nasabah

Kepuasan pelanggan adalah keadaan emosional yang muncul saat pandangan pelanggan mengenai kualitas layanan sesuai atau lebih baik dari yang diharapkan. Dalam dunia perbankan, kepuasan dipengaruhi oleh berbagai elemen seperti laju transaksi, kejelasan prosedur, profesionalisme staf, keamanan sistem, serta kemudahan akses digital (Purwati dan Hamzah, 2024). Tingkat kepuasan yang tinggi bisa mendorong loyalitas pelanggan dan memperkuat hubungan jangka panjang antara bank dan pengguna layanan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan sering kali dianggap sebagai faktor kunci dalam pembentukan kepuasan pelanggan (Winasih dan Hakim, 2022).

2.3 Layanan Perbankan pada Segmen Mahasiswa

Mahasiswa adalah kelompok nasabah yang memiliki ciri-ciri tertentu. Mereka lebih memilih layanan yang cepat, praktis, dan dapat diakses dengan mudah lewat perangkat digital. Selain itu, mahasiswa menggunakan layanan perbankan untuk berbagai transaksi sehari-hari seperti membayar biaya pendidikan, melakukan transfer uang, menarik uang tunai, dan menggunakan mobile banking. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Zalukhu, F., & Yusnadi. (2023) menunjukkan bahwa kualitas layanan Bank BNI terutama dari segi respon dan perhatian terhadap nasabah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mahasiswa sebagai nasabah.

Dengan demikian, penting untuk menilai kualitas layanan bank dari sudut pandang kebutuhan mahasiswa sebagai pengguna yang aktif dan terbuka terhadap teknologi. Dalam konteks Universitas Tidar, Bank Jateng berfungsi sebagai penyedia layanan yang mendukung kegiatan keuangan mahasiswa. Oleh karena itu, analisis mengenai kualitas layanan Bank Jateng harus memperhatikan karakteristik mahasiswa Untidar sebagai pengguna utama di lingkungan kampus tersebut.

2.4 Temuan Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa dimensi *reliability* (kehandalan) dan *responsiveness* (daya tanggap) adalah faktor utama yang memengaruhi kepuasan nasabah dalam layanan perbankan. Dalam studi oleh Meilani & Sugiarti (2022), pengaruh signifikan antara dimensi *reliability* terhadap kepuasan nasabah dijelaskan melalui kemampuan bank untuk memenuhi janji pelayanannya dengan akurat. Selain itu, dimensi *responsiveness* juga penting, yang menunjukkan bagaimana pegawai bank mampu memberikan pelayanan dengan cepat dan efisien. Penelitian oleh Ayu et al. (2015) mendukung temuan ini dengan menunjukkan bahwa kualitas layanan yang baik, dalam hal timbal balik pelanggan, berkontribusi positif terhadap kepuasan nasabah. Dimensi lain, seperti *assurance* (jaminan) dan *empathy* (kepedulian), juga memegang peranan penting, di mana keramahan dan profesionalisme pegawai dapat meningkatkan rasa percaya nasabah.

Selain itu, dalam penelitian yang melibatkan mahasiswa, muncul tren bahwa kecepatan layanan dan kemudahan menggunakan aplikasi digital sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Penelitian oleh Febriana (2016) menunjukkan bahwa dengan adanya peningkatan dalam kualitas digitalisasi, nasabah merasa lebih puas. Namun, banyak penelitian yang dilakukan sebelumnya terfokus pada bank nasional dan populasi umum, sehingga konteks bank daerah dan segmen mahasiswa masih kurang dieksplorasi (Rahmadiani et al., 2017). Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengkaji pengaruh kualitas layanan khususnya di bank syariah, agar dapat memahami dengan lebih baik kebutuhan dan ekspektasi nasabah, seperti yang dijelaskan dalam konteks Bank Syariah Indonesia.

METHOD, DATA, AND ANALYSIS

Metode kuantitatif deskriptif digunakan dalam penelitian ini untuk menggambarkan persepsi mahasiswa Universitas Tidar tentang kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan mereka dengan layanan yang diberikan oleh Bank Jateng. Metode ini dipilih karena mampu memberikan gambaran empiris tentang kecenderungan data dengan menggunakan pengukuran numerik yang disusun secara sistematis. Menurut Sihotang (2023), penelitian kuantitatif berfokus pada pengukuran yang objektif dan dapat divalidasi secara empiris. Karena mereka memiliki pengalaman langsung maupun tidak langsung dengan layanan Bank Jateng, terutama dalam hal transaksi akademik, mahasiswa digunakan sebagai unit analisis dan relevan untuk melakukan evaluasi.

Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* untuk memilih responden yang memenuhi kriteria, yaitu mahasiswa yang mengetahui, menggunakan, atau pernah berinteraksi dengan layanan Bank Jateng. Berdasarkan kriteria ini, peneliti memilih 51 responden. Responden tersebut meliputi mahasiswa laki-laki dan perempuan berusia 18 tahun ke atas, dari seluruh fakultas di Universitas Tidar. Pengumpulan data dilakukan selama periode akademik, yang membantu kami menjangkau mahasiswa dan memastikan keterlibatan yang baik.

Kuisisioner dibagikan secara daring yang dibuat berdasarkan indikator kepuasan mahasiswa dan kualitas layanan digunakan sebagai alat penelitian. Skala Likert 1 sampai 5 digunakan, dari "sangat tidak setuju" hingga "sangat setuju". Keandalan,

daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik merupakan lima karakteristik utama model SERVQUAL, yang diciptakan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) dan digunakan untuk mengukur kualitas layanan. Sementara itu, teori kepuasan pelanggan Kotler dan Keller (2016) dirujuk dalam indikator kepuasan mahasiswa, yang meliputi pengalaman pengguna layanan, kesesuaian layanan dengan harapan, dan penilaian keseluruhan layanan Bank Jateng. Kedua kerangka teori ini digunakan untuk memastikan alat pengukuran tersebut sesuai dengan standar ilmiah dalam penelitian layanan publik.

