

# KUALITAS PELAYANAN TERHADAP NASABAH BANKALTIM KCP BONGAN KUTAI BARAT

## ABSTRAKSI

Muhammad Abdi Wanhar, H. Eddy Soegiarto, Titin Ruliana

FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SAMARINDA

Penelitian ini dirancang untuk menguji tingkat pelayanan terhadap kepuasan nasabah dan untuk mengetahui apakah kualitas pelayan berupa wujud fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan kepedulian (*emphaty*) berpengaruh pada kepuasan nasabah. Permasalahan dari penelitian ini adalah apakah variabel pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bankaltim KCP Bongan di Kutai Barat dan dari kelima variabel yang diteliti manakah yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bankaltim KCP Bongan. Sampel yang diambil sebanyak 50 orang. Persamaan regresinya adalah  $Y = - 0,883 + 0,407 X_1 + 0,305 X_2 + 0,082 X_3 - 0,061 X_4 + 0,0723 X_5$ . Nilai koefisien kolerasi (R) sebesar 0,884 artinya terdapat keeratan hubungan antara yang kuat antara variabel pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan nasabah pada Bankaltim KCP Bongan di Kutai Barat. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,781 atau 78,1% artinya variabel kepuasan nasabah (Y) dapat dijelaskan oleh variabel pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati sebesar 78,1% sedangkan sisanya 21,9% adalah variabel lainnya. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung} = 31,315$  sedangkan nilai  $F_{tabel}$  adalah 2,42 sehingga nilai  $F_{hitung} >$  dari nilai  $F_{tabel}$  dengan demikian  $H_0$  ditolak; artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat, sehingga dari hasil pengujian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa minimal terdapat satu variabel bebas (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*) yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dari pengujian secara parsial tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel empati ( $X_5$ ) memberikan pengaruh signifikan hal ini dibuktikan oleh nilai signifikansi  $0,000 \leq 0,05$  serta nilai *ustandardized coefficient beta* terbesar yaitu 0,723.

**Kata Kunci : Pelayanan, Kepuasan**

## PENDAHULUAN

Kepuasan pelanggan di tentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan dalam perusahaan jasa merupakan hal yang sangat penting dari sudut pandang konsumen. Konsumen tidak hanya menilai dari hasil jasa, tetapi juga dari proses jasa tersebut.

Sebagai mana yang telah lama diketahui

untuk menjadi bank yang dapat bersaing dengan bank-bank lain maka Bankaltim KCP Bongan dituntut untuk dapat memberikan pelayanan terbaiknya baik dari produk dan jasa yang di tawarkan maupun fasilitas-fasilitas pendukung lainnya seperti kemudahan, kenyamanan dan keamanan yang tentunya akan berpengaruh pada kepuasan yang diperoleh nasabah. Agar masyarakat mau menyimpan uangnya di bank, maka pihak Bankaltim KCP Bongan memberikan rangsangan berupa balas

jasa yang akan diberikan kepada para nasabah. Rangsangan tersebut berupa kemudahan pembukaan rekening tabungan, bunga yang tinggi, hadiah-hadiah/souvenir, gratis biaya transfer antar rekening, jaminan keamanannya yang disimpan nasabah, fasilitas ATM, nasabah dapat mengambil dan menyetor dana setiap harinya tanpa dibatasi.

Rumusan masalah (1) apakah variabel *tangibles* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bankaltim KCP Bongan, (2) apakah variabel *reliability* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bankaltim KCP Bongan, (3) apakah variabel *assurance* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bankaltim KCP Bongan, (4) apakah variabel *emphaty* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bankaltim KCP Bongan. Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk menganalisis pengaruh variabel *tangibles* terhadap kepuasan nasabah Bankaltim KCP Bongan, (2) untuk menganalisis pengaruh variabel *reliability* terhadap kepuasan nasabah Bankaltim KCP Bongan, (3) untuk menganalisis pengaruh variabel *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah Bankaltim KCP Bongan, (4) untuk menganalisis pengaruh variabel *assurance* terhadap kepuasan nasabah Bankaltim KCP Bongan.

## **DASAR TEORI**

### **Kualitas Pelayanan**

Definisi kualitas sangat beraneka ragam dan mengandung banyak makna. Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Kualitas menurut Kotler (2009) adalah seluruh ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Ini merupakan definisi kualitas yang berpusat pada konsumen, seorang produsen dapat memberikan kualitas bila produk atau pelayanan yang diberikan dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Berdasarkan beberapa pengertian kualitas dapat diartikan bahwa kualitas hidup kerja harus merupakan suatu pola pikir yang dapat menterjemahkan tuntutan dan kebutuhan pasar

konsumen dalam suatu proses manajemen dan produksi barang atau jasa terus menerus tanpa hentinya sehingga memenuhi persepsi kualitas pasar konsumen tersebut.

