

Evaluasi Kualitas Pelayanan dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Bengo, Cabang Watampone

Samsul Rizal

samsulrizal@unismuh.ac.id

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar

Abd Rahman Rahim

abdrahmanrahim@unismuh.ac.id

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar

Eka Wardiana

ekawardiana@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar

Abstract

The purpose of this study was to evaluate the quality of service and its impact on customer satisfaction at PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Bengo Unit, Watampone Branch. This study covered all customers met at the location, with a total population of 500 customers. The sample used in this study was 84 respondents, selected using incidental sampling techniques. Data were collected through descriptive statistical techniques, simple linear regression analysis, and hypothesis testing. The results of the analysis showed a t count of 7.669, while the t table was 1.98932, indicating that service quality has a positive effect on customer satisfaction. Analysis with SPSS produced a value of $R = 0.646$ and $R^2 = 0.418$ or 41.8%, which means that 41.8% of the variability in customer satisfaction can be explained by service quality. Meanwhile, 58.2% of customer satisfaction cannot be explained by the variables studied.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi kualitas pelayanan dan dampaknya terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Bengo, Cabang Watampone. Penelitian ini mencakup seluruh nasabah yang ditemui di lokasi tersebut, dengan total populasi sebanyak 500 nasabah. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 84 responden, yang dipilih menggunakan teknik insidental sampling. Data dikumpulkan melalui teknik statistik deskriptif, analisis regresi linear sederhana, dan uji hipotesis. Hasil analisis menunjukkan t hitung sebesar 7,669, sedangkan t tabel adalah 1,98932, mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Analisis dengan SPSS menghasilkan nilai $R = 0,646$ dan $R^2 = 0,418$ atau 41,8%, yang berarti 41,8% dari variabilitas kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan. Sementara itu, 58,2% dari kepuasan nasabah belum dapat dijelaskan oleh variabel-variabel yang diteliti.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah.

1. PENDAHULUAN

Bank berfungsi sebagai penghubung antara penabung dan pengguna uang. Sebagai institusi yang mengelola kebutuhan kredit, bank meminjamkan uang yang disimpan oleh nasabah kepada mereka yang memerlukan kredit. Bank memperoleh keuntungan dari selisih bunga yang dibebankan kepada peminjam dan bunga yang dibayarkan kepada penabung.

Saat ini, industri perbankan Indonesia menghadapi persaingan yang semakin ketat karena banyaknya lembaga perbankan dan kredit yang berusaha menarik perhatian nasabah. Dengan banyaknya pilihan yang tersedia, masyarakat memiliki berbagai alternatif dalam memilih layanan perbankan. Untuk meningkatkan kepuasan nasabah, bank

harus mengevaluasi dan memperbaiki tingkat pelayanan yang diberikan.

Menjaga hubungan dengan nasabah yang sudah ada menjadi kunci untuk keberhasilan jangka panjang bank dalam persaingan. Pelayanan yang diterima nasabah kini menjadi standar penting dalam menilai kinerja bank. Likuiditas, yaitu kemampuan bank untuk memenuhi permintaan penarikan uang nasabah, merupakan faktor krusial yang harus dijaga.

Bank yang selalu likuid cenderung mendapatkan kepercayaan penuh dari nasabah, yang pada gilirannya mendorong lebih banyak nasabah untuk menyimpan uang mereka di bank tersebut. Kepuasan nasabah adalah hasil dari proses yang dinamis dan penting bagi profitabilitas perusahaan. Kepuasan ini bisa berubah seiring dengan meningkatnya harapan dan ekspektasi nasabah, yang menuntut kualitas layanan yang lebih baik.

Dengan meningkatnya kompetisi, terutama dalam bidang perbankan, termasuk dalam promosi dan janji layanan, harapan nasabah juga meningkat. Untuk memenuhi ekspektasi ini, setiap bank, termasuk PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Bengo Cabang Watampone, harus fokus pada kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan meliputi pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaian layanan.

Program pelayanan nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Bengo Cabang Watampone mencakup berbagai faktor, seperti penampilan dan kerapian karyawan,

kemampuan menangani masalah, kesungguhan dalam membantu nasabah, profesionalisme, serta keramahan dan kesopanan. Semua faktor ini mempengaruhi penilaian nasabah terhadap pelayanan yang diterima.

