

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada perkembangan zaman di era globalisasi saat ini persaingan bisnis maupun usaha berkembang sangat pesat. Persaingan tersebut membuat setiap perusahaan harus memiliki keunggulan yang kompetitif dan kreatif untuk menjalankan usahanya agar dapat bertahan di tengah kondisi persaingan yang sangat ketat. Kondisi yang dimaksud seperti persaingan antar perusahaan yang berlomba-lomba memberikan penawaran yang mampu menarik minat konsumen atau pelanggan. Perusahaan harus mampu untuk mengadaptasi strategi pemasaran terkini, mengingat pemasaran merupakan ujung tombak dalam seni berbisnis (Suwatno, 2022, hlm.45). Perusahaan harus beradaptasi dengan teknologi agar mampu membawa benefit besar bagi organisasi industri baik dari sisi profit maupun berorientasi pada hubungan manusia (Suwatno, 2019, hlm.45). Salah satu upaya yang dapat dilakukan yaitu dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan atau ditawarkan oleh perusahaan.

Kualitas pelayanan sendiri merupakan salah satu hal yang dianggap sangat penting dalam meningkatkan daya saing maupun menarik minat pelanggan. Pelanggan dari suatu perusahaan akan berharap kualitas pelayanan dari perusahaan diberikan secara optimal agar pelanggan tetap loyal dan tidak beralih menjadi konsumen di perusahaan lainnya. Hal tersebut bisa saja terjadi ketika kualitas pelayanan tidak diberikan secara optimal yang mengakibatkan pelanggan akan membandingkan dari perusahaan satu dengan perusahaan lain yang sejenis sesuai dengan minat pelanggan. Adanya proses pelayanan terhadap pelanggan di suatu perusahaan merupakan faktor penting ketika perusahaan ingin memperlancar atau mengoptimalkan penjualan dan pembeliannya, terutama dalam pemberian layanan oleh karyawan yang berinteraksi secara langsung dengan pelanggan. Dalam hal tersebut karyawan yang dimaksud adalah bagian *frontliner* perusahaan yang bertugas memberikan pelayanan serta pemberi citra atau kesan pertama perusahaan kepada setiap pelanggan yang datang. Maka dari itu perusahaan perlu memikirkan bagaimana pentingnya pelayanan yang harus diberikan kepada setiap pelanggan secara lebih matang.

Kondisi bisnis saat ini mendesak untuk setiap perusahaan bertanggung jawab kepada seluruh pemangku kebijakan (Nurjannah et al., 2017, hlm.312). Setiap perusahaan pada dasarnya memiliki keinginan untuk menciptakan kepuasan kepada pelanggan dengan cara memberikan kualitas pelayanan dengan sebaik-baiknya. Dimana kualitas sendiri erat kaitannya dengan pemberian pelayanan yang berpengaruh terhadap kemampuan untuk memuaskan setiap pelanggan yang bisa ditingkatkan oleh setiap perusahaan. Kualitas yang dilihat oleh setiap pelanggan yaitu ketika perusahaan dapat memberikan produk atau pelayanan yang dapat memenuhi atau melebihi ekspektasi dari setiap pelanggan. Harapan jangka panjang yang dapat terjadi ketika suatu perusahaan terus memberikan kualitas pelayanan yang baik maka akan memberikan dampak secara langsung dimana pelanggan akan merasakan kepuasan seperti kualitas jasa, kualitas produk, harga, dan faktor lain yang bersifat dinamis sesuai dengan kualitas yang diberikan.

Selanjutnya kepuasan pelanggan sendiri erat kaitannya terhadap ukuran dari tingkat kepuasan dimana pelanggan memberikan suatu umpan balik terhadap seberapa layak perusahaan menjalankan bisnisnya. Menurut Anderson (dalam Anandha Putri Asma Husna, 2011 hlm 3) perusahaan menyadari bahwa terdapat peranan penting yang didapatkan oleh setiap pelanggannya untuk mempengaruhi seberapa banyak keuntungan yang didapatkan, perusahaan senantiasa mencari cara untuk terus berupaya meningkatkan kepuasan konsumen atau pelanggan.

