

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AT PT. BANK RAKYAT INDONESIA

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA

Arnis Istiqomah^{1*}, Izaak Dominggus Lainsamputty^{2*}, Kasbi Mumantoro^{3*}

¹ Program Studi Manajemen S-2; Institut Manajemen Merdeka Indonesia; Jl.Raya Tj. Barat No. 11, RT. 11/RW.8, Pejaten Timur, Ps. Minggu, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12530, 021-74775728; e-mail: arnis.istiqomah123@gmail.com

² Program Studi Manajemen S-2; Institut Manajemen Merdeka Indonesia; Jl.Raya Tj. Barat No. 11, RT. 11/RW.8, Pejaten Timur, Ps. Minggu, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12530, 021-74775728; e-mail: lainsamputtyizaak@gmail.com

³ Program Studi Manajemen S-2; Institut Manajemen Merdeka Indonesia; Jl.Raya Tj. Barat No. 11, RT. 11/RW.8, Pejaten Timur, Ps. Minggu, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12530, 021-74775728; e-mail: kasbimumantoro@yahoo.com

* Korespondensi: e-mail: arnis.istiqomah123@gmail.com

Diterima: 9 Januari 2023 ; Review: 16 Januari 2023; Disetujui: 26 Januari 2023

Abstrak: Periode Tahun 2023 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia kantor pusat Jakarta, Program Studi Magister Manajemen STIAMM IMM. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan yang diterapkan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Pusat Jakarta terhadap peningkatan kepuasan nasabah. Adapun metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Dimana persamaan regresi $Y = 4,568 + 0,184x_1 + 2,792x_2 + 0,785x_3 + 1,439x_4 + 1,670x_5$ Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Tangible (x1), Responsiveness (x3), Assurance (x4), dan Empathy (x5) tidak memiliki pengaruh yang positif, dan hanya variabel reliability (x2) yang memiliki pengaruh secara positif terhadap kepuasan nasabah dengan tingkat signifikansi sebesar 0,006 atau 0,6%.

Kata kunci: Bukti Fisik, Keandalan, Daya tanggap, Jaminan, dan empati

Abstract: 2023 Period The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction at PT. Bank Rakyat Indonesia Jakarta head office, STIAMM IMM Master of Management Study Program. This study aims to determine the extent to which the influence of service quality implemented by PT. Bank Rakyat Indonesia Jakarta Head Office for increasing customer satisfaction. The analytical method used in this study is multiple linear regression analysis and the type of research used in this study is quantitative research. Where is the regression equation $Y = 3.568 + 0.184x_1 + 2.792x_2 + 0.785x_3 + 1.439x_4 + 1.670x_5$ The results of this study indicate that Tangible (x1), Responsiveness (x3), Assurance (x4), and Empathy (x5) have no significant effect positive, and only the reliability variable (x2) has a positive influence on customer satisfaction with a significance level of 0.006 or 0.6%.

Keywords: Physical Evidence, Reliability, Responsiveness, Guarantee, and empathy

1. Pendahuluan

Kebutuhan masyarakat akan jasa perbankan semakin meningkat, seiring meningkatnya pengetahuan atau kemajuan. Agar masyarakat mau menyimpan uangnya di bank, maka pihak perbankan memberikan rangsangan berupa balas jasa yang akan diberikan kepada para nasabah. Rangsangan tersebut dapat berupa kemudahan pembukaan rekening tabungan, bunga yang tinggi, hadiah-hadiah/souvenir, gratis biaya transfer antar rekening, jaminan keamanan atas dana yang disimpan nasabah, fasilitas ATM yang tersebar diseluruh Indonesia, nasabah dapat mengambil dan menyetor setiap harinya tanpa dibatasi.

Persaingan perbankan membutuhkan usaha yang keras untuk mendapat calon nasabah dan mempertahankan yang sudah ada ditangan. Keberhasilan usaha tersebut sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas. Kualitas pelayanan tercermin dari kepuasan nasabah untuk melakukan penggunaan ulang jasa perbankan. Kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan dapat dijadikan masukan bagi pihak manajemen untuk meningkatkan dan memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan. Untuk itu karyawan bagian pelayanan sebaiknya selalu memantau kepuasan yang dirasakan oleh nasabah perbankan untuk mencapai loyalitas dari para nasabah.

Pelayanan bank harus memenuhi 5 kriteria kualitas pelayanan yang sering disebut RATER sehingga dapat menciptakan nasabah yang loyal, yaitu reability (kehandalan), assurance (jaminan), tangible (bukti fisik), empathy (komunikasi), dan responsiveness (cepat tanggap), Tjiptono (2008:69). Kehandalan dapat dilihat dari kemampuan untuk memberikan jasa secara akurat sesuai yang dijanjikan, jaminan dapat dilihat dari pengetahuan dan kemampuan karyawan untuk melayani dengan rasa percaya diri, bukti fisik dapat dilihat dari fasilitas yang kasat mata yang dapat dinikmati langsung oleh nasabah, komunikasi yaitu karyawan harus memberikan perhatian secara individu kepada nasabah dan mengerti kebutuhan nasabah, sedangkan cepat tanggap kemampuan karyawan untuk membantu nasabah menyediakan jasa dengan cepat sesuai dengan yang diinginkan oleh nasabah. Salah satu cara menciptakan pelayanan yang berkualitas adalah bank dapat membedakan dirinya sendiri dengan cara konsisten menyampaikan mutu lebih tinggi ketimbang pesaingnya, pihak bank melakukan

interaksi dengan nasabah yang disertai umpan balik sebagai kontrol dan ukuran keberhasilan.

Nasabah yang loyal adalah alat promosi yang efektif. Dengan adanya nasabah yang loyal akan sangat membantu pihak bank, karena nasabah yang loyal, merupakan alat promosi dari mulut kemulut yang efektif. Nasabah yang loyal akan membawa nasabah lainya untuk menikmati pelayanan produk perusahaan. Semakin meningkat jumlah nasabah yang dilayani, semakin meningkat pula pendapatan dan laba perusahaan (Warta BRI 2011 : 17).

