

PENGARUH FAKTOR – FAKTOR KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK BRI CABANG SURABAYA DIPONEGORO

Yohan Renas Huliselan¹, Moch. Munir Rachman², Edy Sulistiyawan³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1.2.3}

Email : yohanrenash@gmail.com¹, edy.s@unipasby.ac.id³

Koresponden : robertmun94@gmail.com²

ABSTRACT

This study aims to explain the influence of service quality factors on customer satisfaction at Bank BRI Surabaya Diponegoro Branch. Service quality includes Reliability, Assurance, Tangible, Empathy and Responsiveness variables. This type of research is a quantitative approach. The study population was customers at the Bank BRI Surabaya Diponegoro branch with the sampling technique using accidental sampling. Data were collected through a questionnaire or questionnaire using a Likert scale which has been tested for its validity and reliability. This study uses validity and reliability tests, then tests the classical assumptions and correlation analysis, simple and multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction at Bank BRI Surabaya Diponegoro Branch

Keywords : Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Responsiveness, Customer Satisfaction.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh faktor – faktor kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Cabang Surabaya Diponegoro. Kualitas pelayanan mencakup variabel *Reliability, Assurance, Tangible, Empathy* dan *Responsiveness*. Jenis penelitian yang dilakukan adalah pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian adalah nasabah pada Bank BRI Cabang Surabaya Diponegoro dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Data dikumpulkan melalui angket atau kuesioner dengan menggunakan skala likert yang telah diuji kevalidan dan keandalannya. Penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas, kemudian uji asumsi klasik serta analisis korelasi, analisis regresi linear sederhana dan berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Cabang Surabaya Diponegoro

Kata Kunci : *Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Respeonsiveness, Kepuasan Nasabah.*

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi pada saat ini perkembangan usaha bidang jasa perbankan berkembang sangat pesat. Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang sangat berpengaruh dalam perkembangan ekonomi di suatu negara. Hal tersebut menunjukkan bahwa peranan bank sebagai salah satu lembaga keuangan adalah sebagai penunjang kelancaran kegiatan perekonomian dari suatu negara. Bank menjadi penting dalam kegiatan ekonomi masyarakat dan negara. Peran dan fungsi bank juga sudah diatur dalam peraturan undang – undang. Dalam UU No. 10 tahun 1998, tujuan perbankan Indonesia secara umum adalah menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan,

pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional kearah peningkatan kesejahteraan rakyat. Perbankan merupakan salah satu penggerak roda perekonomian yang sangat penting.

Dengan dipadukan dengan perkembangan teknologi dan era globalisasi yang sangat pesat ini perbankan semakin memperkembangkan jasa pelayanan mengikuti arah era globalisasi saat ini. Pelayanan yang diberikan oleh jasa perbankan sangat luar biasa kepada masyarakat sehingga dapat membantu menunjang kelancaran dalam kegiatan keuangan yang berdampak pada pertumbuhan ekonomi suatu negara. Jasa yang diberikan bank untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dapat berupa tabungan, kredit, deposito dan penyedia dana, sesuai dengan UU No. 10 tahun 1998 tentang perbankan yang menyebutkan bahwa “Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau dalam bentuk- bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”.

Dalam merealisasikan hal tersebut, tujuan utama yang harus dicapai adalah kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah sudah lama menjadi prioritas utama di dalam dunia perbankan. Karena dengan adanya kepuasan nasabah, hal tersebut menjadi salah satu faktor penting dalam bisnis jasa perbankan. Jasa yang diberikan bank untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dapat berupa tabungan, kredit, deposito dan penyedia dana, sesuai dengan UU No. 10 tahun 1998 tentang perbankan yang menyebutkan bahwa “Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau dalam bentuk – bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”. Dalam merealisasikan hal tersebut, tujuan utama yang harus dicapai adalah kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah sudah lama menjadi prioritas utama di dalam dunia perbankan. Karena dengan adanya kepuasan nasabah, hal tersebut menjadi salah satu faktor penting dalam bisnis jasa perbankan.