Pada hakikatnya kepuasan pelanggan dapat dilihat dari seberapa besar harapan yang ada pada diri pelanggan mengenai suatu produk maupun pelayanan aktual yang diberikan. Hal tersebut seperti aktivitas pelanggan yang mendapatkan pelayanan dimana timbulnya rasa kepuasan atau kekecewaan yang dialami. Apabila pelanggan merasakan kepuasan maka pelanggan atau konsumen akan terus membeli produk atau menggunakan jasa dari perusahaan tersebut. Namun apabila pelanggan merasa tidak puas maka pelanggan akan memilih opsi lain seperti beralih dari perusahaan yang selama ini mereka gunakan di kemudian hari. Menurut Sangadji dan Sopiah (Fitria Wulandari, 2020, hlm 5) kepuasan pelanggan didapat dari hasil evaluasi yang diberikan setelah menggunakan jasa perusahaan dimana alternatif yang dipilih setidaknya sama atau melampaui harapan kepuasan atau timbul kekecewaan apabila pelayanan yang digunakan tidak memenuhi harapan dari pelanggan itu sendiri.

Sudah seharusnya setiap perusahaan memberikan kualitas pelayanan terbaiknya terhadap seluruh konsumen atau pelanggannya, terlepas perusahaan tersebut bergerak di bidang apapun termasuk perusahaan yang bergerak di bidang perbankan. Di era globalisasi dan semakin majunya teknologi, membuat setiap perusahaan khususnya perbankan harus terus berinovasi untuk terus berkontribusi bagi keberlangsungan perusahaan maupun masyarakat pada umumnya. Mengingat menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan yang kemudian disalurkan kembali kepada masyarakat luas dalam bentuk kredit maupun bentuk lainnya guna memenuhi atau meningkatkan taraf hidup masyarakat secara luas.

Dunia perbankan sendiri saat ini sudah mampu untuk mengubah pola pikir masyarakat secara luas dimana semula masyarakat hanya berpikir untuk menyimpan uang di rumah kemudian berubah menjadi masyarakat yang memiliki rekening pribadi melalui perantara bank. Selanjutnya berbicara mengenai perkembangan perbankan di Indonesia, saat ini persaingan mengalami kondisi yang sangat ketat. Hal tersebut seperti persaingan dalam hal produk maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh setiap perusahaan perbankan yang semakin masif menawarkan berbagai macam produk dan layanan agar mampu memberikan kualitas pelayanan yang optimal kepada setiap pelanggan atau dalam dunia perbankan pelanggan tersebut disebut sebagai nasabah.

Pelayanan yang baik serta berkualitas menjadi harapan utama dari tujuan masyarakat menggunakan jasa layanan perbankan. Pada umumnya setiap nasabah menginginkan proses pelayanan dilakukan secara ramah, cepat, dan tepat sasaran terutama pada bagian *frontliner* perusahaan yang menjadi bagian pertama dalam melayani nasabah yang datang. Maka dari itu setiap perusahaan bank dituntut agar terus berkembang sebagai sarana pelayanan di bidang jasa keuangan karena berperan penting terhadap perekonomian yaitu sebagai fasilitator berbagai macam kegiatan transaksi keuangan.

Pemilihan Bank Rakyat Indonesia (BRI) sebagai objek penelitian ini dikarenakan BRI merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang perbankan. Pada awalnya Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja pada tanggal 16 Desember 1895. Bank BRI dalam menjalankan aktivitas bisnis di dunia perbankan, mengutamakan pelayanan maksimal untuk setiap nasabahnya terutama dalam memberikan citra terbaik melalui

bagian *frontliner* perusahaan. Selain itu Bank BRI pun harus membuat reputasi perusahaan yang baik. Reputasi yang baik tersebut bergantung kepada persepsi dari pemangku kebijakan serta dipengaruhi oleh kekuatan lingkungan di dalamnya (Suwatno, 2018, hlm.64). Pelayanan yang diterima setiap nasabah Bank BRI dapat dijadikan standar dalam proses penilaian kinerja sehingga dengan adanya pelayanan yang sesuai dengan harapan, Bank BRI dapat mempertahankan nasabah yang sudah ada serta mendapat calon nasabah baru.

