

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Perkreditan Rakyat Pataru Laba Cabang Parepare

Ulyana Muslimin¹

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Bisnis Andi Sapada
Corresponding Email:

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bahwa seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Pataru Laba Cabang Parepare. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda, yang dioperasikan melalui program SPSS V.20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel kehandalan (X1) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) dengan nilai thitung $(2,258) \geq t_{tabel} (2,004)$ dan probabilitas signifikan sebesar $(0,028) \geq \alpha (0,05)$. Secara parsial variabel daya tanggap (X2) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) dengan nilai thitung $(0,637) \leq t_{tabel} (2,004)$ dan probabilitas signifikan sebesar $(0,028) \geq \alpha (0,05)$. Secara parsial variabel jaminan (X3) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) dengan nilai thitung $(0,718) \leq t_{tabel} (2,004)$ dan probabilitas signifikan sebesar $(0,476) \geq \alpha (0,05)$. Secara parsial variabel empati (X4) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) dengan nilai thitung $(2,154) \geq t_{tabel} (2,004)$ dan probabilitas signifikan sebesar $(0,036) \geq \alpha (0,05)$. Secara parsial variabel bukti fisik (X5) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) dengan nilai thitung $(2,546) \geq t_{tabel} (2,004)$ dan probabilitas signifikan sebesar $(0,014) \geq \alpha (0,05)$. Secara simultan Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti Fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dapat dilihat dari nilai Fhitung $(7,659) \geq F_{tabel} (2,39)$ dan tingkat signifikansinya adalah $sig 0,000 \leq 0,05$.

Kata Kunci: Kepuasan nasabah, kualitas pelayanan.

I. Pendahuluan

Bank adalah lembaga kepercayaan dengan tugas pokok menjadi perantara antara pihak yang mengalami *surplus of funds* untuk diproduktifkan pada sektor-sektor yang mengalami *lack of funds*. Sifat dasar sebagai lembaga kepercayaan itulah yang menyebabkan berbagai aturan dan ketentuan yang mengatur kegiatan operasional bank diberlakukan jauh lebih ketat dibandingkan bisnis lain. Semuanya ini ditujukan untuk membangun dan menjaga publik.

Bank perkreditan rakyat adalah lembaga keuangan bank yang menerima simpanan hanya dalam bentuk deposito berjangka, tabungan, dan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu dan menyalurkan dana sebagai usaha Bank Perkreditan Rakyat.

Fungsi Bank perkreditan rakyat tidak hanya sekedar menyalurkan kredit kepada para pengusaha mikro, kecil, dan menengah, tetapi juga menerima simpanan dari masyarakat atau dengan kata lain berfungsi sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat.

Sasaran Bank Perkreditan Rakyat adalah melayani kebutuhan petani, pedagang, pengusaha kecil, pegawai dan pensiunan karena sasaran ini belum dapat terjangkau oleh bank umum dan untuk lebih mewujudkan pemerataan layanan perbankan, pemerataan kesempatan berusaha, pemerataan pendapatan, dan agar mereka tidak jatuh ketangan para pelepas uang rentenir dan pengijon (Subagyo, 1999: 86).

Berikut adalah data jenis-jenis tabungan pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Pataru Laba Cabang Parepare dari tahun 2018 sampai dengan 2020:

Tabel 1

Data jumlah nasabah pada Tabungan PT Bank Perkreditan Rakyat Pataru laba

No	Jenis Tabungan	Jumlah Nasabah		
		2018	2019	2020
1	Tabungan Aman	455	435	279
2	Tabunganku	395	447	443
	Total	850	882	722

Sumber: PT. Bank Perkreditan Rakyat Pataru Laba Cabang Parepare

II. Tinjauan Teori

Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman (1994) dalam Bakhtiar Tjijang (2018: 32) Kualitas Pelayanan (*service quality*) merupakan konsep yang abstrak dan sukar dipahami, karena kualitas pelayanan memiliki karakteristik tidak berwujud (*Intangibility*), bervariasi (*variability*), tidak tahan lama (*inseparitibility*) walau demikian, bukan berarti kualitas pelayanan dapat diukur.

Kualitas Pelayanan (*service quality*) merupakan konsepsi yang abstrak dan sukar dipahami, karena kualitas pelayanan memiliki karakteristik tidak berwujud (*intangibility*), bervariasi (*variability*), tidak tahan lama (*perishability*), serta produksi dan konsumsi jasa terjadi secara bersamaan (*inseparitibility*) Parasuraman (1994). Walau demikian, bukan berarti kualitas pelayanan tidak dapat diukur. Menurut Wickof dalam Tjiptono, (2002: 59), kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dalam hal ini ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu *expected service* dan *perceived service*.