Data hasil kuesioner yang sudah dibagikan melalui daring kemudian diolah dengan aplikasi SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). Analisis dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif melalui perhitungan frekuensi, persentase, serta nilai rata-rata pada setiap indikator. Penggunaan aplikasi SPSS ini dipilih karena aplikasi ini mampu mengolah data secara tepat, efisien, dan sistematis, sehingga mendukung penyajian informasi empiris mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan mahasiswa. Melalui prosedur tersebut, penelitian dapat menampilkan kondisi aktual sesuai persepsi responden.

RESULT AND DISCUSSION

Kualitas layanan Bank Jateng secara keseluruhan dinilai baik oleh mahasiswa Universitas Tidar berdasarkan hasil pengolahan data penelitian. Sebagai lembaga keuangan daerah yang memiliki peran penting dalam menyediakan layanan bagi masyarakat, Bank Jateng dituntut untuk memberikan pelayanan yang profesional, responsif, aman, dan ramah guna menjaga kepercayaan dan loyalitas nasabah. Tuntutan tersebut semakin meningkat seiring ketatnya persaingan industri perbankan, terutama dengan hadirnya layanan digital serta berbagai platform keuangan baru yang menawarkan kemudahan dan kecepatan (Lupiyoadi, 2014). Oleh karena itu, kemampuan bank dalam menjaga konsistensi pelayanan menjadi faktor utama yang memengaruhi kepuasan pengguna. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa Bank Jateng berhasil memenuhi sebagian besar ekspektasi mahasiswa, khususnya kelompok muda yang terbiasa dengan layanan cepat, praktis, dan efisien (Kotler & Keller, 2016).

Temuan penelitian lebih lanjut menunjukkan bahwa kualitas layanan Bank Jateng berada pada kategori baik hingga sangat baik. Penilaian tersebut terutama dipengaruhi oleh kecepatan pelayanan, profesionalisme pegawai, serta kemampuan bank dalam memberikan rasa aman selama transaksi berlangsung. Walaupun demikian, peningkatan pada aspek personalisasi layanan dan pemahaman terhadap kebutuhan spesifik nasabah masih menjadi peluang pengembangan yang penting bagi Bank Jateng, terutama dalam memenuhi preferensi mahasiswa sebagai pengguna generasi muda (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2018).

Jika ditinjau menggunakan lima dimensi SERVQUAL (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy). Bank Jateng memperoleh penilaian positif pada hampir seluruh aspek. Dua dimensi dengan skor tertinggi adalah assurance dan responsiveness, yang menunjukkan bahwa mahasiswa merasa aman serta percaya terhadap kemampuan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat, jelas, dan

dapat diandalkan. Profesionalisme pegawai, ketepatan dalam memberikan informasi, serta kemampuan menjaga keamanan transaksi terbukti meningkatkan keyakinan mahasiswa terhadap kualitas layanan (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988). Selain itu, kecepatan pelayanan yang meminimalkan waktu tunggu juga dianggap sebagai nilai lebih yang menunjukkan kesiapan pegawai dalam memenuhi kebutuhan mahasiswa.

Pada dimensi empathy, mayoritas responden memberikan penilaian baik, menilai bahwa pegawai bersikap ramah, perhatian, serta mampu menciptakan pengalaman pelayanan yang menyenangkan. Namun, sebagian kecil responden memberikan penilaian netral terkait sejauh mana pegawai memahami kebutuhan khusus nasabah. Hal ini mengindikasikan bahwa aspek empati masih memiliki ruang untuk ditingkatkan, terutama karena mahasiswa cenderung membutuhkan penjelasan yang lebih rinci dan pendekatan yang lebih komunikatif. Temuan ini selaras dengan teori SERVQUAL yang menegaskan bahwa kualitas layanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan (Parasuraman et al., 1988), serta konsisten dengan berbagai penelitian sebelumnya yang menyimpulkan bahwa seluruh dimensi layanan Bank Jateng memberikan pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah (Sari, 2021; Pratama & Lestari, 2020).

4.1. Table and Figure

Authors must provide high quality artwork for all illustrations. Poor resolution or definition is not acceptable. All tables and figures (graphs) should be included directly in the appropriate part of the article (not separated). Each table or figure should be numerically numbered separately (Table 1, Table 2; Figure 1, Figure 2) and fully titled, which refers to the contents of the table or figure. Underneath each table and figure, state the reliable source. Use only horizontal lines, 1.5 spaced

Table 1. Data Karakteristik Responden

Variabel		Jumlah	Persentase
Jenis kelamin	Laki - laki	12	23.5
	Perempuan	39	76.5
Usia	18-22	51	100.0

Hasil penelitian menunjukkan bahwa partisipasi responden perempuan jauh lebih dominan, yaitu sebanyak 39 orang (76,5%), sedangkan responden laki-laki berjumlah 12 orang (23,5%). Komposisi ini mengindikasikan bahwa mahasiswi lebih banyak terlibat dalam penelitian, sekaligus merefleksikan kecenderungan bahwa pengguna layanan Bank Jateng di lingkungan mahasiswa Universitas Tidar lebih didominasi oleh perempuan. Meskipun terdapat ketimpangan jumlah berdasarkan jenis kelamin, perbedaan ini tidak memberikan pengaruh berarti terhadap pola penilaian responden

