

BAB II

STUDI KEPUSTAKAAN

2.1 Landasan Teori

Penelitian ini menggunakan berbagai teori yang relevan untuk digunakan sebagai landasan dalam penulisan penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Produk Tabungan Sriniaga pada PT Bank BPR Sumatera Selatan. Berikut beberapa teori tersebut:

2.1.1 Pengertian dan Fungsi Bank

Prof. G.M. Verryin Stuart (2006:10) di dalam bukunya *Bank Politik* mengatakan bahwa bank adalah suatu badan yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan kredit, baik dengan alat-alat pembayaran sendiri, dengan uang yang diperolehnya dari orang lain, maupun dengan jalan memperedakan alat-alat penukar uang berupa uang giral.

Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan (Undang-undang, 1998), yang dimaksud dengan bank adalah “badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Fungsi utama perbankan Indonesia adalah sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat serta bertujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan pembangunan dan hasil-hasilnya, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional, kearah peningkatan taraf hidup rakyat banyak.

Menurut Kasmir (2014:33) bila dilihat secara umum bank saat melakukan kegiatannya memiliki fungsi-fungsi sebagai berikut:

1. Menghimpun dana masyarakat

Kegiatan menghimpun dana merupakan kegiatan membeli dana dari masyarakat. Kegiatan ini dikenal juga dengan kegiatan

funding. Kegiatan membeli dana dapat dilakukan dengan cara menawarkan berbagai jenis simpanan. Jenis-jenis simpanan yang ada yaitu:

- a. Simpanan Giro (*Demand Deposit*)
- b. Simpanan Tabungan (*Saving Deposit*)
- c. Simpanan Deposito (*Time Deposit*)

2. Menyalurkan dana masyarakat

Menyalurkan dana merupakan kegiatan menjual dana yang berhasil dihimpun dari masyarakat. Kegiatan ini dikenal dengan nama kegiatan *Lending*. Penyaluran dana yang dilakukan oleh bank melalui pemberian pinjaman yang dalam masyarakat lebih dikenal dengan nama kredit.

- a. Kredit Investasi
- b. Kredit Modal Kerja
- c. Kredit Perdagangan
- d. Kredit Produktif
- e. Kredit Konsumtif
- f. Kredit Profesi

3. Memberikan jasa-jasa bank

Jasa-jasa bank lainnya merupakan kegiatan penunjang untuk mendukung kelancaran kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana. Adapun jasa-jasa bank yang ditawarkan adalah sebagai berikut:

- a. Kirim Uang (*Transfer*)
- b. Kliring (*Clearing*)
- c. Inkaso (*Collection*)
- d. *Safe Deposit Box*
- e. Bank Card (Kartu kredit)
- f. Bank Notes
- g. Bank Garansi
- h. Bank Draft

- i. *Letter of Credit (L/C)*
- j. *Cek Wisata (Travellers Cheque)*
- k. Menerima setoran-setoran

2.1.2 Kualitas Pelayanan

Menurut Sugiharto (2003:38), “Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”.

Menurut Kotler dalam Laksana (2008:19) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Menurut Nasution (2004:36), “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Banyak kriteria atau ukuran kualitas yang bervariasi dan cenderung terus dapat berubah sepanjang waktu, maka tidaklah mudah untuk mendefinisikan kualitas secara tepat. Namun demikian para ahli berpendapat bahwa kualitas secara konvensional menggambarkan karakteristik langsung dari suatu produk seperti *performance*, kehandalan, mudah dalam penggunaan, dan estetika.

Sehingga dapat disimpulkan kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Kualitas pelayanan yang baik sering dikatakan sebagai salah satu faktor penting dalam keberhasilan suatu bisnis. Penelitian yang dilakukan oleh Dabholkar, et. al. (2000) dalam Tjiptono (2005:25) menyatakan bahwa “Kualitas jasa mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan”. Maka, suatu perusahaan dituntut untuk memaksimalkan kualitas pelayanannya agar mampu menciptakan kepuasan para pelanggannya.