Penelitian oleh Sarah Setirah (2012) menunjukkan bahwa dimensi kualitas layanan seperti tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Sulselbar. Di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Bengo Cabang Watampone, lokasi yang strategis memudahkan akses bagi nasabah dan pelayanan yang baik, meskipun masih terdapat beberapa masalah seperti kurangnya informasi produk dan gangguan jaringan.

Konsep pelayanan yang diterapkan oleh bank mencakup interaksi langsung dengan nasabah, mendengarkan keluhan, dan memberikan solusi. Pelayanan prima dapat membuat nasabah merasa diperhatikan dan meningkatkan loyalitas mereka. Loyalitas nasabah sangat penting bagi pertumbuhan bank, karena bergantung pada simpanan nasabah. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Bengo Cabang Watampone."

2. TINJAUAN PUSTAKA

a. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan ini menjadi penting karena akan berdampak langsung pada citra perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik akan menjadi sebuah keuntungan bagi perusahaan. Bagaimana tidak, jika suatu perusahaan sudah mendapat nilai positif di mata konsumen,

maka konsumen tersebut akan memberikan *feedback* yang baik, serta bukan tidak mungkin akan menjadi pelanggan tetap atau *repeat buyer*. Maka dari itu, sangat penting untuk mempertimbangkan aspek kepuasan pelanggan terkait kualitas pelayanan yang diberikan. Jenis-jenis pelayanan yang dapat diberikan misalnya berupa kemudahan, kecepatan, kemampuan, dan keramah-tamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan tindakan langsung kepada konsumen.

Tjiptono (2011) Kualitas pelayanan jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut. Dalam kualitas pelayanan yang baik, terdapat beberapa jenis kriteria pelayanan, antara lain adalah sebagai berikut:

- 1) Ketepatan waktu pelayanan, termasuk didalamnya waktu untuk menunggu selama transaksi maupun proses pembayaran.
- 2) Akurasi pelayanan, yaitu meminimalkan kesalahan dalam pelayanan maupun transaksi.
- 3) Sopan santun dan keramahan ketika memberikan pelayanan.
- 4) Kemudahan mendapatkan pelayanan, yaitu seperti tersedianya sumber daya manusia untuk membantu melayani konsumen, serta fasilitas pendukung seperti komputer untuk mencari ketersediaan suatu produk.
- 5) Kenyamanan konsumen, yaitu seperti lokasi, tempat parkir, ruang tunggu

yang nyaman, aspek kebersihan, ketersediaan informasi, dan lain sebagainya.

Dari pelayanan di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan suatu kegiatan dimana perusahaan memberi pelayanan kepada pelanggan sehubungan dengan jasa sehingga dapat menimbulkan kepuasan pelanggan. Pelayanan yang baik dan memuaskan akan mempertinggi citra serta kepercayaan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan kepada pelanggan. Bila pelayanan yang mereka terima atau nikmati ternyata jauh di bawah dari apa yang mereka harapkan/inginkan, pelanggan akan kehilangan minat terhadap pemberian jasa/pelayanan tersebut. Sebaliknya, jika jasa/pelayanan yang mereka nikmati memenuhi atau bahkan melebihi tingkat kepentingan, maka mereka cenderung akan memakai produk jasa/pelayanan tersebut. Kualitas jasa menurut Lupiyoadi (2006) adalah sejauh mana produk jasa memenuhi spesifikasi-spesifikasinya.

b. Dimensi Kualitas Pelayanan

Banyak ahli pemasaran yang telah berhasil mengidentifikasi dimensi kualitas pelayanan dari hasil penelitian yang dilakukannya. Diantara para peneliti tersebut ialah Stamatis (Tjiptono, 2007) dalam Asdi (2012) yang berhasil memodifikasi kedelapan dimensi kualitas dari Garvin menjadi tujuh dimensi kualitas pelayanan yaitu:

- 1) Fungsi (*Function*), yaitu kinerja primer yang dituntut dari suatu pelayanan.
- 2) Karakteristik/ciri tambahan (*Fitures*), yaitu kinerja yang diharapkan atau karakteristik pelengkap.
- 3) Kesesuaian (*Conformance*), yaitu kepuasan yang didasarkan pada

pemenuhan persyaratan yang telah ditetapkan.