### **Konsep Dan jasa**

Jasa merupakan istilah yang sangat umum dan tidaklah mudah untuk mendefinisikan secara tegas apa itu jasa, karena begitu banyaknya definisi-definisi jasa yang beredar di masyarakat. Jasa merupakan suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur yang tidak berwujud (*intangibility*) yang berhubungan dengannya, yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau dengan property dalam kepemilikannya dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan.

Menurut Kotler (2009), jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Jasa pada dasarnya tidak merupakan aktivitas-aktivitas yang tidak nyata yang memberikan keinginan, kepuasan yang tidak perlu melekat pada penjualan daripada produk atau jasa lainnya.

### **Kepuasan Pelanggan**

Definisi kepuasan menurut Kotler (2009) bahwa kepuasan adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Pelanggan dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yang umum. Kalau kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Kalau kinerja sesuai harapan maka pelanggan akan merasa puas. Kalau kinerja melebihi harapan, maka pelanggan akan sangat puas, senang atau gembira.

Konsumen ingin membeli suatu produk dengan harapan akan memberikan manfaat pada saat digunakan yang dibagi atas tiga kategori yaitu kinerja atau manfaat produk yang telah dibeli dan dipakainya, diperbandingkan dengan harapan dan hasil penilaiannya, yang dibagi atas tiga kategori

( Tse and Wilton, 1998; Spreng et al, 1996 dalam jurnal Yen 2008 : 128 ) yaitu (1) diskonfirmasi positif adalah dimana kinerja melebihi harapan yang menghasilkan respon kepuasan yang tinggi dan akan kembali untuk membeli lagi. (2) diskonfirmasi sederhana adalah dimana kinerja sesuai dengan harapan yang menyiratkan suatu respon netral dan mempengaruhi keinginan untuk membeli lagi, (3) diskonfirmasi negatif adalah dimana kinerja lebih rendah dari harapan sehingga tidak ada keinginan kembali untuk membeli lagi.

Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja tidak memenuhi harapan maka pelanggan akan merasa kecewa, bila kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas dan bila kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas.

### **Pengukuran Kepuasan Pelanggan**

Ada empat metode yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen atau pelanggan yaitu (Kotler, 2009), (1)Sistem keluhan dan saran untuk mengidentifikasi masalah maka perusahaan harus mengumpulkan informasi langsung dari konsumen dengan cara menyediakan kotak saran. Informasi yang terkumpul untuk memberikan masukan bagi perusahaan.(2) survei kepuasan konsumen Survei kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan cara survei melalui pos surat, telepon maupun wawancara pribadi. Dengan metode ini perusahaan dapat menciptakan komunikasi dua arah dan menunjukkan perhatiannya kepada konsumen.(3) *Ghost shopping* metode ini digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan pesaing dan membandingkannya dengan perusahaan yang bersangkutan.(4) analisis kehilangan konsumen tingkat kehilangan konsumen menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan konsumennya.Perusahaan seharusnya menganalisa dan memahami mengapa konsumen tersebut berhenti mengkonsumsi produk perusahaan tersebut.

Kualitas jasa (*service quality*) dapat

diketahui melalui interaksi penyedia dan penggunaan jasa selama dan sesudah transaksi berlangsung. Mengukur dan mengidentifikasi kualitas jasa lebih sulit dibandingkan kualitas suatu barang karena sifat dari jasa yang tidak terwujud (*intangible*).

### **Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan penemuan dari beberapa ahli antara lain Tse dan Wilton (1988) dalam Tjiptono (2000), diperoleh rumusan sebagai berikut : Kepuasan Pelanggan = f (*expectations, perceived performance*).

Dari persamaan di atas, dapat diketahui bahwa ada dua variabel utama yang menentukan kepuasan pelanggan, yaitu *expectations* dan *perceived performance*. Apabila *perceived performance* melebihi *expectations*, maka pelanggan akan merasa puas, tetapi apabila sebaliknya maka pelanggan akan merasa tidak puas. Tse dan Wilton juga menemukan bahwa ada pengaruh langsung dari *perceived performance* terhadap kepuasan pelanggan. Pengaruh *perceived performance* tersebut lebih kuat daripada *expectations* didalam penentuan kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan Dabholkar et. Al (2000) dalam Tjiptono (2005) menyatakan bahwa kualitas jasa mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Cronin dan Taylor (1965) menemukan adanya hubungan yang kuat dan positif antara kualitas layanan dan kepuasan.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Jangkauan Penelitian**

Dalam penelitian ini, obyek yang diteliti adalah kepuasan nasabah Bankaltim KCP Bongan atas pelayanan yang diberikan periode tahun 2011-2014.