Pelayanan yang diterima nasabah dapat dijadikan standar dalam menilai kinerja suatu bank yang berarti bahwa kepuasan nasabah adalah hal yang utama pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk berusaha memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan nasabah dan fasilitas yang baik untuk mempertahankan nasabah yang sudah ada serta untuk mendapatkan calon nasabah.

Bank BRI yang merupakan salah satu bank yang terpercaya dan memiliki jaringan yang terluas, saat ini memiliki beberapa produk unggulan yang dapat bersaing baik dari segi teknologi maupun kedekatan kepada masyarakat.

Pelayanan yang diberikan oleh bank BRI apakah ada nasabah yang merasa puas, sehingga loyal terhadap bank ini sehingga nasabah menggunakan serta memanfaatkan kembali. Jika nasabah puas maka yang diharapkan oleh bank adalah perekomendasi ke rekannya yang lain untuk menggunakan jasa bank BRI dan meningkatkan proporsi pembelanjaan layanan bank.

PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor pusat mempunyai komplek dari para nasabah karna lambatnya pelayanan yang diberikan oleh petugas Bank sehingga mengakibatkan para nasabah harus rela mengantri hingga berjam-jam sehingga para nasabah merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan pada PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor pusat Jakarta.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah berjumlah 11. 227 orang nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesi kantor pusat Jakarta. jika populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan, tetapi jika populasinya lebih besar dari 100 orang, maka bisa diambil 10-

15% atau 20-25% dari jumlah populasinya. Jumlah sampel dalam penelitian ditentukan berdasarkan rumus slovin maka perhitungan dari hasilnya adalah menjadi 100 responden. Teknik pengambilan sampel adalah sampling aksidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok dengan sumber data. Kriteria sampel yang digunakan adalah nasabah yang sudah satu tahun menggunakan jasa layanan Bank BRI kantor pusat Jakarta.

Metode analisis data yang digunakan menggunakan regresi linier berganda Dalam penelitian ini, variabel bebas yaitu Kualitas layanan (X). Variabel terikat berupa Kepuasan nasabah (Y). Dalam penelitian ini variabel independenya adalah kualitas layanan. Indikatornya yaitu : Tangibles (X1), Reliability (X2), Responsiveness (X3), Assurance (X4). dan Empathy (x5). Variabel Dependen (Y) Indikator kepuasan nasabah yaitu : a) Tidak ada Komplain atau keluhan terhadap pelayanan di PT. Bank Rakyat Indoneia kantor pusat Jakarta. b) Nasabah merasa diperlakukan dengan baik sehingga memberikan pujian kepada karyawan setelah melakukan transaksi di PT. Bank Rakyat Indonesia kantor pusat jakarta. c) Nasabah merasa aman menabung di PT. Bank Rakyat Indonesia kantor pusat Jakarta. hipotesis penelitian ini apakah kualitas layanan mempengaruhi kepuasan nasabah. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode software program SPSS 2.0 dengan terlebih dahulu mendeskripsikan data hasil penelitian, selanjutnya dilakukan uji prasyarat dengan menguji normalitas yang bertujuan untuk mengetahui akibat dari metode pembahasan yang diberikan pada subjek.

3. Hasil dan Pembahasan

A. Deskripsi Data Responden

Untuk memudahkan dalam penelitian ini, maka penulis menyebarkan kuesioner kepada sejumlah responden, di mana dalam deskripsi responden maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia kantor pusat Jakarta. Deskripsi responden ini, diketahui bahwa sampel yang terlibat langsung dalam pengisian kuesioner ditentukan sebesar 100 responden, yang dikelompokkan menurut usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, dan jenis pekerjaan. Untuk lebih jelasnya dapat disajikan uraian mengenai deskripsi karakteristik responden yaitu sebagai berikut:

1. Deskripsi responden menurut usia

Karakteristik responden menurut usia dikelompokkan menjadi empat kelompok usia responden yaitu dibawah 25 tahun, 25-35 tahun, 35-50 tahun, dan di atas 50 tahun. Deskripsi umur responden dapat dilihat pada tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1
Karakteristik Responden Menurut Usia

No.	Usia Responen	Tanggapan Responden	
		Orang	%
1	Dibawah 25 tahun	19	19,0
2	25-35 Tahun	32	32,0
3	35-50 Tahun	43	43,0
4	Diatas 50 Tahun	6	6,0
	Total Responden	100	100

Berdasarkan tabel 3.1, proporsi responden menurut usia menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah responden yang berumur antara 35-50 tahun yaitu sebesar 43 orang atau 43%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia kantor pusat Jakarta adalah yang berumur antara 35-50 tahun.

2. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

Karakteristik responden menurut jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 3.2 di bawah ini: Tabel 3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dapat dilihat pada table 4,2 dibawah ini:

Tabel 3.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Tanggapan Responden	
		Orang	%
1.	Laki-laki	42	42,0
2.	Perempuan	58	58,0
	Total responden	100	100

Data yang diolah pada tabel 3.2 mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diteliti didominasi oleh perempuan yaitu 58 responden atau 58% dan sisanya 42% adalah laki-laki. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia kantor pusat Jakarta adalah berjenis kelamin perempuan.

3. Karakteristik berdasarkan pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

NO	Pendidikan	Tanggapan Responden	
		Orang	%
1.	SD	4	4,0
2.	SLTP	13	13,0

3.	SMP	50	50,0
4.	Sarjana	32	32,0
5.	Paascasarjana	1	1,0
	Total Responden	100	10

Berdasarkan tabel 3.3 mengenai karakteristik responden menurut tingkat pendidikan, maka sebagian besar responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah responden yang berpendidikan SMA yaitu sebesar 50 orang atau 50%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia kantor pusat Jakarta adalah berpendidikan SMA.

4. Karakteristik berdasarkan pekerjaan

Hasil kuesioner yang dikumpulkan, maka karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

No	Pekerjaan	Tanggapan Responden	
		Orang	%
1.	Pelajar / Mahasiswa	20	20,0
2.	Petani	29	29,0
3.	Pegawai / Karyawan	27	27,0
4.	Wiraswasta	11	11,0
5.	Lain – Lain	13	13,0
	Total Responsen	100	100

Berdasarkan tabel 3.4, yakni karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan, nampak bahwa sebagian besar responden memiliki pekerjaan sebagai petani yakni sebesar 29 orang atau 29%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia kantor pusat Jakarta oleh petani.