Lehtinen (1982) dalam Tjiptono, (2002 :97) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dihasilkan dalam interaksi antara konsumen dan elemen-elemen dalam organisasi jasa. Mereka menggunakan tiga istilah, yakni kualitas fisik, kualitas perusahaan, dan kualitas interaktif yang berkenaan dengan kontrak personal. Persepsi terhadap kualitas pelayanan didefinisikan sebagai penilai menyeluruh atas keunggulan suatu jasa, sedangkan harapan terhadap kualitas pelayanan didefinisikan sebagai keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau memenuhi suatu produk, yang dijadikan acuan atau standar dalam menilai produk tersebut, Tjiptono (2000: 61).

Parasuraman dan kawan-kawan (1994) menemukan bahwa sepuluh dimensi kualitas pelayanan di atas dirangkum menjadi lima dimensi pokok yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance* (yang mencakup *competence*, *courtesy*, *credibility*, dan *security*), *empathy* (yang mencakup *access*, *communication* dan *understanding the customer*), serta *tangible*. Penjelasan kelima dimensi untuk menilai kualitas pelayanan tersebut adalah:

1. *Reliability* (keandalan), merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan. Menurut Lovelock, *reliability to perform the promised service dependably, this means doing it right, over a period of time*. Artinya, keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk menampilkan pelayanan yang dijanjikan secara tepat dan konsisten. Keandalan dapat diartikan mengerjakan dengan benar sampai kurun waktu tertentu. Pemenuhan janji pelayanan yang tepat dan memuaskan meliputi ketepatan waktu dan kecakapan dalam menanggapi keluhan pelanggan serta pemberian pelayanan secara wajar dan akurat.
2. *Responsiveness* (daya tanggap); yaitu sikap tanggap pegawai dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan dapat menyelesaikan dengan cepat. Kecepatan pelayanan yang diberikan merupakan sikap tanggap dari petugas dalam pemberian pelayanan yang dibutuhkan. Sikap tanggap ini merupakan suatu akibat akal dan pikiran yang ditunjukkan pada pelanggan
3. *Assurance* (jaminan); mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki pegawai, bebas dari bahaya, risiko dan keragu-raguan. Jaminan adalah upaya perlindungan yang disajikan untuk masyarakat bagi warganya terhadap resiko yang

apabila resiko itu terjadi akan dapat mengakibatkan gangguan dalam struktur kehidupan yang normal.

4. *Empathy* (empati), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan. Empati merupakan *individualized attention to customer*. Empati adalah perhatian yang dilaksanakan secara pribadi atau individu terhadap pelanggan dengan menempatkan dirinya pada situasi pelanggan.
5. *Tangibles* (bukti fisik); meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi serta kendaraan operasional. Dengan demikian bukti langsung wujud merupakan satu indikator yang paling konkrit. Wujudnya berupa segala fasilitas yang secara nyata dapat terlihat.

Pengertian Kepuasan Nasabah

Churchill dan Surprenant (1982) dalam Cathy & Brian (2001: 39), mendefinisikan kepuasan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil yang dirasakan dengan harapannya. Pakar lain mengatakan bahwa kepuasan merupakan respon sikap individu terhadap penilaian yang didasarkan pada kognitif dan dipengaruhi faktor emosi.

Pakar lainnya Oliver, (1997: 11) dalam Widjaya (2009: 52) mengemukakan bahwa kepuasan dapat diperoleh konsumen dalam proses konsumsi yang disebut *consumption experience*. Setiap tahap konsumen dapat memberikan pernyataan terhadap kepuasan, dan secara kolektif akan memberikan penilaian total (*overall impressions*). Lebih lanjut konsumen dapat menjadi puas atau tidak puas pada tingkat yang berbeda-beda dan cenderung berharap menerima *more satisfaction dari current satisfaction level* dan mungkin menjadi tidak terpuaskan pada level yang lebih tinggi sehingga tingkat kepuasan sesungguhnya adalah abstrak.

Menurut Kotler (2001) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia terima dibandingkan dengan harapannya. Nasabah baru akan merasa puas apabila kinerja pelayanan perbankan yang mereka dapatkan sama atau melebihi dari apa yang mereka harapkan dan perasaan kecewa nasabah akan timbul apabila kinerja yang diperolehnya tidak sesuai dengan apa yang menjadi harapannya.

