

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BPR Artha Pamenang Cabang Jombang

by Betty Rahayu

Submission date: 13-Aug-2022 01:13AM (UTC-0400)

Submission ID: 1881982861

File name: Kepuasan_Nasabah_Pada_PT._BPR_Artha_Pamenang_Cabang_Jombang.pdf (282.33K)

Word count: 6384

Character count: 39211

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BPR ARTHA PAMENANG CABANG JOMBANG

Betty Rahayu ⁴³

Email: Betty.em@undar.ac.id

Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Darul 'Ulum Jombang

ABSTRAK

This study was conducted to determine what variables that have influence on customer satisfaction. In this study the independent variables used are tangible (X1), Reliability (X2), Responsiveness (X3), Assurance (X4), Empathy (Empathy) (X5) and Customer Satisfaction variable as Y (dependent variable). With a descriptive quantitative approach at PT. BPR Artha Pamenang Jombang Branch with Likert-scale measurement variable and data collection by observation, documentation and questionnaire with Double Liner data analysis.

It is found that variables have influence on customer satisfaction is (tangible) X1, Reliability (reliability) X2, responsiveness X3, Assurance / assurance (X4), Empathy (Empathy) X5. The influence of simultaneously (simultaneously) independent variable to customer satisfaction variable can be accepted. Of the five independent variables that have the most powerful influence in improving customer satisfaction is a guarantee, because the guarantee has the highest t value.

Keyword; Influence of Service Quality, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui variabel apa sajakah yang mempunyai pengaruh pada kepuasan nasabah. Dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah variabel Berwujud (*tangible*) (X1), Keandalan (*reliability*) (X2), Ketanggapan (*responsiveness*) (X3), Jaminan / Kepastian (*assurance*) (X4), Empati (*Empathy*) (X5) dan variabel Kepuasan Nasabah sebagai Y (variabel terikat). Dengan pendekatan kuantitatif deskriptif pada PT. BPR Artha Pamenang Cabang Jombang dengan variabel pengukuran skala likert dan pengumpulan data secara observasi, dokumentasi dan kuisioner dengan analisis data Liner Berganda.

Didapat bahwa Variabel mempunyai pengaruh pada kepuasan nasabah adalah (*tangible*) X1, Keandalan (*reliability*) X2, Ketanggapan (*responsiveness*) X3, Jaminan / Kepastian (*assurance*) X4, Empati (*Empathy*) X5. Adanya pengaruh secara serempak (simultan) variabel bebas terhadap variabel kepuasan nasabah dapat diterima. Dari kelima variabel bebas yang memiliki pengaruh paling kuat dalam meningkatkan kepuasan nasabah adalah jaminan, karena jaminan memiliki nilai t hitung yang paling tinggi.

Keyword; Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah

PENDAHULUAN

⁹ Perbankan merupakan salah satu bagian penting dari sistem keuangan guna kelancaran kegiatan perekonomian suatu negara. Bank sebagai lembaga intermediasi, menerima ⁹ simpanan dari nasabah dan meminjamkan kepada nasabah lain yang membutuhkan dana. Di dalam memenuhi kebutuhan calon nasabah serta untuk mengembangkan dan memberikan pelayanan kepada masyarakat, maka beberapa bank di Indonesia telah memperluas daerah operasinya dengan cara membuka kantor-kantor cabang di perkotaan dan kantor-kantor kas di wilayah kecamatan, sehingga bank dapat meningkatkan pelayanannya. Masyarakat pun semakin merasakan manfaat perbankan, semakin kuat dukungan dari Pemerintah, dunia usaha.

²⁶ Pelayanan sangat penting dilakukan pada sektor perbankan. Pelayanan merupakan perilaku bank dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan demi tercapainya kepuasan nasabah. Pada PT. BPR Artha Pamenang Cabang Jombang dalam hal pelayanan khususnya dibagian Customer Service kurang begitu murah senyum dalam melayani nasabah yang sedang meminta informasi ataupun melakukan pencairan kredit. Pada teller kurangnya karyawan dalam melayani angsuran nasabah, karenan seandainya nasabah banyak yang melakukan transaksi namun teller hanya ada satu maka nasabah merasa bosan

menunggu antri yang terlalu lama. Sedangkan pada Account Officer lamanya survey juga membuat nasabah kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak bank.

Rumusan masalah yang dikemukakan adalah adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Artha Pamenang Cabang Jombang?, dan Variabel manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Artha Pamenang Cabang Jombang?

Tujuan dari penelitian ini merupakan jawaban atas masalah yang diteliti. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Artha Pamenang Cabang Jombang dan untuk mengetahui variabel manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Artha Pamenang Cabang Jombang.

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas

Kualitas adalah keseluruhan karakteristik produk dan jasa yang meliputi marketing, engineering, manufacture dan maintenance, di mana produk dan jasa tersebut dalam pemakaiannya akan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan (Feigenbaum, 2009). Kualitas ialah sesuatu yang berbeda untuk orang yang berbeda dan tergantung pada waktu dan tempat atau dikatakan sesuai dengan tujuan (Elliot (2007).

Pengertian Kualitas menurut Goetch dan Davis (2007), Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk, pelayanan, orang, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi apa yang diharapkan.

Pelayanan

Menurut Kotler dan Tjiptono (2007:11) pelayanan adalah sesuatu yang tidak berwujud yang merupakan tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Menurut Valerie A Zethmal dan Mary Jo Bitner dalam Rambat Supriyadi dan Hamdani (2009:6) mendefinisikan pelayanan adalah semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah.

Dari definisi diatas dapat diketahui bahwa di dalam pelayanan selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pihak produsen, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Pelayanan bukan suatu barang, melainkan suatu proses atau aktivitas yang tidak berwujud.

Setelah ada faktor pendukung yang berpengaruh terhadap mutu layanan, terbentuklah ciri-ciri pelayanan yang baik, antara lain sebagai sarana fisik, Tanggung jawab, responsive, komunikatif, keamanan, kecakapan, pemahaman, kredibilitas, keramahan, hubungan

Dimensi Pelayanan

Dimensi kualitas jasa layanan SERVQUAL merupakan dimensi kualitas jasa dimana setiap jasa yang ditawarkan memiliki beberapa aspek yang dapat dipergunakan untuk mengetahui tingkat kualitasnya.