Menurut Kotler dalam Fandy Tjiptono (2016:284) mengungkapkan terdapat lima faktor dominan atau penentu kualitas pelayanan jasa, yaitu:

1. Berwujud (*Tangible*)

Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan perusahaan.

2. Empati (*Empathy*)

Kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada nasabah. Misalnya karyawan harus mencoba menempatkan diri sebagai nasabah. Jika nasabah mengeluh maka harus segera dicari solusi agar selalu terjaga hubungan harmonis dengan menunjukkan rasa peduli yang tulus. Dengan cara perhatian yang diberikan para pegawai dalam melayani dan memberikan tanggapan atas keluhan para konsumen.

3. Cepat tanggap (*Responsiveness*)

Kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan konsumen. Dengan cara keinginan para pegawai dalam membantu dan memberikan pelayanan dengan tanggap, kemampuan memberikan pelayanan dengan cepat dan benar, kesigapan para pegawai untuk ramah pada setiap konsumen, kesigapan para pegawai untuk bekerja sama dengan konsumen.

4. Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya dan akurat, serta konsisten. Contoh dalam hal ini antara lain, kemampuan pegawai dalam memberikan pelayanan yang terbaik, kemampuan pegawai dalam menangani

kebutuhan konsumen dengan cepat dan benar, kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan harapan konsumen.

5. Kepastian (*Assurance*)

Berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen. Contoh dalam hal ini antara lain, pengetahuan dan keterampilan pegawai dalam menjalankan tugasnya, pegawai dapat diandalkan, pegawai dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen, pegawai memiliki keahlian teknis yang baik.

2.1.3 Kepuasan Nasabah

Kotler (2000:31) menyatakan bahwa “Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya”. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Hal ini dapat membawa dampak negatif bagi perusahaan yaitu dapat menurunkan jumlah pelanggan dan menyebabkan pelanggan tidak tertarik lagi menggunakan jasa perusahaan sehingga akan menurunkan laba perusahaan.

Menurut Engel(1990:89) kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan.

Menurut Hadiati (2004:300) “Kepuasan nasabah adalah ungkapan seseorang dalam memberikan nilai atau mengoptimalkan nilai yang dirasakan dan diharapkan seseorang terhadap suatu produk atau jasa)”.

Ketiga definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan nasabah adalah fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka nasabah akan merasa tidak puas. Begitupun sebaliknya, jika kinerja berada diatas harapan maka nasabah akan merasa puas.

Menurut Schanaars (1991:57) pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat antara lain, hubungan yang harmonis antara perusahaan dan konsumennya, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan (Tjiptono, 1994:44).

Adapun indikator kepuasan nasabah menurut Tjiptono (2014: 368- 369) yaitu:

1. Kepuasan nasabah keseluruhan (*overall customer satisfaction*)

Dalam konsep ini, cara mengukur kepuasan pelanggan yaitu langsung 17 menanyakan kepada nasabah seberapa puas mereka dengan produk atau jasa suatu perusahaan. Penilaiannya meliputi mengukur tingkat kepuasan nasabah terhadap produk atau jasa perusahaan bersangkutan serta membandingkan dengan tingkat kepuasan nasabah terhadap perusahaan pesaing.

2. Dimensi kepuasan nasabah

Kepuasan nasabah diukur dengan empat langkah. Pertama, mengidentifikasi dimensi kunci kepuasan nasabah. Kedua meminta nasabah menilai produk atau jasa perusahaan. Ketiga, meminta nasabah menilai produk atau jasa perusahaan pesaing berdasarkan item yang sama. Dan keempat, meminta para nasabah untuk menentukan dimensi yang penting dalam menilai kepuasan pelanggan.

3. Konfirmasi harapan (*confirmation of expectations*)

Kepuasan diukur berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan nasabah dengan kinerja produk atau jasa perusahaan.