B. Tanggapan Responden Mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Kantor pusat Jakarta.

Untuk menciptakan suatu pelayanan yang berkualitas tinggi, perusahaan harus menawarkan layanan yang mampu diterima atau dirasakan nasabah sesuai dengan atau bahkan melebihi apa yang diharapkan nasabah. Semakin tinggi kualitas layanan yang dirasakan nasabah dibanding dengan harapannya, nasabah tentu akan semakin puas.

Ada beberapa dimensi dari kualitas layanan yang perlu dikelola dengan baik oleh perusahaan, yang meliputi: dimensi tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Kelima dimensi kualitas layanan

ini yang perlu diukur yang bertujuan untuk menilai kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah.

Untuk lebih jelasnya tanggapan responden mengenai kualitas layanan terhadap tingkat kepuasan nasabah, dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Tangible (Bukti Fisik) Tangible atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Berkaitan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan. Adapun tanggapan responden mengenai tangible atau bukti fisik pada PT. Bank Rakyat Indonesia kantor pusat Jakarta dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.5
Tanggapan Responden Mengenai Variabel Tangible (Bukti Fisik)

No.	Pernyataan	Tanggapan Responden					
		1	2	3	4	5	N
1.	Karyawan PT Bank BRI Berpenampilan menarik	-	2%	13 %	72%	13%	100
2.	Peralatan, perlengkapan dan sarana yang modern	-	3%	19 %	66%	12%	100
3.	Kondisi lingkungan Gedung yang bersih dan nyaman	-	-	3%	62%	35%	100
4.	Mengenakan tanda pengenal yang jelas	1 %	1%	15 %	57%	26%	100

Berdasarkan tabel 3.5 yakni tanggapan responden mengenai variabel tangible, menunjukkan bahwa untuk indikator karyawan PT. Bank BRI berpenampilan menarik didominasi oleh tanggapan responden setuju yakni sebesar 72%, kemudian untuk pernyataan bahwa peralatan, perlengkapan, dan sarana yang modern, rata-rata tanggapan responden setuju yakni sebesar 66%, selanjutnya pernyataan bahwa kondisi lingkungan gedung yang bersih dan nyaman maka rata-rata responden memberikan tanggapan setuju sebesar 62%, dan karyawan Bank BRI mengenakan tanda pengenal yang jelas rata-rata responden memberikan tanggapan setuju sebesar 57%.

2) Reliability (Kehandalan)

Reliability (kehandalan) berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam hal ini adalah PT. Bank Rakyat Indonesia kantor pusat Jakarta untuk memberikan pelayanan secara akurat dan terpercaya. Adapun tanggapan responden mengenai variabel reliability disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.6
Tanggapan Responden Mengenai Variabel Reliability (Kehandalan)

No.	Pernyataan	Tanggapan Responden					
		1	2	3	4	5	N
		STS	TS	N	S	SS	
1.	Karyawan PT Bank BRI memberikan pengarah atas keunggulan produk yang ditawarkan	1%	4%	51%	35%	9%	100
2.	Ketepatan waktu layanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan	-	-	16%	67%	17%	100
3.	Kesiapan karyawan dalam melayani nasabah	-	-	10%	68%	22%	100
4.	Nasabah dapat menikmati layanan 24 jam Phone Banking	-	5%	28%	51%	16%	100

tabel 3.6 mengenai tanggapan responden atas variabel reliability, dengan pernyataan bahwa karyawan PT. Bank BRI memberikan pengarahannya atas keunggulan produk yang ditawarkan rata-rata responden memberikan tanggapan netral sebesar 51%, kemudian pernyataan bahwa ketepatan waktu layanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan maka rata-rata responden memberikan tanggapan setuju sebesar 67%, kesiapan karyawan dalam melayani nasabah, maka sebagian besar responden memberikan tanggapan setuju sebesar 68%, dan nasabah dapat menikmati layanan 24 jam phone banking sebagian besar responden memberikan tanggapan setuju sebesar 51%.

3) Responsiveness (Daya Tanggap)

Responsiveness (daya tanggap) berkaitan dengan kemampuan karyawan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada nasabah dengan penyampaian informasi yang jelas. Adapun tanggapan responden mengenai variabel responsiveness dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.7
Tanggapan Responden Mengenai Variabel Responsiveness

NO	Pernyataan	Tanggapan Responden					
		1	2	3	4	5	N
1.	Kesiapan petugas dalam melayani nasabah	-	-	9%	63%	28%	100
2.	Kejelasan informasi yang diterima	-	1%	14%	46%	39%	100
3.	Ketersediaan staf/karyawan untuk membantu kesulitan yang dihadapi nasabah	1%	1%	12%	53%	33%	100
4.	Kecepatan tanggapan karyawan dalam melayani nasabah	-	-	5%	45%	50%	100

Berdasarkan tabel 3.7 yakni deskripsi tanggapan responden mengenai variabel responsiveness maka untuk pernyataan kesiapan petugas dalam melayani nasabah maka rata-rata responden memberikan tanggapan setuju yaitu sebesar 63%, kemudian pernyataan kejelasan informasi yang diterima maka rata-rata responden memberikan tanggapan setuju sebesar 46%, ketersediaan staf/karyawan untuk membantu kesulitan yang dihadapi nasabah maka rata-rata responden memberikan tanggapan setuju sebesar 53%, dan pernyataan mengenai kecepatan tanggapan karyawan dalam melayani nasabah rata-rata responden memberikan tanggapan sangat setuju sebesar 50%.