Menurut Pasuraman (2009) terdapat lima dimensi pelayanan, yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (dalam Aditya, 2011) Kualitas jasa merupakan sesuatu yang dipersepsikan oleh pelanggan yang selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pihak produsen, Kepuasan Nasabah.

Kepuasan Nasabah

Kepuasan pelanggan merupakan tanggapan perilaku, terhadap suatu barang atau jasa yang dirasakannya dibandingkan dengan harapan terhadap produk atau jasa tersebut. Dalam konteks perbankan, kepuasan yang dirasakan oleh nasabah pada PT. BPR Artha Pamenang Cabang Jombang terlihat dari banyaknya nasabah yang melakukan transaksi. Nasabah yang merasakan kepuasan dengan pelayanan yang diberikan oleh petugasnya, maka mereka tidak akan berpindah ke bank lain untuk mempercayakan keuangannya, dan bahkan nasabah tersebut akan menceritakan kepada orang lain untuk menabung atau melakukan pembiayaan di Bank tersebut.

Variabel utama yang menentukan kepuasan konsumen yaitu expectations (apa yang diharapkan) dan perceived performance (pelayanan yang diterima). Apabila perceived performance melebihi expectations maka pelanggan akan merasakan puas, tetapi apabila

⁵ sebaliknya yaitu *perceived performance* jauh dibawah *expectations* maka pelanggan akan merasa tidak puas. Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapat nilai dari produsen atau penyedia jasa. Nilai ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang ³⁹ sifat emosi.

Kotler mengemukakan 4 metode untuk mengukur ke²⁴san nasabah,yaitu:Sistem keluhan dan saran, Ghost shopping, Analisis pelanggan yang hilang, Survei kepuasan pelanggan

Irawan (2009) mengemukakan bahwa terdapat lima komponen yang dapat mendorong kepuasan konsumen, yaitu : Kualitas produk, Kualitas pelayanan, Faktor emosional, Harga, Kemudahan

Bank

Asal dari kata bank adalah dari bahasa Italia yaitu *banca* yang berarti tempat penukaran uang. Secara umum pengertian bank adalah sebuah lembaga intermediasi keuangan yang umumnya didirikan dengan kewenangan untuk menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan menerbitkan promes atau yang dikenal sebagai *banknote*.

Sedangkan pengertian bank menurut Undang-undang Negara Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Dari pengertian bank menurut Undang-undang Negara Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 dapat disimpulkan bahwa usaha perbankan meliputi tiga kegiatan, yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana, dan memberikan jasa bank lainnya. Kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana merupakan kegiatan pokok bank sedangkan memberikan jasa bank lainnya hanya kegiatan pendukung. Kegiatan menghimpun dana, berupa mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan giro, tabungan, dan deposito. Biasanya sambil diberikan balas jasa yang menarik seperti, bunga dan hadiah sebagai rangsangan bagi masyarakat agar lebih senang menabung. Kegiatan menyalurkan dana, berupa pemberian pinjaman kepada masyarakat. Sedangkan jasa-jasa perbankan lainnya diberikan untuk mendukung kelancaran kegiatan utama tersebut.

Bank Perkreditan Rakyat (BPR)

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) merupakan lembaga keuangan bank yang menerima simpanan hanya dalam bentuk deposito berjangka, tabungan, dan/atau bentuk lainnya yang dipersamakan dan menyalurkan dana sebagai usaha BPR. Dengan lokasi yang pada umumnya dekat dengan tempat masyarakat yang membutuhkan.

Status BPR ini diberikan kepada Bank Desa, Lumbung Desa, Bank Pasar, Bank Pegawai, Lumbung Pith Nagari (LPN), Lembaga Perkreditan Desa (LPD), Badan Kredit Desa (BKD), Badan Kredit Kecamatan (BKK), Kredit Usaha Rakyat Kecil (KURK), Lembaga Perkreditan Kecamatan (LPK), Bank Karya Produksi Desa (BKPD), dan/atau lembaga-lembaga lainnya yang dipersamakan berdasarkan UU Perbankan Nomor 7 Tahun 1992 dengan memenuhi suatu persyaratan tatacara yang ditetapkan dengan suatu Peraturan Pemerintah.

Ketentuan tersebut diberlakukan karena mengingat bahwa lembaga-lembaga tersebut sudah berkembang dari lingkungan masyarakat Indonesia, serta masih diperlukan oleh masyarakat, maka keberadaan lembaga dimaksud diakui. Oleh sebab itu, UU Perbankan Nomor 7 Tahun 1992 memberikan suatu kejelasan status lembaga-lembaga yang dimaksud. Untuk menjamin kesatuan dan keseragaman dalam suatu pembinaan dan pengawasan, maka persyaratan dan tatacara pemberian status lembaga-lembaga yang dimaksud ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah.

Menurut pasal 13 UU Perbankan No. 10 tahun 1998, Bank Perkreditan Rakyat mempunyai suatu kegiatan usaha yaitu sebagai berikut :

1. Bertugas untuk menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan yang berupa deposito berjangka, tabungan, dan/atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu.
2. Bertugas memberikan kredit.
3. Bertugas untuk menyediakan pembiayaan dan penempatan dana berdasarkan prinsip syariah, sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia.
4. Bertugas untuk menempatkan dananya dalam bentuk Sertifikat Bank Indonesia (SBI), deposito berjangka, sertifikat deposito, dan/atau tabungan pada bank lain.

28
METODE PENELITIAN

Pendekatan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif, karena penelitian ini disajikan dengan angka-angka dan hasil dari pengolahan angka tersebut di deskriptifkan. Hal ini sesuai dengan pendapat (Sugiyono, 2011) yang mengemukakan penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya.

Objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid dan reliabel tentang suatu hal atau variabel tertentu (Arikunto, 2006). Objek dalam penelitian ini PT. BPR Artha Pamenang Cabang Jombang. Subjek penelitian adalah himpunan elemen yang dapat berupa orang, organisasi atau barang yang akan diteliti (Arikunto, 2006). Subjek dalam penelitian ini adalah Nasabah PT. BPR Artha Pamenang Cabang Jombang.

Tempat penelitian adalah tempat dimana sebenarnya penelitian dilakukan dan dimana sebenarnya menampak keadaan dari objek-objek yang sedang di teliti. Penelitian ini dilakukan di PT. BPR Artha pamenang Cabang Jombang. Waktu penelitian adalah bulan April sampai dengan Juli 2016.

Dalam penelitian ini sampelnya adalah nasabah PT BPR Artha Pamenang Cabang Jombang yang berdomisili di Kecamatan Gudo sejumlah 92 orang.

alam penelitian ini variabel dibedakan menjadi 2, yakni :

1. **Variabel Bebas**
 Variabel bebas dapat mempengaruhi atau bahkan yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat. Untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan, peneliti menggunakan 5 dimensi yang di jadikan variabel bebas. Variabel tersebut yaitu:
 1. Berwujud (*tangible*) (X1)
 2. Keandalan (*reliability*) (X2)
 3. Ketanggapan (*responsiviness*) (X3)
 4. Jaminan / Kepastian (*assurance*) (X4)
 5. Empati (*emphaty*) (X5)
2. **Variabel Terikat**
 Variabel terikat bisa juga disebut sebagai hasil dari suatu proses data. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini penulis menyimpulkan bahwa terdapat 1 variabel terikat yang akan peneliti angkat yaitu Kepuasan Nasabah (Y).

Variabel pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Teknik pengumpulan data yang dipergunakan ada 3 jenis, diantaranya observasi, dokumentasi dan kuisisioner, alasan yang membuat penulis menggunakan 3 teknik ini dikarenakan untuk mencari celah dan menjadikan sebuah kesimpulan yang berarti. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Analisis Liner Berganda.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kualitas pelayanan menggunakan 5 dimensi yang di jadikan variabel bebas dalam penelitian ini untuk mengetahui tingkat kualitasnya. Variabel tersebut yaitu :

1. Berwujud (*tangible*) (X1)
2. Keandalan (*reliability*) (X2)
3. Ketanggapan (*responsiviness*) (X3)
4. Jaminan / Kepastian (*assurance*) (X4)
5. Empati (*Emphaty*) (X5)

Data diperoleh dari kuisisioner yang di sebar ke sampel utama dengan menggunakan kuisisioner yang sudah di uji validitas dan reliabilitas.

Tabel 1
Distribusi Item

No	Variabel	No Angket	SS	S	RG	TS	STS
1	Berwujud (<i>tangible</i>) X1	1	33	57	2	0	0
		2	30	39	12	11	0
		3	23	37	10	10	2
JUMLAH			86	133	24	22	2
RATA-RATA			29	44	8	7	0,6
2	Keandalan (<i>reliability</i>) X2	4	37	42	3	0	0

		5	21	34	18	17	2
		6	20	71	1	0	0
JUMLAH			78	147	22	17	2
RATA-RATA			26	49	7	6	0,6
3	Ketanggapan (<i>responsibility</i>) X3	7	30	40	11	10	1
		8	37	42	3	0	0
		9	20	71	1	0	0
JUMLAH			87	153	15	10	1
RATA-RATA			29	51	5	3	0,3
4	Jaminan / kepastian (<i>assurance</i>) X4	10	9	49	14	20	0
		11	30	58	4	0	0
		12	6	86	0	0	0
		13	26	61	4	0	0
JUMLAH			71	254	22	20	0
RATA-RATA			18	63	6	5	0
5	Empati (<i>emphaty</i>) X5	14	27	58	4	3	0
		15	44	48	0	0	0
		16	1	92	0	0	0
		17	5	78	9	0	0
JUMLAH			77	276	13	3	0
RATA-RATA			19	69	3	1	0
6	Kepuasan Nasabah (Y)	18	9	49	15	19	0
		19	30	58	4	0	0
		20	37	52	3	0	0
		21	45	47	0	0	0
		22	2	90	0	0	0
JUMLAH			123	296	22	19	0
RATA-RATA			25	59	5	4	0

Sumber : data diolah peneliti berdasarkan kuisioner, 2016.

Tabel rekapitulasi angket di peroleh sesuai dengan jawaban angket responden. Berdasarkan penelitian data yang menunjukkan nilai terbesar, diketahui pernyataan sangat setuju dengan rata-rata terbesar 29 yaitu variabel berwujud (*tangible*) dan ketanggapan (*responsibility*) dengan data tersebut peneliti bisa menyimpulkan bahwa nasabah sangat setuju mengenai kualitas pelayanan yang dimiliki PT. BPR Artha Pamenang dari segi kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal dalam penelitian ini yaitu variabel berwujud (*tangible*) X1 dan dari segi kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi dalam penelitian ini yaitu variabel ketanggapan (*responsibility*) X3.

Dengan Analisis regresi ditujukan untuk menghitung besarnya pengaruh antara variabel bebas yaitu Berwujud (*tangible*) (X1), Keandalan (*reliability*) (X2), Ketanggapan (*responsiviness*) (X3), Jaminan / kepastian (*assurance*) (X4), Empati (*Emphaty*) (X5) terhadap Kepuasan pelanggan (Y). Persamaan Regresi Linier Berganda dengan menggunakan bantuan SPSS for Windows versi 21 didapat model regresi yang dapat dilihat pada tabel 2

Nilain Koefisien

Tabel 4.5. Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,197	1,762		-1,247	,216
BERWUJUD	,003	,061	,004	-,050	,960
KEANDALAN	,229	,053	,277	4,307	,000
KETANGGAPAN	,245	,082	,236	3,002	,004
JAMINAN	,593	,068	,525	8,692	,000
EMPATI	,450	,088	,305	5,107	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Sumber: Data diolah peneliti berdasarkan hasil regresi program SPSS versi 21