4. Bersedia untuk merekomendasi (willingness to recommend)

Kesediaan nasabah untuk merekomendasikan produk atau jasa kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran penting untuk dianalisis dan ditindak lanjuti dalam kasus pembelian produk atau jasa yang pembeliannya relatif lama.
5. Ketidakpuasan nasabah (customer dissatisfaction)

Ketidakpuasan nasabah meliputi complain, pengembalian produk, biaya garansi, penarikan produk, dan konsumen yang beralih ke pesaing.

2.1.4 Tabungan Sriniaga

a. Pengertian Tabungan Sriniaga

Produk tabungan yang diperuntukkan bagi masyarakat umum/perorangan, perusahaan, BUMN/BUMD, koperasi, yayasan dan instansi pemerintahan yang mendapatkan fasilitas pinjaman dari Bank BPR Sumsel.

b. Keuntungan Tabungan Sriniaga

1. Tabungan khusus fasilitas pinjaman perorangan maupun perusahaan
2. Setoran awal Pembukaan rekening adalah Rp 100.000,-
3. Saldo minimal mengendap sebesar Rp 100.000,-
4. Setoran selanjutnya minimal Rp 10.000,-
5. Pajak akan tetap dikenakan untuk jumlah tertentu
6. Suku Bunga Tabungan ditentukan melalui surat Keputusan Direksi

c. Administrasi Rekening Tabungan

1. Dikenakan Biaya Administrasi Rp 2.000,- per bulan
2. Diberikan kode penomoran khusus pada seri Tabungan Sriniaga
3. Penggantian buku karena habis akan dikenakan biaya sebesar Rp 5.000,-

4. Penggantian buku karena hilang diwajibkan membawa surat keterangan kehilangan dari kepolisian dan dikenakan biaya Rp 5.000,-

Tabel 2.1 Suku Bunga Tabungan Sрниaga

No	Nominal	Bunga (%)
1.	Sampai dengan Rp 10.000.000	1
2.	> Rp 10.000.000 – Rp 25.000.000	1
3.	> Rp 25.000.000 – Rp 50.000.000	2
4.	> Rp 50.000.000	3

Sumber : PT Bank BPR Sumatera Selatan, 2022

- d. Syarat dan Ketentuan
 1. Kartu Identitas e-KTP yang masih berlaku
 2. Bersedia menandatangani aplikasi pembukaan rekening tabungan
 3. Fotocopy NPWP

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Nur Fitri Umar, Nuridin (2021)	Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Tabungan Negara Cabang Karawang	Kuantitatif	Berdasarkan hasil pembahasan dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut: 1). Kualitas layanan mendorong peningkatan kepuasan nasabah Bank Tabungan Negara Cabang Karawang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan BTN Cab. Karawang maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan nasabah terhadap layanan. 2). Kualitas produk mendorong peningkatan kepuasan nasabah Bank Tabungan Negara Cabang Karawang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin

				tinggi kualitas produk yang ditawarkan BTN Cab. Karawang maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan nasabah terhadap produk. 3). Kualitas layanan dan kualitas produk mendorong peningkatan kepuasan nasabah Bank Tabungan Negara Cabang Karawang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa apabila BTN Cab. Karawang memberikan dan menawarkan layanan dan produk yang berkualitas tinggi maka kepuasan nasabah akan tinggi sehingga nasabah akan bertahan dalam menggunakan produk dan layanan yang diberikan BTN Cab. Karawang.
2	Prabowo, Alfi Setyo (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah di Surakarta	Kuantitatif	Berdasarkan hasil yang telah diuraikan pada bab sebelumnya penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut: 1. Variabel Reliability berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian hipotesis pertama yang diajukan terbukti kebenarannya. 2. Variabel Responsive berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian hipotesis kedua yang diajukan terbukti kebenarannya. 3. Variabel Assurance berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian hipotesis ketiga yang diajukan terbukti kebenarannya. 4. Variabel Empathy berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian

				hipotesis keempat yang diajukan terbukti kebenarannya. 5. Variabel Tangible berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian hipotesis kelima yang diajukan terbukti kebenarannya.
3	Sitorus, Raudah Rahmaini Jannah (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Mudharabah Pada PT BNI Syariah Cabang Medan	Kuantitatif	Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan mudharabah BNI Syariah Cabang Medan. Hasil tersebut dapat diketahui dengan melihat perolehan dari hasil uji t, dimana diperoleh nilai Sig sebesar 0,010. Nilai Sig yang lebih kecil dari 0,05 ($0,010 < 0,05$) dapat Disimpulkan bahwa H_01 ditolak dan H_{a1} diterima. 2. Bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan mudharabah BNI Syariah Cabang Medan. Hasil tersebut dapat diketahui dengan melihat perolehan dari hasil uji t, dimana diperoleh nilai Sig sebesar 0,000. Nilai Sig yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dapat disimpulkan bahwa H_02 ditolak dan H_{a2} diterima. 3. Kualitas pelayanan dan bagi hasil secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan mudharabah BNI Syariah Cabang Medan. Hasil tersebut dapat diketahui dengan melihat hasil uji F, dimana dilihat dari tabel Anova diperoleh nilai probabilitas (Sig) sebesar 0,000. Karena

				nilai Sig < 0,05 (0,000 < 0,05), maka keputusannya adalah Ho ditolak dan Ha diterima.
4	Reski Ayu (2018)	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Kabupaten Enrekang	Kuantitatif	Hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti menarik beberapa kesimpulan atas hasil analisis tersebut yaitu: 1. Berdasarkan hasil analisis regresi, yakni dimensi kualitas layanan dengan kepuasan nasabah yaitu variabel tangible, menunjukkan bahwa variabel tangible tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. 2. Berdasarkan hasil analisis regresi, yakni dimensi kualitas layanan dengan kepuasan nasabah yaitu variabel reliability, menunjukkan bahwa variabel reliability memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. 3. Berdasarkan hasil analisis regresi, yakni dimensi kualitas layanan dengan kepuasan nasabah yaitu variabel responsiveness, menunjukkan bahwa variabel responsiveness tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. 4. Berdasarkan hasil analisis regresi, yakni dimensi kualitas layanan dengan kepuasan nasabah yaitu variabel assurance, menunjukkan bahwa variabel assurance tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. 5. Berdasarkan hasil analisis regresi, yakni dimensi kualitas layanan dengan kepuasan nasabah yaitu variabel empathy, menunjukkan bahwa variabel empathy tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan

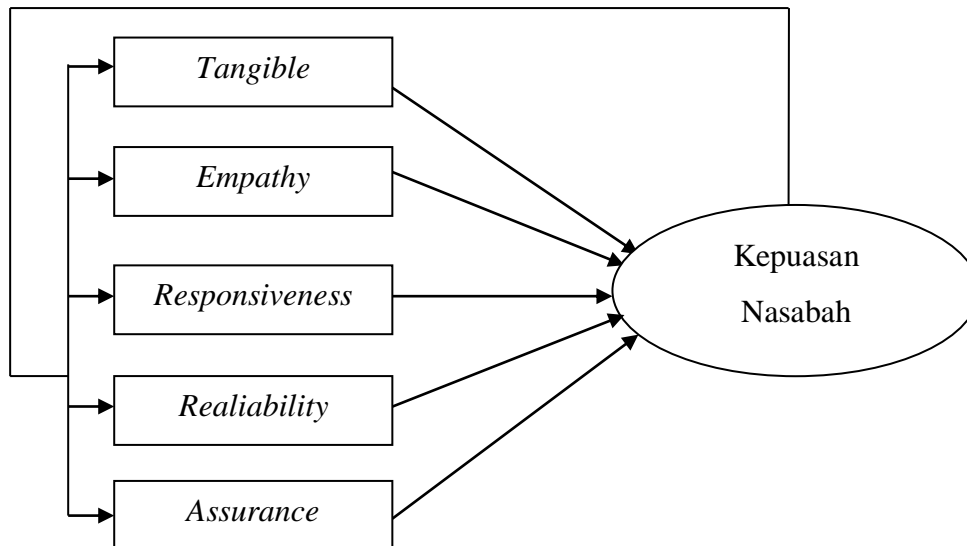
				nasabah.
5	Hera Afrilia (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna ATM (Studi Pada PT. BNI Syariah Cabang Banda Aceh)	Kuantitatif	<p>Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan ATM terhadap tingkat kepuasan nasabah pada PT. BNI Syariah Cabang Banda Aceh dengan sampel seluruh nasabah simpanan dana pada bank tersebut, hanya tiga dimensi variabel independen yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.</p> <p>1. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan terhadap variabel tangibles menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.</p> <p>2. Dengan menggunakan uji yang sama pada variabel reliability menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.</p> <p>3. Selanjutnya pada pengujian variabel responsiveness menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM.</p> <p>4. Sedangkan pada pengujian yang dilakukan pada variabel assurance menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM.</p> <p>5. Kemudian pada pengujian variabel empathy menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM.</p> <p>6. Berdasarkan perhitungan uji F atau perhitungan secara simultan diperoleh bahwa</p>