### **Alat Analisis**

#### **(1) Metode Analisis Regresi Linier Berganda**

Metode analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda , analisis regresi linier berganda ini dipilih karena variabel terikat dipengaruhi oleh

lebih dari satu variabel bebas atau variabel penjelas. Metode analisis dibutuhkan untuk memecahkan perumusan masalah yang telah ditentukan sebelumnya. Metode analisis akan berisikan alat yang akan digunakan untuk membuktikan hipotesis apakah dapat diterima atau ditolak nantinya berdasarkan kesesuaian dengan hasil yang diperoleh. Regresi linier berganda menggunakan model persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + \varepsilon$$

Keterangan :

$Y_1$	= Kepuasan Nasabah
$a$	= Konstanta
$b_1, b_2, b_3, b_4, b_5$	= Koefisien Regresi
$X_1$	= <i>Tangibles</i>
$X_2$	= <i>Reliability</i>
$X_3$	= <i>Responsiveness</i>
$X_4$	= <i>Assurance</i>
$X_5$	= <i>Empathy</i>
$\varepsilon$	= error term

Variabel penelitian kualitas pelayanan dalam Kotler (2005) sebagai berikut :

1. Kepuasan Nasabah ( $Y_1$ )  
Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.
2. Kualitas Pelayanan Berupa Wujud Fisik (*Tangibles*) ( $X_1$ ).  
Merupakan bukti langsung yang terdiri dari fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, serta sarana komunikasi.
3. Kualitas Pelayanan Berupa Keandalan (*Reliability*) ( $X_2$ ).  
Merupakan kemampuan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan memuaskan.
4. Kualitas Pelayanan Berupa Daya Tanggap (*Responsiveness*) ( $X_3$ ).  
Merupakan keinginan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

5. Kualitas Pelayanan Berupa Jaminan (*Assurance*) ( $X_4$ ).  
Jaminan ini mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf.
6. Kualitas Pelayanan Berupa Kepedulian (*Empathy*) ( $X_5$ ).  
Merupakan perhatian yang tulus yang diberikan kepada nasabah. Mencakup semua kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan pada konsumen.

## HASIL PENELITIAN

### Gambaran Umum Perusahaan

Bank Pembangunan Daerah Kalimantan Timur Kantor Cabang Pembantu Bongan yang selanjutnya disebut Bankaltim KCP Bongan yang beralamat di Jalan Poros Trans Kaltim Kampung Jambuk Makmur Kecamatan Bongan memulai operasional pada tanggal 26 Juli 2011 sampai sekarang yang merupakan Kantor Cabang Pembantu di bawah Kantor Cabang Melak yang membantu meningkatkan kualitas pelayanan dan perekonomian masyarakat di Kecamatan Bongan.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### Analisis

Berdasarkan data kuesioner penelitian akan dilakukan analisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Bankaltim KCP Bongan dengan Analisis Regresi Linier Berganda yang diujicobakan kepada 50 orang nasabah untuk melihat apakah kuesioner sudah cukup valid dan reliabel untuk menguji kepuasan nasabah (data pada Lampiran 4, Lampiran 5 dan Lampiran 8) ada 5 variabel yang diamati yaitu, kepuasan nasabah ( $Y$ ), tangibles ( $X_1$ ), reliability ( $X_2$ ), Responsiveness ( $X_3$ ), Assurance( $X_4$ ) dan Emphaty( $X_5$ ).

### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner

- Uji validitas dan reliabilitas kuesioner *servqual*

Tabel 5.1 Uji Validitas Kuesioner

Butir Pertanyaan	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Keterangan
Butir 1	0,764	0,284	Valid
Butir 2	0,662	0,284	Valid
Butir 3	0,655	0,284	Valid
Butir 4	0,768	0,284	Valid
Butir 5	0,747	0,284	Valid
Butir 6	0,730	0,284	Valid
Butir 7	0,566	0,284	Valid
Butir 8	0,724	0,284	Valid
Butir 9	0,660	0,284	Valid
Butir 10	0,710	0,284	Valid
Butir 11	0,723	0,284	Valid
Butir 12	0,714	0,284	Valid
Butir 13	0,758	0,284	Valid
Butir 14	0,891	0,284	Valid
Butir 15	0,806	0,284	Valid

Sumber: Lampiran 6 (diolah)

Selanjutnya dilakukan uji validitas untuk mengetahui valid atau tidak valid butir-butir pertanyaan pada Tabel 5.1

Hipotesis

$H_0$ : Butir pertanyaan tidak valid

$H_1$ : Butir pertanyaan valid

Taraf signifikansi ( $\alpha$ ) yang digunakan sebesar 5% (0,05) dan kriteria pengujianya yakni jika  $r_{alpha} \geq r_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak untuk ( $\alpha, db(N-2)$ ) = (0,05, (50-2)). Dari tabel r (Lampiran 3) dengan  $db=48$ , diperoleh nilai  $r_{tabel}$  adalah 0,284 sehingga keputusan yang dapat diambil berdasarkan hasil pada Tabel 5.1 tersebut adalah menolak  $H_0$  karena semua butir pertanyaan memiliki nilai  $r_{alpha} \geq r_{tabel}$ , sehingga dari hasil pengujian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa 15 butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Tabel 5.2 Uji Reliabilitas Kuesioner

Nilai Alpha	N Kasus	N Butir
0,848	50	15

Sumber: Lampiran 6

Kemudian dilakukan uji reliabilitas untuk mengetahui reliabel atau tidak reliabel butir-butir pertanyaan pada tabel 5.2