10

Dari tabel di atas, maka dapat disusun persamaan regresi linier berganda, sebagai berikut :

$$Y = 2,197 + 0,003X_1 + 0,229X_2 + 0,245X_3 + 0,593X_4 + 0,450X_5$$

31

Dari persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta (a) sebesar 2,197: artinya apabila tidak ada variabel yang mempengaruhi atau variabel lain diasumsikan 0 (nol), maka dapat dikatakan bahwa tidak ada kepuasan nasabah sama sekali bila semua variabel bebas tidak ada.
2. Koefisien regresi variabel berwujud (X_1) sebesar 0,003 artinya bahwa setiap perubahan berwujud (X_1) sebesar satu-satuan akan diikuti peningkatan kepuasan nasabah 0,003 satuan. Dalam hal ini faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah, dianggap konstant (tetap).
3. koefisien regresi variabel keandalan (X_2) sebesar 0,229 artinya bahwa setiap peningkatan keandalan (X_2) sebesar satu-satuan akan diikuti peningkatan kepuasan nasabah, sebesar 0,229 satuan. Dalam hal ini faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah, dianggap konstant (tetap).
4. koefisien regresi variabel ketanggapan (X_3) sebesar 0,245 artinya bahwa setiap peningkatan ketanggapan (X_3) sebesar satu-satuan akan diikuti peningkatan kepuasan nasabah, sebesar 0,245 satuan. Dalam hal ini faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah, dianggap konstant (tetap).
5. koefisien regresi variabel jaminan (X_4) sebesar 0,593 artinya bahwa setiap peningkatan jaminan (X_4) sebesar satu-satuan akan diikuti peningkatan kepuasan nasabah, sebesar 0,593 satuan. Dalam hal ini faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah, dianggap konstant (tetap).
6. koefisien regresi variabel empati (X_5) sebesar 0,450 artinya bahwa setiap peningkatan empati (X_5) sebesar satu-satuan akan diikuti peningkatan kepuasan nasabah, sebesar 0,450 satuan. Dalam hal ini faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah, dianggap konstant (tetap).

Untuk mengetahui diantara kelima variabel bebas tersebut berpengaruh paling dominan terhadap variabel terikat dapat dilihat dari nilai koefisien beta masing-masing. Koefisien beta merupakan nilai dari koefisien regresi yang telah distandarisasi dan berguna untuk membandingkan mana diantara variabel bebas yang dominan terhadap variabel terikat. Dari Tabel 4.5 dapat dilihat nilai koefisien beta untuk masing-masing variabel bebas tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Nilai koefisien beta berwujud (*tangible*) X_1 adalah 0,003
- b. Nilai koefisien beta keandalan (*reliability*) X_2 adalah 0,229
- c. Nilai koefisien beta ketanggapan (*responsibility*) X_3 adalah 0,245
- d. Nilai koefisien beta jaminan (*assurance*) X_4 adalah 0,593
- e. Nilai koefisien beta empat (*emphaty*) X_5 adalah 0,450

Sehingga dapat disimpulkan bahwa diantara kelima variabel bebas dalam penelitian ini yang lebih dominan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan adalah jaminan, kemudian empati, ketanggapan, keandalan dan yang terakhir berwujud.

Koefisien Determinasi R^2 dan koefisien korelasi R

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari analisa perhitungan diperoleh nilai R^2 (koefisien determinasi) dan koefisien korelasi (R) seperti dalam Tabel 3

Tabel 3 Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,840 ^a	,706	,688	,68370	1,789

a. Predictors: (Constant), Empati, Keandalan, Berwujud, Jaminan, Ketanggapan

b. Dependent Variable: KEPUASAN

Sumber: Data diolah peneliti berdasarkan hasil regresi program SPSS versi 21

32

Tabel di atas menunjukkan koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,706 hal ini berarti 70,6 % kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel Berwujud (*tangible*) (X_1), Keandalan (*reliability*) (X_2), Ketanggapan (*responsibility*) (X_3), Jaminan / Kepastian (*assurance*) (X_4), Empati (*Emphaty*) (X_5). Sedangkan 29,4 % lainnya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Sedangkan angka koefisien Korelasi (R) sebesar 0,840 menunjukkan bahwa hubungan variabel bebas dengan variabel terikat adalah kuat karena memiliki nilai koefisien determinasi (R) di atas 0,5.

Standar Error of the Estimate (SEE) sebesar 0,68370, semakin kecil nilai SEE akan membuat model regresi semakin tepat di dalam memprediksi variabel dependen.

Uji T (Parsial)

t test digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Dapat juga dikatakan jika t hitung > t tabel atau -t hitung < -t tabel maka hasilnya signifikan dan berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sedangkan jika t hitung < t tabel atau -t hitung > -t tabel maka hasilnya tidak signifikan dan berarti H_0 diterima dan H_1 . Nilai t test disajikan dalam Tabel 4.7 berikut :

Tabel 4. Uji t / Parsial Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,197	1,762		1,247	,216
BERWUJUD	,003	,061	-,004	,050	,960
KEANDALAN	,229	,053	,277	4,307	,000
KETANGGAPAN	,245	,082	,236	3,002	,004
JAMINAN	,593	,068	,525	8,692	,000
EMPATI	,450	,088	,305	5,107	,000

Sumber: Data diolah peneliti berdasarkan hasil regresi program SPSS versi 21

Dari tabel diatas diketahui masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