				kualitas pelayanan yang terdiri dari tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM BNI Syariah Cabang Banda Aceh.
--	--	--	--	--

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2022

2.3 Kerangka Pikir

Dalam penelitian ini membahas mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pengguna produk tabungan Srdniaga.



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran di atas menjelaskan bahwa *Tangible* (X_1), *Empathy* (X_2), *Responsiveness* (X_3), *Realiability* (X_4), *Assurance* (X_5), dan Kepuasan Nasabah (Y).

2.4 Hipotesis

Menurut Yusi (2020:274) Hipotesis merupakan dugaan atau jawaban sementara terhadap permasalahan yang sedang dihadapi. Hipotesis dalam hubungan ini berfungsi sebagai penunjuk jalan yang memungkinkan kita untuk mendapatkan jawaban. Sesuai dengan teori dan kerangka pemikiran, maka hipotesis di bawah ini pada dasarnya merupakan jawaban sementara

terhadap suatu masalah yang harus dibuktikan kebenarannya, Variable hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis Secara Parsial

H_0 = Diduga secara parsial variabel *Tangible* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna produk Tabungan Sriniaga pada PT Bank BPR Sumatera Selatan.

H_1 = Diduga secara parsial variabel *Tangible* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna produk Tabungan Sriniaga pada PT Bank BPR Sumatera Selatan.

H_0 = Diduga secara parsial variabel *Empathy* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna produk Tabungan Sriniaga pada PT Bank BPR Sumatera Selatan.

H_2 = Diduga secara parsial variabel *Empathy* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna produk Tabungan Sriniaga pada PT Bank BPR Sumatera Selatan.

H_0 = Diduga secara parsial variabel *Responsiveness* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna produk Tabungan Sriniaga pada PT Bank BPR Sumatera Selatan.

H_3 = Diduga secara parsial variabel *Responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna produk Tabungan Sriniaga pada PT Bank BPR Sumatera Selatan.

H_0 = Diduga secara parsial variabel *Realiability* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna produk Tabungan Sriniaga pada PT Bank BPR Sumatera Selatan.

H_4 = Diduga secara parsial variabel *Realiability* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna produk Tabungan Sriniaga pada PT Bank BPR Sumatera Selatan.

H_0 = Diduga secara parsial variabel *Assurance* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna produk Tabungan Sriniaga pada PT Bank BPR Sumatera Selatan.

H_5 = Diduga secara parsial variabel *Assurance* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna produk Tabungan Sriniaga pada PT Bank BPR Sumatera Selatan.

2. Hipotesis Secara Simultan

H_0 = Diduga secara simultan variabel *tangible*, *Empathy*, *Responsiveness*, *Reability* dan *Assurance* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna Tabungan Sriniaga pada PT Bank BPR Sumatera Selatan.

H_1 = Diduga secara simultan variabel *tangible*, *Empathy*, *Responsiveness*, *Reability* dan *Assurance* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna Tabungan Sriniaga pada PT Bank BPR Sumatera Selatan.