Menurut Philip Kotler (2009), alat untuk menelusuri/mengukur kepuasan pelanggan/konsumen berkisar dari yang primitive sampai yang canggih, dengan menggunakan metode:

- a. Sistem Keluhan dan Saran
- b. *Ghost Shopping*
- c. Analisis pelanggan yang hilang (*lost customer analysis*)
- d. Survei Kepuasan Pelanggan

Menunjukkan enam konsep inti dalam mengukur kepuasan pelanggan pada bidang jasa, yaitu terdiri atas:

1. Kepuasan pelanggan keseluruhan
2. Dimensi kepuasan pelanggan (*Overall customer satisfaction*)
3. Konfirmasi harapan (*Confirmation of expectation*)
4. Minat pembelian ulang (*Repurchase intent*)
5. Kesiediaan untuk merekomendasikan (*Willingness to recommended*)
6. Ketidakpuasan pelanggan (*Customer dissatisfaction*)

Adapun teori yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut (Tjiptono, 2007):

- a. *Contact theory*, Teori ini berasumsi bahwa konsumen akan membandingkan kinerja produk aktual dengan ekspektasi konsumen pra-pembelian.
- b. *Assimilation theory*, Teori ini menyatakan evaluasi purnabe fungsi positif dari ekspektasi konsumen pra-pembelian.

- c. *Assimilation-contrast theory*, Teori ini berpegangan bahwa terjadinya efek asimilasi atau efek kontras merupakan fungsi dari tingkat kesenjangan antara kinerja yang diharapkan dengan kinerja aktual.

Kepuasan Pelanggan

Strategi kepuasan pelanggan menyebabkan para pesaing harus berusaha keras usahanya merebut pelanggan suatu dan memerlukan biaya tinggi dalam perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan strategi jangka panjang yang membutuhkan komitmen, baik menyangkut dana maupun sumber daya manusia Tjiptono (2007) ada beberapa strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan:

- a. *Relationship Marketing* yaitu strategi di mana transaksi pertukaran antara pembeli dan penjual berkelanjutan, tidak berakhir setelah penjualan selesai, dengan menjalin suatu kemitraan dengan pelanggan secara terus menerus.
- b. *Strategi Superior Customer Service*, yaitu menawarkan pelayanan yang lebih baik dari pesaing. Hal ini membutuhkan dana yang besar kemampuan sumber daya manusia, dan usaha yang gigih agar dapat tercipta suatu pelayanan yang superior.
- c. Strategi penanganan keluhan yang efisien.
- d. Strategi peningkatan kinerja perusahaan
- e. Menerapkan Quality Functional Development (QFD) yaitu praktik untuk merancang suatu proses sebagai tanggapan terhadap kebutuhan pelanggan. QFD berusaha menterjemahkan apa yang dibutuhkan pelanggan menjadi apa yang dihasilkan organisasi dengan melibatkan pelanggan dalam proses pengembangan produk sedini mungkin.

III. Metode

Melihat saran-saran dalam ukuran sampel untuk penelitian dengan menggunakan pendekatan *Roscoe*, maka dalam penelitian ini menggunakan pilihan yang ketiga yaitu Bila dalam penelitian ini akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi berganda) maka, jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 6 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel $10 \times 6 = 60$ responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

Adapun teknik penarikan sampel pada penelitian ini adalah *sampling incidental*, yakni teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti di Bank Perkreditan Rakyat Pataru Laba Cabang Parepare dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data (sampel).

IV. Hasil dan Analisis

Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dengan menggunakan program SPSS. Analisis regresi, untuk menghitung besarnya pengaruh secara kuantitatif dari suatu perubahan kejadian (variabel X) terhadap kejadian lainnya (variabel Y). Untuk melihat hubungan antara variabel yang dipergunakan rumus regresi berganda (Husein Umar 2005)

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan:

Y: Kepuasan Nasabah PT. BPR Pataru Laba Cabang Parepare

X₁ : Keandalan

X₂ : Daya Tanggap

X₃ : Jaminan

X₄ : Empati

X₅ : Bukti Fisik

- b : Koefisien perubahan
a : Konstanta

Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan program *SPSS version 20 for windows*. Pengambilan keputusan berdasarkan nilai *p value*/nilai signifikansi kurang dari 0,05 (5%) maka item pertanyaan tersebut dinyatakan valid dan sebaliknya jika nilai *p value* atau signifikansi sama dengan atau lebih dari 0,05 (5%) dinilai tidak valid.

Dengan *degree of freedom* (df) = (n-2) dan alpha = 0,05, maka r tabel: 0,197 sehingga: • Variabel dikatakan valid jika r hitung positif dan r hitung > r tabel • Variabel dikatakan tidak valid jika r hitung tidak positif dan r hitung < r tabel (Ghozali, 2007).

Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali,2006). One shot atau pengukuran sekali saja yaitu disini pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60 (Nunnally, 1960). Suatu variabel dikatakan reliabel, apabila:

- Hasil $\alpha > 0,60$ = Reliabel
- Hasil $\alpha < 0,60$ = Tidak Reliabel

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh *reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangibles*, terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Perkreditan Rakyat Pataru Laba Cabang Parepare hubungan nilai pelanggan dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut (Ghozali, 2005:82):

$$Y = b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$$

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji R^2 atau sering disebut uji koefisien determinasi merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu ($0 < R^2 < 1$), nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum untuk data silang (*crosssection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi (Ghozali,2007).

Uji Hipotesis

Uji t

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, maka dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan pada penelitian ini. Metode pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dilakukan pengujian secara parsial menggunakan uji t. Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2006).

Untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat secara parsial dengan menentukan derajat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) dan juga penerimaan atau penolakan hipotesa, maka cara yang dilakukan adalah:

- $H_0 : \beta = 0$, artinya variabel X_1, X_2, X_3, X_4 dan X_5 tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel Y.
- $H_a : \beta \neq 0$, artinya variabel X_1, X_2, X_3, X_4 dan X_5 mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel Y.

Dasar pengambilan keputusan dapat dengan tiga cara:

1. Dengan membandingkan t hitung dan t tabel.
 - Apabila t hitung $>$ t tabel, maka ada pengaruh antara variabel X masing-masing dengan variabel Y. (H_0 ditolak dan H_a diterima)
 - Apabila t hitung $<$ t tabel, maka tidak ada pengaruh antara variabel X masing-masing dengan variabel Y. (H_a diterima dan H_0 ditolak)
2. Dengan menggunakan angka signifikansi.
 - Apabila angka signifikansi $<$ 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - Apabila angka signifikansi $>$ 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
3. Membuat kesimpulan
 - Bila (*P Value*) $<$ 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel independent secara parsial mempengaruhi variabel dependent.
 - Bila (*P Value*) $>$ 0,05 maka H_0 diterima dan ditolak. Artinya variabel independent secara parsial tidak mempengaruhi variabel dependent.

Uji F

Digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, yaitu apakah variabel X_1, X_2, X_3, X_4 dan X_5 benar-benar berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel Y.

Untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat secara parsial dengan menentukan derajat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) dan juga penerimaan atau penolakan hipotesa, maka cara yang dilakukan adalah :

- $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = \beta_5 = 0$, artinya tidak ada pengaruh bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.
- $H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq 0$, artinya ada pengaruh bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Kriteria Pengujiannya dengan taraf signifikansi sebesar 5% maka:

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji Validitas

Uji validitas instrumen item masing-masing variabel pada penelitian yang dilakukan menggunakan SPSS 24 *for windows*. Untuk uji validitas dikatakan valid apabila semua indikator dalam penelitian memiliki angka r-hitung (*Corrected Item-Total Correlation*) di atas nilai r-tabel.

Dengan jumlah sampel (N) sebanyak 60 orang maka berdasarkan $DF = N - 2$ ($DF = 58$) diketahui nilai 0,2542 pada r-tabel dengan tingkat signifikansi uji dua arah sebesar 0,05 atau probabilitas sebesar 5%. Keseluruhan hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2
Analisis Validitas Variabel Kehandalan (X₁)

Nomor Butir	Korelasi Item Total (r hitung)	r tabel	Keterangan
X11	0.606	0.254	Valid
X12	0.499	0.254	Valid
X13	0.419	0.254	Valid
X14	0.557	0.254	Valid

Sumber data diolah melalui SPSS V.20

Tabel 3
Analisis Validitas Variabel Daya Tanggap (X₂)

Nomor Butir	Korelasi Item Total (r hitung)	r tabel	Keterangan
X21	0.599	0.254	Valid
X22	0.424	0.254	Valid
X23	0.374	0.254	Valid
X24	0.292	0.254	Valid

Sumber data diolah melalui SPSS V.20

Tabel 4
Analisis Validitas Variabel Jaminan (X₃)

Nomor Butir	Korelasi Item Total (r hitung)	r tabel	Keterangan
X31	0.486	0.254	Valid
X32	0.373	0.254	Valid
X33	0.418	0.254	Valid
X34	0.309	0.254	Valid

Sumber data diolah melalui SPSS V.20

Tabel 5
Analisis Validitas Variabel Empati (X₄)

Nomor Butir	Korelasi Item Total (r hitung)	r tabel	Keterangan
X41	0.289	0.254	Valid
X42	0.413	0.254	Valid
X43	0.631	0.254	Valid
X44	0.444	0.254	Valid