- 4) Keandalan (*Reliability*), yaitu kepercayaan dengan pelanggan dalam kaitan dengan waktu.
- 5) Dapat diperbaiki (*Serviceability*), yaitu kemampuan untuk melakukan perbaikan apabila terjadi kekeliruan.
- 6) Estetika (*Aesthetics*), yaitu pengalaman pelanggan yang berkaitan dengan perasaan dan panca indra.
- 7) Persepsi (*Perception*), yaitu reputasi dari kualitas pelayanan.

Dalam salah satu studi mengenai *service quality* oleh Parasuraman dalam Lupiyoadi, (2006) memiliki 5 dimensi, diantaranya adalah :

1) *Tangible*

Tangibles adalah bukti konkret kemampuan suatu perusahaan untuk menampilkan yang terbaik bagi pelanggan. Baik dari sisi fisik tampilan bangunan, fasilitas, perlengkapan teknologi pendukung, hingga penampilan karyawan.

2) *Reliability*

Reliability adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen terkait kecepatan, ketepatan waktu, tidak ada kesalahan, sikap simpatik, dan lain sebagainya.

3) *Responsiveness*

Responsiveness adalah tanggap memberikan pelayanan yang cepat atau responsif serta diiringi dengan cara penyampaian yang jelas dan mudah dimengerti.

4) *Assurance*

Assurance adalah jaminan dan kepastian yang diperoleh dari sikap sopan santun karyawan, komunikasi yang baik, dan pengetahuan yang dimiliki, sehingga mampu

menumbuhkan rasa percaya pelanggan.

5) *Empathy*

Empathy adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi kepada pelanggan, hal ini dilakukan untuk mengetahui keinginan konsumen secara akurat dan spesifik.

Lima dimensi kualitas pelayanan diatas, banyak digunakan oleh para ahli dalam menjelaskan kualitas pelayanan. Berdasarkan lima dimensi tersebut, para pelanggan mengevaluasi kualitas pelayanan dengan cara membandingkan pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang dirasakannya. Kesenjangan antara pelayanan yang diharapkan dengan yang dirasakan untuk setiap dimensi merupakan ukuran kualitas pelayanan berdasarkan persepsi pelanggan.

c. Pengukuran Kualitas Pelayanan

Mengukur kualitas pelayanan merupakan suatu tantangan karena kepuasan pelanggan ditentukan oleh banyak faktor yang tak berwujud Menurut Parasuraman (2006) dalam Asdi (2007) ada tiga hal yang patut diperhatikan dalam mengukur kualitas pelayanan, yaitu:

- 1) Kualitas pelayanan lebih sulit untuk dievaluasi oleh pelanggan dari pada kualitas barang.
- 2) Mengevaluasi kualitas pelayanan, pelanggan tidak semata-mata melihat dari hasil suatu pelayanan (*outcome*), tetapi juga mempertimbangkan bagaimana proses pemberian pelayanan.
- 3) Kriteria kualitas pelayanan yang relevan ialah kriteria yang diterapkan oleh pelanggan. Kualitas pelayanan hanya dapat diukur dari sudut pandang perusahaan.

d. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler yang dikutip dari Buku *Total Quality Management* ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam melakukan pengukuran kepuasan pelanggan, diantaranya (Tjiptono, 2003):

1) Sistem keluhan dan saran

Organisasi yang berpusat pelanggan (*Customer Centered*) memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan. Informasi-informasi ini dapat memberikan ide-ide cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

2) *Ghost shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.

