

Pengaruh Kualitas Komunikasi Pelayanan *Customer Service* terhadap Kepuasan Nasabah di Kantor Pelayanan Jasa Raharja (KPJR) Sleman

Shoffiyah Okta Haryani^{1*}, Alfian Muhazir²

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi, Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta, Yogyakarta
alfianmuhazir@unisayogya.ac.id

**Submitted : 20 Juli 2025,
Accepted : 28 Juni 2025,
Published : 30 Juli 202**

ABSTRAK

Kualitas komunikasi dan pelayanan customer service berperan penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah, khususnya pada pelayanan publik seperti Kantor Pelayanan Jasa Raharja (KPJR) Sleman. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan customer service terhadap kepuasan nasabah. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan teknik accidental sampling terhadap 87 responden nasabah KPJR Sleman. Data dikumpulkan melalui observasi, kuesioner berskala Likert, dan studi pustaka, kemudian dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, normalitas, linearitas, korelasi Pearson, dan regresi linier sederhana dengan bantuan SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan seluruh instrumen valid dan reliabel. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah ($r = 0,432$; $p < 0,05$) dengan kontribusi sebesar 18,6% terhadap variasi kepuasan nasabah, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model. Koefisien regresi positif ($0,202$; $p < 0,05$) menegaskan bahwa peningkatan kualitas pelayanan berdampak nyata pada kepuasan nasabah. Dimensi assurance dan empathy menjadi faktor dominan, diikuti reliability, responsiveness, dan tangible. Temuan ini sejalan dengan model SERVQUAL yang menekankan pentingnya layanan yang cepat, jelas, ramah, dan empatik. Disarankan agar KPJR Sleman terus meningkatkan kualitas pelayanan terutama pada kecepatan proses klaim, kejelasan informasi, kemudahan akses layanan, dan kenyamanan fasilitas. Penelitian lanjutan dapat mempertimbangkan variabel lain dan metode campuran untuk hasil yang lebih komprehensif.

Kata-kata Kunci: Kualitas Pelayanan; Customer Service; Kepuasan Nasabah; Kantor Pelayanan Jasa Raharja (KPJR) Sleman.

Pengaruh Kualitas Komunikasi Pelayanan *Customer Service* terhadap Kepuasan Nasabah di Kantor Pelayanan Jasa Raharja (KPJR) Sleman

(Shoffiyah Okta Haryani, Alfian Muhazir)

<http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>

The Influence of Customer Service Communication Quality on Customer Satisfaction at the Jasa Raharja Service Office (KPJR) Sleman

ABSTRACT

Communication quality and customer service performance play a crucial role in enhancing customer satisfaction, particularly in public services such as the Sleman Branch Office of PT Jasa Raharja (KPJR). This study aims to analyze the effect of customer service quality on customer satisfaction. A descriptive quantitative approach was employed, using accidental sampling with 87 KPJR Sleman customers as respondents. Data were collected through field observation, Likert-scale questionnaires, and literature review, then analyzed using validity, reliability, normality, linearity, Pearson correlation, and simple linear regression tests with SPSS 26. The results show that all instruments were valid and reliable. There is a positive and significant relationship between service quality and customer satisfaction ($r = 0.432$; $p < 0.05$), with service quality contributing 18.6% to the variation in customer satisfaction, while the remaining 81.4% is influenced by other factors outside the model. A positive regression coefficient (0.202 ; $p < 0.05$) confirms that improving service quality significantly enhances customer satisfaction. The dominant factors were assurance and empathy, followed by reliability, responsiveness, and tangibles. These findings align with the SERVQUAL model, highlighting the importance of fast, clear, friendly, and empathetic service. It is recommended that KPJR Sleman continue to improve service quality, particularly in claim processing speed, information clarity, service accessibility, and office comfort. Future research should include additional variables and adopt a mixed-method approach for more comprehensive insights.

Keywords: Service Quality; Customer Service; Customer Satisfaction; Jasa Raharja Service Office (KPJR) Sleman.

