# PENGARUH *SERVICE RECOVERY* TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT. BSI CABANG BENGKULU

# SKRIPSI

**Oleh :**

**FADHIL M. YAMI**
**NPM : 1834020044**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU**
**2025**

# PENGARUH *SERVICE RECOVERY* TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT. BSI CABANG BENGKULU

# SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana**
**Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen**
**Universitas Muhammadiyah Bengkulu**

**Oleh :**

**FADHIL M. YAMI**
**NPM : 1834020044**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU**
**2025**

# PENGARUH *SERVICE RECOVERY* TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT. BSI CABANG BENGKULU

## SKRIPSI

Diajukan Oleh :

**FADHIL M. YAMI**
**NPM : 1834020044**

**Disetujui Oleh,**
**Pembimbing**

**Drs. Taufik Bustami, M.M**
**NIDN : 0218046101**

**Mengetahui,**
**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Furqonti Ranidiah, S.E., M.M**
**NIDN : 0208047301**

**HALAMAN PENGESAHAN**

# PENGARUH *SERVICE RECOVERY* TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT. BSI CABANG BENGKULU

Dipertahankan didepan dewan penguji skripsi Fakulats Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Hari : Kamis

Tanggal : 13 maret 2025

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**FADHIL M. YAMI**
**NPM : 1834020044**

Dewan penguji

1. Eti Arini, S.E., M.M — Ketua (.....)
2. Dr Meilaty Finthariasari, S.E.,M.M — Anggota (.....)
3. Drs. Taufik Bustami, M.M — Anggota (.....)

**Mengetahui**
**Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis**

**Furqonti Ranidiah,S.E.,M.M**
**NIND. 0208047301**

## SERTIFIKASI

Saya Fadhil M.Yami menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah hasil karya sendiri dan atas bimbingan dosen pembimbing. Karya ini belum pernah disampaikan untuk mendapatkan gelar Sarjana pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis atau pada program studi lainnya. Karya ini milik saya, maka segala sesuatu yang berhubungan dengan Skripsi ini menjadi tanggung jawab saya.

Bengkulu, Maret 2025

**FADHIL M. YAMI**
**NPM : 1834020044**

## MOTTO

**MOTO**

“Akan selalu ada jalan menuju sebuah kesuksesan bagi siapapun, selama orang tersebut mau berusaha dan bekerja keras untuk memaksimalkan kemampuan yang ia miliki.” (Bambang Pamungkas)

"Tidak ada ujian yang tidak bisa diselesaikan. Tidak ada kesulitan yang melebihi batas kesanggupan. Karena 'Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya'." (QS. Al-Baqarah: 286)

“Terlambat bukan berarti gagal, cepat bukan berarti hebat. Terlambat bukan menjadi alasan untuk menyerah, setiap orang memiliki proses yang berbeda. Percaya proses itu yang paling penting, karena Allah telah mempersiapkan hal baik dibalik kata proses yang kamu anggap rumit” (Edwar Satria)

## PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur dan terimakasih yang mendalam penulis memprsembahkan skripsi ini kepada beberapa pihak yang yang sangat berjasa dalam proses pembuatan skripsi ini :

Puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat sehat dan kelancaran dalam penulisan skripsi ini , mustahil jika tampa izinnya penulis bisa menyelesaikan skripsi ini sampai tuntas.

1. Untuk kedua orang tua saya yang tersayang ayah (Al Imran) dan ibu ( Ami Ati Afrita) beribu ucapan trimakasih penulis ucapkan kepada mereka karena selalu mendo'akan untuk kebaikan anak-anaknya, selalu memberikan kasih saying, cinta, dukungan yang sangat cukup, suatu kebanggan bagi penulis memiliki orang tua yang selalu mendukung anaknya terutama didunia pendidikan, sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik.
2. Untuk saudara saya (Zahra Nur Fitri) dan pacar saya (Karin Regita Aulia Iswara) terimakasih karena telah menjadi salah satu penyemangat dan menghibur penulis pada saat penyusunan skripsi ini berlangsung , selalu ada momen di setiap perjalanan yang bisa nantinya kita kenang di kemudian hari, terimakasih untuk proses saling membatu selama penulisan skripsi ini, dan do'a yang terbaik untuk orang baik juga.
3. Untuk dosen pembimbing skripsi bapak Drs. Taufik Bustami, M.M beribu ucapan terimakasih penulis ucapkan karena telah banyak membantu dan

membimbing penulis serta selalu memberi kemudahan dan kelancaran slama proses penyusunan skripsi ini sehingga bisa slesai dengan baik.