3) *Lost customer analysis*

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *customer loss rate* juga penting, peningkatan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

4) *Survey* kepuasan pelanggan

Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survai, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung. Perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

3. METODE PENELITIAN.

a. Teknik Analisis Data

Data yang berhasil dikumpulkan, kemudian akan diolah dengan metode regresi berganda. Untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu pengaruh kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Bango Cabang Watampone. Sebelum dilakukan pengujian dengan regresi sederhana, terlebih dahulu dilakukan pengujian dengan beberapa teknik untuk menganalisis data sebagai persyaratan dari metode regresi sederhana. Beberapa teknik tersebut adalah sebagai berikut:

1) Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2006), statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Dalam penelitian ini statistik deskriptif berdasarkan karakteristik responden, meliputi: jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, dan pekerjaan.

2) Analisis Regresi linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menguji pengaruh

variabel independen terhadap variabel dependen dengan skala pengukuran interval dan rasio dalam suatu persamaan linier Nur Indriantoro dan Bambang Supomo (2002).

Rumus persamaan regresi sederhana adalah Singgih Santoso (2000):

$$Y = a + bx + e$$

Dimana:

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

b = Koefisien Variabel

x = Kualitas Pelayanan

e = Error

3) Uji Hipotesis

Uji t dikenal dengan uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali 2004). Pengambilan keputusan berdasarkan perbandingan t hitung dengan tabel (Ghozali 2001):

- a) Jika statistik dihitung (angka t output) > statistik tabel (tabel t), maka H_0 ditolak H_a diterima.
- b) Jika statistik hitung (angka t output) < statistik tabel (tabel t), maka H_0 diterima H_a ditolak.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Deskripsi Hasil Penelitian

Responden di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Bengo Cabang Watampone berasal dari latar belakang yang beragam, mencakup variasi dalam jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, dan pekerjaan. Penelitian ini menggunakan metode regresi sederhana untuk menganalisis data, yang dikelola menggunakan perangkat lunak SPSS 20.

Berikut adalah penjelasan mengenai karakteristik responden berdasarkan kategori jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan pekerjaan.

1) Berdasarkan jenis kelamin

Tingkat jenis kelamin responden yang ada pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Bengo Cabang Watampone dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.1 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
Statistics

Jenis Kelamin

N	Valid	84
	Missing	0

Jenis Kelamin				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Laki-Laki	31	36,9	36,9
Valid	Perempuan	53	63,1	100,0
	Total	84	100,0	100,0

Sumber: Hasil olah data SPSS 20

Berdasarkan tabel 4.1, data dari 84 responden menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan, dengan jumlah 53 orang atau 63,1%. Sementara itu, jumlah responden laki-laki adalah 31 orang atau 36,9%. Keberadaan jumlah perempuan yang lebih banyak dapat dijelaskan oleh fakta bahwa banyak perempuan yang menyimpan penghasilan dari pendapatan suami mereka dan menabung di bank yang mereka percayai.

2) Berdasarkan umur

Tingkat umur responden yang ada pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Bengo Cabang Watampone dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.2 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Umur
Statistics

Umur		
N	Valid	84
	Missing	0

Umur				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16 – 20	7	8,3	8,3
	21 – 30	28	33,3	33,3
	31 – 40	21	25,0	25,0
	41 – 50	19	22,6	22,6
	>50	9	10,7	10,7
	Total	84	100,0	100,0

Sumber: Hasil olah data SPSS 20

Berdasarkan tabel 4.2, komposisi usia responden menunjukkan bahwa kelompok umur 21-30 tahun adalah yang terbanyak, dengan jumlah 28 responden atau 33,3%. Mayoritas responden berada dalam rentang usia produktif, di mana mereka telah bekerja dan memperoleh penghasilan sendiri. Penghasilan tersebut kemudian mereka simpan di bank.

3) Berdasarkan pendidikan terakhir

Tingkat pendidikan terakhir responden yang ada pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Bengo Cabang Watampone dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.3

Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir
Statistics

Pendidikan Terakhir		
N	Valid	84
	Missing	0

Pendidikan Terakhir				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	19	22,6	22,6
	SMP	16	19,0	19,0
	SMA/Sederajat	34	40,5	40,5
	Sarjana	15	17,9	17,9
	Total	84	100,0	100,0

Sumber: Hasil olah data SPSS 20

Berdasarkan tabel 4.3, maka dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan terakhir responden yang terbanyak adalah tingkat pendidikan SMA/Sederajat yakni sebanyak 34 responden dengan

persentase sebesar 40,5%. Di lihat dari tingkat pendidikan terakhir nasabah yang berada pada tingkat SMA/ sederajat masih minim sekali dan lebih memutuskan untuk menikah di usia dini dan tidak memanfaatkan untuk mencapai pendidikan agar supaya dapat menjamin kesuksesannya.