4) Assurance (Jaminan)

Assurance (jaminan) yakni adanya pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya diri para pelanggan kepada perusahaan. Untuk lebih jelasnya berikut ini akan disajikan tanggapan responden mengenai variabel assurance yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.8
Tanggapan Responden Mengenai Variabel Assurance (Jaminan)

NO	Pernyataan	Tanggapan Responden					
		1	2	3	4	5	
		STS	TS	N	S	SS	N
1.	Adanya jaminan keamanan dalam melakukan berbagai layanan jasa bank	-	-	14%	61%	25%	100
2.	Karyawan mampu menanamkan kepercayaan kepada nasabah	-	-	27%	60%	13%	100
3.	Karyawan selalu membina hubungan baik dengan nasabah	-	-	15%	64%	21%	100
4.	Image / citra PT Bank BRI dimata masyarakat atau nasabah cukup terpercaya	-	-	10%	68%	22%	100

Berdasarkan tabel 3.8 yakni deskripsi tanggapan responden mengenai variabel assurance, maka untuk pernyataan adanya jaminan keamanan dalam melakukan berbagai layanan jasa bank rata-rata responden memberikan tanggapan setuju sebesar 61%, kemudian pernyataan karyawan mampu menanamkan kepercayaan kepada nasabah rata-rata responden memberikan tanggapan setuju sebesar 60%, karyawan selalu membina

hubungan baik dengan nasabah maka rata-rata responden memberikan tanggapan setuju sebesar 64%, dan pernyataan bahwa image/citra PT.Bank BRI dimata masyarakat atau nasabah cukup terpercaya rata-rata responden memberikan tanggapan setuju sebesar 68%.

5) Empathy (Empati)

Empathy berarti perusahaan memahami dan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada para nasabah dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Adapun tanggapan responden mengenai variabel empathy dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.9
Tanggapan Responden Mengenai Variabel Empathy (Empati)

NO	Pernyataan	Tanggapan Responden					
		1	2	3	4	5	N
1.	Karyawan memberikan perhatian yang lebih kepada nasabah	1%	1%	9%	67%	22%	100
2.	Pemahaman karyawan terhadap	-	3%	43%	44%	10%	100

	kebutuhan spesifik nasabah						
3.	Bagi nasabah baru karyawan PT. Bank BRI Terlebih dahulu menjelaskan keuntungan untuk semua produk Bank BRI	-	2%	32%	52%	14%	100
4.	Perhatian karyawan terhadap nasabah yang complain	1%	1%	12%	70%	16%	100

Berdasarkan tabel 3.9 yaitu deskripsi tanggapan responden mengenai variabel empathy maka untuk pernyataan karyawan memberikan perhatian yang lebih kepada nasabah maka rata-rata responden memberikan tanggapan setuju sebesar 67%, kemudian pernyataan mengenai pemahaman karyawan terhadap kebutuhan spesifik nasabah rata-rata responden memberikan tanggapan setuju sebesar 44%, bagi nasabah baru karyawan PT. Bank BRI terlebih dahulu menjelaskan keuntungan untuk semua produk Bank BRI rata-rata responden memberikan tanggapan setuju sebesar 52%, dan pernyataan perhatian karyawan terhadap nasabah yang complain maka rata-rata responden memberikan tanggapan setuju sebesar 70%.

6) Deskripsi Responden Mengenai Kepuasan Nasabah Tanggapan responden mengenai kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia kantor pusat Jakarta, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.10
Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepuasan Nasabah

NO	Pernyataan	Tanggapan Responden					
		1	2	3	4	5	N
1.	Keramahan parakaryawan dalam melayani nasabah	1%	1%	9%	67%	22%	100
2.	Kebersihan dan kenyamanan	-	3%	34%	43%	20%	100
3.	Karyawan melakukan komunikasi dengan pelanggan secara efektif	-	2%	32%	52%	14%	100
4.	Kecepatan para karyawan dalam melayani nasabah	-	-	9%	65%	26%	100

Berdasarkan tabel 3.10 yaitu deskripsi jawaban responden mengenai kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia kantorpusat Jakarta maka pernyataan keramahan para karyawan dalam melayanai nasabah rata-rata responden memberikan tanggapan setuju sebesar 67%, kemudian kebersihan. dan kenyamanan maka rata-rata responden memberikan tanggapan setuju sebesar 68%, pernyataan bahwa karyawan melakukan komunikasi dengan pelanggan secara efektif maka rata-rata responden memberikan tanggapan setuju sebesar 43%. Dan pernyataan mengenai kecepatan para karyawan dalam melayani nasabah maka rata-rata responden memberikan tanggapan setuju sebesar 65%.

C. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Menurut Setirah (2008:40) bahwa validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrument dalam mengukur apa yang diukur. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala apakah item-item pada kuesioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur. Jika melakukan penelitian langsung terhadap koefisien korelasi bisa digunakan maksimal korelasi di atas dari 0,30. Kemudian dalam pengujian validitas digunakan korelasi Pearson yaitu dengan cara mengorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Skor total adalah penjumlahan dari seluruh item. Adapun hasil uji validitas dari setiap instrument penelitian dapat disajikan pada table berikut ini :

Tabel 3.11

Uji Validitas Kualitas Pelayanan (Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy) Terhadap Kepuasan Nasabah

Variabel	Item Pernyataan	Corrected Item Total Correlation	Standar Korelasi	Keterangan
1. Tangible	T1	0,458	0,30	Valid
	T2	0,698	0,30	Valid
	T3	0,685	0,30	Valid
	T4	0,622	0,30	Valid
2. Reliability	R1	0,744	0,30	Valid
	R2	0,694	0,30	Valid
	R3	0,610	0,30	Valid
	R4	0,681	0,30	Valid
3. Responsiveness	RV 1	0,532	0,30	Valid
	RV 2	0,793	0,30	Valid
	RV 3	0,705	0,30	Valid
	RV 4	0,514	0,30	Valid
4. Assurance	A1	0,689	0,30	Valid
	A2	0,766	0,30	Valid
	A3	0,665	0,30	Valid
	A4	0,537	0,30	Valid
5. Empathy	E1	0,737	0,30	Valid
	E2	0,675	0,30	Valid
	E3	0,648	0,30	Valid
	E4	0,398	0,30	Valid
6. Kepuasan Nasabah	Y1	0,621	0,30	Valid
	Y2	0,759	0,30	Valid
	Y3	0,748	0,30	Valid
	Y4	0,622	0,30	Valid