terhadap kualitas layanan. Selain itu, distribusi usia responden memperlihatkan bahwa sebagian besar partisipan berada pada usia 19 tahun, yakni sebanyak 27 orang (52,9%). Kemudian, terdapat 14 responden (27,5%) yang berusia 20 tahun, serta masing-masing 4 responden (7,8%) yang berusia 18 dan 21 tahun. Hanya 2 responden (3,9%) yang berusia di atas 21 tahun. Dominasi usia 18 hingga 20 tahun menunjukkan bahwa mayoritas partisipan merupakan mahasiswa semester awal hingga pertengahan yang umumnya berada dalam tahap transisi menuju kemandirian finansial. Pada fase ini, mahasiswa mulai aktif menggunakan layanan perbankan untuk memenuhi kebutuhan pribadi maupun akademik, seperti pengelolaan dana, pembayaran administrasi pendidikan, maupun transaksi digital lainnya (Kotler & Keller, 2016; Schiffman & Wisenblit, 2019). Temuan usia dan jenis kelamin ini selaras dengan karakteristik umum perilaku konsumen muda yang cenderung sedang membangun pengalaman awal dalam penggunaan layanan keuangan dan perbankan (Lupiyoadi, 2014).

Sumber: Data Primer, diolah tahun 2025

Table 2. Data Fakultas Responden

Variabel		Jumlah	Persentase
Fakultas	Fakultas Ekonomi	9	17.6
	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	21	41.2
	Fakultas Keguruan dan Ilmu pendidikan	4	7.8
	Fakultas Pertanian	10	19.6
	Fakultas Teknik	7	13.7
Total		51	100.0

Berdasarkan data yang diperoleh dari pihak fakultas, sebagian besar responden berasal dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) dengan jumlah 21 orang (41,2%). Selanjutnya, Fakultas Pertanian menyumbang 10 responden (19,6%), disusul oleh Fakultas Ekonomi dengan 9 responden (17,6%). Fakultas Teknik berkontribusi sebanyak 7 responden (13,7%), dan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) menjadi fakultas dengan jumlah partisipan paling sedikit, yaitu 4 responden (7,8%). Penyebaran responden yang berasal dari berbagai fakultas ini menunjukkan bahwa peserta penelitian memiliki latar belakang keilmuan yang beragam. Variasi disiplin ilmu tersebut memberikan manfaat penting bagi penelitian karena memungkinkan munculnya sudut pandang yang lebih luas dan tidak terfokus pada satu kelompok akademik saja (Creswell, 2014). Dengan demikian, temuan penelitian dapat dianggap lebih representatif terhadap pengalaman mahasiswa Universitas Tidar secara keseluruhan. Heterogenitas asal fakultas ini juga sejalan dengan pandangan bahwa keragaman latar belakang pendidikan dapat memperkaya interpretasi dan memperluas pemahaman terhadap fenomena yang diteliti, termasuk dalam hal penilaian terhadap layanan perbankan (Sugiyono, 2019; Neuman, 2014).

Sumber: Data Primer, diolah tahun 2025

Table 3. Status Nasabah Bank Jateng

Variabel		Jumlah	Persentase
Bukan Nasabah		10	19.6
Nasabah		41	80.4
Total		51	100.0

Sebagian besar responden dalam penelitian ini, yaitu sebanyak 41 orang (80,4%), merupakan nasabah aktif Bank Jateng, sedangkan 10 orang (19,6%) tidak termasuk nasabah. Meskipun demikian, seluruh partisipan memiliki pengetahuan maupun pengalaman mengenai layanan Bank Jateng, baik melalui penggunaan langsung maupun melalui pengamatan terhadap pelayanan yang diberikan. Kondisi ini meningkatkan validitas temuan penelitian karena pendapat yang diberikan mencerminkan sudut pandang yang beragam, baik dari pengguna layanan maupun non-pengguna yang tetap memiliki informasi mengenai kualitas pelayanan bank (Sugiyono, 2019). Dengan adanya variasi pengalaman tersebut, hasil penelitian menjadi lebih kaya dan memberikan gambaran yang lebih komprehensif terkait persepsi mahasiswa terhadap layanan perbankan, sebagaimana ditegaskan oleh Kotler dan Keller (2016) bahwa penilaian pelanggan terbentuk dari interaksi langsung maupun persepsi yang dibangun melalui pengamatan.

Proses penilaian atas kualitas layanan Bank Jateng dilakukan melalui kuesioner yang menggunakan skala Likert 1–5, di mana angka 1 menunjukkan pilihan Sangat Tidak Setuju dan angka 5 menunjukkan Sangat Setuju. Skala Likert digunakan karena efektif dalam mengukur persepsi, sikap, serta tingkat persetujuan responden terhadap suatu pernyataan (Umar, 2014). Berdasarkan analisis data yang diperoleh, mayoritas mahasiswa Universitas Tidar memberikan penilaian dalam kategori baik hingga sangat baik terhadap mutu layanan Bank Jateng. Hasil ini sejalan dengan teori kualitas layanan SERVQUAL yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), yang menyatakan bahwa persepsi pengguna terhadap dimensi layanan menjadi indikator utama dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Dengan demikian, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa layanan Bank Jateng telah mampu memenuhi ekspektasi mahasiswa sebagai salah satu kelompok pengguna muda yang membutuhkan pelayanan cepat, jelas, dan terpercaya.