4. Almamater Universitas Muhammadiyah Bengkulu.

# ABSTRAK

# PENGARUH *SERVICE RECOVERY* TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT. BSI CABANG BENGKULU

**Oleh**
**Fadhil M.Yami**

Perkembangan dunia bisnis dewasa ini melaju dengan pesat, persaingan yang ketat menjadi tantangan maupun ancaman bagi pelaku usaha tersebut untuk dapat memenangkan persaingan, mempertahankan pasar yang dimiliki dan merebut pasar yang sudah ada. tujuan penelitian adalah Untuk mengetahui pengaruh *service recovery* terhadap kepuasan nasabah PT. BSI Cabang Bengkulu. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitaf menurut Sugiyono yaitu penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta kausalitas hubungan-hubungannya. Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: Terdapat pengaruh positif service recovery (X) terhadap kepuasan nasabah (Y) produk PT. BSI Cabang Bengkulu, artinya semakin tinggi service recovery maka akan meningkatkan kepuasan nasabah produk PT. BSI Cabang Bengkulu.

**Kata Kunci : Pengaruh, Kepuasan Nasabah**

*ABSTRACT*

*THE EFFECT OF SERVICE RECOVERY ON CUSTOMER SATISFACTION PT. BSI BENGKULU BRANCH*

*By*

Fadhil M. Yami

*The development of the business world today is accelerating rapidly, intense competition is a challenge and threat for business actors to be able to win the competition, maintain their market and seize existing markets. The aim of the research is to determine the effect of service recovery on customer satisfaction at PT. BSI Bengkulu Branch. This research is a type of quantitative research according to Sugiyono, namely systematic scientific research on parts and phenomena and the causality of their relationships. The conclusions from this research are as follows: There is a positive influence of service recovery (X) on customer satisfaction (Y) of PT products. BSI Bengkulu Branch, meaning that the higher the service recovery, the greater the customer satisfaction of PT products. BSI Bengkulu Branch.*

***Keywords: Influence, Customer Satisfaction***

# KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas anugerahnya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari peran berbagai pihak. Oleh karena itu penulis dalam kesempatan ini mengucapkanterima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Susiyanto, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Bengkulu
2. Ibu Furqonti Ranidiah, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu
3. Ibu Ade Tiara Yulinda, S.E., M.M selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Bengkulu
4. Drs. Taufik Bustami, M.M selaku pembimbing yang telah membantu dan memberikan saran kepada penulis
5. Seluruh staff pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Bengkulu
6. Rekan-rekan mahasiswa/i Program studi Manajemen yang tidak dapat disebutkan satu persatu terimakasih atas motivasinya.
7. Semua pihak yang telah membantu penulis menyusun skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu berupa moril maupun materil dalam penulisan skripsi ini.

Pada kesempatan ini pula penulis menyampaikan permohonan maaf apabila di dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan.

Bengkulu, Maret 2025

Fadhil Muhammad Yami

## DAFTAR ISI

**Halaman**

**HALAMAN JUDUL** ..... **i**
**HALAMAN PERSETUJUAN** ..... **ii**
**HALAMAN PENGESAHAN** ..... **iii**
**SERTIFIKASI** ..... **iv**
**MOTO** ..... **vi**
**PERSEMBAHAN** ..... **vii**
**ABSTRAK** ..... **ix**
**ABSTRAC** ..... **x**
**KATA PENGANTAR** ..... **xi**
**DAFTAR ISI** ..... **xii**
**DAFTAR TABEL** ..... **xiv**
**DAFTAR GAMBAR** ..... **xv**
**BAB I PENDAHULUAN**
1.1. Latar Belakang ..... 1
1.2. Identifikasi Masalah ..... 5
1.3. Batasan Masalah ..... 6
1.4. Rumusan Masalah ..... 7
1.5. Tujuan Penelitian ..... 7
1.6. Manfaat Penelitian ..... 7
**BAB II STUDI PUSTAKA**
2.1 Deskripsi Konseptual ..... 9
2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan ..... 18
2.3 Kerangka Analisis ..... 19
2.4 Definisi Operasional ..... 20
2.5 Hipotesis Penelitian ..... 21
**BAB III METODE PENELITIAN**
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian ..... 22
3.2 Jenis Penelitian ..... 22