Berdasarkan tabel 3.11 yakni hasil uji validitas terhadap variabel tangible dengan empat item pernyataan, ternyata semua item pernyataan valid sebab memiliki nilai korelasi di atas 0,30. Untuk variabel reliability

dengan empat item pernyataann ternyata semua item pernyataan valid karena memiliki kisaran korelasi di atas 0,30. variabel responsiveness dengan empat item pernyataan ternyata semua item pernyataan sah/valid sebab memiliki nilai korelasi di atas 0,30. Kemudian untuk variabel empathy dengan empat item pernyataan, juga semua item pernyataan valid sebab nilai korelasinya di atas 0,30. Kemudian untuk variabel kepuasan nasabah dengan empat item pernyataan, ternyata semua item pernyataan valid sebab memiliki nilai korelasi di atas 0,30 Berarti semua item pernyataan yang akan dimasukkan dalam analisis regresi dapat dikatakan valid sebab memiliki kisaran korelasi di atas 0,30.

2. Uji Realibilitas

Prosedur pengujian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah koefisien realibilitas alpha. Data untuk menghitung koefisien realibilitas alpha diperoleh melalui penyajian suatu bentuk skala yang dikenakan hanya sekali saja pada sekelompok responden. Teknik yang digunakan adalah teknik koefisien cronbach's alpha di atas 0,60. Teknik koefisien alpha untuk menguji realibilitas alat ukur dihitung dengan bantuan program SPSS version, 23.00 for windows.

Tabel 3.12
Hasil Uji Realibilitas
Item-Total Statistics

	Scale Mean If Item Deleted	Scale Variance If Item Deleted	Corrected Item – Total Correlation	Cronach's Alpha If Item Deleted
Tangible	79,7800	35,648	,434	,730
Reliability	80,6100	30,321	,611	,678
Responsiveness	78,9600	38,362	,221	,785
Assurance	79,8400	32,359	,603	,685
Empathy	81,0100	32,111	,574	,692
Kepuasan Nasabah	79,7500	32,270	,526	,705

sumber: data diolah denga SPSS Nilai realibilitas dari variabel tabel 3.12 di atas memberikan indikasi bahwa keandalan kuesioner yang digunakan sebagai alat pengukur termasuk pada kategori berkolerasi kuat dan diterima, karena setiap nilai alpha melebihi nilai cut off 0,6, maka seluruh dimensi adalah realibel.

D. Metode Analisis Data

1. Hasil Analisis Regresi Linear Beganda

Berdasarkan data penelitian yang dikumpulkan baik untuk variabel terikat (Y) maupun variabel bebas (X1,X2,X3,X4,X5) yang diolah dengan menggunakan bantuan SPSS 23,0, maka diperoleh hasil perhitungan regresi linear berganda sebagai berikut:

Tabel 3.13
Rekapitulasi Hasil Analisa Regresi berganda
Coefficients

Variable Bebas	Variabel Terikat	B	Beta	Sig	Keterangan
Tangible	Kepuasan	0,021	0,018	0,854	Tidak
Reliability	Nasabah	0,286	0,295	0,006	signifikan
Responsiveness		0,072	0,069	0,434	Signifikan
Assurance		0,178	0,160	0,153	Tidak
Empathy		0,191	0,183	0,098	Signifikan
					Tidak
					Signifikan
					Tidak
					Signifikan
R = 0,553 Constant = 4,568 R Square= 0,306 t= 2,015 F= 8,280 Sig=0,000					

Sumber : data diolah dengan SPSS 23,0

Berdasarkan Tabel 3.13 di atas diperoleh hasil persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 4,568 + 0,021 X_1 + 0,286 X_2 + 0,072 X_3 + 0,178 X_4 + 0,191 X_5$$

Dimana :

4,568 = Variabel independen yaitu kepuasan pelanggan yang terdiri dari tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy mempunyai hubungan positif dengan peningkatan kepuasan nasabah. Nilai konstanta kepuasan nasabah sebesar 4,568 menunjukkan bahwa semakin meningkatnya pelayanan jasa yang diberikan akan berpengaruh terhadap kepuasan yang dirasakan oleh nasabah.

0,021 = Besarnya koefisien variabel tangible yang berarti setiap peningkatan variabel tangible sebesar 1% maka kepuasan nasabah meningkat sebesar 0,021 dengan asumsi variabel lainnya (reliability, responsiveness, assurance, dan empathy) konstan.

0,286 = Besarnya koefisien variabel reliability yang berarti setiap peningkatan variabel reliability sebesar 1% maka kepuasan nasabah meningkat sebesar 0,286 dengan asumsi variabel lainnya (tangible, responsiveness, assurance, dan empathy) konstan.

0,072 = Besarnya variabel responsiveness yang berarti setiap peningkatan variabel responsiveness sebesar 1% maka kepuasan nasabah meningkat sebesar 0,072 dengan asumsi variabel lainnya (tangible, reliability, assurance, dan empathy) konstan.

0,178 = Besarnya variabel assurance yang berarti setiap peningkatan variabel assurance sebesar 1% maka kepuasan meningkat sebesar 0,178 dengan asumsi variabel lainnya (tangible, reliability, responsiveness, dan empathy) konstan.

0,191 = Besarnya variabel empathy yang berarti setiap peningkatan variabel empathy sebesar 1% maka kepuasan meningkat sebesar 0,191 dengan asumsi variabel lainnya (tangible, reliability, responsiveness, dan assurance) konstan.

Hasil regresi berganda di atas menunjukkan bahwa variabel bebas yakni tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy berpengaruh positif terhadap variabel terikat yakni kepuasan nasabah. Di mana setiap kenaikan yang terjadi pada variabel bebas akan diikuti pula oleh kenaikan variabel terikat. Selain itu, dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa variabel bebas yang dominan pengaruhnya adalah reliability sebesar 0,286.

