

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* berpengaruh signifikan terhadap terhadap kepuasan nasabah CS Finance Area Jakarta baik secara serempak maupun secara parsial.

Metodologi penelitian yang dilakukan adalah analisa deskriptif kuantitatif dengan Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah aktif CS Finance Area Jakarta. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden yang disebar di cabang CS Finance Area Jakarta dengan menggunakan teknik sampel acak bertingkat proporsional (*Proportionate Stratified Random Sampling*) yaitu metode yang membagi populasi menjadi beberapa subpopulasi atau strata yang terpisah satu sama lainnya dengan pengambilan sampel secara proporsional sesuai dengan jumlah populasi.

Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolonieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan berdistribusi normal. Urutan secara individu dari masing-masing variabel yang paling berpengaruh adalah variabel *assurance* dengan koefisien regresi sebesar 0,316, lalu *tangible* dengan koefisien regresi sebesar 0,271, kemudian diikuti dengan *responsiveness* dengan koefisien regresi sebesar 0,201, dan *reliability* dengan koefisien regresi sebesar 0,197 sedangkan variabel yang berpengaruh paling rendah adalah *emphaty* dengan koefisien regresi sebesar 0,165. CS Finance Area Jakarta perlu mempertahankan elemen-elemen yang sudah dinilai baik oleh pelanggan serta perlu memperbaiki hal-hal yang masih kurang.

Kata-kata kunci: kualitas layanan, kepuasan konsumen.