

PERANAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA PT. BANK PEMBANGUNAN DAERAH JAWA BARAT DAN BANTEN, TBK. CAPEM PAMULANG TANGERANG SELATAN

Alida Wahyuni¹⁾, Mungky Hendriyani²⁾, Intan Nurhasanah³⁾

^{1,3}Prodi D3 Keuangan Perbankan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, ITB Swadharma

²Prodi D3 Teknik Elektro, Fakultas Teknologi, ITB Swadharma

Correspondence author: Mungky Hendriyani, ukyrizky1708@gmail.com, Jakarta, Indonesia

Abstract

This research aims to analyze the role of customer service in increasing the number of customers PT. Bank BJB, Tbk. Kantor Cabang Pembantu Pamulang. A customer is a person directly dealing with or in direct contact with the customer, customer service has a responsible role in the service and smoothness of the bank, and understands the work to be carried out, especially related to service to customers. Serving the customer is a very necessary attitude of customer service that can increase customer interest and ability to communicate well with customers. The results prove the role of customer service in providing information to customers very well. Because the media used customer service in providing the information is very good and customers feel very satisfied with the services provided by customer service.

Keywords: *customer service, customer, bank*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran *customer service* dalam meningkatkan jumlah nasabah pada PT. Bank BJB, Tbk. kantor cabang pembantu Pamulang. *Customer Service* adalah orang yang berhubungan langsung dengan pelanggan (*customer*), *customer service* memiliki bertanggung jawab terhadap pelayanan dan kelancaran bank, memahami pekerjaan yang akan dilaksanakan terutama berhubungan dengan pelayanan kepada pelanggan. Dalam melayani pelanggan sangat diperlukan sikap *customer service* yang dapat meningkatkan minat customer dan mampu berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan. Hasil penelitian membuktikan peran *customer service* dalam memberikan informasi kepada pelanggan dengan sangat baik, karena media yang digunakan *customer service* dalam memberikan informasi sangat baik dan pelanggan merasa sangat puas atas pelayanan yang diberikan *customer service*.

Kata kunci: *pelayanan pelanggan, nasabah, bank*

A. PENDAHULUAN

Saat ini kegiatan perekonomian sedang berkembang, sehingga menimbulkan persaingan, baik perusahaan yang menghasilkan produk maupun jasa. Hal ini menuntut perusahaan untuk lebih meningkatkan kualitas produk atau jasa yang dihasilkan agar tidak kalah dalam bersaing dan mengalami kemunduran. Dalam hal ini perusahaan harus mempunyai strategi-strategi yang kompetitif untuk mengetahui dan memahami apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta mendapatkan kepercayaan masyarakat.

Kualitas pelayanan yang baik erat kaitannya dengan keberhasilan suatu perusahaan dalam memenuhi kepuasan konsumen yang efektif, maka perusahaan harus bisa mengembangkan kerjasama dengan konsumen dalam penyampaian layanan yang tepat waktu serta akurat dengan perhatian dan keramahan. Untuk itu perusahaan mengembangkan sistem responsive terhadap kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan. Apabila pelanggan merasa telah terpenuhi segala harapan yang ia inginkan baik dari segi produk atau pelayanannya, maka loyalitas akan tumbuh pada diri pelanggan dan akan selalu mengkonsumsi (melakukan pembelian) produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk adalah perusahaan yang bergerak dibidang perbankan yang salah satu faktor terpentingnya adalah kemampuan memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah. Untuk memberikan kualitas jasa pelayanan yang baik kepada nasabah, PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat, Tbk (PT. Bank BJB Tbk) harus tanggap akan setiap keluhan dan pengaduan harus lebih memperhatikan dalam kecepatan, ketepatan, serta pemberian informasi yang lengkap dan akurat. PT. Bank BJB Tbk. juga harus menyediakan fasilitas-fasilitas yang lengkap dan inovatif agar dapat memberikan kepuasan total bagi nasabahnya, pelayanan tersebut harus mampu memenuhi dan menjawab segala kebutuhan serta permasalahan yang dihadapi oleh nasabah.

