

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dimensi/ Atribut kualitas Pelayanan yang diharapkan konsumen dan untuk menganalisis *GAP* antara kualitas pelayanan yang diberikan dengan harapan kepuasan Bank Mandiri Cabang Cilacap Ahmad Yani. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Mandiri Cabang Cilacap Ahmad Yani dengan jumlah sampel sebanyak 68 nasabah. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *GAP* dan *Importance Performance Analysis*. Berdasarkan hasil *GAP* diperoleh hasil bahwa nilai *GAP* adalah negatif pada masing-masing variabel kualitas pelayanan yaitu *tangible*, *reliability*, *respondiveness*, *assurance* dan *emphaty*. Dengan demikian hasil ini menunjukkan bahwa nasabah Bank Mandiri Cabang Cilacap Ahmad Yani menilai kualitas pelayanan belum memenuhi ekspektasi pelanggan dan harus ditingkatkan. Dari hasil *Importance Performance Analysis* menunjukkan bahwa mayoritas indikator dalam kualitas pelayanan/ kualitas manajemen berada dalam kuadran C yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan sudah cukup meningkatkan kepuasan pelanggan walaupun belum dirasa maksimal atau belum sesuai harapan seperti pada kesiapan/ketersediaan uang di ATM.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, *GAP*, *Importance Performance Analysis*

## ABSTRACT

This study aims to determine the dimensions / attributes of service quality expected by consumers and to analyze the gap between the quality of services provided and the satisfaction of Bank Mandiri's Cilacap Ahmad Yani Branches. The population in this study are all customers of the Bank Mandiri Branch Cilacap Ahmad Yani with a total sample of 68 customers. Data analysis methods used in this study are *GAP* analysis and Importance Performance Analysis. Based on the results of the *GAP*, it is found that the value of the *GAP* is negative in each variable of service quality, namely tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy. Thus these results indicate that customers of the Bank Mandiri Branch Cilacap Ahmad Yani assess service quality has not met customer expectations and must be improved. The results of the Importance Performance Analysis show that the majority of indicators in service quality / management quality are in quadrant C, which shows that service quality is sufficient to increase customer satisfaction even though it has not been felt to be the maximum or not as expected as in the readiness / availability of money at the ATM.

Keywords: Service Quality, *GAP*, Importance Performance Analysis