Menurut Zeithaml et.al, (1996) dalam (Wahab, 2017) dari hasil penelitian pada 12 fokus grup di Amerika, menghasilkan adanya 10 dimensi kualitas pelayanan dan selanjutnya disederhanakan menjadi 5 dimensi yaitu:

1. *Reliability* (kehandalan)
2. *Assurance* (jaminan)
3. *Tangible* (bukti fisik)
4. *Empathy* (empati)
5. *Responsiveness* (daya tanggap)

Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh faktor kualitas pelayanan *reliability* terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Cabang Surabaya Diponegoro?
2. Apakah ada pengaruh faktor kualitas pelayanan *assurance* terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Cabang Surabaya Diponegoro?

3. Apakah ada pengaruh faktor kualitas pelayanan *tangible* terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Cabang Surabaya Diponegoro?
4. Apakah ada pengaruh faktor kualitas pelayanan *empathy* terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Cabang Surabaya Diponegoro?
5. Apakah ada pengaruh faktor kualitas pelayanan *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Cabang Surabaya Diponegoro?
6. Apakah ada pengaruh faktor kualitas pelayanan *reliability, assurance, tangible, empathy dan responsiveness* secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Cabang Surabaya Diponegoro?

Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller dalam (Pawestriningtyas, 2016) kualitas adalah karakteristik produk dan totalitas fitur atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen atau pengguna jasa yang dirasakan

Menurut Zheithaml et al dalam (Ariani, 2016) terdapat lima dimensi pokok dalam kualitas pelayanan sebagai berikut:

1. Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan sebuah organisasi (perusahaan) untuk memberikan pelayanan yang optimal dengan tidak melakukan kesalahan dan memenuhi jasanya sesuai dengan kesepakatan yang dijanjikan.
2. Jaminan (*assurance*) adalah intelektual, dan integritas para karyawan perusahaan untuk membuat rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen, antara lain:
 - a. Komunikasi (*communication*), yaitu memberikan informasi kepada pelanggan dalam penyampaian yang mudah dipahami sehingga para pelanggan dapat dengan mudah mengerti apa yang diinformasikan karyawan.
 - b. Kredibilitas (*credibility*), perlunya jaminan yang diberikan atas kepercayaan pelanggan, *believability* atau sifat kejujuran, menanamkan kepercayaan, memberikan kredibilitas yang baik bagi perusahaan pada masa yang akan datang.
 - c. Keamanan (*security*), adanya jaminan yang diberikan oleh perusahaan atas kepercayaan yang tinggi dari pelanggan akan pelayanan yang diterima.
 - d. Kompetensi (*competence*) yaitu kemampuan yang dimiliki oleh karyawan perusahaan agar dapat memberikan pelayanan yang optimal terhadap pelanggan.
 - e. Sopan santun (*courtesy*), adalah nilai moral yang dimiliki oleh perusahaan yang diberikan kepada pelanggan dalam bentuk pelayanan. Jaminan akan kesopansantunan yang ditawarkan kepada pelanggan sesuai dengan kondisi dan situasi yang ada.
3. Bukti Fisik (*Tangible*) berhubungan dengan tampilan fasilitas perusahaan yang menarik, peralatan/perlengkapan digunakan perusahaan bersih dan lengkap, serta penampilan dari karyawan rapi.
4. Empati (*Empathy*) berhubungan dengan pemahaman perusahaan atas masalah yang dialami oleh para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan konsumen, serta memberikan perhatian lebih kepada para pelanggan.

5. Daya Tanggap (*Responsiveness*) Berhubungan dengan kesiapan dan keterampilan karyawan untuk membantu para pelanggan dalam menyelesaikan permasalahan yang dialami oleh para pelanggan.

