

ABSTRAK

Kualitas pelayanan merupakan hal yang penting bagi perusahaan perbankan yang bergerak dalam bidang jasa, sehingga perusahaan perbankan perlu mengetahui bagaimana kualitas pelayanan yang mereka miliki untuk menciptakan kepuasan nasabah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan customer service yang terdiri dari lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* terhadap kepuasan nasabah bank BRI. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 60 responden yang merupakan mahasiswa fakultas vokasi universitas Airlangga dan termasuk nasabah Bank BRI. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dmensi kualitas pelayanan *responsiveness* dan *assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah bank BRI sedangkan dimensi lainnya tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bank BRI, namun kelima dimensi ini secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Maka kebijakan yang dapat diambil oleh bank BRI untuk meningkatkan kepuasan nasabah adalah dengan meningkatkan lima dimensi kualitas pelayanan (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*) terutama dimensi kualitas pelayanan *responsiveness* dan *assurance* karena dimensi ini masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah bank BRI.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, Customer service