2. Uji T (Uji Parsial)

Hasil uji t dari tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy diperoleh nilai sig. < dari 0,05 dan thitung > ttabel sehingga hipotesis menyatakan bahwa tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Untuk menguji apakah pengaruh masing-masing variabel terhadap kepuasan nasabah, maka dilakukan uji t (uji parsial) dengan tingkat kepercayaan 95% dengan menggunakan formulasi sebagai berikut:

A. Uji hipotesis Untuk Variabel Kualitas Pelayanan Tangible (Bukti Fisik)

Uji hipotesis untuk variabel kualitas layanan tangible (X1) terhadap kepuasan nasabah, dapat dijelaskan dengan hipotesis sebagai berikut:

1. $H_0 : \beta_1 = 0$ (tidak ada pengaruh antara X1 terhadap Y)

$H_a : \beta_1 > 0$ (ada pengaruh antara X1 terhadap Y)

2. Level of confidence = 95% dengan tingkat kesalahan $\alpha = 0,05$. Daerah kritis (ttabel = 1,986) (Thitung X1 = 0,184) Thitung (0,184) < Ttabel (1,986) dan probabilitas signifikan sebesar 0,854 yang berarti > dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel tangible dengan tingkat kepuasan nasabah (H_a ditolak dan H_0 diterima).

B. Uji Hipotesis Variabel kualitas Pelayanan Reliability (Kehandalan)

Uji hipotesis untuk variabel kualitas layanan reliability (X2) terhadap tingkat kepuasan nasabah, dapat dijelaskan dengan hipotesis sebagai berikut :

1. $H_0 : \beta_2 = 0$ (tidak ada pengaruh antara X2 terhadap Y)

$H_a : \beta_2 > 0$ (ada pengaruh antara X2 terhadap Y)

2. Level of confidence = 95% dengan tingkat kesalahan $\alpha = 0,05$

3. Daerah kritis (ttabel = 1,986) (Thitung X2 = 2,792)

Thitung (2,792) > Ttabel (1,986) dan probabilitas signifikansi sebesar 0,006 maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang nyata antara variabel reliability dengan tingkat kepuasan nasabah dan menunjukkan X2 berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah (H_a diterima H_0 ditolak)

C. Uji Hipotesis Variabel Kualitas Pelayanan Responsiveness (Daya Tanggap)

Uji hipotesis untuk variabel kualitas layanan Responsiveness (X3) terhadap kepuasan nasabah, dapat dijelaskan dengan hipotesis sebagai berikut:

1. $H_0 : \beta_3 = 0$ (tidak ada pengaruh antara X3 terhadap Y)
 $H_a : \beta_3 > 0$ (ada pengaruh antara X3 terhadap Y)
2. Level of confidence = 95% dengan tingkat kesalahan $\alpha = 0,05$
3. Daerah kritis ($T_{tabel} = 1,986$) ($T_{hitung} X3 = 0,785$)

$T_{hitung} (0,785) < T_{tabel} (1,986)$ dan probabilitas signifikansi sebesar 0,434 maka dapat dikatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel responsiveness dengan tingkat kepuasan nasabah (H_0 ditolak dan H_a diterima).

D. Uji Hipotesis Variabel Kualitas Pelayanan Assurance (Jaminan)

Uji hipotesis untuk variabel kualitas layanan assurance (X4) terhadap kepuasan nasabah, dapat dijelaskan dengan hipotesis sebagai berikut:

1. $H_0 : \beta_4 = 0$ (tidak ada pengaruh antara X4 terhadap Y) $H_a : \beta_4 > 0$ (ada pengaruh antara X4 terhadap Y)
2. Level of confidence = 95% dengan tingkat kesalahan $\alpha = 0,05$
3. Daerah kritis ($T_{tabel} = 1,986$) ($T_{hitung} X4 = 1,439$)

$T_{hitung} (1,439) < T_{tabel} (1,986)$ dan probabilitas signifikansi sebesar 0,153 maka dapat dikatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel assurance dengan tingkat kepuasan nasabah (H_0 ditolak dan H_a diterima).

E. Uji Hipotesis Variabel Kualitas Pelayanan Empathy (Empati)

Uji hipotesis untuk variabel kualitas layanan assurance (X5) terhadap kepuasan nasabah, dapat dijelaskan dengan hipotesis sebagai berikut:

1. $H_0 : \beta_5 = 0$ (tidak ada pengaruh antara X5 terhadap Y) $H_a : \beta_5 > 0$ (ada pengaruh antara X5 terhadap Y)
2. Level of confidence = 95% dengan tingkat kesalahan $\alpha = 0,05$
3. Daerah kritis ($T_{tabel} = 1,986$) ($T_{hitung} X5 = 1,670$)

$T_{hitung} (1,670) < T_{tabel} (1,986)$ dan probabilitas signifikansi sebesar 0,098 maka dapat dikatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel empathy dengan tingkat kepuasan nasabah (H_0 ditolak dan H_a diterima).

F. Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini menggunakan satu variabel dependen yaitu kepuasan nasabah dan lima variabel independen yakni tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy.

1. Pengaruh Tangible Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil uji statistik t pada tabel 3.15 diketahui bahwa variabel tangible tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Khatimah (2011), yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah BRI Cabang Semarang yang dalam penelitiannya menunjukkan bahwa variabel tangible tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut terjadi karena nasabah tidak puas dengan pelayanan, terutama untuk kondisi

area parkir. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Prasetyo (2013) dan Setirah (2008) yang menyatakan terdapat hubungan yang positif dan signifikan kualitas pelayanan pada variabel tangible terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa tangible merupakan bagian dari kualitas layanan. Di mana dimensi tangible merupakan bukti fisik dari perusahaan berupa karyawan PT. Bank BRI berpenampilan menarik, peralatan, perlengkapan dan sarana yang modern, kondisi lingkungan gedung yang bersih dan nyaman, serta karyawan mengenakan tanda pengenal yang jelas. Dimensi tangible ini harus menjadi fokus perhatian dari manajemen Bank BRI terutama masalah peralatan, perlengkapan dan sarana yang modern di mana ada 3% responden menyatakan tidak setuju. Di sisi lain, area parkir serta kondisi lingkungan gedung yg sempit sehingga mengakibatkan banyak nasabah yang merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan. Olehnya itu, pihak bank BRI harus berusaha mencari solusi dari keluhan yang dirasakan oleh nasabah. Semakin mendukung kondisi fisik perusahaan maka tingkat kepuasan nasabah akan meningkat. Oleh karena dimensi kualitas pelayanan ini belum memberikan kepuasan nasabah BRI Unit Kalosi Enrekang maka perusahaan harus lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan dimensi tangible agar dapat memaksimalkan kepuasan nasabah.