Menurut (Kotler & Keller, 2008) karakteristik pelayanan terdiri atas empat, yaitu:

1. *Intangibility* (tidak berwujud) Layanan yang bersifat *intangibility* artinya tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium, dan didengar sebelum diperoleh. Seseorang tidak dapat menilai hasil dari layanan sebelum memperoleh layanan itu sendiri. Untuk mengurangi keraguan, pembeli akan mencari tanda bukti dan informasi dari kualitas jasa tersebut.
2. *Inseparability* (tidak terpisahkan) Layanan biasanya dijual terlebih dahulu baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Jika seseorang melakukan layanan maka penyediannya adalah bagian dari layanan. Karena klien juga hadir pada saat layanan itu dilakukan, interaksi antara penyedia layanan dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran layanan.
3. *Variability* (bervariasi) Layanan sangat bersifat variabel karena merupakan *nonstandardized output*, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan dan dimana layanan tersebut dihasilkan.
4. *Perishability* (mudah lenyap) Layanan merupakan komoditas yang tidak permanen. Sehingga dapat dikatakan bahwa layanan dihasilkan saat permintaan akan layanan tersebut muncul, permintaan ini tidak dapat ditunda.

Kepuasan Pelanggan

Menurut (Kotler, 2002) dalam (Wahab, 2017) Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.

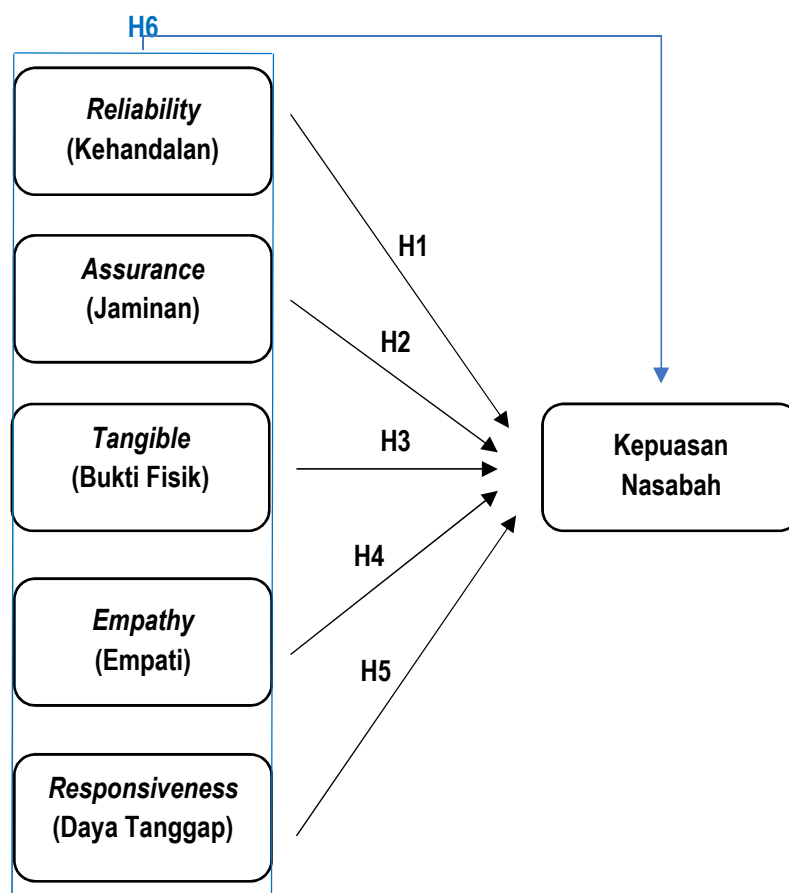
Sedangkan menurut Engel, et al (1990) dalam (Ambarwati, 2014) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi dari hasil kualitas pelayanan tersebut dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melebihi ekspektasi pelanggan. Dari kedua definisi tersebut kepuasan nasabah dapat dikatakan sebuah akibat dari sebuah pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada nasabah.