Korespondensi: Alfian Muhazir. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi, Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta, Yogyakarta. Jalan Ring Road Barat No. 63, Nogotirto, Gamping, Nogotirto, Gamping, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55592. Email: alfianmuhazir@unisayogya.ac.id

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan elemen penting dalam layanan pelanggan, khususnya di sektor jasa yang sangat bergantung pada interaksi langsung antara penyedia jasa dan pengguna layanan. Komunikasi yang efektif tidak hanya memudahkan penyampaian informasi dan pemahaman kebutuhan nasabah, tetapi juga berperan dalam pemberian solusi yang sesuai harapan. Dalam konteks pelayanan publik, kualitas komunikasi berkontribusi pada peningkatan kepuasan nasabah sekaligus memperkuat citra positif lembaga di mata masyarakat (Panata Gama & Utami, 2024).

Pengaruh Kualitas Komunikasi Pelayanan Customer Service terhadap Kepuasan Nasabah di Kantor Pelayanan Jasa Raharja (KPJR) Sleman

(Shoffiyah Okta Haryani, Alfian Muhazir)

<http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>

Komunikasi interpersonal merupakan proses interaksi tatap muka yang dilakukan oleh dua orang atau lebih untuk menyampaikan pesan dan menerima tanggapan secara langsung. DeVito (1989) menjelaskan bahwa komunikasi antarpribadi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan yang melibatkan umpan balik segera di antara para pelaku komunikasi (Rahmawati, 2020). Interaksi ini memungkinkan terjadinya pertukaran informasi, gagasan, maupun perasaan secara timbal balik yang memunculkan efek tertentu pada pihak yang terlibat. Efektivitas komunikasi interpersonal dipengaruhi oleh beberapa aspek penting, yakni keterbukaan (*openness*) yang mencakup kesediaan menyampaikan informasi dengan jujur dan menerima umpan balik secara tulus; empati (*empathy*) yang merupakan kemampuan memahami sudut pandang dan perasaan orang lain; dukungan (*supportiveness*) yang menciptakan suasana saling membantu; serta sikap positif (*positiveness*) yang tercermin dalam penghargaan terhadap diri sendiri maupun orang lain (Afriyadi, 2015). Selain itu, unsur-unsur komunikasi interpersonal mencakup sumber (*source*) atau komunikator yang melakukan encoding pesan, pesan itu sendiri (*message*) yang dapat bersifat verbal maupun nonverbal, saluran (*channel*) atau media penyampaian pesan, penerima (*receiver*) yang melakukan decoding pesan, serta efek (*effect*) berupa perubahan sikap, perilaku, atau pemahaman pada penerima (Lasswell dalam Kartini et al., 2024). Proses ini bertujuan mencapai komunikasi yang efektif, yang dapat memunculkan pemahaman bersama, mempererat hubungan, memengaruhi sikap, hingga mengubah perilaku individu.

Menurut Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 81 Tahun 1993, pelayanan publik adalah bentuk kegiatan yang dilakukan instansi pemerintah, BUMN, maupun BUMD dalam menyediakan barang dan/atau jasa guna memenuhi kebutuhan masyarakat sesuai peraturan perundang-undangan. Pentingnya komunikasi berkualitas menjadi semakin relevan bagi institusi pelayanan publik, termasuk PT Jasa Raharja yang bergerak di bidang jaminan kecelakaan lalu lintas (Reza Nurul Ichsan & Karim, 2021).

PT Jasa Raharja Sleman merupakan salah satu unit layanan yang mengelola asuransi kecelakaan bagi pengguna transportasi umum, kendaraan pribadi, maupun pejalan kaki. Layanan tersebut dilandasi oleh Undang-Undang Nomor 33 Tahun 1964 tentang Dana Pertanggungjawaban Wajib Kecelakaan Penumpang dan Undang-Undang Nomor 34 Tahun 1964 tentang Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan (Elfis et al., 2019). Untuk memastikan efektivitas

Pengaruh Kualitas Komunikasi Pelayanan *Customer Service* terhadap Kepuasan Nasabah di Kantor Pelayanan Jasa Raharja (KPJR) Sleman

(Shoffiyah Okta Haryani, Alfian Muhazir)

<http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>

layanan, perusahaan menetapkan indikator kinerja seperti target penyelesaian klaim dalam tiga hari, sinkronisasi data tepat waktu, dan penyelesaian santunan dalam kurun satu jam setelah berkas dinyatakan lengkap.