Sumber: Data Primer, diolah tahun 2025

Table 4. Karyawan Bank Jateng memberikan layanan dengan cepat sesuai kebutuhan saya

	Frekuensi	Persen	Valid Persen	Kumulatif Persen
Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Ada Pendapat	8	15.7	15.7	15.7
Setuju	34	66.7	66.7	82.4
Sangat Setuju	9	17.6	17.6	100.0
Total	51	100.0	100.0	

Dari pernyataan karyawan Bank Jateng memberikan layanan dengan cepat sesuai kebutuhan saya yang termasuk dalam dimensi *Responsiveness*. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam kuesioner menyatakan bahwa pegawai Bank Jateng mampu memberikan pelayanan dengan cepat dan sesuai dengan kebutuhan mahasiswa. Dari total peserta, sebanyak 34 orang (66,7%) memberikan penilaian 4 (Setuju), disusul oleh 9 orang (17,6%) yang memberikan nilai 5 (Sangat Setuju). Hanya 8 responden (15,7%) yang memilih nilai netral. Pola penilaian ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa memandang kecepatan pelayanan Bank Jateng sudah berada pada tingkat yang memuaskan, meskipun masih terdapat sejumlah kecil responden yang menilai bahwa waktu penyelesaian layanan masih dapat ditingkatkan. Temuan tersebut sejalan dengan konsep kualitas layanan dalam dimensi *responsiveness*, di mana ketanggapan dan kecepatan pelayanan menjadi indikator penting dalam memenuhi harapan pelanggan (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988). Respons cepat dari pegawai juga merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi persepsi mahasiswa terhadap kualitas layanan, sebagaimana dijelaskan oleh Kotler dan Keller (2016) bahwa pelayanan yang cepat dan tepat merupakan elemen penting dalam membentuk kepuasan nasabah. Selain itu, kesesuaian layanan dengan kebutuhan pengguna mencerminkan kemampuan bank dalam memahami permintaan pelanggan, sesuai dengan pandangan Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2018) bahwa pelayanan yang responsif akan meningkatkan pengalaman nasabah secara keseluruhan. Dengan demikian, meskipun sebagian kecil responden masih mengharapkan peningkatan, data ini memperkuat gambaran bahwa Bank Jateng telah mampu memenuhi ekspektasi mahasiswa dalam aspek kecepatan pelayanan.

Sumber: Data Primer, diolah tahun 2025

Table 5. Karyawan Bank Jateng selalu memberikan tanggapan tanpa membuat saya menunggu terlalu lama

	Frekuensi	Persen	Valid Persen	Kumulatif Persen
Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Setuju	3	5.9	5.9	5.9
Tidak Ada Pendapat	9	17.6	17.6	23.5
Setuju	32	62.7	62.7	86.3
Sangat Setuju	7	13.7	13.7	100.0
Total	51	100.0	100.0	

Selain itu, pada pernyataan “Karyawan Bank Jateng selalu memberi respons tanpa membuat saya menunggu terlalu lama,” yang termasuk dalam dimensi *Responsiveness*. Hasil kuesioner menunjukkan sebanyak 32 responden (62,7%) menyatakan setuju dan 7 responden (13,7%) menyatakan sangat setuju. Temuan ini memperlihatkan bahwa mayoritas mahasiswa menilai tingkat responsivitas karyawan Bank Jateng sudah berada pada kategori baik dan mampu memenuhi kebutuhan mereka secara cepat. Respons yang diberikan pegawai dianggap mampu memfasilitasi mahasiswa dalam memperoleh informasi layanan maupun

menyelesaikan transaksi tanpa mengalami keterlambatan yang berarti. Kondisi ini sejalan dengan dimensi responsiveness dalam model SERVQUAL yang menekankan pentingnya kecepatan, kesiapan, dan kesiapan pegawai dalam membantu pelanggan (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988). Dengan demikian, hasil ini mengindikasikan bahwa Bank Jateng telah menunjukkan kemampuan yang cukup efektif dalam memberikan pelayanan tanggap waktu, meskipun tetap terbuka kemungkinan adanya peningkatan agar seluruh kebutuhan mahasiswa dapat dipenuhi secara lebih optimal (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2018).

Sumber: Data Primer, diolah tahun 2025

Table 6. Perilaku karyawan Bank Jateng membuat saya merasa yakin dan percaya terhadap layanan yang diberikan

	Frekuensi	Persen	Valid Persen	Kumulatif Persen
Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Ada Pendapat	9	17.6	17.6	17.6
Setuju	37	72.5	72.5	90.2
Sangat Setuju	5	9.8	9.8	100.0
Total	51	100.0	100.0	

Hasil penelitian terhadap pernyataan “Perilaku karyawan Bank Jateng membuat saya merasa yakin dan percaya terhadap layanan yang diberikan” yang termasuk dalam dimensi *assurance*. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan responden terhadap kualitas layanan Bank Jateng tergolong tinggi. Dari total 51 responden, sebanyak 37 orang (72,5%) menyatakan setuju dan 5 orang (9,8%) mengungkapkan sangat setuju, sedangkan 9 responden (17,6%) memilih jawaban netral. Tidak terdapat responden yang memberikan penilaian negatif terhadap indikator ini. Distribusi penilaian tersebut menggambarkan bahwa mayoritas mahasiswa Universitas Tidar meyakini bahwa perilaku karyawan meliputi profesionalisme, ketepatan dalam memberikan informasi, sikap yang sopan, dan kemampuan menjaga kenyamanan nasabah berkontribusi besar dalam menumbuhkan rasa percaya terhadap layanan yang diberikan. Temuan ini sejalan dengan teori kualitas layanan yang menyatakan bahwa perilaku karyawan, khususnya dalam dimensi *assurance* dan *responsiveness*, merupakan faktor penting yang memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kredibilitas dan keandalan penyedia layanan (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988; Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2018). Selain itu, kepercayaan yang terbentuk melalui interaksi positif dengan karyawan menjadi salah satu elemen kunci dalam membangun hubungan jangka panjang antara nasabah dan institusi perbankan (Kotler & Keller, 2016). Dengan demikian, hasil penelitian ini mempertegas bahwa performa dan perilaku karyawan Bank Jateng berperan penting dalam menciptakan keyakinan serta rasa aman bagi mahasiswa sebagai pengguna layanan.