4) Berdasarkan pekerjaan

Tingkat pendidikan terakhir responden yang ada pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Bengo Cabang Watampone dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.4

Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan
Statistics

Pekerjaan		
N	Valid	84
	Missing	0

Pekerjaan				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Wiraswasta	15	17,9	17,9
	Ibu Rumah Tangga	32	38,1	38,1
	Pelajar/Mahasiswa	8	9,5	9,5
	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	11	13,1	13,1
	Lainnya	18	21,4	21,4
	Total	84	100,0	100,0

Sumber: Hasil olah data SPSS 20

Berdasarkan tabel 4.4, maka dapat dilihat jumlah responden yang terbanyak berdasarkan pekerjaan adalah dari kalangan ibu rumah tangga yakni sebanyak 32 responden dengan persentase sebesar 38,1%. Kemudian dari tingkat pekerjaan lebih banyak dari kalangan ibu rumah tangga yang menjadi nasabah dikarenakan uang dan pendapatan suami maupun penghasilan yang di dapat sendiri mereka yang memegang dan mengelola keuangan dalam rumah tangga mereka dan sebagian penghasilan dan pendapatan di tabungkan ke bank yang terdekat dan

telah mereka percayai dari tingkat keamanannya.

a. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Bengo Cabang Watampone

Model analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi sederhana dengan bantuan SPSS. Analisis regresi sederhana merupakan hubungan antara dua variabel yaitu variabel bebas (*variable independen*) dan Variabel tidak bebas (*variable dependen*).

1) Uji validasi

Sebagaimana telah disinggung pada bab terdahulu, bahwa uji validitas (uji kesahihan) digunakan untuk mengetahui apakah koesioner yang disusun tersebut itu sudah valid atau sah, maka perlu diuji dengan uji korelasi antara skor nilai tiap-tiap item pertanyaan dengan skor total koesioner tersebut. Untuk item-item pertanyaan yang tidak valid harus dibuang atau tidak dipakai sebagai instrumen pertanyaan, hasil uji validasi dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.5 Uji Validasi

Variabel	Nilai R hitung	Nilai R tabel	Keterangan
X1.1	0,511	0,220	Valid
X1.2	0,363	0,220	Valid
X1.3	0,521	0,220	Valid
X1.4	0,511	0,220	Valid
X1.5	0,690	0,220	Valid
X1.6	0,550	0,220	Valid
X1.7	0,582	0,220	Valid
X1.8	0,686	0,220	Valid
X1.9	0,697	0,220	Valid
X1.10	0,681	0,220	Valid
Y1.1	0,756	0,220	Valid
Y1.2	0,813	0,220	Valid
Y1.3	0,819	0,220	Valid
Y1.4	0,756	0,220	Valid
Y1.5	0,498	0,220	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS 20

Berdasarkan data pada tabel 4.5 diatas tersebut, dengan melihat nilai *Pearson Correlation* antara variabel X dan

variabel Y berada pada taraf signifikan korelasi sebesar 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa item-item pertanyaan untuk variabel X dan variabel Y dinyatakan valid.

a) Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat ukur suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal-hal yang berkaitan dengan pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel yang disusun dalam bentuk koesioner. Suatu instrumen koesioner dikatakan handal (reliabel) apabila memiliki koefisien kehandalan (*cronbach alpha*) sebesar 0,60 atau lebih. Jika nilai reliabilitas > nilai *cronbach alpha* 0,60 maka pertanyaan koesioner dikatakan reliabel.