2. Pengaruh Reliability Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji statistik t pada tabel 3.15 diketahui bahwa variabel reliability memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Bandu (2009), mengenai Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN Rayon Makassar Barat yang dalam penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan (variabel reliability) dengan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Gustriani (2012) yang menyatakan terdapat hubungan negatif dan tidak signifikan antara variabel reliability terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa reliability merupakan bagian dari kualitas pelayanan. Di mana reliability merupakan kehandalan para karyawan dalam memahami dan mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh para nasabah. Semakin tinggi kehandalan yang diberikan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Hal ini berarti nasabah yakin dengan meningkatkan kualitas pelayanan, maka akan menambah kepuasan nasabah BRI kantor pusat Jakarta.

3. Pengaruh Responsiveness (Daya Tanggap) Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil uji statistik t pada tabel 3.15 diketahui bahwa variabel responsiveness tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Prasetyo (2013), dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Simpedes di Bank BRI Unit Baki yang dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada variabel responsiveness

tidak memiliki Pengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna produk tabungan Simpedes di BRI Unit Baki. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Sudirman (2010) yang menyatakan terdapat hubungan positif dan signifikan antara variabel responsiveness terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa responsiveness merupakan bagian dari kualitas layanan. Di mana responsiveness merupakan kesiapan karyawan dalam melayani nasabah, kejelasan informasi yang diterima, ketersediaan staf/karyawan untuk membantu kesulitan yang dihadapi oleh nasabah, dan kecepatanggapannya karyawan dalam melayani nasabah. Dimensi responsiveness harus menjadi fokus perhatian dari manajemen Bank BRI karena masih banyak nasabah yang menyatakan tidak puas dengan pernyataan bahwa adanya staf khusus untuk membantu kesulitan yang dihadapi nasabah serta masalah kejelasan informasi yang diterima oleh nasabah. Oleh karena itu, pihak bank harus mencari solusi dari keluhan yang dirasakan oleh nasabah. Semakin tinggi tingkat ketanggapan yang diberikan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Oleh karena pelayanan dimensi ini belum memberikan kepuasan nasabah BRI kantor pusat Jakarta, maka perusahaan harus lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan dimensi Responsiveness agar dapat memaksimalkan kepuasan nasabah.

4. Pengaruh Assurance (Jaminan) Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji statistik t pada tabel 3.15 diketahui bahwa variabel assurance tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Gustriani (2012) yaitu pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada tabungan BTN Batara, yang dalam penelitiannya menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara variabel assurance terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Bandu (2009) yang menyatakan terdapat hubungan positif dan signifikan antara variabel assurance dengan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa assurance merupakan bagian dari kualitas pelayanan. Di mana assurance merupakan tindakan atau sikap untuk memberikan rasa aman pada nasabah seperti adanya jaminan keamanan dalam melakukan layanan jasa bank, karyawan mampu menanamkan kepercayaan kepada nasabah, karyawan selalu membina hubungan baik dengan nasabah, serta citra bank BRI dimata masyarakat atau nasabah cukup terpercaya. Dimensi assurance ini harus menjadi fokus perhatian dari manajemen bank BRI karena masih banyak nasabah yang menyatakan kurang puas dengan jaminan yang diberikan oleh pihak perusahaan kepada nasabah. Oleh karena itu, pihak bank BRI harus berupaya untuk memberikan jaminan terhadap nasabah agar kepercayaan nasabah terhadap perusahaan tetap terjaga. Semakin tinggi jaminan yang diberikan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Oleh karena kualitas pelayanan dimensi ini belum memberikan kepuasan nasabah kantor pusat Jakarta maka perusahaan harus lebih

meningkatkan lagi kualitas pelayanan assurance agar dapat memaksimalkan kepuasan nasabah.

5. Pengaruh Empathy (Empati) terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil uji statistik t pada tabel 3.15 diketahui bahwa variabel empathy tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Happy (2009), berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Luwes Loji Wetan Solo) di mana dalam penelitiannya menunjukkan bahwa variabel empathy tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Gustriani (2012) yang menyatakan terdapat hubungan positif dan signifikan antara variabel empathy terhadap kepuasan Nasabah.

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa empathy merupakan bagian dari kualitas layanan. Di mana empathy merupakan kemudahan dalam melakukan komunikasi dengan nasabah seperti karyawan memberikan perhatian yang lebih kepada nasabah, pemahaman karyawan terhadap kebutuhan spesifik nasabah, perhatian karyawan terhadap nasabah yang komplain dan bagi nasabah baru bank BRI terlebih dahulu menjelaskan keuntungan untuk semua produk bank BRI. Dimensi empathy ini harus menjadi fokus perhatian manajemen bank BRI karena masih ada nasabah yang menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan adanya perhatian terhadap nasabah yang komplain. Perusahaan seharusnya tanggap terhadap berbagai keluhan/permasalahan yang dihadapi oleh nasabah. Semakin tinggi empati yang diperlihatkan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Oleh karena kualitas pelayanan dimensi ini belum memberikan kepuasan nasabah BRI Kantor Pusat Jakarta maka perusahaan harus lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan dimensi empathy agar dapat memaksimalkan kepuasan nasabah.