Sumber: Data Primer, diolah tahun 2025

Table 7. Saya merasa aman ketika melakukan transaksi dengan karyawan Bank Jateng

	Frekuensi	Persen	Valid Persen	Kumulatif Persen
Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Ada Pendapat	4	7.8	7.8	7.8
Setuju	34	66.7	66.7	74.5
Sangat Setuju	13	25.5	25.5	100.0
Total	51	100.0	100.0	

Dalam pernyataan “Saya merasa aman ketika melakukan transaksi dengan karyawan Bank Jateng” termasuk dalam dimensi *assurance*. Dari hasil kuesioner menunjukkan sebanyak 37 responden (72,5%) menyatakan setuju bahwa perilaku staf Bank Jateng mampu menumbuhkan rasa yakin dan percaya terhadap layanan yang diberikan, sementara 9,8% lainnya menyatakan sangat setuju. Pada indikator terkait rasa aman, 34 responden (66,7%) mengungkapkan bahwa mereka merasa aman saat melakukan transaksi di Bank Jateng, dan 13 responden (25,5%) memberikan penilaian sangat setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa dimensi *assurance* dalam kerangka SERVQUAL memperoleh apresiasi positif dan dinilai sangat baik oleh para mahasiswa. Respons ini menegaskan bahwa profesionalisme, sikap karyawan, kompetensi dalam memberikan informasi, serta upaya menjaga keamanan transaksi telah mampu menciptakan rasa percaya dan kenyamanan bagi pengguna layanan. Temuan tersebut sejalan dengan teori SERVQUAL yang menyatakan bahwa elemen jaminan termasuk sopan santun, pengetahuan, dan kemampuan pegawai memengaruhi tingkat rasa aman serta kepercayaan pelanggan terhadap layanan perbankan (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988). Selain itu, persepsi positif mahasiswa terhadap keamanan dan keandalan layanan juga mendukung pandangan Kotler dan Keller (2016) bahwa kepercayaan dan rasa aman merupakan faktor penting yang menentukan kepuasan serta loyalitas nasabah terhadap suatu institusi keuangan.

Sumber: Data Primer, diolah tahun 2025

Table 8. Karyawan Bank Jateng bersikap ramah dalam melayani saya

	Frekuensi	Persen	Valid Persen	Kumulatif Persen
Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Ada Pendapat	3	5.9	5.9	5.9
Setuju	33	64.7	64.7	70.6
Sangat Setuju	15	29.4	29.4	100.0
Total	51	100.0	100.0	

Hasil penelitian terkait pernyataan “Karyawan Bank Jateng bersikap ramah dalam melayani saya” termasuk dalam dimensi *Assurance*. Dari hasil kuesioner menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap sikap keramahan pegawai berada

pada tingkat yang sangat positif. Dari total 51 responden, sebanyak 33 orang (64,7%) menyatakan setuju, 15 orang (29,4%) memberikan jawaban sangat setuju, dan hanya 3 responden (5,9%) yang memilih sikap netral. Tidak terdapat satu pun responden yang memberikan penilaian negatif. Pola distribusi tersebut menegaskan bahwa sebagian besar mahasiswa Universitas Tidar menilai bahwa pegawai Bank Jateng telah menunjukkan keramahan, kesantunan, dan etika pelayanan yang baik selama berinteraksi dengan nasabah. Keramahan pegawai ini turut menciptakan pengalaman layanan yang menyenangkan serta meningkatkan kenyamanan mahasiswa dalam melakukan berbagai transaksi perbankan. Temuan ini sejalan dengan teori SERVQUAL, khususnya pada dimensi empathy, yang menekankan pentingnya sikap ramah, perhatian, dan kemampuan membina hubungan interpersonal yang positif dalam meningkatkan persepsi kualitas layanan (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988). Selain itu, literatur pemasaran jasa juga menyebutkan bahwa interaksi langsung antara pelanggan dan karyawan menjadi salah satu faktor utama yang membentuk kepuasan dan kenyamanan pelanggan dalam menggunakan layanan perbankan (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2018; Kotler & Keller, 2016). Dengan demikian, temuan ini mengindikasikan bahwa performa pegawai Bank Jateng dalam menjaga sikap ramah telah memberikan kontribusi penting terhadap pengalaman positif nasabah mahasiswa (Lupiyoadi, 2014).

Sumber: Data Primer, diolah tahun 2025

Table 9. Karyawan Bank Jateng mampu menjawab pertanyaan saya dengan jelas dan memuaskan

	Frekuensi	Persen	Valid Persen	Kumulatif Persen
Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Ada Pendapat	4	7.8	7.8	7.8
Setuju	35	68.6	68.6	76.5
Sangat Setuju	12	23.5	23.5	100.0
Total	51	100.0	100.0	

Hasil penelitian terkait pernyataan " Karyawan Bank Jateng mampu menjawab pertanyaan saya dengan jelas dan memuaskan" yang termasuk dalam dimensi *Assurance*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap keterampilan karyawan Bank Jateng dalam menjawab pertanyaan berada pada kategori yang sangat positif. Dari 51 responden yang terlibat, sebanyak 35 orang (68,6%) menyatakan setuju, 12 orang (23,5%) sangat setuju, dan hanya 4 orang (7,8%) yang memilih posisi netral. Tidak terdapat responden yang memberikan tanggapan tidak setuju, yang mengindikasikan bahwa tidak ada penilaian negatif terkait kemampuan pegawai dalam memberikan informasi. Temuan ini menggambarkan bahwa mahasiswa menilai karyawan Bank Jateng memiliki kompetensi yang baik, menguasai informasi mengenai produk serta layanan, dan mampu memberikan penjelasan yang jelas serta memadai. Kecakapan karyawan dalam menjawab pertanyaan merupakan salah satu indikator penting dalam membangun kredibilitas