- t test antara X_1 (berwujud) dengan Y (kepuasan nasabah) menunjukkan t hitung = 0,050. Sedangkan t tabel ($\alpha = 0.05$; db residual = 92) adalah sebesar 1.980. Karena t hitung < t tabel yaitu 0,050 > 1,980, berdasarkan tabel 4.6. dapat dilihat pengaruh X_1 (berwujud) adalah signifikan pada tingkat kesalahan $\alpha = 5\%$. Hal ini berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah tidak dapat dipengaruhi secara signifikan oleh variabel berwujud atau dengan kata lain bahwa variabel berwujud merupakan variabel yang tidak dapat meningkatkan kepuasan nasabah PT. BPR Artha Pamenang secara nyata.
- t test antara X_2 (keandalan) dengan Y (kepuasan nasabah) menunjukkan t hitung = 4,307. Sedangkan t tabel ($\alpha = 0.05$; db residual = 92) adalah sebesar 1.980. Karena t hitung > t tabel yaitu 4,307 > 1,980, berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat pengaruh X_2 (keandalan) adalah signifikan pada tingkat kesalahan $\alpha = 5\%$. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah dapat dipengaruhi secara signifikan oleh keandalan atau dengan kata lain bahwa keandalan merupakan faktor yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah PT. BPR Artha Pamenang secara nyata.
- t test antara X_3 (ketanggapan) dengan Y (kepuasan nasabah) menunjukkan t hitung = 3,002. Sedangkan t tabel ($\alpha = 0.05$; db residual = 92) adalah sebesar 1.980. Karena t hitung > t tabel yaitu 3,002 > 1,980, berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat pengaruh X_3 (ketanggapan) adalah signifikan pada tingkat kesalahan $\alpha = 5\%$. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah dapat dipengaruhi secara signifikan oleh ketanggapan atau dengan kata lain bahwa ketanggapan merupakan faktor yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah PT. BPR Artha Pamenang secara nyata.
- t test antara X_4 (jaminan) dengan Y (kepuasan nasabah) menunjukkan t hitung = 8,692. Sedangkan t tabel ($\alpha = 0.05$; db residual = 92) adalah sebesar 1.980. Karena t hitung > t tabel yaitu 8,692 > 1,980, berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat pengaruh X_4 (jaminan) adalah signifikan pada tingkat kesalahan $\alpha = 5\%$. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah dapat dipengaruhi secara signifikan oleh jaminan atau dengan kata lain bahwa jaminan merupakan faktor yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah PT. BPR Artha Pamenang secara nyata.
- t test antara X_5 (empati) dengan Y (kepuasan nasabah) menunjukkan t hitung = 5,107. Sedangkan t tabel ($\alpha = 0.05$; db residual = 92) adalah sebesar 1.980. Karena t hitung > t tabel yaitu 5,107 > 1,980, berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat pengaruh X_5 (empati) adalah signifikan pada tingkat kesalahan $\alpha = 5\%$. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa empati nasabah

dapat dipengaruhi secara signifikan oleh jaminan atau dengan kata lain bahwa empati merupakan faktor yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah (20). BPR Artha Pamenang secara nyata.

Berdasarkan uji t test dapat diketahui bahwa variabel bebas yang mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat kepuasan nasabah adalah keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati secara signifikan pada alpha 5%. Dan dari kelima variabel bebas tersebut yang memiliki pengaruh paling kuat dalam meningkatkan kepuasan nasabah adalah jaminan, karena jaminan memiliki nilai t hitung yang paling tinggi.

Uji F (Simultan/Serempak)

Pengujian F atau pengujian model digunakan untuk mengetahui apakah hasil dari analisis regresi signifikan atau tidak, dengan kata lain model yang diduga tepat/sesuai atau tidak. Jika hasilnya signifikan, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sedangkan jika hasilnya tidak signifikan, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal ini dapat juga dikatakan sebagai berikut :

H_0 ditolak jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$

H_0 diterima jika $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$

Tab 35. Uji F / Simultan ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	96,354	5	19,271	41,226	,000 ^b
	Residual	40,200	86	,467		
	Total	136,554	91			

A. *Dependent Variable:* Kepuasan

B. *Predictors:* (Constant), Empati, Keandalan, Berwujud, Jaminan, Ketanggapan

Sumber: Data diolah peneliti berdasarkan hasil regresi program SPSS versi 21

Pengujian hipotesis (23) cara keseluruhan yang dilakukan dengan Uji F, ditunjukkan sesuai pada lampiran anova kolom F, didapat nilai F hitung sebesar 41,226 (15) dengan $\alpha = (0,05)$ $df = n - k - 1 = 92 - 5 - 1 = 86$ sehingga F tabel = 2,30, nilai ini menunjukkan bahwa nilai F hitung > F tabel, ini berarti ada pengaruh secara simultan variabel variabel Berwujud (*tangible*) X1, Keandalan (*reliability*) X2, Ketanggapan (*responsiviness*) X3, Jaminan / Kepastian (*assurance*) X4, Empati (*Emphaty*) X5 terhadap Kepuasan pelanggan (Y).

Uji Asumsi Klasik

Asumsi-asumsi klasik ini harus dilakukan pengujiannya untuk memenuhi penggunaan regresi linier berganda. Setelah diadakan perhitungan regresi berganda melalui alat bantu SPSS for Windows, diadakan pengujian uji asumsi klasik regresi. Hasil pengujian disajikan sebagai berikut :

Uji Normalitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residual tersebar normal atau tidak. Prosedur uji dilakukan dengan uji kolmogorof-smirnof, dengan ketentuan hipotesis sebagai berikut :

1. H_0 : residual tersebar normal
2. H_1 : residual tidak tersebar normal

Jika nilai sig. > 0.05 maka H_0 diterima yang artinya normalitas terpenuhi. Dari hasil perhitungan didapat uji kolmogorof-smimof dapat dilihat pada tabel 4.9

Tabel 6. Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		92
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,66464811
	Absolute	,077
Most Extreme Differences	Positive	,067
	Negative	-,077
Kolmogorov-Smirnov Z		,743
Asymp. Sig. (2-tailed)		,639

10

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.