Kepuasan nasabah diartikan sebagai respon emosional terhadap kesesuaian antara harapan dan pengalaman layanan yang diterima (Putri et al., 2021). Data Google Rating KPJR Sleman menunjukkan skor 4,2 dari 5, dengan ulasan positif terkait kecepatan, keramahan, dan kemudahan proses klaim. Namun, masih ditemukan keluhan seperti keterlambatan pelayanan dan kurangnya kejelasan informasi. *Customer service* memegang peran kunci dalam memastikan kepuasan nasabah, khususnya dalam penanganan klaim dan penyampaian informasi. Pelayanan yang belum optimal, misalnya keterlambatan entri data atau komunikasi yang kurang efektif, dapat menurunkan tingkat kepuasan (Evalin et al., 2021).

Kualitas pelayanan (*service quality*) pada dasarnya mengacu pada sejauh mana layanan yang diberikan mampu memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. *American Society for Quality Control* mendefinisikannya sebagai keseluruhan karakteristik jasa atau produk dalam memenuhi kebutuhan yang telah ditetapkan. Sementara itu, Duran (dalam Lupiyoadi, 2001) menambahkan bahwa kualitas juga terkait dengan pengelolaan biaya yang dapat dihindari, seperti kerugian akibat kegagalan layanan, dan biaya yang tidak dapat dihindari, seperti biaya pengawasan kualitas (Mursyid et al., 2023). Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) mengembangkan model SERVQUAL untuk mengukur kualitas pelayanan, yang meliputi lima dimensi: bukti fisik (*tangibles*) terkait penampilan fasilitas dan sarana pendukung; keandalan (*reliability*) yaitu konsistensi dalam memberikan layanan sesuai janji; daya tanggap (*responsiveness*) yakni kesigapan membantu pelanggan dengan cepat dan tepat; jaminan (*assurance*) yang mencakup kompetensi, kesopanan, dan kemampuan membangun kepercayaan; serta empati (*empathy*) yaitu pemberian perhatian yang tulus dan personal kepada pelanggan. Kelima dimensi ini membantu organisasi memahami kesenjangan antara harapan pelanggan dan pengalaman layanan yang diterima.

Kepuasan nasabah merupakan hasil evaluasi pelanggan terhadap kesesuaian antara harapan sebelum menerima layanan dengan kinerja aktual yang dirasakan. Kotler (2017) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat berupa rasa senang atau kecewa yang timbul setelah membandingkan harapan dengan kinerja layanan, sedangkan Tjiptono (2017)

Pengaruh Kualitas Komunikasi Pelayanan *Customer Service* terhadap Kepuasan Nasabah di Kantor Pelayanan Jasa Raharja (KPJR) Sleman

(Shoffiyah Okta Haryani, Alfian Muhazir)