bank, karena pemahaman yang akurat dan penyampaian yang tepat dapat meningkatkan rasa percaya nasabah terhadap kualitas pelayanan (Kotler & Keller, 2016). Selain itu, pada teori SERVQUAL, aspek ini berkaitan erat dengan dimensi assurance, yang menekankan pentingnya pengetahuan, kemampuan, dan kesopanan pegawai dalam menumbuhkan keyakinan pelanggan terhadap penyedia layanan (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988). Literatur pemasaran jasa juga menegaskan bahwa kompetensi karyawan menjadi faktor kunci dalam menciptakan kepuasan dan memperkuat hubungan antara nasabah dan lembaga perbankan (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2018; Lupiyoadi, 2014). Dengan demikian, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa kemampuan karyawan Bank Jateng dalam memberikan jawaban yang informatif berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan mahasiswa sebagai pengguna layanan.

Sumber: Data Primer, diolah tahun 2025

Table 10. Karyawan Bank Jateng memberikan perhatian terhadap kebutuhan saya sebagai nasabah

	Frekuensi	Persen	Valid Persen	Kumulatif Persen
Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Ada Pendapat	6	11.8	11.8	11.8
Setuju	34	66.7	66.7	78.4
Sangat Setuju	11	21.6	21.6	100.0
Total	51	100.0	100.0	

Hasil penelitian terhadap pernyataan “Karyawan Bank Jateng menunjukkan kepedulian terhadap kebutuhan saya sebagai nasabah” termasuk dalam dimensi *Empathy*. Dari hasil kuesioner mengungkapkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian positif mengenai tingkat perhatian yang ditunjukkan oleh pegawai bank. Dari total 51 responden, sebanyak 34 orang (66,7%) menyatakan setuju, 11 orang (21,6%) sangat setuju, dan hanya 6 orang (11,8%) yang berada pada posisi netral. Tidak terdapat satu pun responden yang menyatakan ketidaksetujuan. Pola penilaian ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa Universitas Tidar menilai bahwa pegawai Bank Jateng telah memberikan perhatian yang memadai terhadap kebutuhan nasabah, baik melalui sikap responsif, keterlibatan langsung dalam membantu kesulitan, maupun kemauan pegawai untuk memastikan nasabah memperoleh layanan sesuai kebutuhan mereka. Meskipun demikian, keberadaan sejumlah kecil responden dengan jawaban netral dapat mengindikasikan bahwa mereka memiliki pengalaman interaksi yang lebih terbatas atau intensitas penggunaan layanan yang lebih rendah, sehingga belum sepenuhnya merasakan konsistensi kepedulian dari pihak pegawai. Temuan ini sesuai dengan dimensi *empathy* dalam teori SERVQUAL yang menekankan pentingnya perhatian individu, pemahaman terhadap kebutuhan spesifik pelanggan, dan kemampuan karyawan membangun hubungan interpersonal yang positif dalam meningkatkan persepsi kualitas layanan (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988). Selain itu, literatur

pemasaran jasa juga menegaskan bahwa kepedulian karyawan merupakan salah satu faktor yang paling berpengaruh dalam menciptakan rasa nyaman, membangun kedekatan emosional, serta meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap lembaga perbankan (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2018; Kotler & Keller, 2016; Lupiyoadi, 2014). Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat pemahaman bahwa perhatian karyawan Bank Jateng terhadap kebutuhan mahasiswa sebagai nasabah memiliki kontribusi penting dalam membentuk pengalaman pelayanan yang positif.

Sumber: Data Primer, diolah tahun 2025

Table 11. Karyawan Bank Jateng menunjukkan kepedulian terhadap permintaan saya

	Frekuensi	Persen	Valid Persen	Kumulatif Persen
Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Ada Pendapat	9	17.6	17.6	17.6
Setuju	32	62.7	62.7	80.4
Sangat Setuju	10	19.6	19.6	100.0
Total	51	100.0	100.0	

Hasil penelitian mengenai pernyataan “Karyawan Bank Jateng memperhatikan permohonan saya” termasuk dalam dimensi *Empathy*. Dari hasil kuesioner menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pandangan positif terhadap tingkat kepedulian yang ditunjukkan oleh karyawan bank dalam memberikan layanan. Dari total 51 partisipan yang mengikuti survei, sebanyak 32 orang (62,7%) menyatakan setuju, sementara 10 orang (19,6%) memberikan tanggapan sangat setuju. Di sisi lain, terdapat 9 partisipan (17,6%) yang memilih jawaban netral, dan tidak satupun responden yang menyampaikan ketidaksetujuan atau respons negatif terhadap pernyataan tersebut. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa Universitas Tidar merasakan bahwa staf Bank Jateng cukup sigap dan memperhatikan permintaan maupun kebutuhan nasabah ketika berinteraksi langsung. Penilaian positif ini mencerminkan adanya persepsi bahwa karyawan telah mampu memberikan perhatian yang sesuai dengan harapan konsumen, selaras dengan prinsip service responsiveness yang menekankan kecepatan, ketepatan, serta kesediaan pihak penyedia layanan dalam membantu pelanggan (Tjiptono, 2018; Kotler & Keller, 2016). Namun demikian, keberadaan sejumlah kecil responden yang berada pada posisi netral dapat disebabkan oleh beragam faktor, seperti variasi frekuensi transaksi, perbedaan pengalaman setiap individu, serta terbatasnya interaksi langsung dengan pihak bank. Kondisi tersebut membuat sebagian partisipan belum dapat memberikan penilaian yang lebih pasti terkait perhatian karyawan, sebagaimana dijelaskan dalam teori perilaku konsumen bahwa pengalaman pelayanan sangat memengaruhi pembentukan persepsi dan tingkat kepuasan seseorang (Schiffman & Wisenblit, 2015).