Hipotesis

$H_0$ : Butir pertanyaan tidak reliabel

$H_1$ : Butir pertanyaan reliabel

Taraf signifikansi ( $\alpha$ ) yang digunakan sebesar 5% (0,05) dan kriteria pengujianya yakni jika  $r_{alpha} \geq r_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak untuk ( $\alpha, db(N-2)$ ) = (0,05, (50-2)). Dari tabel r (Lampiran 3) dengan  $db=48$ , diperoleh nilai  $r_{tabel}$  adalah 0,284 sehingga keputusan yang dapat diambil berdasarkan hasil pada Tabel 5.2 tersebut adalah menolak  $H_0$  karena semua butir pertanyaan memiliki nilai  $r_{alpha} \geq r_{tabel}$ , yaitu  $r_{alpha} = 0,848 \geq r_{tabel} = 0,284$  sehingga dari hasil pengujian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa butir pertanyaan reliabel.

### 1.1. Karakteristik Nasabah

- Jenis Kelamin**

jns\_kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid laki-laki	35	70,0	70,0	70,0
perempuan	15	30,0	30,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

(Lampiran 2), jenis kelamin nasabah Bankaltim KCP Bongan mayoritas adalah laki-laki berjumlah 35 orang dan sisanya adalah perempuan.

- Usia**

usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <20 tahun	4	8,0	8,0	8,0
20-25 tahun	8	16,0	16,0	24,0
26-30 tahun	12	24,0	24,0	48,0
> 30 tahun	26	52,0	52,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Usia nasabah Bankaltim KCP Bongan beragam. Berdasarkan data kuesioner

(Lampiran 2), terlihat bahwa usia nasabah sebagian besar memiliki usia di atas 30 tahun, yaitu sebanyak 26 orang nasabah.

- **Pendidikan**

pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SD	4	8,0	8,0	8,0
SMA/SMK	35	70,0	70,0	78,0
PERGURUAN TINGGI	11	22,0	22,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

berpendidikan SMA/SMK yaitu sebanyak 25 orang nasabah.

- **Penghasilan perbulan**

pnghasil\_bln

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp 1.000.000	7	14,0	14,0	14,0
Rp 1.000.000 s/d Rp 5.000.000	38	76,0	76,0	90,0
Rp 5.000.000 s/d 10.000.000	3	6,0	6,0	96,0
> Rp 10.000.000	2	4,0	4,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Berdasarkan data kuesioner (Lampiran 2), diperoleh bahwa nasabah mayoritas Bankaltim KCP Bongan berpenghasilan diantara Rp 1.000.000,- sampai dengan Rp 5.000.000,- sebanyak 38 orang nasabah dan ada 2 nasabah yang berpenghasilan lebih dari Rp 10.000.000,-

- **Pekerjaan**

pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid PNS	12	24,0	24,0	24,0
Peg Swasta	22	44,0	44,0	68,0
Wiraswasta	15	30,0	30,0	98,0
Pelajar/Mahasiswa	1	2,0	2,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Berdasarkan data kuesioner (Lampiran 2), nasabah sebagian besar merupakan pegawai swasta yaitu sebanyak 22 orang nasabah disusul oleh nasabah dengan pekerjaan wiraswasta sebanyak 15 orang, PNS sebanyak 12 orang nasabah dan pelajar/mahasiswa hanya 1 nasabah.

**(1) Analisis Regresi Linier Berganda**

Hubungan sebuah variabel terikat dengan lebih dari satu variabel bebas disebut analisis regresi linier berganda, dalam hal ini yang akan di analisis yaitu ada tidaknya pengaruh kelima dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Bankaltim KCP Bongan dengan menggunakan bantuan *Software SPSS 21 for windows*.

**A. Model Regresi Linier Berganda**

Pada penelitian ini, variabel *tangibles* sebagai variabel bebas ( $X_1$ ), *reliability* sebagai variabel bebas ( $X_2$ ), *responsiveness* sebagai variabel bebas ( $X_3$ ), *assurance* sebagai variabel bebas ( $X_4$ ), *emphaty* sebagai variabel bebas ( $X_5$ ) akan dianalisis untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap kepuasan nasabah (Y) Bankaltim KCP Bongan. Pembentukan model regresi linier berganda dilakukan dengan mengikutsertakan variabel terikat dan semua variabel bebas untuk menduga parameter dari masing-masing variabel dengan menggunakan bantuan *Software SPSS 21*, sehingga diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 5.3 *Coefficients*<sup>a</sup>Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.883	,764		-1,156	,254
	tangibles	,407	,114	,290	3,568	,001
	reliability	,305	,128	,231	2,374	,022
	responsiveness	,082	,140	,057	,586	,561
	assurance	-.061	,168	-.039	-.363	,718
	emphaty	,723	,141	,549	5,131	,000

a. Dependent Variable: kepuasan\_nasabah

Berdasarkan Tabel 5.3, maka model dari persamaan regresi linier bergandanya adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k + \varepsilon$$

$$Y = -0,883 + 0,407X_1 + 0,305X_2 + 0,082X_3 - 0,061X_4 + 0,723X_5$$

Keterangan:

$\hat{Y}$  = prediksi tingkat kepuasan nasabah

$\beta_0, \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$  = koefisien regresi

$X_1$  = tangibles

$X_2$  = reliability

$X_3$  = responsiveness

$X_4$  = assurance

$X_5$  = emphaty

Berdasarkan model dari persamaan regresi di atas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 0,883, artinya tanpa adanya tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan emphaty, maka tingkat kepuasan nasabah sebesar 0,883.
2. Koefisien regresi variabel tangibles sebesar 0,407, artinya hubungan antara variabel tangibles dengan kepuasan nasabah adalah positif atau dengan adanya variabel tangibles maka akan meningkatkan tingkat kepuasan nasabah sebesar 0,407.
3. Koefisien regresi variabel reliability sebesar 0,305, artinya hubungan antara variabel reliability dengan kepuasan nasabah

adalah positif atau dengan adanya variabel reliability maka akan meningkatkan tingkat kepuasan nasabah sebesar 0,305.

4. Koefisien regresi variabel responsiveness sebesar 0,082, artinya hubungan antara variabel responsiveness dengan kepuasan nasabah adalah positif atau dengan adanya variabel responsiveness maka akan meningkatkan tingkat kepuasan nasabah sebesar 0,082.

5. Koefisien regresi variabel assurance sebesar -0,061, artinya hubungan antara variabel assurance dengan kepuasan nasabah adalah negatif atau dengan adanya variabel assurance maka akan menurunkan tingkat kepuasan nasabah sebesar 0,061.

6. Koefisien regresi variabel emphaty sebesar 0,723, artinya hubungan antara variabel emphaty dengan kepuasan nasabah adalah positif atau dengan adanya variabel emphaty maka akan meningkatkan tingkat kepuasan nasabah sebesar 0,723.

## 2. Uji Asumsi Klasik Regresi Linier Berganda

Pengujian model persamaan regresi dengan menguji terdapatnya pelanggaran asumsi klasik untuk persamaan regresi yang digunakan, yaitu melalui uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan koefisien determinasi.

### a. Uji Normalitas

Jika  $\varepsilon_i$  (residual) diharapkan menyebar secara normal dengan rata-rata nol dan variansi yang homogeny. Pengujian kenormalan dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov, dimana hipotesisnya sebagai berikut:

$H_0$  : residual data berdistribusi normal

$H_1$  : residual data tidak berdistribusi normal

Taraf signifikansi ( $\alpha$ ) yang digunakan sebesar 5% (0,05) dan kriteria pengujiannya yakni jika  $Sig \leq \alpha$ , maka  $H_0$  ditolak, sehingga keputusan yang dapat diambil dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov pada SPSS 21 for windows, dengan hasil perhitungan sebagai berikut:

Tabel 5.4 Uji Kolmogorov Smirnov

Kolmogorov Smirnov	Residual
Sig.	0,877

Sumber: Lampiran 10

Berdasarkan pada Tabel 5.4, diperoleh Sig (0,877) >  $\alpha$  (0,05), maka diputuskan bahwa  $H_0$  diterima, sehingga dari hasil pengujian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa residual data dari model persamaan regresi linier berganda yang digunakan berdistribusi normal.

**b. Uji Non Multikolinieritas**

Salah satu cara untuk mendeteksi keberadaan multikolinieritas adalah dengan melihat besarnya nilai VIF.

Tabel 5.5 Coefficients

Coefficients<sup>a</sup>

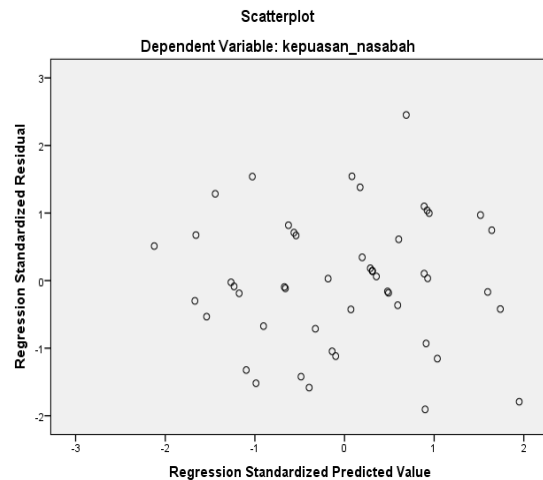
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.883	,784		-1,156	,254		
	tangibles	,407	,114	,290	3,568	,001	,753	1,328
	reliability	,305	,128	,231	2,374	,022	,527	1,898
	responsiveness	,082	,140	,057	,586	,561	,534	1,871
	assurance	-.061	,168	-.039	-.363	,718	,435	2,301
	emphaty	,723	,141	,549	5,131	,000	,435	2,300

a. Dependent Variable: kepuasan\_nasabah

Berdasarkan pada Tabel 5.5 diperoleh nilai VIF untuk masing-masing variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ,  $X_4$ , dan  $X_5$ ) kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas.