menegaskan bahwa kepuasan berkontribusi pada terjalinnya hubungan harmonis, mendorong pembelian ulang, membentuk loyalitas, dan memunculkan promosi dari mulut ke mulut (Rini et al., 2023). Untuk mengukurnya, Kotler (dalam Nurfadillah, 2017) mengusulkan beberapa metode, seperti sistem keluhan dan saran yang memberi ruang bagi pelanggan untuk menyampaikan masukan; survei kepuasan nasabah untuk menilai persepsi pelanggan terhadap layanan; ghost shopping yang memanfaatkan pembeli misterius guna menilai pelayanan pesaing; serta analisis pelanggan yang hilang (*lost customer analysis*) untuk mengidentifikasi alasan berpindahnya pelanggan ke penyedia lain. Dalam penelitian ini, kepuasan nasabah diukur berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan SERVQUAL, yaitu bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, yang diyakini memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan penentu keberhasilan organisasi jasa. Menurut Parasuraman, kualitas pelayanan mencakup lima dimensi, yakni keandalan, berwujud, daya tanggap, jaminan, dan empati, yang secara terpadu dapat meningkatkan kepuasan nasabah (Hidayat et al., 2023). Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini berfokus pada pengaruh kualitas pelayanan customer service terhadap kepuasan nasabah di Kantor Pelayanan Jasa Raharja (KPJR) Sleman. Dengan tujuan penelitian untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan customer service terhadap kepuasan nasabah di KPJR Sleman.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, yang memanfaatkan data berbentuk angka untuk menguji teori serta mengidentifikasi hubungan antarvariabel melalui analisis statistik (Ruky et al., 2018). Penelitian deskriptif bertujuan menyajikan, menganalisis, serta menginterpretasikan data untuk memecahkan permasalahan yang ada (Sahadat, 2021). Subjek penelitian adalah nasabah pengguna layanan Kantor Pelayanan Jasa Raharja (KPJR) Sleman, yang diteliti pada Maret–Juni 2025. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan, penyebaran kuesioner berbasis Google Form dengan skala Likert, serta studi kepustakaan dari sumber-sumber relevan. Populasi penelitian mencakup seluruh nasabah KPJR Sleman pada Januari 2025 sebanyak 658 orang. Penentuan sampel menggunakan teknik *Non-Probability Sampling* jenis *Accidental Sampling*, yaitu

Pengaruh Kualitas Komunikasi Pelayanan Customer Service terhadap Kepuasan Nasabah di Kantor Pelayanan Jasa Raharja (KPJR) Sleman

(Shoffiyah Okta Haryani, Alfian Muhazir)

memilih responden secara kebetulan yang memenuhi kriteria, dengan perhitungan menggunakan rumus Slovin yang menghasilkan jumlah sampel 87 responden (Arikunto, 2012; Icam Sutisna, 2020).

Uji validitas instrumen dilakukan dengan teknik korelasi *product moment* Pearson pada taraf signifikansi 0,05, di mana instrumen dinyatakan valid jika nilai *r hitung* lebih besar dari *r tabel* (Ghozali dalam Santosa & Luthfiyyah, 2020). Reliabilitas diuji menggunakan nilai Cronbach Alpha, dengan kriteria reliabel jika nilainya lebih dari 0,60 (Ghozali dalam Veronica, 2017). Analisis data menggunakan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics 26, meliputi uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov, uji linearitas untuk memastikan hubungan antarvariabel bersifat linear, serta uji korelasi Pearson untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan. Selanjutnya, pengaruh kualitas pelayanan (*independent variable*) terhadap kepuasan nasabah (*dependent variable*) dianalisis menggunakan regresi linear sederhana guna mengetahui besar pengaruh serta membangun model prediksi hubungan tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kantor Pelayanan Jasa Raharja Sleman merupakan unit operasional PT. Jasa Raharja (Persero) yang bertugas memberikan perlindungan dasar bagi korban kecelakaan lalu lintas di wilayah Sleman dan sekitarnya. Sebagai bagian dari BUMN di bawah Kementerian Keuangan Republik Indonesia, tugasnya dijalankan sesuai amanat Undang-Undang Nomor 33 dan 34 Tahun 1964 yang mengatur pemberian santunan kepada korban kecelakaan angkutan umum maupun lalu lintas jalan. Layanan santunan mencakup korban meninggal dunia, luka-luka, cacat tetap, hingga biaya pemakaman bagi korban tanpa ahli waris. Pelaksanaan tugas dilakukan melalui kerja sama strategis dengan pihak kepolisian, rumah sakit, dan Dinas Perhubungan guna mempercepat proses klaim. Dalam praktiknya, kantor ini mengedepankan pelayanan publik yang profesional, cepat, dan humanis, berlandaskan nilai kepedulian, tanggung jawab, serta integritas, sehingga menjadi wujud nyata peran negara dalam menjamin perlindungan sosial bagi masyarakat terdampak kecelakaan lalu lintas di wilayah Sleman.