Tabel 4.6 Uji Reliability

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
X	0,747	Reliabel
Y	0,789	Reliabel

Sumber: Hasil olah data SPSS 20

Berdasarkan data pada tabel 4.6, hasil uji reliabilitas diperoleh nilai koefisien reliabilitas variabel X sebesar 0,747 dan variabel Y sebesar 0,789 memiliki angka koefisien atau nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa semua item-item pertanyaan untuk variabel X dan variabel Y dinyatakan reliabel.

b) Metode Analisis Regresi Liner Sederhana

Selanjutnya akan dilakukan pengolahan data dengan menggunakan metode analisis data regresi linier sederhana dengan bantuan SPSS. Analisis regresi linear sederhana merupakan hubungan antara dua variabel yaitu variabel bebas (*variable independen*) dan variabel tidak bebas (*variable dependen*). Regresi linear sederhana digunakan untuk mendapatkan hubungan matematis dalam bentuk suatu persamaan antara

variabel tidak bebas dengan variabel bebas. Bentuk umum dari persamaan regresi linear untuk populasi adalah:

$$Y = a + bx + e$$

Dimana:

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

b = Koefisien variabel

x = Kualitas Pelayanan

e = Error/Faktor Kesalahan

Dalam melakukan perhitungan analisis regresi linear semua data diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 20. Adapun hasil analisis data yang diperoleh dari pengolahan data SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.646 ^a	.418	.411	2,033	.418	58,806	1	82	.000

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber: Hasil olah data SPSS 20

Hasil perhitungan SPSS menunjukkan nilai R = 0,646, yang menggambarkan hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Untuk menilai sejauh mana model regresi linear yang terbentuk sesuai dengan data, kita perhatikan nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,418. Ini berarti 41,8% dari variabilitas kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan. Sementara itu, 58,2% dari variabilitas kepuasan nasabah masih belum dapat dijelaskan oleh variabel-variabel yang ada dalam model tersebut.

Tabel 4.8 ANOVA

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	243,081	1	243,081	58,806	.000 ^b
Residual	338,955	82	4,134		
Total	582,036	83			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber: Hasil olah data SPSS 20

Derajat bebas pembilang = k - 1 = 2 - 1 = 1

Derajat bebas penyebut = n - k = 84 - 2 = 82

Maka F tabel 0,05 (1 ; 82) = 3,96

Pada tabel 4.8 diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 58,806 dan F tabel 3,96, maka dapat disimpulkan bahwa apabila F hitung > F tabel maka variabel bebas (*independen*) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel terikat (*dependen*).

Tabel 4.9 Coefficients

Model	Coefficients ^a			T	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,341	1,975		1,692	.095
Kualitas Pelayanan	.404	.053	.646	7,669	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Hasil olah data SPSS 20

Pada tabel 4.9, dilakukan uji koefisien untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan nasabah (Y). Hasil menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05, dan t hitung sebesar 7,669, yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,98932. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Taraf kesalahan yang digunakan adalah 5% (0,05), yang mendukung keputusan ini melalui uji hipotesis:

Ho = ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Bengo Cabang Watampone.

Ha = tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Bango Cabang Watampone.

Dari nilai persamaan yang dihasilkan oleh regresi diperoleh nilai persamaan sebagai berikut:

- a. Kinerja Karyawan: Dalam regresi linear sederhana, rumus kinerja karyawan adalah $7,669 + 0,404$.
- b. Nilai Konstanta: Konstanta sebesar 1,692 menunjukkan bahwa jika tidak ada variabel bebas (kualitas pelayanan), maka kepuasan nasabah akan tetap berada pada nilai 1,692.
- c. Nilai Koefisien: Koefisien sebesar 0,404 menunjukkan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1% akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,404. Nilai uji t untuk konstanta dan variabel independen memiliki signifikansi $\text{sig} = 0,000$, yang lebih kecil dari 0,05, menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah signifikan dalam regresi linear sederhana. Berdasarkan analisis ini, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Bango Cabang Watampone, sesuai dengan hipotesis yang diajukan..