Sumber: Data Primer, diolah tahun 2025

Table 12. Karyawan Bank Jateng tulus dalam memperhatikan keinginan saya

	Frekuensi	Persen	Valid Persen	Kumulatif Persen
Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Ada Pendapat	10	19.6	19.6	19.6
Setuju	29	56.9	56.9	76.5
Sangat Setuju	12	23.5	23.5	100.0
Total	51	100.0	100.0	

Hasil penelitian terkait pernyataan “Karyawan Bank Jateng berkomitmen dalam memperhatikan keinginan saya” *Empathy*. Dari hasil kuisioner menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki persepsi yang positif terhadap komitmen dan ketulusan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank Jateng. Dari keseluruhan 51 responden yang terlibat dalam survei, sebanyak 29 orang (56,9%) menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut, sedangkan 12 orang (23,5%) memberikan tanggapan sangat setuju. Sementara itu, 10 responden (19,6%) memilih jawaban netral, dan tidak ditemukan responden yang menunjukkan ketidaksetujuan. Temuan ini mengisyaratkan bahwa sebagian besar mahasiswa Universitas Tidar menilai karyawan Bank Jateng telah menunjukkan sikap empati, kesungguhan, serta perhatian yang cukup kuat terhadap keinginan nasabah ketika memberikan layanan. Namun demikian, adanya sekelompok kecil yang memilih jawaban netral dapat dipahami sebagai dampak dari keterbatasan interaksi langsung, pengalaman pribadi yang minim, atau kurangnya intensitas bertransaksi di bank sehingga mereka belum dapat mengevaluasi komitmen pelayanan secara lebih pasti. Hal ini selaras dengan teori kualitas layanan yang menyatakan bahwa persepsi pelanggan umumnya dipengaruhi oleh frekuensi kontak, pengalaman layanan, serta konsistensi perlakuan yang diterima (Kotler & Keller, 2016; Tjiptono, 2018).

Sumber: Data Primer, diolah tahun 2025

Table 13. Karyawan Bank Jateng memiliki kemampuan untuk memahami kebutuhan khusus saya

	Frekuensi	Persen	Valid Persen	Kumulatif Persen
Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Ada Pendapat	13	25.5	25.5	25.5
Setuju	31	60.8	60.8	86.3
Sangat Setuju	7	13.7	13.7	100.0
Total	51	100.0	100.0	

Hasil penelitian terkait pernyataan “Karyawan Bank Jateng memiliki kemampuan untuk memahami kebutuhan khusus saya” *Empathy*. Temuan penelitian pada indikator pemahaman terhadap kebutuhan klien menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian positif terhadap kemampuan staf dalam memahami kebutuhan nasabah. Dari total 51 responden, sebanyak 31 orang (60,8%) menyatakan setuju bahwa pegawai Bank Jateng memahami kebutuhan khusus mereka, disusul oleh 7 responden (13,7%) yang sangat setuju. Sementara itu, 13 responden (25,5%) memilih jawaban netral, yang mengindikasikan bahwa mereka belum memiliki pengalaman atau interaksi yang cukup untuk menilai secara lebih pasti. Tidak ada responden yang menyampaikan ketidaksetujuan. Hasil ini memperlihatkan bahwa mayoritas mahasiswa merasa bahwa pihak bank telah memiliki pemahaman yang cukup mengenai kebutuhan mereka sebagai nasabah muda, terutama terkait layanan keuangan yang mendukung kegiatan harian maupun kebutuhan akademik. Penilaian ini sejalan dengan konsep customer understanding, yang menekankan pentingnya kemampuan penyedia layanan dalam mengidentifikasi serta menyesuaikan pelayanan berdasarkan preferensi dan karakteristik pelanggan (Kotler & Keller, 2016; Tjiptono, 2018). Meskipun demikian, adanya 25,5% responden yang memberikan jawaban netral menunjukkan bahwa masih terdapat ruang untuk peningkatan kualitas layanan, khususnya dalam memastikan bahwa seluruh mahasiswa merasa kebutuhan mereka diakomodasi dengan baik. Hal ini relevan dengan teori perilaku konsumen yang menekankan bahwa kualitas interaksi, konsistensi pelayanan, dan keterlibatan langsung sangat berpengaruh dalam membentuk persepsi nasabah muda yang cenderung lebih kritis dan menginginkan layanan yang cepat, responsif, serta sesuai dengan gaya hidup generasi digital (Schiffman & Wisenblit, 2015). Secara keseluruhan, data ini menegaskan bahwa Bank Jateng telah berada pada jalur yang tepat dalam memahami kebutuhan mahasiswa, namun tetap perlu melakukan penyesuaian dan inovasi layanan agar lebih sesuai dengan dinamika dan ekspektasi generasi muda.

Sumber: Data Primer, diolah tahun 2025

1. Conclusion and Suggesti

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan Bank Jateng berada pada kategori baik hingga sangat baik. Dimensi assurance dan juga responsiveness menjadikan aspek menonjol mendapat skor tertinggi, menunjukkan bahwa mahasiswa merasa aman dan percaya bahwa karyawan dapat menawarkan layanan yang cepat, jelas, dan dapat diandalkan. Selain itu, sikap ramah dan perhatian pegawai meningkatkan pengalaman layanan yang menyenangkan dan membuat mahasiswa lebih nyaman.