Dalam pemberian informasi yang lengkap dan akurat diperlukan *Customer Service* yang juga berguna untuk meningkatkan minat masyarakat pada produk bank. *Customer service* berasal dari dua kata yaitu “*Customer*” yang berarti Pelanggan, dan “*Service*” yang mengandung arti Pelayanan. *Customer service* yang diterjemahkan dalam bahasa Indonesia mengandung arti melayani nasabah, dimana untuk bidang bisnis secara umum diartikan sebagai pelayanan pelanggan (Waworuntu, 1997). Pengertian *customer service* secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pihak nasabah, melalui pelayanan, dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah (Kasmir, 2004). Jadi pengertian *customer service* adalah sebuah unit kerja yang bertugas untuk melayani nasabah atau calon nasabah. Pelayanan yang diberikan adalah pelayanan berdasarkan informasi dan pelayanan jasa yang tujuannya untuk memberikan kepuasan nasabah dan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.

Tugas utama *Customer Service* adalah berhadapan langsung dengan nasabah, oleh karena itu seorang *Customer Service* harus memiliki keterampilan untuk mengenal nasabah dengan baik, disamping untuk mendukung penerapan program Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pendanaan Terorisme (APU-PPT) sebagaimana tercantum dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 14/27/PBI/2012 Tentang Penerapan Program Anti Pencucian Uang Dan Pencegahan Pendanaan Terorisme Bagi Bank Umum serta untuk mendukung penerapan prinsip mengenal nasabah (*Know Your Customer/KYC*) sebagaimana tertuang dalam PBI No. 3/10/PB/2001, maka seorang petugas *customer service* dituntut untuk mengenal setiap nasabahnya melalui proses identifikasi, verifikasi, dan pemantauan profil nasabah.

Nasabah sendiri dapat diartikan semua orang atau pihak yang menggunakan jasa bank dan memiliki rekening di bank. Secara umum nasabah dibagi menjadi dua yaitu :

1. *Walk in Customer*, yaitu pengguna jasa bank yang tidak memiliki rekening di bank.

2. *Beneficial Owner*, yaitu setiap orang yang memiliki dana, yang mengendalikan transaksi nasabah, yang memberikan kuasa atas terjadinya suatu transaksi dan/atau yang melakukan pengendalian melalui badan hukum atau perjanjian.

Menurut Kasmir (2017), Dalam melayani nasabah sebaiknya seorang *customer service* mampu memahami dan mengerti akan sifat masing-masing nasabahnya, hal ini disebabkan masing-masing nasabah memiliki sifat-sifat yang berbeda.

Seorang *customer service* mempunyai persyaratan yang harus dipenuhi untuk menduduki jabatan yaitu :

1. Persyaratan fisik
 - a. Memiliki kesehatan prima
 - b. Memiliki penampilan yang baik dan menarik
 - c. Sehat jasmani dan rohani
2. Persyaratan mental/karakter
 - a. Percaya diri dan optimis
 - b. Mempunyai kemampuan merencanakan
 - c. Berjiwa usaha dan cerdas
 - d. Mempunyai kemampuan membujuk dan bergaul
 - e. Menyenangi pekerjaan tersebut dan mempunyai ambisi serius, kreatif dan inovatif
3. Persyaratan kepribadian
 - a. Murah senyum, ramah dan sopan
 - b. Simpatik, menarik dan menyenangkan
 - c. Lincah, aktif dan energik
 - d. Mengenal produk yang ditawarkan
 - e. Jujur dan tanggung jawab
4. Persyaratan sosial
 - a. Pandai bergaul dan berbicara
 - b. Bijaksana dan harus budi bekerja
 - c. Toleran dan fleksibel
 - d. Mudah bekerjasama dengan orang lain

PT. Bank BJB Tbk. Merupakan salah satu pelaku industri perbankan yang telah menghasilkan banyak produk dan jasa perbankan. Dalam memasarkan tiap-tiap cabang harus dapat menyajikan dengan sebaik mungkin untuk mempertahankan komunitas pengguna produk dan jasa PT. Bank BJB Tbk. oleh nasabahnya. Dalam menyajikan pelayanan yang

sesuai dengan selera nasabahnya diperlukan sikap dan perilaku yang terbaik yang harus ditampakkan oleh setiap petugas *Customer Service* dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Sikap dan Perilaku tersebut adalah :