**c. Uji Non Heteroskedastisitas**

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas, salah satunya dapat dilakukan dengan metode grafik dengan menganalisis penyebaran titik-titik yang terdapat pada scatterplot yang dihasilkan program SPSS dengan memplotkan ZPRED (nilai prediksi) dan SRESID (nilai residualnya).



Berdasarkan pada grafik di atas diperoleh bahwa plot titik-titik data yang terjadi secara acak tidak membentuk suatu pola yang khusus dan berada di bawah dan atas dari nilai 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Setelah dilakukan pengujian asumsi klasik regresi pada model persamaan regresi linier berganda tersebut, maka selanjutnya dilakukan pengujian signifikansi parameter model regresi secara simultan dan pengujian signifikansi parameter model regresi secara parsial.

**d. Korelasi dan Koefisien Determinasi dalam Regresi Linier Berganda**

Korelasi regresi linier berganda ini merupakan pengukuran mengenai hubungan/korelasi yang terjadi antara variabel terikat (Y) dengan kelima variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ,  $X_4$ , dan  $X_5$ ). Dari hasil output dengan menggunakan software SPSS 21 diperoleh:

Tabel 5.6 Model Summary<sup>b</sup>

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,884 <sup>a</sup>	,781	,756	1,00479

a. Predictors: (Constant), emphaty, tangibles, reliability, responsiveness, assurance

Berdasarkan Tabel 5.6 di atas maka diperoleh:  
1. Nilai koefisien korelasi (R) = 0,884.  
Karena  $0,70 \leq 0,884 < 0,90$  maka korelasi atau



hubungan antara variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* terhadap tingkat kepuasan nasabah adalah kuat/tinggi.

2. Koefisien Determinasi Regresi Linier Berganda = 0,781.

Hal ini menunjukkan bahwa hasil pengujian model fit yang dilihat berdasarkan nilai  $R^2$  adalah sebesar 78,1% yang berarti bahwa seluruh variabel bebas (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*) dapat menjelaskan variabel terikat (kepuasan nasabah) Bankaltim KCP Bongan sebesar 78,1%, sedangkan sisanya 21,9% disebabkan adanya pengaruh dari variabel bebas lainnya yang tidak dimasukkan dalam model persamaan regresi.

### 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Hubungan sebuah variabel terikat dengan lebih dari satu variabel bebas disebut analisis regresi linier berganda, dalam hal ini yang akan di analisis yaitu ada tidaknya pengaruh kelima dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Bankaltim KCP Bongan dengan menggunakan bantuan *Software SPSS 21 for windows*.

#### a. Model Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini, variabel *tangibles* sebagai variabel bebas ( $X_1$ ), *reliability* sebagai variabel bebas ( $X_2$ ), *responsiveness* sebagai variabel bebas ( $X_3$ ), *assurance* sebagai variabel bebas ( $X_4$ ), *emphaty* sebagai variabel bebas ( $X_5$ ) akan dianalisis untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap kepuasan nasabah (Y) Bankaltim KCP Bongan. Pembentukan model regresi linier berganda dilakukan dengan mengikutsertakan variabel terikat dan semua variabel bebas untuk menduga parameter dari masing-masing variabel dengan menggunakan bantuan *Software SPSS 21*, sehingga diperoleh hasil sebagai berikut:

Berdasarkan Tabel 5.7, maka model dari persamaan regresi linier bergandanya adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k + \varepsilon$$

$$Y = -0,883 + 0,407X_1 + 0,305X_2 + 0,082X_3 - 0,061X_4 + 0,723X_5.$$

Keterangan:

$\hat{Y}$  = prediksi tingkat kepuasan nasabah

$\beta_0, \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$  = koefisien regresi

$X_1$  = *tangibles*

$X_2$  = *reliability*

$X_3$  = *responsiveness*

$X_4$  = *assurance*

$X_5$  = *emphaty*

Berdasarkan model dari persamaan regresi di atas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar -0,883, yaitu bila semua variabel nilainya nol, maka nilai kepuasan akan berkurang sebesar -0,883.
2. Koefisien regresi variabel *tangibles* sebesar 0,407, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan dengan adanya perubahan atau penambahan terhadap variabel *tangibles* satu tingkat, maka akan meningkatkan tingkat kepuasan nasabah sebesar 0,407 dengan menganggap variabel konstan.
3. Koefisien regresi variabel *reliability* sebesar 0,305, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan dengan adanya perubahan atau

Tabel 5.7 *Coefficients<sup>a</sup>*

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

penambahan terhadap variabel *reliability* satu tingkat, maka akan meningkatkan tingkat kepuasan nasabah sebesar 0,305 dengan menganggap variabel lain konstan.