Tabel 1.1

Daftar Bank Konvensional Terbaik dengan Pelayanan Prima Tahun 2021-2022

DAFTAR PEMENANG BANK SERVICE EXCELLENCE AWARD 2022	
Peringkat	Nama Bank
1.	Permata Bank
2.	Commonwealth Bank
3.	Bank Central Asia (BCA)
4.	OCBC NISP
5.	Bank Rakyat Indonesia (BRI)
6.	Bank Negara Indonesia (BNI)
7.	Bank Danamon
8.	Bank Tabungan Negara (BTN)
9.	Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten (BJB)
10.	Bank Mandiri

Sumber: Bank Service Excellence Monitor (BSEM)

(<https://infobanknews.com>, diakses pada 19 Januari 2023)

Pada tabel 1.1 dapat dilihat bahwa Bank Rakyat Indonesia (BRI) hanya mampu menempati posisi kelima sebagai bank yang memberikan pelayanan prima kepada setiap pelanggan atau nasabahnya. Penghargaan tersebut didasarkan pada survei Bank Service Excellence Monitor (BSEM) 2022 yang bekerja sama dengan Marketing Research Indonesia (MRI). Penilaian tersebut berdasarkan pengumpulan dan analisis data yang dilakukan terhadap setiap pengalaman pelanggan dan kualitas pemberian pelayanan masing-masing perusahaan perbankan. Survei tersebut mengulas data terkait dua kategori

yaitu ketersediaan kantor dan pelayanan digital yang saat ini hampir seluruh industri perbankan sudah bertransformasi ke era teknologi atau digital.

Tabel 1.2

Daftar Kantor Cabang Bank BRI Regional Office Bandung (Wilayah Bandung)

KANTOR CABANG BANK BRI WILAYAH BANDUNG		
No	Kode Kanca (KDKC)	Kantor Cabang/Unit Kerja (UKER)
1.	5	KC Bandung Asia Afrika
2.	286	KC Bandung Dewi Sartika
3.	337	KC Bandung Naripan
4.	354	KC Bandung A.H. Nasution
5.	389	KC Bandung Martadinata
6.	401	KC Bandung Kopo
7.	405	KC Bandung Dago
8.	407	KC Bandung Soekarno Hatta
9.	408	KC Bandung Setiabudi
10.	544	KC Soreang

Sumber: Bank BRI Regional Office Bandung

(Data Diolah Pra Penelitian Januari 2023)

Berdasarkan tabel di atas Bank Rakyat Indonesia Regional Office Bandung membawahi 10 kantor cabang atau unit kerja yang tersebar di wilayah Bandung. Bank BRI Regional Office Bandung sendiri termasuk ke dalam salah satu Regional Office BRI yang diklasifikasikan menjadi Regional Office kelas 1 dari 17 Regional Office BRI lainnya di Indonesia. Hal tersebut dikarenakan Regional Office Bandung memiliki potensi nasabah yang sangat baik dan termasuk tipe nasabah produktif mengingat wilayah geografis dan pertumbuhan ekonomi wilayah Bandung yang tinggi. Dari 10 kantor cabang yang tersebar, peluang nasabah untuk menggunakan Bank BRI dirasa sangat tinggi termasuk kebutuhan nasabah untuk keperluan transaksi sehari-hari yang membutuhkan fasilitas kantor untuk pelayanannya. Biasanya nasabah dengan domisili wilayah Bandung mengunjungi ke salah satu dari sepuluh kantor cabang tersebut untuk menabung, meminjam, setor tunai, tarik

tunai, aktivasi *mobile banking*, pengambilan kartu ATM, atau memenuhi kebutuhan lainnya dalam hal transaksi keuangan.