Kelemahan penelitian ini sampelnya kecil, hanya 51 responden dari Universitas Tidar. Ketidakakuratan pengambilan sampel juga dapat mempengaruhi hasil. Hal ini dapat menyebabkan bias dan tidak mewakili persepsi seluruh mahasiswa terhadap kualitas pelayanan Bank Jateng. Selain itu, kekurangannya adalah tidak adanya analisis terhadap faktor demografi atau latar belakang responden, karena mungkin terdapat variasi persepsi signifikan berdasarkan karakteristik tertentu, seperti usia, jenis kelamin, atau program studi. Empati masih

menunjukkan peluang untuk peningkatan, terutama dalam hal memahami kebutuhan khusus nasabah mahasiswa, yang memerlukan pendekatan yang lebih personal dan komunikatif untuk memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan yang beragam dan dinamis bagi generasi muda.

Untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif, penelitian di masa mendatang harus dilakukan dengan ukuran sampel yang lebih besar. Manajemen Bank Jateng harus terus mengoptimalkan pelatihan dan pengembangan kompetensi pegawai untuk menjadi lebih responsif dan peka terhadap kebutuhan nasabah, terutama mahasiswa sebagai segmen potensial. Untuk memenuhi ekspektasi generasi digital, sistem layanan digital harus diperkuat untuk menjadi lebih mudah diakses dan memiliki fitur yang cepat. Selain itu, bank dapat mengubah pelayanan mereka berdasarkan segmentasi pelanggan dengan menjadikannya lebih personal, seperti memberikan layanan konsultasi yang lebih baik atau program loyalitas khusus mahasiswa guna meningkatkan kepuasan nasabah.

Referensi :

- Ayuningtyas, D., & Kartika, L. (2020). Service quality analysis of banking services for young customers. *Journal of Business and Management*, 12(2), 155–166.
- Ayu, G. P., Grace, P., & Irmawati, S. (2015). *Analisis kualitas layanan dan kepuasan nasabah PT. CIMB Niaga Cabang Denpasar (Studi komparasi sebelum dan setelah merger)*. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora. Diambil dari <https://media.neliti.com/media/publications/248282-analisis-kualitas-layanan-dan-kepuasan-n-fff25069.pdf>
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Febriana, N. I. (2016). *Analisis kualitas pelayanan bank terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung* (Skripsi, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Tulungagung). Diambil dari <https://media.neliti.com/media/publications/63730-ID-analisis-kualitas-pelayanan-bank-terhada.pdf>
- Ghofur, M. A. (2022, 10 Juli). *Mengukur kualitas pelayanan dengan metode Servqual*. Maglearning.id. <https://maglearning.id/2022/07/10/mengukur-kualitas-pelayanan-dengan-metode-servqual/>
- Handoko, T. H. (2012). *Manajemen*. BPFY Yogyakarta.
- Hidayat, M., & Sari, A. P. (2021). Digital service quality and customer satisfaction among university students. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 24(3), 451–462.
- Ismaniar, Asriati, & Indriana. (2025). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah*. *Jurnal Ilmu Manajemen Mulawarman*, 19(1), 45–58.

- Kaliraman, R., & Narwal, N. (2023). *Service quality in banking sector: A comparative analysis*. Zenodo. <https://zenodo.org/records/10283117>
- Kusumastuti, A. L., & Kodir, M. A. (2019). *Analisis kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Jateng Cabang Pembantu Sampangan*. *Keunis*, 7(1), 49–56.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Lovenia, C. O. A. (2012). *Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Jateng Cabang Utama Semarang*. Universitas Diponegoro.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen pemasaran jasa* (3rd ed.). Salemba Empat.
- Meilani, A., & Sugiarti, D. (2022). Analisis kualitas layanan dan kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2501–2510. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6586>
- Muin, A. (2023). *Metode penelitian kuantitatif*. CV Literasi Nusantara Abadi.
- Monica, Y. D., Hoyyi, A., & Mukid, M. A. (2013). *Kualitas pelayanan pada Bank Jawa Tengah (Studi kasus Bank Jateng Cabang Tembalang)*. *Jurnal Gaussian*, 2(4), 425–434.
- Neuman, W. L. (2014). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches*. Pearson.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Pratama, R., & Lestari, Y. (2020). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Bank Jateng. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12(2), 45–56.
- Purwati, E. D., & Hamzah, N. (2024). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah perbankan digital. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(1), 112–123. <https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/COSTING/article/view/846>
- Rahmadiani, E., Yahya, F., & Musfiana. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Ekonomi*, 2(1). Diambil dari <https://www.researchgate.net/publication/378832233>
- Riyadi, S., & Abdulloh, M. (2019). *Service quality, customer satisfaction, and loyalty in banking*. *Journal of Management and Business Review*, 16(2), 101–112.
- Sari, D. P. (2021). Analisis kualitas layanan perbankan menggunakan pendekatan SERVQUAL. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 18(1), 33–42.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015/2019). *Consumer behavior*. Pearson.

- Sihotang, H. (2023). *Metode penelitian kuantitatif*. UKI Press.
- Setiawan, A., & Wibowo, A. (2020). *Digital transformation and service quality in Indonesian banking industry*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(1), 44–55.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sutrisno, H., & Widodo, S. (2021). *The relevance of SERVQUAL dimensions in modern banking services*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 210–223.
- Tjiptono, F. (2018). *Service management: Mewujudkan layanan prima*. Andi.
- Umar, H. (2014). *Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis*. Rajawali Pers.
- Winasih, S., & Hakim, M. L. (2022). Kualitas layanan dan pengaruhnya terhadap kepuasan serta loyalitas nasabah bank syariah. *Iqtishadia: Journal of Islamic Economics and Business*, 9(2), 155–170. <https://ejournal.iainmadura.ac.id/index.php/iqtishadia/article/view/4152>
- Zalukhu, F., & Yusnadi. (2023). Analisis kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah mahasiswa pada Bank BNI Kantor Cabang USU. *Journal of Education*, 5(4), 2331–2345. <https://jonedu.org/index.php/joe/article/view/7368>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). McGraw-Hill.