Pengaruh Kualitas Komunikasi Pelayanan *Customer Service* terhadap Kepuasan Nasabah di Kantor Pelayanan Jasa Raharja (KPJR) Sleman

(Shoffiyah Okta Haryani, Alfian Muhazir)

<http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>

Sebelum kuesioner digunakan pada penelitian utama, dilakukan uji instrumen melalui *pre-test* pada 30 responden di luar sampel penelitian. Langkah ini bertujuan untuk memastikan bahwa seluruh butir pertanyaan dalam kuesioner memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang memadai untuk mengukur variabel penelitian.

Uji validitas dilaksanakan untuk mengetahui sejauh mana instrumen mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Menurut Ghozali dalam Setiawan et al. (2022), instrumen dinyatakan valid apabila nilai *r hitung* lebih besar daripada *r tabel* dan tingkat signifikansinya di bawah 0,05. Hasil pengolahan data menggunakan SPSS 26 menunjukkan bahwa seluruh butir pada variabel Kualitas Pelayanan (10 item) dan Kepuasan Nasabah (4 item) memiliki nilai *r hitung* yang melampaui *r tabel* (0,361) serta signifikansi < 0,05. Dengan demikian, seluruh item dinyatakan valid dan layak digunakan dalam pengumpulan data.

Selanjutnya, dilakukan uji reliabilitas untuk mengukur konsistensi jawaban responden. Menurut Ghozali dalam Slamet & Wahyuningsih (2022), instrumen dianggap reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* melebihi 0,70. Berdasarkan hasil analisis, variabel Kualitas Pelayanan memperoleh nilai 0,871 dan variabel Kepuasan Nasabah sebesar 0,745, keduanya berada di atas batas minimal, sehingga seluruh instrumen dinyatakan memiliki konsistensi internal yang tinggi.

Pada tahap uji normalitas, digunakan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* untuk mengetahui distribusi data. Kriteria pengujian menyatakan bahwa data berdistribusi normal apabila nilai signifikansi > 0,05.

Tabel 1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		87
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.81651793
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.079
	Negative	-.073
Test Statistic		.079

Pengaruh Kualitas Komunikasi Pelayanan *Customer Service* terhadap Kepuasan Nasabah di Kantor Pelayanan Jasa Raharja (KPJR) Sleman

(Shoffiyah Okta Haryani, Alfian Muhazir)

Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.189
	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	.179
	Upper Bound	.199

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

Hasil perhitungan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,200, yang berarti data memenuhi asumsi normalitas. Hasil ini dipertegas oleh analisis visual menggunakan grafik *P-Plot*, di mana titik-titik data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut, sehingga dapat disimpulkan bahwa data memiliki distribusi yang normal.

Tabel 2. Uji Linieritas

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUASAN NASABAH * KUALITAS PELAYANAN	Between Groups	(Combined) Linearity	100.539	16	6.284	2.166	.014
		Deviation from Linearity	56.584	1	56.584	19.507	.000
			43.955	15	2.930	1.010	.455
	Within Groups		203.047	70	2.901		
	Total		303.586	86			

Uji linearitas dilakukan untuk memastikan hubungan antara variabel independen (Kualitas Pelayanan) dan variabel dependen (Kepuasan Nasabah) bersifat linear. Berdasarkan hasil uji *ANOVA Table*, nilai *Sig. Deviation from Linearity* sebesar 0,455 ($> 0,05$) menunjukkan adanya hubungan linear yang signifikan antara kedua variabel.