Tabel 1.3
Persentase Hasil Kepuasan Pelanggan Bank BRI

Keterangan	2019	2020	2021	2022
Tingkat Kepuasan Nasabah (Persentase %)	85,90	84,57	89,28	83,26

Sumber: Laporan Keberlanjutan Bank BRI

(Data Diolah Pra Penelitian Januari 2023)

Dalam data yang diperoleh pada tabel 1.3 mengenai persentase hasil kepuasan pelanggan Bank BRI selama empat tahun terakhir, pada tahun 2022 terjadi penurunan kepuasan nasabah dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Bank BRI melakukan survei pengukuran kualitas pelayanan baik secara internal maupun oleh pihak ketiga, survei pengukuran kepuasan pelanggan yang dilakukan yaitu dengan menggunakan metode *Mystery Shopping* untuk memperoleh gambaran yang akurat serta objektif mengenai kualitas pelayanan yang meliputi CS, Teller, Satpam, ATM, dan Bangunan Fisik Bank BRI. Survei tersebut juga dilakukan dengan menggunakan metode *Computer Assisted Telephonic Interview* (CATI) terhadap nasabah yang telah bertransaksi di BRI (maksimal 3 hari setelah bertransaksi). Pada fenomena tersebut timbul berbagai macam permasalahan yang dirasakan oleh nasabah ketika menggunakan pelayanan Bank BRI mulai dari kekecewaan akibat lamanya bertransaksi ketika di kantor dan kemudian membandingkan dengan perusahaan bank sejenis lainnya.

Terlepas dari potensi yang dimiliki Bank BRI mencakup hal aset atau potensi nasabah terkhusus di Bank BRI Regional Office Bandung. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada kegiatan pra penelitian dengan nasabah Bank BRI Regional Office Bandung di Kantor Cabang Asia Afrika, pada tanggal 24 Januari 2023, narasumber tersebut menyebutkan bahwa terdapat kendala yang dialami ketika hendak melakukan transaksi yaitu setor tunai di *teller* dan mengambil uang melalui mesin *Automatic Teller Machine* (ATM) yang tersedia. Kedua kendala tersebut erat kaitannya dengan pemberian kualitas pelayanan yang sudah semestinya menjadi perhatian ketika ingin memberikan kepuasan kepada setiap nasabahnya. Berikut peneliti sajikan terkait data yang mendukung dari kedua

pernyataan kedua narasumber mengenai permasalahan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan di Bank Rakyat Indonesia Regional Office Bandung.

Tabel 1.4
Kendala Nasabah Bank BRI

Kegiatan Transaksi	Kendala Nasabah	Keterangan Nasabah
Setor tunai ke <i>teller</i>	Antrian penyetoran uang yang lama akibat <i>teller</i> hanya sedikit yang buka	-Proses setor tunai memakan waktu hampir satu jam -Antrean yang panjang namun <i>teller</i> tidak melayani dengan cepat
Mengambil uang di mesin ATM	-Mesin ATM tidak lancar -Mesin ATM kotor	-Saat menggunakan mesin ATM tidak lancar ketika mengklik tombol - <i>Touchscreen</i> ATM sulit -Mesin yang kotor dan penyediaan <i>hand sanitizer</i> yang tidak tersedia

Sumber: Hasil olah data pra penelitian Januari 2023

Merujuk pada tabel 1.4 yang merupakan hasil pra penelitian yang dilakukan dapat dipaparkan bahwa masih terdapat masalah pelayanan yang diberikan oleh Bank BRI Regional Office Bandung sehingga belum bisa memberikan kepuasan pelanggan yang optimal kepada nasabahnya. Sedangkan pelayanan sendiri harus memenuhi ke dalam 5 kriteria dari kualitas pelayanan sehingga dapat menciptakan kepuasan pelanggan bagi setiap nasabah. Kelima kriteria tersebut menurut Tjiptono (dalam Reski Ayu, 2018, hlm 2) yaitu *tangible* (bukti fisik), *empathy* (empati), *reability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), dan *assurance* (jaminan). *Tangible* (bukti fisik) disini yaitu yang terdapat di suatu perusahaan, maka fasilitas yang diberikan harus bisa menunjang pelayanan nasabahnya. *Empathy* (empati) pun menjadi hal yang harus diperhatikan sebab karyawan harus membantu serta menyediakan kebutuhan apa saja yang dibutuhkan setiap nasabahnya. Selanjutnya berkenaan dengan *reability* (kehandalan) yaitu harus terdapat kemampuan untuk melakukan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada nasabahnya secara