5. PENUTUP

a. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Bango

Cabang Watampone. Nilai koefisien untuk kualitas pelayanan adalah 0,404 dengan t hitung sebesar 7,669, yang melebihi t tabel sebesar 1,98932, serta tingkat signifikansi sebesar 1%. Ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tindakan pelayanan yang dilakukan memiliki dampak positif terhadap kepuasan nasabah.

b. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian ini, beberapa saran yang dapat diberikan adalah:

1. Kebijakan Strategi: Penelitian ini dapat menjadi acuan dalam merumuskan kebijakan dan strategi yang akan diambil oleh perusahaan di masa depan. Khususnya bagi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Bango Cabang Watampone, hasil penelitian ini dapat membantu dalam pengambilan keputusan untuk perbaikan kualitas pelayanan.
2. Peningkatan Kualitas Pelayanan: Untuk meningkatkan kepuasan nasabah, manajemen perusahaan sebaiknya fokus pada peningkatan kualitas pelayanan. Selain itu, disarankan untuk menambah sarana dan prasarana di ruang pelayanan, seperti memperbanyak jumlah kursi agar nasabah dapat menunggu dan mengantri dengan nyaman. Perbaikan fasilitas ini dapat meningkatkan kenyamanan nasabah selama berada di bank.
3. Peningkatan Kualitas Pelayanan di Masa Depan: Mengingat adanya pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, disarankan agar PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Bango

Cabang Watampone terus meningkatkan kualitas pelayanan. Hal ini termasuk mempercepat waktu pelayanan dan mengatasi masalah jaringan yang menghambat proses kerja karyawan. Peningkatan ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan menarik lebih banyak nasabah, serta berdampak positif pada kinerja perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainul, Yaqin & Aniek Maschudah Ilfitriah. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Pengguna E-Banking Di Surabaya*. Journal of Business and Banking, Volume 4, No. 2. Surabaya.
(digilib.mercubuana.ac.id)
- Asdi. 2012. *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Daerah Syekh Yusuf Sungguminasa Kabupaten Gowa*. Jurnal Manajemen Profitability. Makassar.
(<http://www.academia.edu>)
- Brata. 2003. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Editor Rayendra L. Toruan. Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Dwi, Aryani dan Febrina Rosinta. 2010. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Volume 17, No. 2.
([Journal.ui.ac.id](http://journal.ui.ac.id))
- Giese & Cote. 2000. *Academy Of Marketing Science Review. Defining Consumer*.
- Hendro, Ir. 2011. *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Husnul, Andi Asrul. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Selatan & Sulawesi Barat Cabang Jeneponto*. Skripsi.
(<http://respository.unhas.ac.id>)
- Kasmir. 2005. *Etika Customer Service*. edisi pertama. cetakan pertama. Jakarta: Penerbit Raja Grafindo Persada,
- Kotler Philip dan A.B. Susanto. 2000. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kesebelasan Jilid 1, Alih Bahasa Benyamin Molan, Editor Yenna Waldemas. Jakarta Indeks.
- Loina. 2001. *Hubungan Masyarakat Membina Hubungan Baik Dengan Publik*.
- Lupiyoadi, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Misna, 2018. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Kabupaten Barru*. Skripsi
- Nining, Catur Pawestringtyas, dkk. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah (Survei Pada Nasabah Perum Pegadaian Kantor Cabang Syariah Tlogomas Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 32 No. 2.
(<http://media.neliti.com>)
- Nur, Fajri. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank BTPN Cabang Sungguminasa Kabupaten Gowa*. Skripsi.
- Singgih Santoso. 2000. *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta. Bandung
- Tjiptono. 2011. *Sistem Manajemen Strategis*. Jakarta.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra.
2005. *Service, Quality dan Satisfaction*. Penerbit : Andi,
Yogyakarta

Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana.
2003. *Total Quality Manajemen*.
Edisi Revisi. Andy: Yogyakarta

Tjiptono, Fandy.2004. *Prinsip-Prinsip
Total Quality Service*. Yogyakarta:
Andi Offset.

Undang-Undangan. No. 10 Tahun
1988,Pokok Perbankan.

Zurni, Zahara Samosir. 2005. *Pengaruh
Kualitas Pelayanan Terhadap
Kepuasan Mahasiswa Menggunakan
Perpustakaan USU*. Jurnal Studi
Perpustakaan dan Informasi, Vol. 1,
No. 1.

(repository.usu.ac.id)

<http://contohskripsikoe.blokspot.com/2013/02>