3.3 Populasi dan Sampel ..... 22
3.4 Teknik Pengumpulan *Data*..... 23
3.5 Teknik Analisis Data..... 25
**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**
4.1. hasil penelitian .....33
4.2. Pembahasan .....43
**BAB V PENUTUP**
5.1. Kesimpulan .....45
5.2. Saran .....45
**DAFTAR PUSTAKA**..... ... 46

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu ..... 18
Tabel 2.2 Definisi Operasional ..... 20
Tabel 3.1 Bobot Nilai Setiap Pertanyaan ..... 24
Tabel 3.2 Kriteria Tanggapan Responden ..... 26
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... 33
Tabel 4.2 Karakteristik Data Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan ..... 34
Tabel 4.3 Karakteristik Data Responden Berdasarkan Umur ..... 34
Tabel 4.4 Persepsi Responden Tentang Service Recovery ..... 35
Tabel 4.5 Persepsi Responden Tentang Kepuasan Nasabah ..... 36
Tabel 4.6 Kriteria Penilaian Tanggapan Responden ..... 37
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Instrumen ..... 38
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas ..... 38
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Hipotesis ..... 40
Tabel 4.12. Hasil Uji Koefisien Determinasi ..... 42

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Analisis ..... 20
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas..... 39

# BAB I

# PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis dewasa ini melaju dengan pesat, persaingan yang ketat menjadi tantangan maupun ancaman bagi pelaku usaha tersebut untuk dapat memenangkan persaingan, mempertahankan pasar yang dimiliki dan merebut pasar yang sudah ada. Setiap pelaku bisnis dituntut untuk mempunyai kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi, serta mampu memenuhi dan menanggapi setiap tuntutan nasabah yang terus berubah. Banyak perusahaan harus menempatkan orientasi kepada kepuasan nasabahsebagai tujuan utama. Pihak perusahaan harus mampu membuat para nasabah puas terhadap produk yang dihasilkan maupun tingkat pelayanan yang diberikan sehingga membuat nasabah tersebut merasa puas. Nasabah yang puas pasti melakukan pembelian ulang dan memberitahukan kepada orang lain atas apa yang dirasakan. Dengan adanya kepuasan yang tercipta pada nasabahnya, maka perusahaan harus memperoleh dua keutungan sekaligus yaitu mendapatkan profitabilitas dengan terjualnya produk yang mereka hasilkan dan menarik nasabah baru (Yuliawan et al., 2026).

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, berkembang dan untuk mendapatkan laba. Berhasil tidaknya pencapaian tujuan bisnis tergantung pada keahlian mereka di bidang pemasaran, produksi, keuangan maupun bidang lain. Selain itu tergantung pada kemampuan mereka dalam

mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar perusahaan berjalan lancar. Untuk berhasil pemasar harus memaksimalkan penjualan yang menghasilkan laba dalam jangka panjang. Jadi nasabah harus benar-benar merasa kebutuhannya dipenuhi agar perusahaan memperoleh kesinambungan usaha yang sangat penting bagi perusahaan (Sitaman Said,2023).

Perusahaan yang sudah lama berdiri pun harus tetap memasarkan produknya untuk memberitahukan bahwa di pasar ada produk baru, tetapi juga untuk produsen yang produknya mulai memasuki tahap pertumbuhan dalam siklus kehidupan produknya ini dapat menggunakan promosi yang sifatnya membujuk. Pemasaran yang sifatnya mengingatkan dilakukan terutama untuk mempertahankan merk dan image produk di hati konsumennya, dan ini perlu dilakukan selama tahap kedewasaan didalam siklus kehidupan barang atau jasa sebagai produksinya. Dari uraian di atas menggambarkan betapa kompleksnya masalah pemasaran dalam suatu perusahaan, betapa pentingnya system dan strategi yang tepat dalam menyampaikan pesan kepada konsumennya dengan melalui media pemasaran yang biasanya menggunakan salah satu atau kombinasi dari variable-variabel pemasaran. Sudah pasti suatu perusahaan ingin selalu meningkatkan jumlah penjualannya untuk mendapatkan laba yang lebih besar, dan kita melihat betapa berperannya pemasaran dalam upaya untuk dapat mencapai tujuan perusahaan yaitu peningkatan kepuasan konsumen (Widodo, 2019).