Sumber: Data diolah peneliti berdasarkan hasil program SPSS versi 21

Pada Tabel 6 diketahui bahwa nilai sig = 0.639 > 0.05 sehingga dapat dikatakan bahwa residual menyebar dengan normal

18

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas adalah hubungan linier yang “sempurna” atau pasti, diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari regresi. Uji Multikolinieritas ini dilakukan untuk mengetahui bahwa tidak terjadi hubungan yang sangat kuat atau tidak terjadi hubungan linier yang sempurna atau dapat pula dikatakan bahwa antar variabel bebas tidak saling berkaitan. Cara pengujiannya adalah dengan membandingkan nilai Tolerance yang didapat dari perhitungan regresi berganda, apabila nilai tolerance < 0,1 maka terjadi multikolinieritas. Nilai multikolinieritas disajikan dalam Tabel 6

Tabel 7 Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Berwujud	,604	1,655
Keandalan	,830	1,204
Ketanggapan	,552	1,812
Jaminan	,937	1,067
Empati	,957	1,045

25

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Sumber: Data diolah peneliti berdasarkan hasil program SPSS versi 21

Berdasarkan tabel di atas, nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dapat diketahui masing-masing variabel yang terdiri dari Berwujud (*tangible*) X1, Keandalan (*reliability*) X2, Ketanggapan (*responsiveness*) X3, Jaminan / Kepastian (*assurance*) X4, Empati (*Emphaty*) X5. Pada semua masing-masing variabel bebas lebih kecil dari 10 maka dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas, sehingga regresi sah untuk digunakan.

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan nilai simpangan residual akibat besar kecilnya nilai salah satu variabel bebas. Atau adanya perbedaan nilai ragam dengan semakin meningkatnya nilai variabel bebas. Prosedur uji dilakukan dengan Uji Glejser. Pengujian kehomogenan ragam sisaan dilandasi pada hipotesis:

H_0 : ragam sisaan homogen

H_1 : ragam sisaan tidak homogen

Prosedur pengujian kehomogenan ragam sisaan adalah:

- Melakukan pendugaan parameter model regresi linier dengan metode kuadrat terkecil.
- Menghitung sisaan dari model regresi yang diperoleh dari langkah 1.
- Membuat regresi nilai mutlak sisaan, $|ie|$ terhadap peubah penjelas dengan bentuk fungsional $|ie| = \beta_0 + \beta_1 X_1 + V_1$
- Melakukan uji keberartian koefisien regresi. Jika koefisien regresi tidak nyata maka terdapat hubungan yang penting secara statistis di antara peubah sehingga dapat disimpulkan bahwa sisaan mempunyai ragam homogen (konstan).

Nilai signifikansi untuk heterokedastisitas menggunakan uji glejser dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Uji Heterokedastisitas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,057	1,084		,975	,332
Berwujud	-,032	,038	-,117	-,854	,396
Keandalan	-,002	,033	-,009	-,073	,942
Ketanggapan	,047	,050	,135	,939	,351
Jaminan	-,034	,042	-,090	-,815	,417
Empati	-,010	,054	-,019	-,175	,861

a. Dependent Variable: ABRESID

Sumber: Data diolah peneliti berdasarkan hasil program SPSS versi 21

Dengan melihat Tabel 8, berikut hasil uji heterokedastisitas untuk masing- masing variabel :

Nilai sig untuk X1 (berwujud) adalah 0,396

Nilai sig untuk X2 (keandalan) adalah 0,942

Nilai sig untuk X3 (ketanggapan) adalah 0,351

Nilai sig untuk X4 (jaminan) adalah 0,417

Nilai sig untuk X5 (empati) adalah 0,861

Dari hasil pengujian tersebut didapat bahwa nilai sig seluruh variabel adalah $> \alpha$ ($\alpha = 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien regresi tidak nyata maka terdapat hubungan yang penting secara statistik di antara perubah sehingga dapat disimpulkan bahwa sisaan mempunyai ragam homogen (konstan) atau dengan kata lain tidak terdapat gejala heterokedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi ini untuk mengetahui korelasi antara sisaan yang diurutkan menurut waktu (seperti dalam deret waktu) atau ruang (seperti dalam data *cross section*). Dalam konteks regresi, model regresi linier klasik mengasumsikan bahwa tidak terdapat auto korelasi dalam sisaan (ie). Hal ini memperlihatkan bahwa model klasik mengasumsikan bahwa unsur sisaan yang berhubungan dengan pengamatan tidak dipengaruhi oleh sisaan yang berhubungan dengan pengamatan lain yang manapun.

Uji ini dapat dilakukan dengan menggunakan uji Durbin Watson (DW-test). Hipotesis yang melandasi pengujian adalah:

$H_0 = \rho = 0$ (tidak terdapat autokorelasi di antara sisaan)

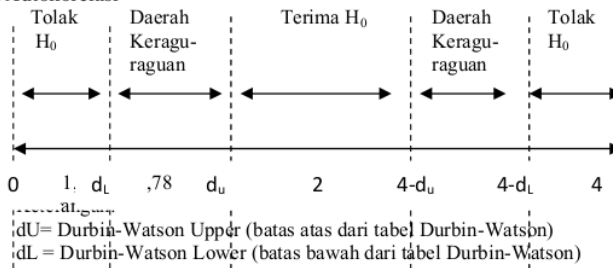
$H_1 = \rho \neq 0$ (terdapat autokorelasi di antara sisaan)

Banyak pengamatan pada pembilang statistik d adalah $n - 1$ karena satu pengamatan hilang dalam mendapatkan perbedaan yang berurutan. Prosedur uji Durbin-Watson adalah sebagai berikut:

1. Dengan menggunakan Metode Kuadrat Terkecil (MKT) biasa, hitung koefisien regresi, kemudian tentukan e_i .
2. Dengan menggunakan rumus diatas hitung statistik d
3. Berdasarkan banyaknya pengamatan dan peubah penjelas tentukan nilai-nilai kritis dL dan dU.
4. Sehingga dapat diterapkan kaidah keputusan:
 - a. Jika $d < dL$ atau $d > (4 - dL)$, maka H_0 ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi terhadap sisaan.
 - b. Jika $dU < d < (4 - dU)$, maka H_0 diterima, berarti tidak terdapat autokorelasi antar sisaan.
 - c. Namun jika $dL < d < dU$ atau $(4 - dU) < d < (4 - dL)$, maka uji Durbin-Watson tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti (inconclusive).

Untuk nilai-nilai ini, tidak dapat (pada suatu tingkat signifikansi tertentu) disimpulkan ada tidaknya autokorelasi di antara faktor-faktor gangguan.