Variabel yang mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia kantor pusat Jakarta, yang paling dominan pengaruhnya adalah variabel Reliability (Kehandalan) berdasarkan uji t pada Tabel 3.15 Variabel Reliability (Kehandalan) mempunyai nilai Thitung (2,792) > Ttabel (1,986) paling besar dibandingkan dengan variabel lainnya dengan signifikan yang disyaratkan yaitu berada di bawah atau lebih kecil dari 5% (0,05), dimana signifikansi variabel reliability yaitu 0,006 atau 0,6%

4. Kesimpulan

Hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti menarik beberapa kesimpulan atas hasil analisis tersebut yaitu: Berdasarkan hasil analisis regresi, yakni dimensi kualitas layanan dengan kepuasan nasabah yaitu variabel tangible, menunjukkan bahwa variabel tangible tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. 2. Berdasarkan hasil analisis regresi, yakni dimensi kualitas layanan dengan kepuasan nasabah yaitu variabel reliability, menunjukkan bahwa variabel reliability

memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. 3. Berdasarkan hasil analisis regresi, yakni dimensi kualitas layanan dengan kepuasan nasabah yaitu variabel responsiveness, menunjukkan bahwa variabel responsiveness tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah.. 4. Berdasarkan hasil analisis regresi, yakni dimensi kualitas layanan dengan kepuasan nasabah yaitu variabel assurance, menunjukkan bahwa variabel assurance tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. 5. Berdasarkan hasil analisis regresi, yakni dimensi kualitas layanan dengan kepuasan nasabah yaitu variabel empathy, menunjukkan bahwa variabel empathy tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Hasil analisis mengenai kelima dimensi kualitas layanan, PT. Bank Rakyat Indonesia kantor pusat jakarta maka variabel yang paling dominan pengaruhnya adalah variabel Reliability (Kehandalan) berdasarkan hasil uji t variabel reliability mempunyai nilai $T_{hitung} (2,792) > T_{tabel} (1,986)$ paling besar dibandingkan dengan variabel lainnya dengan signifikan yang disyaratkan yaitu di bawah atau lebih kecil dari 5% (0,05), dimana signifikansi variabel reliability yaitu 0,006.

Ucapan Terima Kasih

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa , karena kehendak dan penyertaanNya peneliti dapat menyelesaikan Jurnal ini. Peneliti sadari Jurnal ini tidak akan selesai tanpa doa, dukungan dan dorongan dari berbagai pihak. Adapun dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Dr. Reimond Hasangapan Napitupulu S.E, M.M selaku Dosen S2 Pengajar Mata Kulian Managemen Pemasaran Instetut Managemen Merdeka Indonesia yang selama ini telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyelesaian Jurnal ini.
2. Teman seperjuangan di kelas 47 AB3 IMMI Pasca Sarjana yang sama-sama berjuang dan selalu memberikan banyak bantuan, semangat, motivasi serta dukungan dalam penyelesaian tugas jurnal ini.
3. Seluruh keluarga kami bertiga yang begitu luar biasa mensupport kami selama ini, baik saat mulai mengejakan penelitian ini sampai selesai.

Referensi

- Abdullah, Thamrin, dkk. 2012. Manajemen Pemasaran. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Akbar. 2009. Prinsip-prinsip pemasaran jasa. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Arikunto. 2012. Statistik Terapan : Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial. Cetakan Ke 3 (Revisi). Gadjah Mada University Press: Yogyakarta.
- Bandu, Muh Yunus. 2009. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

- Pada PT. PLN (Persero) Rayon Barat. Skripsi tidak diterbitkan. Makassar: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
- Hasanuddin. Daryanto, 2011. Manajemen Pemasaran. Cetakan Ke 1. Amara Books: Yogyakarta.
- Gustriani, Rini. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Tabungan BTN Batara. Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi Vol. 2 (3): 253-259.
- Happy, Wendi Ardiawan. 2009. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Luwes Loji Wetan Solo). Skripsi tidak diterbitkan. Surakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret.
- Hardiyoko. 2009, Analisis Pengaruh Pelayanan Bank Mandiri Cabang Yogyakarta Terhadap Kepuasan Nasabah. Skripsi tidak diterbitkan. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- Imran. 2009. Riset Pemasaran. Cetakan Ke 5. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Indra, 2010. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah studi kasus pada PD BPR Bank Pasar Kabupaten Karanganyar. Jurnal Universitas Gajayana Malang.
- Kasmir. 2008. Dasar-dasar Perbankan. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta -----
- Pemasaran Bank. Prenada Media: Jakarta.
- Kotler, Philip 2009. Alih Bahasa: Benyamin Molan; Penyunting: Bambang Sarwiji, SE ; Manajemen Pemasaran. Edisi 12 Jilid 2. PT Indeks: Jakarta.
----- Manajemen Pemasaran. Jilid I dan II. Terjemahan Hendra Teguh. PT Prenhalindo; Jakarta.
- Kotler, Philip. 2007. Manajemen Pemasaran. Jilid I dan II. terjemahan Hendra Teguh. Jakarta: PT. Prenhalindo
- Khatimah, Husnul. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah BRI Cabang Semarang. Jurnal Vol 1 (1): 17-21.
- Lovelock, 2011. Service, Quality & Satisfaction. Andi: Yogyakarta
- Leksono, Tri. 2009. Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pengguna kartu BPR Bank Jateng Cabang Utama Semarang. Jurnal Universitas Negeri Semarang.
- Parasuraman, 2011. Manajemen jasa konsep dan implementasi. Edisi kedua. Yogyakarta: Ekonisia.
- Ridwan dan Akdom. Rumusan dan Data Dalam Analisis Statistik. Cetakan Ke 2. Alfabeta: Bandung.
- Prasetyo, Hafit. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Simpedes di Bank BRI Unit Baki. Jurnal Paradigma vol. 11 (2): 32-38.
- Setirah, Sarah. 2008, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Penabung Pada PT. Bank Sulselbar. Skripsi tidak diterbitkan. Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
- Sudirman, Dewi Yanti, 2010, Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Tabungan Britama Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) TBK Cabang Ahmad Yani Makassar, Skripsi tidak diterbitkan. Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Bisnis. Cetakan Ke 6. CV Alfabeta: Bandung.
----- Metode Penelitian pendidikan Kualitatif. Cetakan ke 6. CV Alfabet: Bandung
- Tjiptono, Fandy. 2013. Manajemen Pelayanan Jasa. Andi: Yogyakarta.