baik yang disesuaikan dengan komitmen perusahaan. *Responsiveness* (daya tanggap) yang merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang cepat serta akurat untuk memenuhi berbagai macam keinginan nasabah. Terakhir berkaitan dengan *assurance* (jaminan) ialah bagaimana pengetahuan sekaligus nilai kesopanan yang dimiliki oleh karyawan untuk menumbuhkan rasa kepercayaan terhadap nasabah dalam penggunaan pelayanan perusahaan.

Berdasarkan fenomena yang terjadi pada penjelasan di atas dan terdapat penurunan kepuasan pelanggan selama beberapa tahun terakhir serta keluhan pelanggan, sudah seharusnya perusahaan perlu memberikan kualitas pelayanan melalui bagian frontliner secara optimal. Mengingat dalam menjalankan bisnis perusahaan, pelanggan merupakan faktor penting ketika ingin perusahaan terus stabil dan berada di titik keuntungan yang maksimal. Maka dari itu, penulis tertarik untuk meneliti bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner dengan Kepuasan Pelanggan yang akan penulis salurkan ke dalam bentuk karya ilmiah dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Regional Office Bandung)”**.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka yang menjadi fokus dari permasalahan yang ingin diteliti dalam penelitian ini yaitu apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan yang terjadi pada pelanggan atau nasabah Bank Rakyat Indonesia Regional Office Bandung. Mengacu kepada latar belakang penelitian yang sudah dijelaskan sebelumnya, bahwa terjadi permasalahan yang terjadi yaitu kepuasan pelanggan bagi setiap nasabah BRI dinilai belum optimal. Hal tersebut dilihat dari peringkat Bank BRI yang masih belum menjadi perusahaan bank di urutan pertama terkait kualitas pelayanannya.

Permasalahan di perusahaan khususnya Bank BRI terkait pengaruh tingkat kualitas pelayanan *frontliner* terhadap kepuasan pelanggan sendiri pun sebenarnya memiliki kaitan yang sangat erat terutama kepada perusahaan yang memiliki prospek sangat baik. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Philip Kotler & Kevin Lane Keller (2009, hlm 146) bahwa ketika perusahaan melakukan kualitas pelayanan yang maksimal kepada setiap pelanggannya, perusahaan tersebut dapat memiliki keuntungan yang besar dan dapat mengklasifikasikan pelanggan tersebut menjadi beberapa kelompok keuntungan

diantaranya Pelanggan Platinum (pelanggan yang paling menguntungkan); Pelanggan Emas (pelanggan yang menguntungkan); Pelanggan Besi (pelanggan yang rendah profitabilitasnya namun besar volumenya); Pelanggan Timbal (pelanggan yang tidak menguntungkan dan tidak diinginkan).

Merujuk kepada peringkat kepuasan pelanggan Bank BRI dan hasil wawancara terhadap nasabah Bank BRI serta pengalaman penulis ketika melaksanakan kegiatan *internship* di Bank BRI Regional Office Bandung selama setengah tahun. Sebenarnya Bank BRI memiliki potensi yang besar apabila pemanfaatan aset dan pelayanan diberikan secara optimal, terkhusus di wilayah Bank BRI Regional Office Bandung yang memiliki nasabah potensial karena mayoritas produktif dalam perekonomian sehari-hari. Namun tidak jarang nasabah Bank BRI yang mengeluh terkait pelayanan yang diberikan terkesan lambat dan membandingkan dengan perusahaan bank lainnya, seperti dalam hal pelayanan ke *teller* atau *customer service* yang harus menunggu dengan waktu lama atau pemanfaatan penggunaan fasilitas yang masih belum memadai dan berpengaruh terhadap nasabah yang merasa tidak puas.