Gambar 1 Daerah Autokorelasi



Dari tabel 4.11. Durbin-Watson untuk $n = 92$ dan $k = 5$ (adalah banyaknya variabel bebas) diketahui nilai d_U sebesar 1.78 dan d_L sebesar 1.56. Nilai Durbin-Watson dapat dilihat pada Tabel 4.11.

Tabel 9 Uji Autokorelasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,840 ^a	,706	,688	,68370	1,789

A. Predictors: (Constant), Empati, Keandalan, Berwujud, Jaminan, Ketanggapan

B. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data diolah peneliti berdasarkan hasil program SPSS versi 21

Dari hasil tabel di atas didapat nilai DW yang dihasilkan dari model regresi adalah 1.789. Sedangkan dari tabel DW dengan signifikansi 0,05 dan jumlah data ($n=92$ serta $k=5$), (k adalah jumlah variabel independen) diperoleh nilai DW tabel sebesar 1.785. Jika $d_U < d < (4 - d_U)$, dengan hasil $1,78 < 1,789 < (4 - 1,78)$ maka H_0 diterima, berarti tidak terdapat autokorelasi antar sisaan.

Dengan terpenuhi seluruh asumsi klasik regresi di atas maka dapat dikatakan model regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sudah layak atau tepat. Sehingga dapat diambil interpretasi dari hasil analisis regresi berganda yang telah dilakukan.

Berdasarkan data yang di tulis oleh peneliti diharapkan bahwa kepuasan yang dirasakan nasabah dapat menimbulkan perilaku loyalitas dari nasabah PT. BPR Artha Pamenang, dalam hal ini tentunya akan menguntungkan bagi pihak manajemen bank selama nasabah menggunakan produk dari PT. BPR Artha Pamenang dengan merasakan kualitas pelayanan yang baik terhadap nasabah. Hal ini diharapkan juga bisa memberikan *income* kepada pihak manajemen bank dan bisa menjadi salah satu strategi pemasar⁴⁵ dan rencana pelayanan perusahaan kedepannya.

Berdasarkan analisis data yang dilakukan oleh peneliti diperoleh bahwa nilai R square (R^2) dalam penelitian ini sebesar 0,706 artinya kepuasan nasabah PT. BPR Artha Pamenang melalui penelitian ini dipengaruhi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel Berwujud (*tangible*) (1), Keandalan (*reliability*) X2, Ketanggapan (*responsiveness*) X3, Jaminan / Kepastian (*assurance*) X4, Empati (*Empathy*) X5. Sedangkan 29,4 % lainnya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini yaitu $100\% - 70,6\% = 29,4\%$. Dengan menguji variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial diperoleh data variabel bebas lebih dominan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan adalah jaminan. Hal ini dapat di nyatakan bahwa jaminan keamanan atau kepastian pelayanan PT. BPR Artha Pamenang terhadap kepuasan nasabah adalah lebih tinggi. Pengujian hipotesis secara keseluruhan dilakukan dengan Uji F, ditunjukkan sesuai pada lampiran anova nilai ini menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, ini berarti ada pengaruh secara simultan variabel variabel Berwujud (*tangible*) X1, Keandalan (*reliability*) X2, Ketanggapan (*responsiveness*) X3, Jaminan / Kepastian (*assurance*) X4, Empati (*Empathy*) X5 terhadap Kepuasan pelanggan (Y). Dalam arti bahwa kelima variabel secara bersamaan mempengaruhi kepuasan nasabah PT. BPR Artha Pamenang.

Dilakukan pengujian asumsi klasik untuk memenuhi penggunaan regresi linier berganda dengan uji normalitas diketahui bahwa residual menyebar dengan normal. Pengujian multikolinieritas

nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dapat diketahui masing-masing variabel yang terdiri dari Berwujud (*tangible*) X1, Keandalan (*reliability*) X2, Ketanggapan (*responsiveness*) X3, Jaminan / Kepastian (*assurance*) X4, Empati (*Empathy*) X5. Pada semua masing-masing variabel bebas lebih kecil dari 10 maka dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas, sehingga regresi sah untuk digunakan. Pengujian heterokedastisitas didapat bahwa nilai sig seluruh variabel adalah $> \alpha$ ($\alpha = 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien regresi tidak nyata maka terdapat hubungan yang penting secara statistik di antara perubah sehingga dapat disimpulkan bahwa sisaan mempunyai ragam homogen (konstan) atau dengan kata lain tidak terdapat gejala heterokedastisitas. Diperoleh hasil tidak ada autokolerasi dalam pengujian regresi linier berganda yang peneliti lakukan. Dengan terpenuhi seluruh asumsi klasik regresi di atas maka dapat dikatakan model regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sudah layak atau tepat. Menjelaskan bahwa hasil yang di peroleh dapat menjelaskan seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dan variabel yang paling mempengaruhi kepuasan nasabah di PT. BPR Artha Pamenang.

Kepuasan nasabah merupakan salah satu upaya untuk menciptakan hubungan yang baik antara petugas bank atau *account officer* dengan nasabah. Nasabah yang memperoleh produk atau jasa yang sesuai atau melebihi harapan, cenderung akan memberikan tanggapan yang positif bagi perusahaan. Salah satunya adalah memberikan pelayanan yang baik merupakan salah satu cara yang efektif untuk membantu perusahaan menentukan kebijakan selanjutnya berhubungan dengan kepuasan pelanggan di PT. BPR Artha Pamenang.

Hasil analisis ini mendukung penelitian yang dilakukan Muammar Arif Setyawan (2015) yang menyatakan variabel kualitas pelayanan memberikan pengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen. Yuzza Bayhaqi (2006) yang menyatakan kualitas layanan dan keunggulan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Septiana Dwi Exmawati (2014) yang menyatakan Variable pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Muamalat Tulungagung dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Ratna Puspita Sari (2014) yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Teuku Edyansyah (2014) Yang menyatakan kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah (Y). Dengan demikian adanya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian ini.