1. Sikap Pelayanan

Sikap pelayanan dari para petugas *Customer Service* dapat mencerminkan profesionalisme kerja yang dimiliki oleh bank, seperti dapat memenuhi kecepatan pelayanan, serta dapat memenuhi kecepatan pelayanan ketepatan, keamanan dan kenyamanan bertransaksi nasabah, serta memiliki pengetahuan yang luas mengenai produk yang dimiliki oleh PT. Bank BJB Tbk.

2. Interaksi dengan Nasabah

Dalam melakukan perbincangan dengan nasabah, petugas pelayanan harus disertai dengan senyuman serta menunjukkan perasaan senang dan merasa tertarik dengan topik yang sedang dibicarakan oleh nasabah. Begitupula dengan memanggil nama nasabah didalam perbincangan guna menciptakan keakraban tapi tidak mengurangi rasa hormat petugas pada nasabah.

3. Transaksi Nasabah

Transaksi yang dilakukan harus diselesaikan dengan sopan, siap membantu, siap memberikan informasi, teliti dan bersifat rahasia. Sopan dalam arti hindarkan pikiran bahwa nasabah hanya “mengganggu” pekerjaan. bersedia membantu berarti bersedia memberikan pelayanan “ekstra” kepada nasabah seperti mengantarkan nasabah hingga kedepan pintu keluar. Siap memberikan informasi berarti petugas harus bisa menguasai produk bank dengan baik. Jangan memberikan jawaban ketidakpastian seperti “saya kira” atau sebagainya. Teliti berarti setiap transaksi nasabah harus diselesaikan sampai tuntas. Bersifat rahasia berarti petugas harus mampu meyakinkan nasabah bahwa kerahasiaan data nasabah tetap terjamin.

4. Kemudahan menemui Petugas

Petugas PT. Bank BJB Tbk. harus mudah ditemui oleh nasabah, tidak boleh duduk diruangan dengan tanda-tanda “closed”, tidak selalu sibuk dengan petugas lainnya. Mudah ditemui juga bukan berarti dapat membuat antrian panjang tapi harus dapat menggunakan waktu dengan sebaik mungkin guna menghadapi nasabah lain.

5. Sesuaikan sikap dan situasi dengan keinginan nasabah

Pada beberapa situasi pelayanan memerlukan pegangan khusus sikap yang dilakukan, seperti di dalam meminta identitas nasabah untuk meyakinkan bahwa transaksi tersebut valid atau tidak. Permintaan yang kurang bijaksana bisa menyinggung nasabah, sehingga dalam meminta identitas nasabah, sebaiknya dilakukan dengan sikap hati-hati tanpa memperlihatkan rasa curiga kepada nasabah serta tetap meyakinkan bahwa hal tersebut untuk kepentingan dan keamanan uang nasabah.

Secara umum dalam dunia perbankan, peranan *customer service* adalah memberikan pelayanan dan membina hubungan baik dengan nasabahnya (Kasmir, 2003). *Customer service* bertanggung jawab atas suksesnya sebuah pelayanan, dimulai dari awal sampai selesainya suatu pelayanan nasabah. *Customer service* juga bertanggung jawab atas sebuah hubungan perusahaan dengan nasabahnya, *customer service* harus berusaha menjaga hubungan baik perusahaan dengan seluruh nasabahnya, termasuk merayu atau membujuk nasabah agar tetap bertahan untuk bekerjasama dengan perusahaan dan tidak berpindah menggunakan jasa perusahaan pesaing. *Customer service* merupakan ujung tombak terpenting bagi perusahaan dalam membangun kepuasan nasabah, melalui tangan *customer service* perusahaan dapat memberikan persepsi yang positif kepada nasabahnya, melalui tangan *customer service* pula perusahaan dapat mengetahui apa yang menjadi ekspektasi nasabah. Dalam perkembangannya fungsi *customer service* memang semakin lama semakin penting, apalagi dengan semakin tingginya persaingan dan keinginan nasabah yang semakin sulit