Tabel 3. Uji Korelasi Pearson Product Moment

Correlations

Pengaruh Kualitas Komunikasi Pelayanan *Customer Service* terhadap Kepuasan Nasabah di Kantor Pelayanan Jasa Raharja (KPJR) Sleman

(Shoffiyah Okta Haryani, Alfian Muhazir)

		KUALITAS PELAYANAN	KEPUASAN NASABAH
KUALITAS PELAYANAN	Pearson Correlation	1	.432**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	87	87
KEPUASAN NASABAH	Pearson Correlation	.432**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	87	87

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Untuk mengetahui kekuatan dan arah hubungan, dilakukan uji korelasi Pearson Product Moment. Berdasarkan hasil pengolahan, diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,432 dengan signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Hal ini mengindikasikan adanya hubungan positif yang signifikan dengan tingkat kekuatan sedang antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka tingkat kepuasan nasabah cenderung meningkat.

Tabel 4. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.432 ^a	.186	.177	1.705

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN

b. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

Tahap berikutnya adalah analisis regresi linier sederhana untuk melihat besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah. Hasil *Model Summary* menunjukkan nilai *R* sebesar 0,432, sedangkan *R Square* sebesar 0,186. Hal ini berarti 18,6% variasi Kepuasan Nasabah dapat dijelaskan oleh Kualitas Pelayanan, sedangkan sisanya, sebesar 81,4%, dipengaruhi oleh variabel lain di luar model seperti kemudahan akses layanan, pengalaman sebelumnya, maupun pelayanan digital. Uji ANOVA menghasilkan nilai *F* hitung sebesar 19,472 dengan signifikansi 0,000, yang menegaskan bahwa model regresi signifikan secara statistik.

Tabel 5. Uji F

Pengaruh Kualitas Komunikasi Pelayanan *Customer Service* terhadap Kepuasan Nasabah di Kantor Pelayanan Jasa Raharja (KPJR) Sleman

(Shoffiyah Okta Haryani, Alfian Muhazir)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	56.584	1	56.584	19.472	.000 ^b
	Residual	247.002	85	2.906		
	Total	303.586	86			

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN

Hasil uji koefisien regresi menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,202 dengan signifikansi 0,000 dan nilai t hitung 4,413. Dengan demikian, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah dapat diterima. Secara substantif, hasil ini menegaskan bahwa perbaikan kualitas pelayanan secara nyata berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan nasabah.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini mengungkap bahwa kualitas pelayanan customer service memiliki kontribusi signifikan terhadap kepuasan nasabah di Kantor Pelayanan Jasa Raharja Sleman. Pengukuran kualitas pelayanan mengacu pada lima dimensi SERVQUAL menurut Parasuraman et al. (1988) dalam Azis (2020), yaitu bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,186 menunjukkan bahwa 18,6% variasi kepuasan nasabah dijelaskan oleh kualitas pelayanan, sementara 81,4% dipengaruhi oleh faktor lain seperti prosedur klaim, kecepatan pencairan, atau kondisi emosional nasabah. Hasil ini selaras dengan temuan Azis (2020) dan Rini et al. (2023) yang juga menemukan bahwa dimensi *reliability* dan *empathy* atau *assurance* menjadi penentu utama kepuasan nasabah.

Uji korelasi Pearson menghasilkan nilai 0,432 dengan signifikansi 0,000, menandakan hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Regresi linier sederhana memperkuat temuan ini, di mana koefisien regresi sebesar 0,202 dengan nilai $p < 0,05$ mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan, semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah. Temuan ini sejalan dengan teori kepuasan pelanggan dari Kotler dan Keller (2016) yang menekankan bahwa kepuasan tercapai ketika layanan memenuhi atau melampaui

Pengaruh Kualitas Komunikasi Pelayanan *Customer Service* terhadap Kepuasan Nasabah di Kantor Pelayanan Jasa Raharja (KPJR) Sleman

(Shoffiyah Okta Haryani, Alfian Muhazir)

harapan. Dalam konteks pelayanan publik, aspek *assurance* dan *reliability* menjadi lebih dominan daripada bukti fisik, mengingat mayoritas nasabah berada pada kondisi krisis atau berduka sehingga memerlukan rasa aman, empati, dan perhatian lebih dibandingkan sekadar fasilitas fisik.