4. Koefisien regresi variabel *responsiveness* sebesar 0,082, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan dengan adanya perubahan atau penambahan terhadap variabel *responsiveness* satu tingkat, maka akan meningkatkan tingkat kepuasan nasabah sebesar 0,082 dengan menganggap variabel lain konstan.
5. Koefisien regresi variabel *assurance* sebesar -0,061, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan dengan adanya perubahan atau pengurangan terhadap variabel *assurance* satu tingkat, maka akan menurunkan tingkat kepuasan nasabah sebesar -0,061 dengan menganggap variabel lain konstan.

#### 4. Pengujian Hipotesis

##### a. Uji Simultan (Uji F)

Pengujian signifikansi parameter model regresi secara simultan merupakan pengujian hipotesis koefisien regresi linier berganda dengan cara menguji secara bersama-sama antara variabel bebas (X) yang mempengaruhi variabel terikat (Y). Pengujian ini dengan menggunakan uji F dengan menggunakan tabel ANOVA.

Dengan menggunakan *SPSS 21*, diperoleh hasil:

Dilakukan uji *F* dengan hipotesis sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = \beta_5 = 0$  (Tidak ada pengaruh secara signifikan antara *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* secara simultan terhadap kepuasan nasabah).

$H_1 : \text{minimal terdapat satu } \beta_i \neq 0, i = 1, 2, \dots, 5$  (minimal terdapat satu variabel bebas (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*) yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah).

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung} = 31,315$  sedangkan nilai  $F_{tabel}$  adalah 2,42 sehingga nilai  $F_{hitung} >$  dari nilai  $F_{tabel}$  dengan demikian  $H_0$  ditolak; artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat, sehingga dari hasil pengujian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa minimal terdapat satu variabel bebas (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*) yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

##### b. Uji Parsial (Uji t)

Untuk mengetahui pengaruh antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial ini menggunakan uji t. hasil pengujian secara parsial ini akan menunjukkan apakah suatu variabel bebas

Tabel 5.8 *Model Summary* dan Uji F

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
-------	----------------	----	-------------	---	------

berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat atau tidak

Dengan menggunakan *SPSS 21 for windows*, diperoleh hasil:

Tabel 5.9 Uji t

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,883	,764		-1,156	,254
	tangibles	,407	,114	,290	3,568	,001
	reliability	,305	,128	,231	2,374	,022
	responsiveness	,082	,140	,057	,586	,561
	assurance	-,061	,168	-,039	-,363	,718
	emphaty	,723	,141	,549	5,131	,000

a. Dependent Variable: kepuasan\_nasabah

Pada tabel koefisien regresi diatas diperoleh hasil pengujian parsial sebagai berikut:

- Koefisien regresi variabel *tangibles* sebesar 0,407 dan  $t_{hitung} (X_1) = 3,568$  sedangkan nilai  $t_{tabel} = 1,676$ . Sehingga nilai  $t_{hitung} >$  dari  $t_{tabel}$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *tangibles* terhadap kepuasan nasabah.
- Koefisien regresi variabel *reliability* sebesar 0,305 dan  $t_{hitung} (X_2) = 2,374$  sedangkan nilai  $t_{tabel} = 1,676$ . Sehingga nilai  $t_{hitung} >$  dari  $t_{tabel}$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *reability* terhadap kepuasan nasabah.
- Koefisien regresi variabel *responsiveness* sebesar 0,082 dan  $t_{hitung} (X_3) = 0,586$  sedangkan nilai  $t_{tabel} = 1,676$ . Sehingga nilai  $t_{hitung} <$  dari  $t_{tabel}$ . Dengan demikian  $H_0$  diterima, artinya terdapat pengaruh positif dan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah.

- Koefisien regresi variabel *assurance* sebesar -0,061 dan  $t_{hitung} (X_4) = -0,363$  sedangkan nilai  $t_{tabel} = 1,676$ . Sehingga nilai  $t_{hitung} <$  dari  $t_{tabel}$ . Dengan demikian  $H_0$  diterima, artinya terdapat pengaruh negatif dan tidak terdapat pengaruh signifikan antara *assurance* terhadap kepuasan nasabah.
- Koefisien regresi variabel *emphaty* sebesar 0,723 dan  $t_{hitung} (X_5) = 5,131$  sedangkan nilai  $t_{tabel} = 1,676$ . Sehingga nilai  $t_{hitung} >$  dari  $t_{tabel}$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan *emphaty* terhadap kepuasan nasabah.

## PEMBAHASAN

Kepuasan nasabah Bankaltim KCP Bongan merupakan suatu hal yang sangat penting di tengah persaingan yang kompetitif. Oleh karena itu Bankaltim KCP Bongan membutuhkan kualitas pelayanan yang tinggi untuk dapat memuaskan nasabahnya. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa penggunaan variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* memberikan pengaruh terhadap perubahan tingkat kepuasan nasabah sebesar 78,1%, sementara variabel lain diluar dari kedua variabel tersebut memberikan pengaruh sebesar 21,9%. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang kuat.

Dilihat dari hasil pengolahan data diatas diketahui bahwa secara bersama-sama, variabel independen memberi pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen ( $F_{hitung} > F_{tabel}$ ).