terpuaskan, maka pekerjaan *customer service* semakin lama semakin sulit. *Customer service* sendiri merupakan pihak yang langsung menjembatani antara nasabah dengan perusahaan, dalam hubungannya dengan transaksi atau operasional sehari-hari. Setiap bagian perusahaan bisa saja melakukan kesalahan, yang mengakibatkan nasabah marah, namun kemarahan ini akan ditimpakan pada *customer service* dan bukan pada bagian lain yang melakukan kesalahan tersebut karena *customer service* menjadi jiwa bagi setiap orang dalam perusahaan.

Customer Service PT. Bank BJB Tbk. cabang Pamulang memiliki peranan strategis, dijelaskan dengan beberapa point berikut :

1. *Customer service* berperan untuk melayani nasabah yang datang, artinya *customer service* yang melayani berbagai macam aplikasi nasabah dan memenuhi segala kebutuhan nasabah.
2. *Customer service* berperan membantu perusahaan untuk dapat mempertahankan nasabah atau dengan kata lain sebagai *customer relations officer*. Pilihan yang banyak tersedia membuat nasabah mudah berpindah ke penyedia jasa yang lain. Namun nama dan image PT. Bank BJB Tbk. yang tertanam di masyarakat luas dikenal cukup baik, sehingga sangatlah jelas peran *customer service* PT. Bank BJB Tbk. sangat penting dalam mempertahankan nasabah PT. Bank BJB, Tbk. yang sudah sedemikian percaya terhadap perusahaan. Bagi industri seperti perbankan, mempertahankan nasabah merupakan komponen utama agar perusahaan tetap hidup. Selain itu interaksi antara *customer service* dengan nasabahnya memiliki frekuensi dan intensitas yang tinggi, sehingga resiko ketidakpuasan pun semakin besar.
3. *Customer service* berperan sebagai komunikator yang membantu perusahaan dalam membentuk image yang baik dimata nasabahnya. *Customer service* PT. Bank BJB, Tbk. harus mencerminkan nilai-nilai yang ingin ditampilkan perusahaan, tidak hanya soal penampilannya yang rapih dan

menarik, *customer service* PT. Bank BJB Tbk. harus mampu mengkomunikasikan secara non verbal nilai-nilai yang ditanamkan perusahaan kepada nasabahnya. Itu sebabnya *customer service* PT. Bank BJB Tbk. harus selalu terlihat ramah, sopan, dan menarik.

Hal tersebut diatas sama halnya seperti yang telah dijelaskan Kasmir (2004) mengenai peran strategis *customer service*, yaitu sebagai berikut :

1. Sebagai *deskman*, artinya *customer service* berperan untuk melayani berbagai macam aplikasi nasabah.
2. Sebagai *customer relations officer* artinya *customer service* berperan membina hubungan baik dengan seluruh nasabah.
3. Sebagai *communicator*, artinya *customer service* berperan sebagai orang yang menghubungi nasabah tentang segala hal atau terkait informasi tentang perusahaan, atau bisa disebut penghubung antara perusahaan dengan nasabahnya.

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, maka penulis melakukan penelitian mengenai Pelaksanaan *Customer Service* yang diterapkan PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat, Tbk Kantor Cabang Pembantu Pamulang.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Cabang Pamulang dengan jenis penelitian Kualitatif. Data yang digunakan adalah data primer dengan metode pengumpulan data melalui observasi dan wawancara langsung dengan bidang-bidang terjait yang berhubungan dengan penelitian ini, Waktu yang digunakan untuk menyelesaikan penelitian ini adalah tiga bulan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagi sebuah bank pelayanan merupakan suatu hal yang rawan dalam upaya mencapai keberhasilan, tetapi disisi lain pelayanan juga merupakan suatu hal yang memberikan peluang bagi bank untuk bersaing memenangkan

nasabah, karena pengembangan hamper tidak terbatas.

Kepuasan seorang nasabah merupakan kunci sebuah bank untuk memberikan pelayanan, karena nasabah yang terpuaskan kebutuhannya akan memberikan *repeat business* kepada bank yang bersangkutan.