Kepuasan konsumen sangat penting artinya bagi perusahaan yang ingin menjaga kelangsungan hidup usahanya maupun keberhasilan usahanya. Konsumen yang puas dengan kemampuan melayani jasa pasti memberitahukan

kepada orang lain atas apa yang dirasakan. Dengan adanya kepuasan yang tercipta pada konsumennya, maka perusahaan harus memperoleh dua keuntungan sekaligus yaitu mendapatkan profitabilitas dengan terjualnya produk yang mereka hasilkan dan menarik konsumen baru karena meilhat kepuasan dari konsumen yang telah ada, ini berarti perusahaan semakin banyak memperoleh laba untuk kelangsungan usahanya (Tjibtono, 2008).

Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat penting guna menjamin kelangsungan hidup suatu perusahaan (Jamludin,2018). Tujuan dari sebuah perusahaan adalah menciptakan dan mempertahankan konsumen (Sumarti et al., 2019). Agar suatu perusahaan dapat berkembang dan mendapatkan kepuasan dari konsumen, maka suatu perusahaan harus mampu memberikan nilai yang lebih terhadap kualitas yang diberikan kepada konsumen (Rafsanjani, 2017). Kepuasan konsumen merupakan persepsi seseorang mengenai kinerja suatu produk atau layanan yang terkait dengan harapannya (Schiffman, 2019). Pada saat konsumen melakukan pembelian, konsumen akan melakukan penilaian seberapa besar harapannya dapat terpenuhi dari produk yang diterimanya (Stefen & Efendi, 2018).

Kepuasan konsumen merupakan hal yang harus diperhatikan oleh suatu perusahaan (Diana & Mardika, 2020). Sebab kepuasan konsumen merupakan aspek kunci dalam mempertahankan bisnis agar berhasil dalam persaingan yang ketat (Diana & Mardika, 2020). Pelaku usaha bisnis harus berorientasi terhadap apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen melalui inovasi untuk menciptakan kepuasan konsumen (Albesta, 2018). Adapun permasalahan

mengenai ketidakpuasan konsumen yaitu Permasalahan kurangnya jumlah Customer service (CS) , yang menyebabkan antrian panjang ditambah lagi layanan Customer service (CS) memakan waktu yang lama.

*Service recovery* adalah adalah tindakan yang diambil oleh sebuah organisasi dalam menanggapi kegagalan layanan. Dalam upaya ini, tidak hanya menyangkut pada penanganan terhadap pengaduan konsumen saja, namun juga menyangkut pada situasi-situasi di mana kegagalan terjadi tanpa adanya keluhan yang dibuat oleh konsumen (Moenir, 2012). Jadi service recovery merupakan tindakan, pemikiran, rencana dan proses untuk memperbaiki layanan jika terjadi kesalahan atau kekecewaan pelanggan dengan menebus kekecewaan atau kesalahan. Service recovery bukan hanya sekedar penanganan terhadap keluhan dan interaksi antara penyedia layanan dan pelanggan, tujuan service recovery adalah untuk memenuhi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh peneliti bahwa PT. BSI cabang Bengkulu sudah menerapkan *service recovery* untuk menarik nasabah. Hal yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah menurunnya kepuasan nasabah yang ditunjukkan dengan nasabah yang berpindah ke bank lain. Terdapat 20 % nasabah yang berpindah ke bank lain hasil ini didapatkan dengan observasi wawancara dengan pihak bank yaitu Ibu Indah sebagai Account officer. Hal disebabkan karena adanya kurang komunikasi dalam memberikan pelayanan pihak bank kepada nasabah mulai dari waktu tunggu pelayanan yang lama, ruang tunggu yang tidak nyaman yang membuat nasabah tidak puas dengan pihak bank.