Sumber data diolah melalui SPSS V.20

Tabel 6
Analisis Validitas Variabel Bukti Fisik (X₅)

Nomor Butir	Korelasi Item Total (r hitung)	r tabel	Keterangan
X51	0.730	0.254	Valid
X52	0.604	0.254	Valid
X53	0.494	0.254	Valid
X54	0.274	0.254	Valid

Sumber data diolah melalui SPSS V.20

Tabel 7
Analisis Validitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Nomor Butir	Korelasi Item Total (r hitung)	r tabel	Keterangan
Y1	0.487	0.254	Valid
Y2	0.435	0.254	Valid
Y3	0.421	0.254	Valid
Y4	0.553	0.254	Valid

Sumber data diolah melalui SPSS V.20

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan nya. Adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. *One shot* atau pengukuran sekali saja yaitu disini pengukurannya hanya atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan.

Reliabilitas diukur dengan uji statistik *cronbach's alpha* (α) dengan cara membandingkan nilai *Alpha* dengan standarnya. Reliabilitas suatu variabel dikatakan baik apabila:

- *Cronbach's Alpha* (α) $\geq 0,60$ = Reliabel
- *Cronbach's Alpha* (α) $\leq 0,60$ = Tidak Reliabel

Teknik koefisien alpha untuk menguji realibilitas alat ukur dihitung dengan bantuan program *SPSS version, 24.00 for windows*. Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada table di bawah ini:

Tabel 8
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kehandandalan (X₁)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.634	4

Sumber data diolah melalui SPSS V.20

Tabel 9
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Daya Tanggap (X₂)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.627	4

Sumber data diolah melalui SPSS V.20

Tabel 10
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Jaminan (X₃)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.613	4

Sumber data diolah melalui SPSS V.20

Tabel 11
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Empati (X₄)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.696	4

Sumber data diolah melalui SPSS V.20

Tabel 12
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Bukti Fisik (X₅)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.624	4

Sumber data diolah melalui SPSS V.20

Tabel 13
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Nasabah (X₅)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.734	4

Sumber data diolah melalui SPSS V.20

Hasil Analisis Data

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 14
Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.229	2.998		1.411	.164
	Kehandalan	.231	.102	.254	2.258	.028
	Daya Tanggap	.086	.135	.077	.637	.527
	Jaminan	.125	.174	.101	.718	.476
	Empati	.360	.167	.347	2.154	.036
	Bukti Fisik	.387	.152	.341	2.546	.014

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber Data diolah melalui SPSS V.20

Berdasarkan Tabel 4.18 di atas diperoleh hasil persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 4,229 + 0,231 (X1) + 0,086 (X2) + 0,125(X3) + 0,360 (X4) + 0,387 (X5) + e$$

Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 15
Hasil Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin - Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.644 ^a	.515	.461	.78298	.415	7.654	5	54	.000	2.1999

a. Predictors: (Constant), Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Bukti Fisik

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber Data diolah melalui SPSS V.20

Pengujian Hipotesis

Uji t (Uji Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing atau secara parsial variabel independen (kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik) terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah). Adapun syarat dari Uji t (parsial) adalah:

- H₀ diterima jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$
- H_a diterima jika $T_{hitung} \geq T_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

Pengaruh secara parsial dari kelima variabel independen tersebut terhadap kepuasan pelanggan ditunjukkan pada Tabel 4.15 diatas terlihat berikut:

Tabel 16
Uji t (Uji Parsial)

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4.229	2.998		1.411	.164
	Kehandalan	.231	.102	.254	2.258	.028
	Daya Tanggap	.086	.135	.077	.637	.527
	Jaminan	.125	.174	.101	.718	.476
	Empati	.360	.167	.347	2.154	.036
	Bukti Fisik	.387	.152	.341	2.546	.014

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

Sumber: Datadiolah melalui SPSS V.20

Untuk dapat mengetahui apakah secara parsial variabel bebas yang terdiri dari yakni kehandalan(X_1), daya tanggap (X_2), jaminan (X_3), empati(X_4) dan bukti fisik(X_5) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, hal ini dapat diketahui dengan membandingkan t_{hitung} yang dapat dilihat pada tabel *Coefficient* dengan t_{tabel} pada tabel distribusi t.

Rumus untuk mencari nilai t_{tabel} adalah:

$$t_{tabel} = (\text{Probability} = \alpha/2) ; (df = n - k)$$

Keterangan: α = Probability uji dua arah (0,05 (5%))

n = Jumlah sampel pembentuk regresi (60 Orang)

k = Jumlah variabel (bebas + terikat = 6 variabel)

$$\begin{aligned} \text{Jadi, } t_{tabel} &= (0.05/2) ; (60 - 6) \\ &= 0,025; 54 \end{aligned}$$

Kemudian dicari pada distribusi nilai t_{tabel} maka ditemukan nilai t_{tabel} sebesar 2,00488 atau 2,004.

Uji F (Uji Simultan)

Uji simultan atau uji F merupakan uji secara bersama-sama untuk menguji signifikansi pengaruh variabel bebas kualitas pelayanan yang terdiri dari kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik secara bersama-sama terhadap variabel kepuasan nasabah. Adapun syarat dari Uji F (simultan) adalah

- H_0 diterima jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$
- H_1 diterima jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

Hasil pengujian dengan menggunakan program SPSS 20 for windows dapat dilihat pada tabel dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha=0,05$).

Tabel 17
Uji F (Uji Simultan)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	23.478	5	4.696	7.659	.000 ^b
	Residual	33.105	54	.613		
	Total	56.583	59			

A. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati

Sumber: Data diolah melalui SPSS V.20

Pada tabel di atas diperoleh bahwa nilai $F = 7.659$ dengan tingkat probability signifikansi ($0,000 \leq 0,05$). Setelah mengetahui besarnya F_{hitung} , maka akan dibandingkan dengan F_{tabel} .

Untuk mengetahui nilai dari F_{tabel} maka digunakan rumus:

$$F_{\text{tabel}} = (df1 = k - 1); (df2 = n - k)$$

Dimana: k = Jumlah Variabel (bebas + terikat = 6 variabel)

n = Jumlah sampel pembentuk regresi (60 orang)

$$\begin{aligned} \text{Jadi, } F_{\text{tabel}} &= (df1 = 6-1); (df2 = 60 - 6) \\ &= (df1 = 5); (df2 = 54) \end{aligned}$$

Kemudian dicari pada distribusi nilai F_{tabel} dengan probabilitas 0,05 maka ditemukan nilai F_{tabel} sebesar 2,39.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Pataru Laba Cabang Parepare. Data dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner (Angket) kepada responden dengan cara membagikan formulir data mengolahnya kembali dengan melakukan pengujian analisis data dengan menggunakan program SPSS V 20.

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kehandalan (X_1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Pataru Laba Cabang Parepare. Hal ini dibuktikan dengan statistik uji t (parsial) untuk variabel Kehandalan (X_1) dengan t_{hitung} sebesar 2,256 dengan nilai signifikansi sebesar 0,028 lebih besar dari 0,05 ($0,028 > 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,231. Hal ini menunjukkan variabel Kehandalan (X_1) secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Daya Tanggap (X_2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Pataru Laba Cabang Parepare. Hal ini dibuktikan dengan statistik uji t (parsial) untuk variabel Daya Tanggap (X_2) dengan t_{hitung} sebesar 0,637 dengan nilai signifikansi sebesar 0,527 lebih besar dari 0,05 ($0,527 > 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,086. Hal ini menunjukkan variabel Daya Tanggap (X_2) secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Jaminan (X_3) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Pataru Laba Cabang Parepare. Hal ini dibuktikan dengan statistik uji t (parsial) untuk variabel Jaminan (X_3) dengan t_{hitung} sebesar 0,718 dengan nilai signifikansi sebesar 0,476 lebih besar dari 0,05 ($0,476 > 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,125. Hal ini menunjukkan variabel Jaminan (X_3) secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Empati (X_4) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Pataru Laba Cabang Parepare. Hal ini dibuktikan dengan statistik uji t (parsial) untuk variabel Empati (X_4) dengan t_{hitung} sebesar 2.154 dengan nilai signifikansi sebesar 0,036 lebih besar dari 0,05 ($0,036 > 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,360. Hal ini menunjukkan variabel Empati (X_4) secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.
5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Bukti Fisik (X_5) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Pataru Laba Cabang Parepare. Hal ini dibuktikan dengan statistik uji t (parsial) untuk variabel Bukti Fisik (X_5) dengan t_{hitung} sebesar 2.546 dengan nilai signifikansi sebesar 0,014 lebih besar dari 0,05 ($0,014 > 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,387. Hal ini menunjukkan variabel Bukti Fisik (X_5) secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.

6. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Bukti Fisik secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Pataru Laba Cabang Parepare hal ini dibuktikan dengan hasil statistic F_{hitung} sebesar 7.659 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000. oleh karena itu nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05.
7. Nilai R^2 atau R^2 yang diperoleh 0,515 artinya 51.5% pengaruh Kehandalan(X_1) Daya Tanggap(X_2) Jaminan(X_3) Empati(X_4) dan Bukti Fisik(X_5) terhadap Kepuasan Nasabah. Sedangkan sisanya sebesar 0,485 atau 48,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak menjadi objek dalam penelitian ini seperti Bauran promosi, tempat, dan strategi pemasaran.

V. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dengan variabel kehandalan, variabel daya tanggap, variabel jaminan, variabel empatian variabel bukti fisik terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pelayanan pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Pataru Laba Cabang Parepare dan untuk mengetahui variabel dari kualitas pelayanan yang paling berpengaruh. Dari rumusan masalah penelitian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan, yaitu:

1. Berdasarkan analisis secara parsial (Uji t), ternyata hasil penelitian pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Pataru Laba Cabang Parepare membuktikan bahwa semua variabel kualitas pelayanan, berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel dependen dengan nilai ($t_{tabel} 2.004$) dan (probabilitas signifikan sebesar 0.05) adapun perbandingan dengan nilai t_{hitung} sebesar (kehandalan dengan nilai $t_{hitung} = 2.258$ dan tingkat signifikansi 0.028). (daya tanggap dengan nilai $t_{hitung} = 0.637$ dan tingkat signifikansi 0.527). (jaminan dengan nilai $t_{hitung} = 0.718$ dan tingkat signifikansi 0.476) (empati dengan nilai $t_{hitung} = 2.154$ dan tingkat signifikansi 0.036) dan (bukti fisik dengan nilai $t_{hitung} = 2.546$ dan tingkat signifikansi 0.014).
2. Berdasarkan pengujian secara simultan (Uji F), ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa semua variabel dari dimensi kualitas pelayanan (kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik). dari variabel kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan dengan membandingkan nilai (F_{tabel} sebesar 2.39) dan (probabilitas signifikan sebesar 0.05), adapun nilai dari F_{hitung} sebesar 7.659 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 terhadap variabel dependen, yaitu Kepuasan nasabah pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Pataru Laba Cabang Parepare.

Referensi

- _____ (2002), *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium*, Jilid 2. Jakarta: PT Prenhallindo.
- _____ (2004). *Manajemen Jasa*, Edisi Pertama, Yogyakarta: Andi Offset.
- _____ (2005). *Pemasaran Jasa, edisi pertama*. Yogyakarta: Bayumedia Publishing
- _____ (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- A, Parasuraman, Berry, L., Zeithaml, V. 'Quality Counts in Service too' Business Horizion
- Al-Ghazali, A. I. (2012). *Ihya' Ulūmuddīn*. Jakarta: Republika Penerbit.
- Amiruddin, M. M. (2016). Khiyār (hak untuk memilih) dalam Transaksi On-Line: Studi Komparasi antara Lazada, Zalara dan Blibli. *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1), 47-62.
- Amiruddin, M. M., & Syatar, A. (2021). Economic democracy: examining the law enforcement of business competition in indonesia. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 18, 1255-1262.

- Bakry, M., Mase, R. A., Arake, L., Amiruddin, M. M., & Syatar, A. (2021). How to attract millennials? Indonesian sharia banking opportunities. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 18, 376-385.
- Bakry, M., Syatar, A., Abubakar, A., Risal, C., Ahmad, A., & Amiruddin, M. M. (2021). Strengthening the cyber terrorism law enforcement in Indonesia: Assimilation from Islamic jurisdiction. *International Journal of Criminology and Sociology*, 10, 1267-1276.
- Bakry, M., Syatar, A., Haq, I., Mundzir, C., Arif, M., & Amiruddin, M. M. (2020). Arguing Islamophobia during COVID-19 Outbreaks: A Consideration Using *Khuṣūṣ Al-Balwā*. *International Journal of Criminology and Sociology*, 9(6), 2757-65.
- Churchill, Gilbert A. 2005. Basic Marketing Research. Fourth Edition. Edisi Bahasa Indonesia (alih bahasa oleh E. Koswara, Dira Salam, dan Alvin Ruzhendi). Erlangga. Jakarta.
- Damirah, D. (2018). Influence Of Financial Performance Against Economic Value Added And The Impact On Market Reactions On Listing Manufacturing Companies In Indonesia Stock Exchange. *Quest Journals Journal of Research in Business and Management*, 6(4), 13-20.
- Fandy, Tjiptono. (1997). *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua, Cetakan Pertama, Yogyakarta: Andi Offset.
- Fikri, F., Bahri, A., & Budiman, B. (2017). Islamic Inheritance Legislation Toward The National Law: The Analysis Of Justice Values In Bacukiki Parepare Society. In *Al-Risalah: Forum Kajian Hukum dan Sosial Kemasyarakatan* (Vol. 17, No. 01, pp. 45-60).
- Gujarati, Damodar, 2003, *Ekonometri Dasar*. Terjemahan: Sumarno Zain, Jakarta: Erlangga.
- Hamid, A. (2022). Internalisasi Konsep Cycle Relation Model Pada Komunitas Agama Lokal di Indonesia:(Perspektif Sosial, Ekonomi dan Politik Pada Kepercayaan Towani Tolotang, Aluk Todolo dan Patuntung di Sulawesi Selatan). *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, 24(2).
- Hanike, Y. Damirah.(2019). Analisis Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Economic Value Added Pada Perusahaan Efek Indonesia Melalui Pendekatan StrukturalTRUKTURAL Equation Model–Partial Least Square| Hanike| Amal: Jurnal Ekonomi Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2), 177-191.
- Kathy. (200). *Guideline for Learning Resource and Services in Further and Higher Education: performance and resources*. London: Library Association Publishing.
- Kotler, Philip (2000). *Prinsip–Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta: PT. Prenhalindo.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, Philip. (1997), *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia jili dsatu. Jakarta: Prentice Hall. Marilang; Bakry, Muammar; Arbani, Tri Suhendra; Syatar, Abdul; Amiruddin, Muhammad Majdy; Ishak, Nurfaika. (2021). Establishing Omnibus Law In Indonesia: Strict Liability In Environmental Law. *J. Legal Ethical & Regul. Isses*, 24, 1.
- Masse, R. A., Halidin, A., Amiruddin, M. M., & Marjuni, K. N. (2020). Supply Chain and Firm Performance with the Moderating Role of Leadership Dependency. *Int. J Sup. Chain. Mgt Vol*, 9(4), 470.
- Naro, W., Abubakar, A., Syatar, A., Amiruddin, M. M., & Pallawagau, B. (2021). Have Attitudes towards Religiousness Shifted Due Covid 19 Outbreak? Evidence from Moslem Generations

- in Makassar-Indonesia. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 18(3), 322-334.
- Naro, W., Abubakar, A., Yani, A., Amiruddin, M. M., & Syatar, A. (2020). Developing learning method on post-graduated program: A blended learning based on web-blog and print technology design. *Cypriot Journal of Educational Sciences*, 15(5), 1404-1421.
- Naro, W., Syatar, A., Amiruddin, M. M., Haq, I., Abubakar, A., & Risal, C. (2020). Shariah assessment toward the prosecution of cybercrime in indonesia. *International Journal*, 9, 573.
- Putra, A. P., & Bahri S, A. (2021). Respons Pemerintah dan Pengusaha Lokal dalam Menangani Masalah “Zero-Dollar Tourist” Cina di Bali. *Jurnal Kajian Bali*, 11(2), 317-336.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarto. (2003). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: AMUS Yogyakarta dan CVN geksi gondo Utama
- Sunyoto, Danang, (2018), *Konsep Dasar RisetPemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service)
- Syarifuddin, A. D. I. (2022). Service Quality and Online Customer Rating on F&B Purchase Decisions. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 15(2), 133-141.
- Syarifuddin, A. D. I., Basalamah, S., Sinring, B., & Mas’ud, M. (2021). The Effect of Marketing Mix on Consumer Purchase Intention and Decisions on Frozen Food in Makassar, Indonesia. *Am J Humanit Soc Sci Res*, 5(4), 32-40.
- Syatar, A. (2021). BAY AL SALAM AS FINANCING ALTERNATIVE DURING PANDEMIC OUTBREAK: A PROPOSAL TO INDONESIA. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 27, 1-7.
- Syatar, A., Rahman, A., Ilham, M., Mundzir, C., Arif, M., Hasim, H., & Amiruddin, M. M. (2020). Qurban innovation due to the Covid-19: Experiences from Indonesia. *European Journal of Molecular & Clinical Medicine*, 7(10), 1600-1614.
- Tijjang, B., Nurfadhilah, N., Putra, P., Jayadi, U., & Ilham, R. (2022, August). The Influence of Product Quality and Purchase Decisions on Helmet LTD's Brand Image. In *Proceedings of the 6th Batusangkar International Conference, BIC 2021, 11-12 October, 2021, Batusangkar-West Sumatra, Indonesia*.
- Umar. (2001). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Yunus, M., Muhammadun, M., Mahsyar, M., & Abubakar, A. (2022). Apropriasi Tradisi Mappanre Temme menjelang Pernikahan pada Masyarakat Bugis (Studi Living Quran). *AL QUDS: Jurnal Studi Alquran dan Hadis*, 6(1), 363-384.