Selain itu, hasil penelitian juga didukung oleh teori komunikasi interpersonal De Vito dalam Amalia (2022), yang menyebutkan bahwa layanan tatap muka tidak hanya sekadar penyampaian informasi, tetapi juga membangun kepercayaan, hubungan emosional, dan rasa dihargai. Empat aspek komunikasi interpersonal yang ditemukan berpengaruh positif adalah keterbukaan (*openness*) dalam memberikan informasi, empati (*empathy*) terhadap kondisi nasabah, dukungan (*supportiveness*) melalui pendampingan proses klaim, serta sikap positif (*positiveness*) yang menciptakan suasana pelayanan ramah dan profesional. Konsistensi penerapan aspek-aspek tersebut terbukti memperkuat kepercayaan publik dan meningkatkan kepuasan layanan.

Uji hipotesis menunjukkan nilai signifikansi 0,000 ($<0,05$) sehingga hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima. Artinya, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah, baik dari sisi data empiris maupun teori. Meskipun penelitian ini terbatas pada satu kantor cabang dan menggunakan pendekatan kuantitatif, hasilnya menegaskan bahwa kualitas pelayanan tetap menjadi faktor krusial dalam membentuk kepuasan nasabah pada pelayanan publik. Dengan demikian, interaksi customer service yang profesional, empatik, dan komunikatif menjadi kunci dalam menciptakan pengalaman pelayanan yang memuaskan di Jasa Raharja Sleman.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan customer service memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Kantor Pelayanan Jasa Raharja Sleman. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan nasabah,

maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan. Hal ini didukung oleh hasil uji t dengan nilai signifikansi 0,000 dan nilai t sebesar 4.413.

2. Hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah bersifat linier dan cukup kuat. Nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,432 menunjukkan adanya hubungan yang positif dan berada dalam kategori sedang. Hasil uji linieritas juga menunjukkan bahwa hubungan antar variabel tidak menyimpang dari garis lurus.
3. Kontribusi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah sebesar 18,6%. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan menjelaskan 18,6% variasi kepuasan nasabah. Sisanya sebesar 81,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam model ini.
4. Secara teoritis, hasil ini sejalan dengan model SERVQUAL dari Parasuraman et al. (1998) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan terdiri atas lima dimensi utama: tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy. Dalam konteks Kantor Pelayanan Jasa Raharja Sleman dimensi assurance dan empathy menjadi faktor yang paling menonjol sesuai dengan hasil uji validitas.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Kantor Pelayanan Jasa Raharja Sleman: disarankan untuk peningkatan kualitas pelayanan perlu terus dilakukan, khususnya pada aspek yang langsung dirasakan oleh nasabah seperti kejelasan informasi, ketepatan waktu pelayanan, serta sikap ramah dan empati dari petugas customer service dan perlu memperhatikan faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi kepuasan nasabah, seperti kecepatan penyelesaian klaim, kenyamanan fasilitas kantor, kemudahan akses layanan digital, dan transparansi proses.
2. Masyarakat (Nasabah): disarankan untuk perlu memperhatikan faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi kepuasan nasabah, seperti kecepatan penyelesaian klaim, kenyamanan fasilitas kantor, kemudahan akses layanan digital, dan transparansi proses.
3. Penelitian selanjutnya: disarankan untuk menggunakan model regresi berganda dengan melibatkan lebih dari satu variabel independen, sehingga dapat menjelaskan pengaruh faktor-faktor lain secara lebih komprehensif terhadap kepuasan nasabah. Selain itu,

Pengaruh Kualitas Komunikasi Pelayanan *Customer Service* terhadap Kepuasan Nasabah di Kantor Pelayanan Jasa Raharja (KPJR) Sleman

(Shoffiyah Okta Haryani, Alfian Muhazir)

pendekatan campuran (mixed-method) juga disarankan agar dimensi subjektif dari pengalaman nasabah dapat tergali lebih dalam.