6 KESIMPULAN

Kepuasan nasabah terkait dengan kualitas pelayanan internal dan kepuasan pelayanan internal karyawan tentu akan mendorong kepuasan karyawan. Kepuasan karyawan akan mendorong bangkitnya loyalitas karyawan pada perusahaan. Selanjutnya loyalitas karyawan akan berdampak pada peningkatan produktivitas. Produktivitas karyawan akan menciptakan dan menentukan kepuasan nasabah. Akhirnya kepuasan nasabah ini akan menciptakan loyalitas nasabah. Faktor lainnya adalah rintangan pengalihan dan keluhan pelanggan.

Variabel mempunyai pengaruh pada kepuasan nasabah adalah (*tangible*) X1, Keandalan (*reliability*) X2, Ketanggapan (*responsiveness*) X3, Jaminan / Kepastian (*assurance*) X4, Empati (*Empathy*) X5. Adanya pengaruh secara serempak (simultan) variabel bebas terhadap variabel kepuasan nasabah dapat diterima. Dari kelima variabel bebas yang memiliki pengaruh paling kuat dalam meningkatkan kepuasan nasabah adalah jaminan, karena jaminan memiliki nilai t hitung yang paling tinggi.

Penelitian ini dirasakan sangat penting bagi pemilik modal dan perbankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, akan tetapi variabel-variabel lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah belum dijelaskan dalam penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Arief.(2007). **Pemasaran Jasa Dan Kualitas Pelayanan**. Bayu Media Publishing. Malang.
Arif, Muammar . (2015) **Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Pandanarang Semarang**. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang.
Asri, Marwan (2000). **Marketing**. Penerbit UPP- AMP YKPN. Yogyakarta.
Assauri, Sofyan. (2004) **Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep dan Strategi**. PT. Grafindo Persada. Jakarta.
Azwar, S. (2007). **Metode Penelitian**. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.

- Bayhaqi, Yuzza . (2006) **Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Minat Membeli Ulang**. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro.
- Dharmmesta, Basu Swasta dan Hani Handoko.(2001). **Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen**.Edisi Pertama. BPFE. Yogyakarta.
- Dwi, Septiana. (2014) **Pengaruh Pelayanan dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Muamalat Tulungagung**. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung.
- E. Catur Rismiati dan Bondan Suratno.**Pemasaran Barang dan Jasa**.2001.Yogyakarta:Kanisius
- Edyansyah, Teuku. (2014). **Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk**. Fakultas Ekonomi. Universitas Malikussaleh.
- Gaspersz, Vincent. (2002). **Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa**.Gramedia. Jakarta.
- Mowen, H. (2002). **Perilaku Konsumen**. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Puspitasari, Ratna. (2014) **Analisis Pengaruh Keunggulan Produk Dan Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Mereferensikan**. Fakultas Ekonomi . Universitas Diponegoro.
- Rangkuti,Freddy.(2002). **Strategi Pemasaran**. PenerbitGramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Ratminto, Atik S.W. (2005). **Manajemen Pelayanan**. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Yamit, Zulian. (2005). **Manajemen Kualitas Produk Dan Jasa**.Edisi Pertama, Cetakan Keempat, Penerbit Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BPR Artha Pamenang Cabang Jombang

ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Muhammad Tho'in. "Pengaruh Faktor-faktor Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Nasabah di Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) Tekun Karanggede Boyolali", Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 2011 Publication	1%
2	www.pengertianpakar.com Internet Source	1%
3	repository.unpas.ac.id Internet Source	1%
4	eprints.dinus.ac.id Internet Source	1%
5	jurnal.uin-antasari.ac.id Internet Source	1%
6	Submitted to UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Student Paper	1%
7	www.pps.unud.ac.id Internet Source	1%

8	ejurnal.stkipjb.ac.id Internet Source	1 %
9	www.pekerjadata.com Internet Source	1 %
10	ml.scribd.com Internet Source	1 %
11	dinus.ac.id Internet Source	1 %
12	ji.unbari.ac.id Internet Source	<1 %
13	Submitted to Jayabaya University Student Paper	<1 %
14	thesis.binus.ac.id Internet Source	<1 %
15	bapendik.unsoed.ac.id Internet Source	<1 %
16	jurnalmahasiswa.unesa.ac.id Internet Source	<1 %
17	garuda.ristekdikti.go.id Internet Source	<1 %
18	repository.upi.edu Internet Source	<1 %
19	ssigit.blogspot.com Internet Source	<1 %

20	dumadia.wordpress.com Internet Source	<1 %
21	library.binus.ac.id Internet Source	<1 %
22	eckoahmadi.blogspot.com Internet Source	<1 %
23	ekonomis.unbari.ac.id Internet Source	<1 %
24	documents.mx Internet Source	<1 %
25	ejournal.unsrat.ac.id Internet Source	<1 %
26	10azot.easterndns.com Internet Source	<1 %
27	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	<1 %
28	ppjp.ulm.ac.id Internet Source	<1 %
29	www.unkhair.ac.id Internet Source	<1 %
30	Submitted to Universitas Terbuka Student Paper	<1 %
31	eprints.perbanas.ac.id Internet Source	<1 %

32	simki.unpkediri.ac.id Internet Source	<1 %
33	www.scielo.org.co Internet Source	<1 %
34	Sri Rahayu, Lela Nurlaela Wati. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN", Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen, 2020 Publication	<1 %
35	Submitted to University of Southampton Student Paper	<1 %
36	journal.stialanmakassar.ac.id Internet Source	<1 %
37	Submitted to unars Student Paper	<1 %
38	digilib.uinsgd.ac.id Internet Source	<1 %
39	meiriana-rizky-jayanti-fisip17.web.unair.ac.id Internet Source	<1 %
40	studylib.net Internet Source	<1 %
41	dspace.uui.ac.id Internet Source	<1 %

42 ejournal-s1.undip.ac.id <1 %
Internet Source

43 jurnal.pancabudi.ac.id <1 %
Internet Source

44 repository.stienobel-indonesia.ac.id <1 %
Internet Source

45 www.ejournal.bbg.ac.id <1 %
Internet Source

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On