Namun dalam uji parsial (uji t), ada beberapa variabel yang tidak member pengaruh signifikan jika dilihat pada masing – masing variabel. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel independen merupakan

variabel yang menjadi satu kesatuan tak terpisahkan.

Ketidakterpisahkannya variabel independen dapat diartikan bahwa seluruh variabel tersebut saling mempengaruhi terhadap komponen variabel lainnya. Setidaknya dalam penelitian ini ditemukan bahwa faktor *responsiveness* dan *assurance* tidak mempengaruhi signifikan terhadap kepuasan nasabah.

*Tangibles* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bankaltim KCP Bongan. Bankaltim KCP Bongan menggunakan fasilitas fisik yang mudah di jumpai dan dapat berfungsi dengan baik, seperti fasilitas tempat parkir, penampilan pegawai pelayanan, dan peralatan serta perlengkapan yang digunakan baik/canggih, maka akan memberikan kesan kepada nasabah bahwa pelayanan yang diberikan mempunyai kualitas yang tinggi. Hal ini tentunya dapat memuaskan nasabah dan terbentuk loyalitas nasabah terhadap Bankaltim KCP Bongan.

*Reliability* atau kehandalan adalah merupakan kemampuan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan memuaskan. Pada penelitian ini diketahui bahwa faktor kehandalan atau *reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan pegawai mampu memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dan seberapa jauh bank ini mampu memberikan pelayanan yang akurat, seperti halnya ketepatan dan kecepatan waktu pelayanan, kesesuaian layanan dan janji yang ditawarkan, maka akan memberikan hasil yang lebih baik dalam jangka panjang yaitu kepercayaan dan keyakinan nasabah terhadap Bankaltim KCP Bongan.

*Responsiveness* atau ketanggapan adalah upaya dalam memberikan pelayanan yang cepat dan

tepat kepada konsumen dengan penyampaian informasi yang jelas. Pada penelitian ini diketahui bahwa faktor ketanggapan atau *responsiveness* berpengaruh positif dan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dapat saja terjadi dikarenakan meningkatnya volume pekerjaan pegawai bank dalam melayani nasabah sehingga mengganggu kecepatan dan ketepatan pegawai dalam memberikan pelayanan terbaik. Namun demikian, adanya alat bantu dalam memberikan informasi terkait layanan nasabah seperti brosur, pamphlet dan tersedianya telpon kantor menjadikan masyarakat mudah memahami kondisi.

*Assurance* berpengaruh negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini terjadi dikarenakan adanya pegawai baru yang belum memiliki pengetahuan yang cukup, tetapi nasabah akan tetap bertransaksi meskipun terkadang mereka kurang yakin dengan keramahan pegawai dan tingkat pengalaman pegawai karena bank ini merupakan satu-satunya bank yang menurut nasabah sangat membantu dalam proses transaksi keuangan setiap harinya.

*Empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bankaltim KCP Bongan. Setiap pegawai harus berusaha untuk dapat mengerti atau mengetahui keinginan dan kebutuhan dari setiap nasabah dengan begitu nasabah akan merasa diberi perhatian lebih. Dalam penelitian ini pengaruh *emphaty* terhadap kepuasan nasabah signifikan karena nasabah banyak melakukan interaksi terhadap pegawai yang menyebabkan hubungan antara nasabah dan pegawai secara personal dekat, sehingga pegawai dapat mengetahui apa saja yang nasabah

inginkan dan butuhkan untuk dapat dipenuhi oleh Bankaltim KCP Bongan.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan analisis regresi linier berganda, diperoleh bahwa dimensi kualitas layanan yang berpengaruh pada kepuasan nasabah Bank BPD Kaltim KCP Bongan yaitu pada dimensi *tangibles*, *reliability*, dan *emphaty*. Sedangkan pada dimensi layanan lainnya seperti *responsiveness* dan *assurance* tidak berpengaruh perlu diprioritaskan dan diperhatikan demi meningkatkan kepuasan nasabah Bank BPD Kaltim KCP Bongan.

## **SARAN**

1. Perlunya pengukuran kualitas layanan secara periodik dan berkesinambungan agar selalu dapat melihat perubahan tingkat persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan yang ada sehingga kepuasan nasabah tetap terjaga dari waktu ke waktu untuk menghadapi persaingan dunia perbankan yang semakin ketat dan maju.
2. Perlunya kerjasama antara pegawai bank agar dapat memberikan pelayanan yang lebih berkualitas lagi khususnya dalam dimensi *tangibles*, *reliability*, dan *emphaty* serta memperhatikan dan memperbaiki pelayanan dari dimensi *responsiveness* dan *assurance* untuk meningkatkan kepuasan nasabah Bankaltim KCP Bongan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Kotler, Philip. 2009. Manajemen Pemasaran, Jakarta :Erlangga.
- Tjiptono, Fandy dan Gregius Chandra, 2005, Sevice, Quality & Statisfaction. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Sugiono, 2004, Metode Penelitian Bisnis, Cetakan keenam, Bandung : CV. Alfabeta.
- Umar, Husein, 2005, Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.