Peranan *Customer Service* sebagai anggota pelayanan sangatlah penting, karena dalam ruang lingkup petugas pelayanan *Customer Service* memiliki wewenang yang luas dalam melayani nasabah sepanjang wewenang tersebut dapat dipertanggungjawabkan dan tidak keluar dari jalur kebijaksanaan peraturan yang ditetapkan. *Customer Service* harus selalu menjaga komunikasi dan selalu menghubungi nasabah untuk melayani kepentingan mereka. *Customer Service* juga harus memberikan informasi yang sejelas-jelasnya kepada nasabah dalam melakukan transaksi dengan bank, baik transaksi tunai maupun pemindah bukuan dalam bank atau antar bank. Bila ada perubahan yang terjadi pada bank, dalam hal ini berupa perubahan peraturan intern bank yang menyangkut kepentingan nasabah. *Customer Service* juga memberikan informasi tersebut kepada nasabah. Sebagai pemberi pelayanan jasa, *Customer Service* selalu mengikuti perkembangan keuangan nasabah. Mereka harus dapat menjawab segala pertanyaan nasabah tentang posisi keuangan atau saldonya.

Dalam upaya menarik minat nasabah, *Customer Service* pada PT. Bank BJB, Tbk. menanggapi berbagai permasalahan yang timbul dari pihak bank maupun nasabah, antara lain :

1. Gangguan sistem dari pusat seperti *offlinenya* jaringan internet, sehingga menghambat masuknya data-data nasabah yang masuk.
2. Bahasa yang dipergunakan nasabah berbeda-beda, tidak semua nasabah PT. Bank BJB, Tbk. cabang sumber menggunakan bahasa indonesia, ada pula orang yang lanjut usia yang tidak bisa menggunakan bahasa indonesia dengan baik.
3. Latar belakang pendidikan yang berbeda-beda juga termasuk hambatan karena pendidikan seseorang mempengaruhi

pengetahuannya, ada yang mengetahui dengan baik istilah-istilah perbankan yang digunakan oleh *customer service* PT. Bank BJB, Tbk., namun ada pula yang tidak mengerti istilah-istilah perbankan yang digunakan oleh *customer service* PT. Bank BJB, Tbk.

Ada 2 jenis gangguan terhadap jalannya komunikasi seperti komunikasi yang dilakukan *customer service* kepada nasabahnya, berikut ini dijelaskan secara detail : (Effendy, 2008)

1. Gangguan Mekanik

Gangguan mekanik adalah gangguan yang disebabkan saluran komunikasi atau kegaduhan yang bersifat fisik. Sebagai contoh seperti suara ganda pada pesawat radio, gambar meliuk-liuk atau berubah-ubah pada layar, adanya bunyi mengaung pada pengeras suara atau riuh hadirin.

2. Gangguan Semantik

Gangguan jenis ini bersangkutan dengan pesan komunikasi yang pengertiannya menjadi rusak. Gangguan semantik tersaring ke dalam pesan melalui penggunaan bahasa. Lebih banyak kekacauan mengenai pengertian suatu istilah atau konsep yang terdapat pada komunikator. Pada hakikatnya orang-orang yang terlibat dalam komunikasi mengintrepretasikan bahasa yang menyalurkan suatu pesan dengan berbagai cara, karena itu mereka mempunyai pengertian yang berbeda.

Terkait hal diatas sangat jelas bahwa hambatan-hambatan yang dihadapi *customer service* PT. Bank BJB, Tbk. dalam menghadapi nasabahnya adalah termasuk ke dalam gangguan mekanik dan gangguan semantik. Gangguan sistem dari pusat atau *offlinenya* jaringan internet adalah termasuk kedalam gangguan mekanik, gangguan yang bersifat fisik. Sedangkan gangguan seperti penggunaan bahasa yang dipergunakan oleh nasabah-nasabah PT. Bank BJB, Tbk. termasuk kedalam gangguan semantik, artinya gangguan yang disebabkan oleh perbedaan pengertian mengenai bahasa dan istilah-istilah yang digunakan dalam proses

komunikasi yang dilakukan oleh *customer service* PT. Bank BJB, Tbk. dengan nasabahnya.