Oleh sebab itu pihak bank melakukan *service recovery* untuk melakukan perbaikan. Namun ada kendala dalam menerapkan *service recovery* yang mana pelanggan menganggap masalahnya besar, mereka mungkin tidak puas dengan pemulihan layanan yang dilakukana oleh pihak bank salah satunya pihak bank sudah melakukan *service recovery* dengan memperbaiki ruang tunggu yang lebih nyaman namun antrian pelayanan masih lama sekali, Jika pelanggan menganggap masalahnya besar mungkin merekaa tidak puas dengan pemulihan layanan yang dilakukan dan pihak bank menerapkan sistem Call Center dengan berpikir bisa memudahkan pelanggan dalam berinteraksi tetapi pelanggan masih belum puas karena dari pihak bank masih Slow respon dalam melayani pelanggan. Selain itu terdapat kendala yang menurut konsumen menjadi permasalahan yaitu Permasalahan mengenai *service recovery* selanjutnya kurangnya strategi dalam melakukan *service recovery* sehingga dalam pemulihan menjadi agak lama

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka judul dalam penelitian ini adalah: "Pengaruh *Service Recovery* Terhadap Kepuasan Nasabah PT. BSI Cabang Bengkulu"

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka teridentifikasi masalah yaitu :

1. Permasalahan mengenai kepuasan konsumen dilihat dari nasabah yang berpindah ke bank lain. Terdapat 20 % nasabah yang berpindah ke bank lain hasil ini didapatkan dengan observasi wawancara dengan pihak bank yaitu Ibu Indah sebagai Account officer. Hal disebabkan karena adanya

kurang komunikasi dalam memberikan pelayanan pihak bank kepada nasabah mulai dari waktu tunggu pelayanan yang lama, ruang tunggu yang tidak nyaman yang membuat nasabah tidak puas dengan pihak bank

2. Permasalahan mengenai Kepuasan Konsumen selanjutnya kurangnya jumlah Customer service (CS), yang menyebabkan antrian panjang ditambah lagi layanan Customer service (CS) memakan waktu yang lama.
3. Permasalahan mengenai *service recovery* yang dilakukan pihak bank yaitu perbaikan ruang tunggu yang lebih nyaman tetapi masih terdapat kendala antrian pelanggan masih lama dengan membuat pelanggan mengangap suatu permasalahan yang besar dan masih merasa tidak puas.
4. Permasalahan mengenai *service recovery* selanjutnya pihak bank menerapkan sistem Call Center dengan berpikir bisa memudahkan pelanggan dalam berinteraksi tetapi pelanggan masih belum puas karena dari pihak bank masih Slow respon dalam melayani pelanggan.
5. Permasalahan mengenai *service recovery* selanjutnya kurangnya strategi dalam melakukan *service recovery* sehingga dalam pemulihan menjadi agak lama.

### 1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan lebih terarah dan tidak menyimpang dari perumusan dan tujuan penelitian, maka penelitian dibatasi pada variabel X nya adalah *service recovery* dan variabel Y nya adalah kepuasan nasabah yang akan dianalisis berkenaan dengan adaatau tidaknya pengaruh dari variabel X ke variabel Ydi PT. BSI CABANG BENGKULU

## 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Apakah ada pengaruh *service recovery* terhadap kepuasan nasabahPT. BSI Cabang Bengkulu?

## 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian adalah: Untuk mengetahui pengaruh *service recovery* terhadap kepuasan nasabah PT. BSI Cabang Bengkulu

## 1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian yang akan dilakukan yaitu:

1. Bagi Perusahaan sebagai masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan perusahaan, terutama yang berhubungan dengan manajemen pemasaran, sehingga bisa mencapai tujuan perusahaan.
2. Bagi Peneliti, Dengan adanya penelitian ini tentunya dapat menambah pengetahuan, wawasan tentang *service recovery*, dan kepuasan nasabah menjadi referensi bagi penulis.
3. Bagi Peneliti selanjutnya**,** Penelitian ini kiranya dapat menjadi acuan bagi peneliti lain untuk mengadakan penelitian selanjutnya yang ada kaitannya dengan berbagai upaya untuk meningkatkan kepuasan nasabah