

## ABSTRAK

Studi ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan di PT. Bank Central Asia Tbk Kantor Kas Rungkut Madya Surabaya terhadap kepuasan nasabah dimana nasabah tersebut memiliki loyalitas disebuah Bank yang memiliki reputasi. Untuk mencapai tujuan tersebut maka digunakan metode analisis deskriptif, uji kelayakan instrument penelitian (uji validitas dan reliabiiltas), asumsi klasik, analisis regresi berganda, serta pengujian hipotesis (uji t) dengan bantuan software SPSS 25. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang bertransaksi di PT.Bank Central Asia, Tbk. cabang Rungkut sebanyak 897 orang. Sampel yang diambil sebanyak 90 responden dengan menggunakan rumus Slovin. Dari hasil persamaan regresi menunjukkan bahwa ketiga variabel yakni reputasi perusahaan, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan. Hasil dari studi ini bermanfaat bagi perkembangan pengetahuan terlebih lagi disisi perusahaan yang berbentuk rekomendasi/saran kepada perusahaan untuk mengembangkan atau meningkatkan kualitas layanan di masa depan.

**Kata Kunci** : Kualitas, Pelayanan, Kepuasan, Nasabah, Reputasi, Loyalitas.

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the quality of service at PT. Bank Central Asia Tbk Cash Office Rungkut Madya Surabaya on customer satisfaction where the customer has loyalty in a bank that has a reputation. To achieve this goal, descriptive analysis methods are used, research instrument feasibility tests (validity and reliability tests), classical assumptions, multiple regression analysis, and hypothesis testing (t test) with the help of SPSS 25 software. The population in this study are customers who transact at PT. Bank Central Asia, Tbk. Rungkut branch as many as 897 people. Samples were taken as many as 90 respondents using the Slovin formula. The results of the regression equation show that the three variables, namely company reputation, customer satisfaction, and customer loyalty have a positive and significant influence. The results of this study are useful for the development of knowledge especially on the company side in the form of recommendations/suggestions to companies to develop or improve service quality in the future.*

**Keywords :** *Quality, Service, Satisfaction, Customer, Reputation, Loyalty.*