Hambatan yang berkenaan dengan gangguan teknis teknologi dari pusat yang mengganggu jalannya proses pelayanan, seperti sistem dari pusat yang offline terkadang membuat ada beberapa transaksi yang harus ditunda dan menunggu beberapa waktu. Hal ini menyebabkan pekerjaan *customer service* menjadi menumpuk dan ditunda-tunda. Namun perusahaan selalu meminimalisir hal tersebut dengan cara melapor ke pusat bahwa jaringannya *offline*, dan pusat pun akan merespon dengan cepat dan berusaha memperbaiki.

Sedangkan hambatan mengenai perbedaan penggunaan bahasa, *customer service* PT. Bank BJB, Tbk. menghadapinya dengan cara terus meningkatkan kemampuan berbahasa. Untuk gangguan mengenai istilah-istilah perbankan yang tidak dimengerti oleh nasabah, *customer service* PT. Bank BJB, Tbk. memberikan solusi dengan menyesuaikan penggunaan istilah tersebut sesuai tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah. Apabila menghadapi orang yang berpendidikan tinggi penggunaan istilah-istilah perbankan tidak akan menjadi masalah. Sebaliknya ketika menghadapi nasabah seperti orang yang lanjut usia atau berpendidikan rendah, *customer service* sebisa mungkin menghindari istilah-istilah perbankan yang sulit dimengerti oleh nasabah

D. PENUTUP

Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank BJB, Tbk. Kantor Cabang Pembantu Pamulang, adapun beberapa kesimpulan dan saran yang dapat penulis kemukakan yaitu:

1. Peran *Customer Service* Bank BJB cabang pembantu Pamulang sebagai pihak yang langsung menjembatani antara nasabah dengan perusahaan dalam hubungannya dengan transaksi atau operasional sehari-hari.
2. *Customer Service* Bank BJB cabang pembantu Pamulang juga berperan memberikan pelayanan dan membina hubungan baik dengan nasabahnya.

3. *Customer Service* bertanggung jawab atas suksesnya sebuah pelayanan, dimulai dari awal sampai selesainya suatu pelayanan nasabah serta menjaga hubungan perusahaan dengan nasabahnya, termasuk merayu atau membujuk nasabah agar tetap bertahan untuk bekerjasama dengan perusahaan dan tidak berpindah menggunakan jasa perusahaan pesaing.
 4. *Customer Service* dalam melakukan pelayanan harus selalu mengutamakan keramahan, ketepatan, dan kecepatan dalam menghadapi nasabah. Hal tersebut tentu untuk mendapatkan kepuasan nasabah dan mencapai kelayakan nasabah.
 5. Hambatan yang dihadapi *Customer Service* Bank BJB cabang pembantu Pamulang secara garis besar yaitu gangguan sistem dari pusat seperti *offlinenya* jaringan internet, sehingga menghambat masuknya data-data nasabah yang masuk. Bahasa yang dipergunakan nasabah berbeda-beda, tidak semua nasabah Bank BJB cabang pembantu Pamulang menggunakan bahasa Indonesia, ada pula orang yang lanjut usia yang tidak bisa menggunakan bahasa Indonesia dengan baik.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. 15e Global Edition. London, UK: Pearson.
- Peraturan Bank Indonesia No.3/10/PBI/2001 tanggal 18 Juni 2001 tentang Penerapan Prinsip Mengenal Nasabah (Know You Customer Principles).
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 14/27/PBI/2012 tentang Penerapan Program Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pendanaan Terorisme Bagi Bank Umum
- Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Tanggal 10 November 1998.
- Waworuntu (1997). *Dasar Keterampilan Melayani Nasabah*. Yogyakarta : Bagian Penerbitan Lembaga Manajemen YKPN Yogyakarta.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Effendy, Onong Uchjana. (2008). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Ikatan Bankir Indonesia. (2014). *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kasmir (2003). *Manajemen Perbankan*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir (2004). *Etika Customer Service*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir (2017). *Customer Service Excellent*. Depok: PT Raja Grafindo Persada