Pada penelitian ini penulis akan berfokus terhadap kualitas pelayanan yang diberikan pada nasabah di bagian yang sangat erat dengan pelanggan yaitu bagian *frontliner* Bank BRI. Hal tersebut dikarenakan bagian *frontliner* ini merupakan orang yang bertanggung jawab dalam penanganan setiap pelanggan yang datang. Biasanya pada bagian ini memiliki peran yang sangat penting sebagai wajah pemberi citra perusahaan dikarenakan menjadi orang atau bagian pertama yang bersinggungan langsung dengan nasabah. Selanjutnya secara umum tugas *frontliner* bank sendiri yaitu memberikan informasi secara jelas maupun lengkap serta memberikan pelayanan yang maksimal kepada para nasabah atau calon nasabah. Maka dari itu perlu adanya perhatian yang intens ketika perusahaan ingin memberikan kepuasan pelayanan terhadap pelanggannya. Bentuk perhatian tersebut bisa diberikan dengan terus memperhatikan indikator penting dari terciptanya kualitas pelayanan yang baik yaitu dengan memberikan *tangible* (bukti fisik), *empathy* (empati), *reability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), dan *assurance* (jaminan) yang memadai bagi setiap karyawan Bank BRI. Dari kelima faktor tersebut apabila diberikan secara optimal maka dapat memberikan kepuasan dalam pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijabarkan di atas, maka inti penelitian yang penulis buat yaitu masalah terkait kepuasan pelanggan di Bank BRI Regional Office

Bandung yang harus segera dioptimalkan untuk mendongkrak peringkat Bank BRI menjadi perusahaan perbankan yang memiliki kualitas pelayanan terbaik dan memberikan kepuasan terhadap setiap nasabahnya.

Maka dari itu adapun masalah dalam penelitian ini secara spesifik dirumuskan dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran Kualitas Pelayanan Frontliner di Bank Rakyat Indonesia Regional Office Bandung?
2. Bagaimana gambaran Kepuasan Pelanggan di Bank Rakyat Indonesia Regional Office Bandung?
3. Adakah pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner terhadap Kepuasan Pelanggan di Bank Rakyat Indonesia Regional Office Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan utama dari penelitian ini yaitu untuk memperoleh pengetahuan dan melakukan kajian secara ilmiah mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Regional Office Bandung. Secara khusus tujuan yang ingin dicapai penulis melalui penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tingkat Kualitas Pelayanan Frontliner di Bank Rakyat Indonesia Regional Office Bandung.
2. Untuk mengetahui tingkat Kepuasan Pelanggan di Bank Rakyat Indonesia Regional Office Bandung.
3. Untuk mengetahui adakah pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner terhadap Kepuasan Pelanggan di Bank Rakyat Indonesia Regional Office Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan teori dan ilmu baru terkait proses kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Melalui penelitian ini pun semoga dapat menjadi bahan pengembangan teori atau bahan kajian dalam pembahasan yang berkaitan dengan Kualitas Pelayanan Frontliner Perusahaan serta Kepuasan Pelanggan agar diharapkan muncul teori-teori baru yang ilmiah dan selalu berkembang disesuaikan dengan perkembangan zaman.

2) Manfaat Praktis

- a. Sebagai referensi ilmiah untuk Bank Rakyat Indonesia Regional Office Bandung yang berlaku sebagai pemegang kendali utama terkait proses manajerial dan administrasi yang berlangsung di dalamnya.
- b. Sebagai sumber referensi kepada peneliti yang akan meneliti perihal Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan di masa yang akan datang.
- c. Sebagai bahan kajian Pustaka bagi pembaca yang ingin mengetahui perihal Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan