

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT BANK NEGARA INDONESIA (Persero) Tbk KANTOR CABANG UTAMA PALEMBANG

Hendra Sastrawinata

PT. BNI (Persero) menyadari pentingnya penerapan tata kelola perusahaan dan pelayanan yang baik. Penerapan Tata Kelola Perusahaan yang efektif dan pelayanan yang baik menjadi hal yang mutlak, serta merupakan wahana bagi PT. BNI (Persero) untuk bersikap profesional serta hati-hati dalam pengelolaan usahanya demi kepentingan pemegang saham dan *stakeholder* lain, diantaranya nasabah, investor, bank koresponden, otoritas pembuat kebijakan, pemasok serta masyarakat di lingkungan kerja Perseroan. PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Palembang sebagai penghimpun dana dari masyarakat yang selalu berupaya memberikan yang terbaik bagi nasabahnya. Nasabah dapat menerima apa yang mereka harapkan dan tercapailah kepuasan nasabah akan jasa yang ditawarkan oleh PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Palembang.

Permasalahan dalam penelitian ada pengaruh kualitas pelayanan jasa dan kepuasan nasabah, dan faktor apa yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Palembang hal ini menunjukkan bahwa dimensi *tangible* dan *reliability* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Palembang. Upaya meningkatkan kualitas layanan pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Palembang harus mengutamakan peningkatan pada dimensi ini karena setiap peningkatan/penurunan pada variabel-variabel kualitas layanan pada dimensi ini akan sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah.

Kata kunci: kepuasan pelanggan

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Era globalisasi saat ini, membuat persaingan bisnis menjadi sangat ketat, baik di pasar domestik maupun pasar global. Perusahaan yang mampu bersaing dalam kondisi ini adalah perusahaan yang mampu menciptakan produk baik barang atau jasa yang berkualitas sehingga mampu menciptakan kepuasan terhadap pelanggannya. Kepuasan pelanggan akan berdampak terhadap peningkatan jumlah pelanggan dari waktu ke waktu.

Peningkatan jumlah pelanggan adalah sesuatu yang mutlak harus diupayakan oleh perusahaan karena pelanggan adalah sumber *income* bagi perusahaan. Semakin banyak pelanggan perusahaan, maka akan semakin besar pemasukan yang di dapatkan. Pelayanan jasa yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi nasabahnya. Ketika nasabah merasa pelayanan yang diberikan

perusahaan sangat memuaskan, maka besar kemungkinan mereka akan kembali menggunakan jasa perusahaan tersebut dan sekaligus merekomendasikannya kepada orang-orang terdekatnya.. Begitu juga sebaliknya jika nasabah tersebut tidak puas, maka nasabah tersebut tidak akan memakai jasa perusahaan itu lagi, dan menceritakan pengalamannya yang mengecewakan pada orang lain, sehingga menyebabkan menurunnya jumlah nasabah dan menurunnya citra baik serta eksistensi perusahaan dimata masyarakat maupun nasabahnya.

Di Indonesia perkembangan sektor jasa juga berlangsung pesat. Hal ini ditunjukkan dengan meningkatnya persentase sektor jasa dalam Produk Domestik Bruto (PDB). Kenyataan ini mendorong adanya peningkatan minat dan perhatian, baik dari kalangan akademisi maupun praktisi untuk menelaah dan mengkaji berbagai permasalahan dalam sektor

jasa. Dengan komitmen untuk mencapai stabilitas keuangan serta menciptakan nilai bagi *stakeholder* yang berkesinambungan dalam jangka panjang.

PT. BNI (Persero) menyadari pentingnya penerapan tata kelola perusahaan dan pelayanan yang baik. Penerapan Tata Kelola Perusahaan yang efektif dan pelayanan yang baik menjadi hal yang mutlak, serta merupakan wahana bagi PT. BNI (Persero) untuk bersikap profesional serta hati-hati dalam pengelolaan usahanya demi kepentingan pemegang saham dan *stakeholder* lain, diantaranya nasabah, investor, bank koresponden, otoritas pembuat kebijakan, pemasok serta masyarakat di lingkungan kerja Perseroan. PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Palembang sebagai penghimpun dana dari masyarakat yang selalu berupaya memberikan yang terbaik bagi nasabahnya. Nasabah dapat menerima apa yang mereka harapkan dan tercapailah kepuasan nasabah akan jasa yang ditawarkan oleh PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Palembang.

Berdasarkan data yang penulis dapat dari PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Palembang diketahui bahwa dalam kurun waktu 3 (tiga) tahun terakhir, nasabah yang menabung di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Palembang berjumlah sebagai berikut:

Jumlah pelanggan tahun 2007 hingga 2009

Tipe Produk	Customer Type	Jumlah Nasabah		
		2007	2008	2009
Deposito	Pemerintah	19	61	69
Giro	Pemerintah	183	200	180
Deposito	Perorangan	2.042	2.447	2.233
Giro	Perorangan	264	582	596
Tabungan	Perorangan	92.723	121.930	110.339
Giro	Perusahaan-Bank	1	3	2
Deposito	Perusahaan-Non Bank	19	47	33
Giro	Perusahaan-Non Bank	478	842	814
Tabungan	Perusahaan-Non Bank	1	5	6
Total		95.744	126.117	114.272
Rata-rata/tahun		112.711		

Sumber: PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Utama Cabang Palembang

Dari tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa jumlah rata-rata nasabah yang masuk pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Palembang adalah 112.711 nasabah pertahun (dari tahun 2007 hingga 2009)

Rumusan Masalah

Dari uraian pada bagian latar belakang di atas, maka penulis merumuskan permasalahannya sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Utama Palembang?
2. Faktor apa yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Utama Palembang?

Ruang Lingkup Pembahasan

Melihat luas dan kompleksnya masalah pemasaran ini, penulis membatasi ruang lingkup pembahasan berdasarkan permasalahan yang ada.

Adapun ruang lingkup yang akan dibahas oleh penulis yaitu:

1. Pengaruh kualitas pelayanan jasa dan kepuasan nasabah PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Palembang.
2. Faktor apa yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Palembang

Tingkat kepuasan nasabah PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Utama Palembang dilihat dari 5 (lima) karakteristik kualitas pelayanan jasa. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Kotler (1994:561) dalam Supranto (2006:231) sebagai berikut:

- a. *Tangibles* (bukti langsung)
- b. *Reliability* (keandalan)
- c. *Responsiveness* (daya tanggap)
- d. *Assurance* (jaminan)
- e. *Empathy* (empati)

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah rata-rata seluruh nasabah yang membuka tabungan pada tahun 2009. Jumlah rata-rata seluruh nasabah tersebut diperoleh dari data yang telah diolah oleh perusahaan pada tahun 2009 yaitu sebanyak 110.339 yang dibagi jumlah hari dalam satu tahun yaitu 365 hari. Adapun perhitungannya dapat ditulis sebagai berikut:

$$\text{Rata-rata seluruh nasabah} = \frac{110.339}{365} = 302 \text{ nasabah}$$

Dari perhitungan di atas maka diperoleh rata-rata nasabah keseluruhan dalam satu hari yaitu sebanyak 302 nasabah.

Sampel

Sampel adalah suatu himpunan bagian (subset) dari unit populasi. Data yang dikumpulkan dengan cara mengambil sampel secara acak atau dengan kata lain disebut dengan sampling. Dalam penulisan laporan ini yang dijadikan sampel adalah nasabah PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Palembang.

Dalam penulisan laporan, sampel ini yang ditetapkan berdasarkan dengan jumlah nasabah selama satu tahun. Cara menghitung sampel dengan menggunakan rumus Slovin, dikutip dari (Husein, 2003: 120)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e² = Persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan (10%)

$$n = \frac{302}{1 + 302(0,10)^2} = 75$$

Jadi, nasabah yang menjadi sampel yaitu sebanyak 75 nasabah.

Teknik Analisis Data

Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Uji Reliabilitas

Menurut Irawan (2002:61), reliabilitas yaitu dimensi yang mengukur kehandalan dari perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Regresi Berganda

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (kinerja pelayanan jasa) terhadap variabel terikat (kepuasan yang dirasakan oleh nasabah PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Palembang) serta mengidentifikasi aspek kualitas pelayanan jasa apakah memiliki pengaruh kuat dalam menentukan kepuasan nasabah. Maka akan digunakan metode analisis uji Regresi Berganda. Adapun persamaan normal dari fungsi kepuasan nasabah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Kepuasan Nasabah

a = Konstanta

b₁, b₂, b₃, b₄, b₅, b₆ = Koefisien regresi untuk setiap faktor kualitas produk

X₁ = Kualitas pelayanan tangibles (bukti langsung)

X₂ = Kualitas pelayanan reliability (kehandalan)

X₃ = Kualitas pelayanan responsiveness (daya tanggap)

X₄ = Kualitas pelayanan assurance (jaminan)

X₅ = Kualitas pelayanan empathy

e = Residual atau Prediction error

PEMBAHASAN

Bab ini penulis akan membahas mengenai apakah kualitas pelayanan jasa mempengaruhi kepuasan nasabah dan faktor apa yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Palembang. Data diperoleh dari hasil kuesioner dan diolah dengan menggunakan SPSS for Windows *Stastical Package And Service Solution* versi 11.5. Keluaran dari data tersebut akan memberikan informasi dan akan dilakukan analisa data serta pembahasan pada bab ini. Diharapkan analisa dan pembahasan tersebut dapat menjawab permasalahan yang diangkat pada bab sebelumnya.

Sebelum dilakukan pembahasan lebih lanjut apakah kualitas pelayanan jasa mempengaruhi kepuasan nasabah, terlebih dahulu akan dibahas pengujian reliabilitas dan validitas untuk mengetahui apakah data dapat dilakukan pengujian lebih lanjut.

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Uji Validitas

Uji validitas adalah sebuah pengukuran terhadap data yang diolah dimana menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur. Dalam pengukuran data penelitian penulis menggunakan kuesioner yang telah disebarakan kepada nasabah PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Palembang yang terpilih menjadi responden. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah kuesioner yang dibuat dapat diikuti pada analisis berikutnya. Adapun teknik yang digunakan untuk uji validitas adalah dengan analisa item, dimana setiap nilai yang ada pada setiap butir pertanyaan untuk suatu variable dengan rumus *product moment* atau biasa disebut dengan r_{tabel} , dimana dimana r_{hitung} harus lebih besar dari r_{tabel} yaitu sebesar 0,227 ($r_{hitung} > 0,227$) untuk semua item. Apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka data tersebut dinyatakan valid dan kuesioner dapat digunakan dalam analisis berikutnya.

Berikut ini ditampilkan hasil uji validitas terhadap layanan karyawan pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Palembang.

Variabel	Item	r	Sig.	Keterangan
<i>Tangible (x1)</i>	Kebersihan fasilitas fisik, seperti tempat ruang tunggu (x11)	0,628	0.000	Valid
	Tata letak fasilitas fisik (x12)	0,669	0.000	Valid
	Kondisi sumber daya manusia: kerapuhan, penampilan pegawai (x13)	0,658	0.000	Valid
	Kenyamanan seperti: udara bersih, tidak berisik, dan teratur pada tempatnya (x14)	0,676	0.000	Valid
<i>Reliability (x2)</i>	Kecermatan atau ketelitian penanganan administrasi nasabah (x21)	0,642	0.000	Valid
	Kemampuan pegawai dalam memberikan pelayanan jasa yang baik kepada nasabahnya dan sesuai kebutuhan nasabahnya (x22)	0,834	0.000	Valid
	Penanganan keamanan perusahaan telah memadai (x23)	0,718	0.000	Valid
	Kesan yang baik dari pegawai setelah melayani keluhan nasabah (x24)	0,669	0.000	Valid
<i>Responsiveness (x3)</i>	Kesediaan pegawai yang menangani pelayanan memenuhi permintaan nasabah (x31)	0,800	0.000	Valid
	Pelayanan secara baik yang diberikan perusahaan pada nasabahnya (x32)	0,754	0.000	Valid
	Kesediaan dari pegawai untuk membantu nasabah dengan cepat (x33)	0,779		Valid
	Penjelasan yang jelas dari pegawai tidak berbelit-belit sehingga nasabah puas dengan penjelasan tersebut (x34)	0,710	0.000	Valid
<i>Assurance (x4)</i>	Keramahan para pegawai dalam melayani nasabah (x41)	0,621	0.000	Valid
	Sikap sopan santun pegawai kepada nasabah (x42)	0,726	0.000	Valid
	Kesabaran pegawai dalam menerima keluhan nasabah (x43)	0,779	0.000	Valid
	Sikap menghormati pegawai pada nasabah (x44)	0,679	0.000	Valid
<i>Empathy (x5)</i>	Pemahaman yang baik dari pegawai terhadap kebutuhan nasabah (x51)	0,835	0.000	Valid

	Perhatian yang tulus dari pegawai kepada nasabah (x52)	0,761	0.000	Valid
	Pengertian dari pegawai kepada nasabah (x53)	0,832	0.000	Valid
	Perasaan baik yang dirasakan nasabah atas pelayanan yang diberikan (x55)	0,739	0.000	Valid

Sumber: Data primer diolah (2010)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa hasil perhitungan r_{hitung} kualitas layanan pada setiap dimensi, yaitu: *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* memiliki r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} , ini berarti bahwa data pada kualitas layanan valid dan handal, sehingga kuesioner yang dipakai dapat diikutkan pada analisis selanjutnya.

Berikut ini ditampilkan hasil uji validitas terhadap kepuasan nasabah.

Table 4.9 Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Palembang

Variabel	Item	r	Sig.	Keteangan
Y	Kenyamanan saat berada di ruang tunggu, seperti: udara bersih, tidak berisik (Y1)	0,747	0.000	Valid
	Kemampuan karyawan yang memberikan pelayanan dengan baik kepada nasabah (Y2)	0,745	0.000	Valid
	Pelayanan yang diberikan secara baik kepada nasabah (Y3)	0,634	0.000	Valid
	Perasaan baik yang dirasakan nasabah atas pelayanan yang diberikan PT Bank Negara Indonesia (Y4)	0,809	0.000	Valid

Sumber: Dari data primer diolah (2010)

Berdasarkan tabel 4.9 di atas dapat dilihat bahwa nilai korelasi product moment (r_{hitung}) pada masing-masing item kepuasan nasabah lebih besar dari r_{tabel} ($r_{hitung} > 0,227$), ini berarti bahwa data tersebut valid atau handal, sehingga kuesioner yang dipakai dapat diikutkan pada analisa berikutnya.

Uji Reliabilitas

Berikut hasil uji reliabilitas dari semua variabel pada tingkat layanan untuk masing-masing dimensi kualitas layanan.

Hasil Uji Reliabilitas Nasabah PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Palembang Tingkat Layanan Pada seluruh Dimensi Kualitas Layanan

Variabel	Item	R	Sig.	Reliabilitas	Keterangan
<i>Tangible</i> (x1)	Kebersihan fasilitas fisik, seperti tempat ruang tunggu (x11)	0,628	0.000	0,5593	Reliabel
	Tata letak fasilitas fisik (x12)	0,669	0.000		
	Kondisi sumber daya manusia: kerapihan, penampilan pegawai (x13)	0,658	0.000		
	Kenyamanan seperti: udara bersih, tidak berisik, dan teratur pada tempatnya (x14)	0,676	0.000		
<i>Reliability</i> (x2)	Kecermatan atau ketelitian penanganan administrasi nasabah (x21)	0,642	0.000	0,6829	Reliabel
	Kemampuan pegawai dalam memberikan pelayanan jasa yang baik kepada nasabahnya (x21)	0,834	0.000		

	dan sesuai kebutuhan nasabahnya (x22)				
	Penanganan keamanan perusahaan telah memadai (x23)	0,718	0.000		
	Kesan yang baik dari pegawai setelah melayani keluhan nasabahnya (x24)	0,669	0.000		
Responsiveness(x3)	Kesediaan pegawai yang menangani pelayanan memenuhi permintaan nasabahnya (x31)	0,800	0.000	0,7579	Reliabel
	Pelayanan secara baik yang diberikan perusahaan pada nasabahnya (x32)	0,754			
	Kesediaan dari pegawai untuk membantu nasabahnya dengan cepat (x33)	0,779	0.000		
	Penjelasan yang jelas dari pegawai tidak berbelit-belit sehingga	0,710	0.000		

	nasabah puas dengan penjelasan tersebut (x34)				
Assurance (x4)	Keramanan para pegawai dalam melayani nasabahnya (x41)	0,621	0.000	0,6532	Reliabel
	Sikap sopan santun pegawai kepada nasabahnya (x42)	0,726	0.000		
	Kesabaran pegawai dalam menerima keluhan nasabahnya (x43)	0,779	0.000		
	Sikap hormati pegawai pada nasabahnya (x44)	0,679	0.000		
Emphaty (x5)	Pemahaman yang baik dari pegawai terhadap kebutuhan nasabahnya (x51)	0,835	0.000	0,7995	Reliabel
	Perhatian yang tulus dari pegawai kepada nasabahnya (x52)	0,761	0.000		
	Pengertian dari pegawai kepada nasabahnya (x53)	0,832	0.000		
	Perasaan baik yang dirasakan nasabah atas pelayanan	0,739	0.000		

	an yang diberikan (x55)				
Kepuasan Nasabah	Kenyamanan saat berada di ruang tunggu nasabah	0,747	0.000	0,7166	Reliabel
	Kemampuan karyawan memberikan pelayanan dengan baik kepada nasabah	0,745	0.000		
	Pelayanan yang diberikan secara baik pada nasabah	0,634	0.000		
	Perasaan baik yang dirasakan nasabah atas pelayanan yang diberikan	0,809	0.000		

Sumber: Data primer diolah (2010)

Pada tabel 4.10 diatas dapat dilihat bahwa r alpha dari semua variabel adalah positif dan lebih besar dari r tabel. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel independent (kualitas layanan) dan variable dependen (kepuasan nasabah) adalah reliabel (handal).

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Palembang

Berdasarkan rumusan masalah penelitian, maka variabel penelitian dikelompokkan menjadi variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Termasuk dalam variabel bebas adalah *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan

emphaty, sedangkan variabel terikat adalah kepuasan nasabah. Berikut akan dilakukan pengujian pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah dengan menggunakan uji simultan (uji F) dan uji parsial (uji t).

Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (uji F) dilakukan untuk mengetahui apakah dimensi kualitas layanan yang meliputi dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,564 ^a	,318	,269	1,85592

a. Predictors: (Constant), Empaty (X5), Tangibles (X1), Assurance (X4), Reliability (X2), Responsiveness (X3)

b. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

1. Angka R sebesar 0,564 menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan antara variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* yang merupakan variabel independen dengan kepuasan nasabah yang merupakan variabel dependen adalah kuat.
2. Angka R Square atau koefisien determinasi adalah 0,318. Adjusted R Square yaitu 0,269. Hal ini berarti 56,4% variasi dari variabel dependen biasa dijelaskan oleh variabel independen, sedangkan sisanya 43,6% dijelaskan oleh variabel lain di luar model.
3. Standar *Error of Estimate (SEE)* adalah 1,85592. Makin kecil *SEE* akan membuat model semakin tepat memprediksi variabel dependen.

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	110,920	5	22,184	6,441	,000 ^a
	Residual	237,666	69	3,444		
	Total	348,587	74			

a. Predictors: (Constant), Empaty (X5), Tangibles (X1), Assurance (X4), Reliability (X2), Responsiveness (X3)

b. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

Pengujian dapat dilakukan dengan dua cara. Pertama, dengan membandingkan besarnya angka F_{hitung} dengan F_{tabel} . Kedua, dengan membandingkan angka taraf signifikansi

(sig) hasil perhitungan dengan taraf signifikansi 0,05 (5%).

- a. Menggunakan cara pertama atau membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} . F_{hitung} dari pengolahan SPSS diperoleh nilai sebesar 6,441. Selanjutnya menghitung F_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut: taraf signifikansi 0,05 dan derajat kebebasan (DK) dengan ketentuan numerator: jumlah variable - 1 atau 6 - 1 = 5, dan denominator: jumlah kasus - 4 atau 24 - 4 = 20. Berdasarkan ketentuan tersebut diperoleh angka F_{tabel} sebesar 2,35. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh angka F_{hitung} sebesar 6,441 > F_{tabel} sebesar 2,35. Artinya ada pengaruh antara variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* terhadap kepuasan nasabah.
- b. Menggunakan cara kedua atau membandingkan besarnya angka taraf signifikansi (sig) penelitian dengan taraf signifikansi sebesar 0,05. Berdasarkan perhitungan angka signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Artinya ada pengaruh antara variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* terhadap kepuasan nasabah.

Uji Parsial (Uji t)

Nilai uji t menunjukkan apakah memang terdapat pengaruh yang signifikan secara individual (masing-masing prediktor) antara prediktor dengan variabel dependen. Pengaruh secara individual ditunjukkan dari nilai Sig. Uji t. Jika nilai Sig. Uji t < 0,05 maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan secara individual masing-masing prediktornya.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,912	2,012		2,442	,017
	Tangibles (X1)	,381	,160	,346	2,384	,020
	Reliability (X2)	,426	,182	,413	2,336	,022
	Responsiveness (X3)	-,127	,173	-,141	-,734	,465
	Assurance (X4)	-,053	,157	-,051	-,336	,738
	Empaty (X5)	,024	,159	,025	,152	,880

a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

1. Pengaruh variabel *tangible* terhadap variabel kepuasan nasabah
Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh angka t_{hitung} sebesar 2,384 > t_{tabel} sebesar

2,000. Artinya ada pengaruh antara variabel *tangible* dengan variabel kepuasan nasabah.

2. Pengaruh variabel *reliability* terhadap kepuasan nasabah
Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh angka t_{hitung} sebesar 2,336 > t_{tabel} sebesar 2,000. Artinya ada pengaruh antara variabel *reliability* dengan variabel kepuasan nasabah.
3. Pengaruh variabel *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah
Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh angka t_{hitung} sebesar -0,734 < t_{tabel} sebesar 2,000. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel *reliability* dengan variabel kepuasan nasabah.
4. Pengaruh variabel *assurance* terhadap kepuasan nasabah
Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh angka t_{hitung} sebesar -0,336 < t_{tabel} sebesar 2,000. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel *assurance* dengan variabel kepuasan nasabah.
5. Pengaruh variabel *emphaty* terhadap kepuasan nasabah
Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh angka t_{hitung} sebesar 0,152 < t_{tabel} sebesar 2,000. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel *emphaty* dengan variabel kepuasan nasabah.

Dapat dicermati pada nilai Sig. Uji t, bahwa nilai lebih besar dari (>) 0,05 hanya didapatkan pada dimensi *tangibles* dan *reliability* saja. Sedangkan dimensi lain mempunyai signifikan lebih kecil dari (<) 0,05.

Berdasarkan pengujian nilai t tersebut dapat disimpulkan bahwa hanya dimensi *tangibles* dan *reliability* yang dapat digunakan untuk memprediksikan perubahan kepuasan nasabah. Sehingga persamaan garis regresinya menjadi:

$$Y = 4,912 + 0,346 X_1 + 0,413 X_2 - 0,141 X_3 - 0,051 X_4 + 0,025 X_5 + 2,012$$

Interpretasi koefisien regresi adalah:

Nilai konstanta sebesar 4,912. Nilai konstanta menunjukkan tanpa ditambahkan dengan dimensi *tangibles* dan *reliability* nilai perubahan kepuasan nasabah sebesar 4,912. Nilai koefisien b_1 sebesar 0,346 dan b_2 0,413. Angka ini menunjukkan bahwa dengan penambahan sebesar satu dimensi *tangibles* dan *reliability* akan dihasilkan penambahan kepuasan sebesar 0,346 dan 0,413.

Interpretasi terhadap koefisien regresi variabel bebas sangat penting, karena untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dimensi kualitas jasa, baik secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan nasabah PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Palembang.

1. Koefisien regresi dimensi *tangible* (X_1) atau sebesar 0,346 mempunyai arti jika terjadi perubahan terhadap dimensi *tangible* sebesar 1 satuan dengan asumsi dimensi yang lain konstan, maka kepuasan nasabah akan mengalami kenaikan sebesar 0,346. Berdasarkan uji t yang dilakukan diperoleh nilai sign. t X_1 sebesar 0,020 sehingga dapat dikatakan bahwa dimensi *tangible* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Palembang (Y).
2. Koefisien regresi dimensi *reliability* (X_2) sebesar 0,413 memberikan arti jika terjadi perubahan terhadap dimensi *reliability* sebesar 1 satuan dengan asumsi dimensi yang lain konstan, maka kepuasan nasabah akan mengalami kenaikan sebesar 0,413. Berdasarkan uji t yang dilakukan diperoleh nilai sign. t X_2 sebesar 0,022 sehingga dapat dikatakan bahwa dimensi *reliability* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Palembang (Y).
3. Koefisien regresi dimensi *responsiveness* (X_3) -0,141 memberikan arti jika terjadi perubahan terhadap dimensi *responsiveness* sebesar 1 satuan dengan

asumsi dimensi yang lain konstan, maka kepuasan nasabah akan mengalami penurunan sebesar -0,141. Tanda negatif memberikan indikasi hubungan yang tidak searah atau berbanding terbalik, jika indikator-indikator dimensi *responsiveness* ditambah maka tingkat kepuasannya menurun dan sebaliknya. Berdasarkan uji t yang dilakukan diperoleh nilai sign. t X_3 sebesar 0,465 sehingga dapat dikatakan bahwa dimensi *responsiveness* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Palembang (Y).

4. Koefisien regresi dimensi *assurance* (X_4) sebesar -0,051 ini menunjukkan bahwa jika ada perubahan terhadap dimensi *assurance* sebesar 1 satuan dengan asumsi dimensi yang lain konstan, maka kepuasan nasabah akan mengalami penurunan sebesar -0,051. Tanda negatif memberikan indikasi hubungan yang tidak searah atau berbanding terbalik, jika indikator-indikator dimensi *assurance* ditambah maka tingkat kepuasannya menurun dan sebaliknya. Berdasarkan uji t yang dilakukan diperoleh nilai sign. t 0,738 sehingga dapat dikatakan bahwa dimensi *assurance* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Palembang (Y).
5. Koefisien regresi dimensi *emphaty* (X_5) sebesar 0,025 ini menunjukkan bahwa jika ada perubahan terhadap dimensi *emphaty* sebesar 1 satuan dengan asumsi dimensi yang lain konstan, maka kepuasan nasabah tidak akan mengalami kenaikan. Berdasarkan hasil uji t yang dilakukan diperoleh nilai sign. t sebesar 0,152 sehingga dapat dikatakan bahwa *emphaty* perhatian tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Palembang (Y).

Uji t dilakukan dengan melihat keeratan hubungan pengaruh masing-masing variabel diatas tidak tergantung dengan variabel tidak bebas/tergantung, yang ditentukan oleh P_{value} (tingkat kemaknaan) dan beta (koefisien regresi). Nilai P_{value} dan beta dapat dilihat sebagai berikut:

Variabel	Beta	
P_{value}		
Tangible (X1)	0,346	0,020
Reliability (X2)	0,413	0,022
Responsiveness (X3)	- 0,141	0,456
Assurance (X4)	- 0,051	0,738
Emphaty (X5)	0,025	0,880

1. *Tangible* (X1)

Pada perhitungan dimensi ini menunjukkan nilai beta positif sebesar 0,346. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan dimensi *tangible* dengan kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan yang diberikan PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Palembang searah. Berarti setiap peningkatan kualitas layanan dimensi ini berpengaruh kuat terhadap kepuasan nasabah.

Apabila melihat dari nilai P_{value} sebesar 0,020 ($P_{value}>0,05$) pada tingkat kepercayaan 95% berarti dimensi ini tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Apabila dibandingkan antara penilaian kepentingan terhadap kualitas layanan karyawan dimensi *tangible* dengan kepuasan nasabah maka penilaian kepentingan adalah sangat penting dengan kepuasan nasabah yang diharapkan. Ini berarti setiap kenaikan kualitas layanan karyawan pada dimensi ini, maka kepuasan nasabah meningkat.

2. *Reliability* (X2)

Perhitungan dimensi ini menunjukkan nilai beta positif sebesar 0,413. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan dimensi *reliability* dengan kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan yang diberikan PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Palembang searah. Berarti setiap peningkatan kualitas layanan dimensi ini berpengaruh kuat terhadap kepuasan nasabah.

Apabila melihat dari nilai P_{value} sebesar 0,022 ($P_{value}>0,05$) pada tingkat kepercayaan 95% berarti dimensi ini tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Apabila dibandingkan antara penilaian kepentingan terhadap kualitas layanan karyawan dimensi *reliability* dengan kepuasan nasabah maka penilaian kepentingan adalah sangat penting dengan kepuasan nasabah yang diharapkan. Ini berarti setiap kenaikan kualitas layanan karyawan pada dimensi ini, maka kepuasan nasabah meningkat.

3. *Responsiveness* (X3)

Perhitungan dimensi ini menunjukkan nilai beta negatif sebesar -0,141. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan dimensi *responsiveness* dengan kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan yang diberikan PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Palembang tidak searah. Berarti setiap peningkatan kualitas layanan dimensi ini tidak berpengaruh kuat terhadap kepuasan nasabah.

Apabila melihat dari nilai P_{value} sebesar 0,456 ($P_{value}>0,05$) pada tingkat kepercayaan 95% berarti dimensi ini berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Apabila dibandingkan antara penilaian kepentingan terhadap kualitas layanan karyawan dimensi *responsiveness* dengan kepuasan nasabah maka penilaian kepentingan adalah sangat penting dengan kepuasan nasabah yang diharapkan. Ini berarti setiap kenaikan kualitas layanan karyawan pada dimensi ini, maka kepuasan nasabah meningkat. Seperti halnya pada dimensi ini bila karyawan selalu siap membantu nasabah, memenuhi permintaan nasabah dengan cepat, sangat respon terhadap keluhan nasabah dan memberikan pelayanan dengan baik kepada nasabah, maka hal ini dapat meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan nasabah PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Palembang.

4. *Assurance* (X4)

Perhitungan dimensi ini menunjukkan nilai beta negatif sebesar -0,051. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan dimensi

assurance dengan kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan yang diberikan PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Palembang tidak searah. Berarti setiap peningkatan kualitas layanan dimensi ini tidak berpengaruh kuat terhadap kepuasan nasabah.

Apabila melihat dari nilai P_{value} sebesar 0,738 ($P_{value} > 0,05$) pada tingkat kepercayaan 95% berarti dimensi ini berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Apabila dibandingkan antara penilaian kepentingan terhadap kualitas layanan karyawan dimensi *assurance* dengan kepuasan nasabah maka penilaian kepentingan adalah sangat penting dengan kepuasan nasabah yang diharapkan. Ini berarti setiap kenaikan kualitas layanan karyawan pada dimensi ini, maka kepuasan nasabah meningkat. Seperti halnya pada dimensi ini bila karyawan bersikap ramah dan sopan, sabar dalam menghadapi keluhan nasabah dan menghormati nasabah, maka hal tersebut dapat meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan nasabah PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Palembang.

5. *Empathy* (X5)

Perhitungan dimensi ini menunjukkan nilai beta positif sebesar 0,025. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan dimensi *emphaty* dengan kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan yang diberikan PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Palembang tidak searah. Berarti setiap peningkatan kualitas layanan dimensi ini tidak berpengaruh kuat terhadap kepuasan nasabah.

Apabila melihat dari nilai P_{value} sebesar 0,880 ($P_{value} > 0,05$) pada tingkat kepercayaan 95% berarti dimensi ini berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Apabila dibandingkan antara penilaian kepentingan terhadap kualitas layanan karyawan dimensi *emphaty* dengan kepuasan nasabah maka penilaian kepentingan adalah sangat penting dengan kepuasan nasabah yang diharapkan. Ini berarti setiap kenaikan kualitas layanan karyawan pada dimensi ini, maka kepuasan nasabah meningkat. Seperti halnya pada dimensi ini pemahaman yang baik dari karyawan

terhadap kebutuhan nasabah, memberikan kemudahan kepada nasabah dan perhatian yang tulus kepada nasabah otomatis nasabah akan merasa bertambah puas terhadap layanan dimensi ini.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan uji simultan (uji F) yang telah penulis analisis sebelumnya, maka didapatkan bahwa korelasi atau hubungan antara variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* yang merupakan variabel independen dengan kepuasan nasabah yang merupakan variabel dependen adalah kuat dan berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dapat dilihat pada uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa P_{value} $0,000 < 0,05$ dan F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($6,441 > 2,35$) yang artinya signifikan.

Pada uji parsial (uji t) didapatkan dimensi kualitas layanan yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yaitu dimensi *tangible* dan *reliability*, hal ini dapat dilihat bahwa pada dimensi *tangible* menunjukkan P_{value} $0,020 < 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,384 > 2,000$) dan pada dimensi *reliability* menunjukkan P_{value} $0,022 < 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,336 > 2,000$). Hal ini menunjukkan bahwa dimensi *tangible* dan *reliability* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Palembang.

Dimensi kualitas layanan yang tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah yaitu dimensi *responsiveness* yang menunjukkan P_{value} $0,465 > 0,05$ dan $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-0,734 < 2,000$), dimensi *assurance* menunjukkan P_{value} $0,738 > 0,05$ dan $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-0,336 < 2,000$), dan dimensi *emphaty* menunjukkan P_{value} $0,880 > 0,05$ dan $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,152 < 2,000$). Hal ini menunjukkan bahwa dimensi *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Palembang.

Dimensi Kualitas Layanan yang Paling Dominan dalam Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tabel sebelumnya dapat ditarik kesimpulan bahwa pengaruh dimensi *reliability* yang paling dominan dibandingkan dengan dimensi *tangible*, *responsiveness*, *assurance* dan *empaty*. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien dimensi *reliability* yang paling besar dibandingkan dengan koefisien regresi dimensi kualitas layanan lainnya, yaitu sebesar 0,413 atau sebesar 41,3%. Ini berarti persepsi nasabah kualitas layanan dimensi *reliability* memberikan pengaruh yang paling besar dibandingkan persepsi nasabah terhadap dimensi kualitas layanan lainnya.

Pengaruh dimensi *reliability* terhadap tingkat kepuasan nasabah menunjukkan bahwa nasabah PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Palembang memberikan perhatian yang lebih besar terhadap dimensi *reliability* dalam mengekspresikan kepuasannya. Hal ini yang menjadi pusat perhatian yang cukup besar pada item kecermatan atau ketelitian dalam penanganan administrasi nasabah, kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan jasa secara baik kepada nasabah, penanganan keamanan yang cukup memadai, serta kesan yang baik dari karyawan saat menangani keluhan nasabah.

Selain dimensi *reliability*, ada dimensi kualitas layanan lainnya yang berpengaruh besar terhadap kepuasan sebagai nasabah yaitu dimensi *tangible* dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,346 atau sebesar 34,6%. Hal ini yang menjadi perhatian yang cukup besar pada item kebersihan fasilitas fisik pada ruang tunggu, tata letak fasilitas fisik, kondisi sumber daya manusia pada penampilan karyawan yang rapi dan kenyamanan pada ruang tunggu.

Jadi penelitian ini membuktikan bahwa dimensi *reliability* dan *tangible* mempunyai pengaruh yang besar terhadap variabel kepuasan nasabah. Sedangkan dimensi yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah adalah dimensi *reliability*, karena mempunyai koefisien regresi yang paling besar dibandingkan dengan dimensi lainnya yaitu sebesar 0,413 atau sebesar 41,3%. Upaya meningkatkan kualitas

layanan pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Palembang harus mengutamakan peningkatan pada dimensi ini karena setiap peningkatan/penurunan pada variabel-variabel kualitas layanan pada dimensi ini akan sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah.

KESIMPULAN

1. Berdasarkan uji simultan (uji F) yang telah penulis analisis sebelumnya, maka didapatkan bahwa korelasi atau hubungan antara variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* yang merupakan variabel independen dengan kepuasan nasabah yang merupakan variabel dependen adalah kuat dan berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dapat dilihat pada uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa $P_{\text{value}} 0,000 < 0,05$ dan $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}} (6,441 > 2,35)$ yang artinya signifikan.

Pada uji parsial (uji t) didapatkan dimensi kualitas layanan yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yaitu dimensi *tangible* dan *reliability*, hal ini dapat dilihat bahwa pada dimensi *tangible* menunjukkan $P_{\text{value}} 0,020 < 0,05$ dan $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}} (2,384 > 2,000)$ dan pada dimensi *reliability* menunjukkan $P_{\text{value}} 0,022 < 0,05$ dan $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}} (2,336 > 2,000)$. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi *tangible* dan *reliability* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Palembang.

Dimensi kualitas layanan yang tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah yaitu dimensi *responsiveness* yang menunjukkan $P_{\text{value}} 0,465 > 0,05$ dan $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}} (-0,734 < 2,000)$, dimensi *assurance* menunjukkan $P_{\text{value}} 0,738 > 0,05$ dan $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}} (-0,336 < 2,000)$, dan dimensi *empaty* menunjukkan $P_{\text{value}} 0,880 > 0,05$ dan $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}} (0,152 < 2,000)$. Hal ini menunjukkan bahwa

dimensi *responsiveness*, *assurance* dan *empaty* tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Palembang.

2. Pengaruh dimensi *reliability* yang paling dominan dibandingkan dengan dimensi *tangible*, *responsiveness*, *assurance* dan *empaty*. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien dimensi *reliability* yang paling besar dibandingkan dengan koefisien regresi dimensi kualitas layanan lainnya, yaitu sebesar 0,413 atau sebesar 41,3%. Ini berarti persepsi nasabah kualitas layanan dimensi *reliability* memberikan pengaruh yang paling besar dibandingkan persepsi nasabah terhadap dimensi kualitas layanan lainnya. Pengaruh dimensi *reliability* terhadap tingkat kepuasan nasabah menunjukkan bahwa nasabah PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Palembang memberikan perhatian yang lebih besar terhadap dimensi *reliability* dalam mengekspresikan kepuasannya. Hal ini yang menjadi pusat perhatian yang cukup besar pada item kecermatan atau ketelitian dalam penanganan administrasi nasabah, kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan jasa secara baik kepada nasabah, penanganan keamanan yang cukup memadai, serta kesan yang baik dari karyawan saat menangani keluhan nasabah. Selain dimensi *reliability*, ada dimensi kualitas layanan lainnya yang berpengaruh besar terhadap kepuasan sebagai nasabah yaitu dimensi *tangible* dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,346 atau sebesar 34,6%. Hal ini yang menjadi perhatian yang cukup besar pada item kebersihan fasilitas fisik pada ruang tunggu, tata letak fasilitas fisik, kondisi sumber daya manusia pada penampilan karyawan yang rapi dan kenyamanan pada ruang tunggu. Jadi penelitian ini membuktikan bahwa dimensi *reliability* dan *tangible*

mempunyai pengaruh yang besar terhadap variabel kepuasan nasabah. Sedangkan dimensi yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah adalah dimensi *reliability*, karena mempunyai koefisien regresi yang paling besar dibandingkan dengan dimensi lainnya yaitu sebesar 0,413 atau sebesar 41,3%. Upaya meningkatkan kualitas layanan pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Palembang harus mengutamakan peningkatan pada dimensi ini karena setiap peningkatan/penurunan pada variabel-variabel kualitas layanan pada dimensi ini akan sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran*. 2007. PT Raja Grafindo Persada : Jakarta.
- Handoko, T. Hani. *Manajemen*. 2003. BPF: Yogyakarta.
- Irawan, Handi. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. 2007. PT Elex Media Computindo: Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. 2007. PT Indeks.
- Santoso, Singgih. *SPSS Mengolah Data Statistik Secara Profesional Versi 7,5*. PT Elex Media Computindo: Jakarta.
- Sugiono. *Metode Penelitian Bisnis*. 1999. CV Alfabeta: Bandung.
- Supranto, J. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. 2006. Rineka Cipta: Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Manajemen Jasa*. Andi : Yogyakarta.
- Yamit, Zulian. 2001. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Ekonisia : Yogyakarta