REFERENSI

- Afriyadi, F. (2015). Efektivitas Komunikasi Interpersonal Antara. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 362–376.
- Amalia Yunia Rahmawati. (2020). *Komunikasi Interpersonal Landasan Teori Bab II*. July, 1–23.
- Azis, A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Insight Management Journal*, 1(1), 21–25. <https://doi.org/10.47065/imj.v1i1.13>
- Elfis, R., Alwie, A. P., & Machasin. (2019). Pengaruh Service Excellent terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Jasa Raharja Cabang Riau. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, XI(4), 847–865.
- Evalin, Z. Z., Sukartaatmadja, I., & Mulyadi, M. N. (2021). Analisis Peran Kinerja Customer Service Dan Teller Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(2), 151–160. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i2.767>
- Hidayat, F., Riono, B., Kristiana, A., & Dewi, I. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Inovasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 1(3), 214–231.
- Icam Sutisna. (2020). Statistika Penelitian. *Universitas Negeri Gorontalo*, 1–15. https://d1wqtxs1xzle7.cloudfront.net/62615506/TEKNIK_ANALISIS_DATA_PENELITIAN_KUANTITATIF20200331-52854-1ovrwlw-libre.pdf?1585939192=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DTeknik_Analisis_Data_Penelitian_Kuantita.pdf&Expires=1697869543&Signat
- Kartini, Dwi Arlintang, Fathurrahman, Ezzlan Bayu Setiawan, Bayu Febrian Al-Farabi, Alwan Galib, & Nazma Ainina. (2024). Tinjauan Kritis terhadap Teori Komunikasi Interpersonal: Implikasi terhadap Hubungan Sosial dalam Era Digital. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 4(1), 274–281. <https://doi.org/10.47467/visa.v4i1.1420>
- Mursyid, M., Purwanta, P., & Suliantoro, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Grapari Telkomsel Madiun. *Albama: Jurnal Bisnis Administrasi Dan Manajemen*, 16(1), 78. <https://doi.org/10.56606/albama.v16i1.123>
- Nurfadillah. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Ratulangi*. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Panata Gama, F. H., & Utami, A. R. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengaruh Kualitas Komunikasi Pelayanan Customer Service terhadap Kepuasan Nasabah di Kantor Pelayanan Jasa Raharja (KPJR) Sleman

(Shoffiyah Okta Haryani, Alfian Muhazir)

- Pelanggan Pintaar.Com. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 3, 202–212. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol3.2024.223>
- Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 1267–1283. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>
- Reza Nurul Ichsan, Ahmad Karim. (2021). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Jasa Raharja Medan. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 6(1), 54–57. <https://doi.org/10.32696/jp2sh.v6i1.729>
- Rini, L. T. S., Retnoningrum, Resihono, L. D., & Nurjanah, A. (2023). *Klaimen pada PT Jasa Raharja Perwakilan Surakarta Prodi Manajemen Perusahaan , Politeknik Pratama Mulia Surakarta Email : luluktakarisarjana@gmail.com*. 08(01), 1–19.
- Ruky et al. (2018). Metodologi Penelitian: Metodologi penelitian Skripsi. *Rake Sarasin*, 52, 51.
- Sahadat, Z. (2021). *Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada PT . Bank Syariah Indonesia Cabang Takengon) Disusun Oleh : Zikri Sahadat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh 2021 M / 1442 H*.
- Santosa, S., & Luthfiyyah, P. P. (2020). Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan di Gamefield Hongkong Limited. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1), 1–7.
- Setiawan, H., Baihaqi, M. I., & Bebena, I. (2022). Dampak Kecerdasan Intelektual Dan Kecerdasan Emosional Terhadap Kinerja Karyawan. *JURISMA : Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 12(1), 156–172. <https://doi.org/10.34010/jurisma.v12i1.5253>
- Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Ker. *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 51–58. <https://doi.org/10.46975/aliansi.v17i2.428>
- Veronica, D. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Development*, 5(1), 55–69. <https://doi.org/10.53978/jd.v5i1.45>

Pengaruh Kualitas Komunikasi Pelayanan *Customer Service* terhadap Kepuasan Nasabah di Kantor Pelayanan Jasa Raharja (KPJR) Sleman

(Shoffiyah Okta Haryani, Alfian Muhazir)

<http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>