(Zeithaml et al., 1996) menjelaskan ada beberapa faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yaitu :

1. Wujud fisik (*tangible*): meliputi wujud semua benda yang dapat dilihat secara kasat mata. Contohnya, sarana dan prasarana perusahaan yang meliputi, bangunan dan seluruh fasilitasnya.
2. Keandalan (*reliability*): Karyawan dapat menyelesaikan masalah nasabah cepat dan tepat dengan semua fasilitas yang disediakan oleh perusahaan yang dapat mempercepat kinerja. Contohnya, pengetahuan nasabah yang baik tentang dunia perbankan, tersedianya fasilitas *online*, *ATM* dan sarana transportasi perusahaan.

3. Daya tanggap (*responsiveness*): meliputi kemampuan dan kecepatan karyawan dalam menyelesaikan permasalahan nasabah. Contohnya, pola pikir dan kedisiplinan.
4. Jaminan (*assurance*): meliputi kepercayaan pelanggan kepada perusahaan. Contohnya, perusahaan akan menepati janji dengan apa yang telah disepakati dengan pelanggan.
5. Kepedulian (*emphaty*): meliputi rasa tulus seluruh karyawan perusahaan dalam melayani pelanggan. Contohnya, kepedulian karyawan terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan yang selalu dipenuhi dengan baik.

Kerangka Konseptual



Hipotesis

- H1 : Ada pengaruh faktor kualitas pelayanan *reliability* terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Cabang Surabaya Diponegoro
- H2 : Ada pengaruh faktor kualitas pelayanan *assurance* terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Cabang Surabaya Diponegoro
- H3 : Ada pengaruh faktor kualitas pelayanan *tangible* terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Cabang Surabaya Diponegoro

- H4 : Ada pengaruh faktor kualitas pelayanan *empathy* terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Cabang Surabaya Diponegoro
- H5 : Ada pengaruh faktor kualitas pelayanan *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Cabang Surabaya Diponegoro
- H6 : Ada pengaruh faktor kualitas pelayanan *reliability, assurance, tangible, empathy, dan responsiveness* secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Cabang Surabaya Diponegoro

Metode

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BRI Cabang Surabaya Diponegoro sebanyak 3.000 nasabah. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. Menurut (Sugiyono, 2019) "*accidental sampling* adalah Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu semua orang yang kebetulan bertemu dengan peneliti mendapat peluang untuk menjadi sebagai responden atau sampel. Alasan dilakukannya teknik pengambilan sampel secara *accidental sampling* adalah karena jumlah populasi yang banyak sehingga tidak mungkin untuk mengumpulkan semua anggota populasi karena akan membutuhkan waktu yang cukup panjang, kualitas data yang dihasilkan oleh sampel lebih teliti dibandingkan populasi, dan proses penelitian menggunakan sampel relatif lebih cepat daripada populasi.

Untuk mendapatkan jumlah sampel yang dapat mewakili populasi, maka peneliti menggunakan rumus slovin (Hendriyani et al., 2017).

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$
$$n = \frac{3000}{1 + 3000(0,1)^2}$$
$$n = \frac{3000}{30,01}$$
$$n = 99,96$$
$$n = 100$$

Keterangan:

N = Ukuran populasi

n = Ukuran sampel

e = Margin kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir yaitu sebesar 10%

Definisi Operasional Variabel

Variabel Independen (X)

Menurut (Sugiyono, 2015) variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain. Penelitian ini menggunakan variabel independen antara lain adalah kualitas pelayanan berupa kehandalan (*reliability* X1), kualitas pelayanan berupa jaminan (*assurance* X2), kualitas pelayanan berupa wujud fisik (*tangible* X3), kualitas pelayanan berupa kepedulian (*emphaty* X4), dan kualitas pelayanan berupa daya tanggap (*responsiveness* X5).

1. Kehandalan (*reliability*)

Menurut (Sekaran, 2011) kehandalan (*reliability*) yaitu suatu pengukuran menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa adanya kesalahan. Indikator kehandalan (*reliability*) meliputi menangani nasabah cepat dan profesional, memberlakukan nasabah secara adil, pelayanannya sesuai dengan yang diharapkan, dan pelayanan yang benar pada nasabah baru.

2. Jaminan (*assurance*)

Menurut (Tjiptono & Fandy, 2015) jaminan merupakan upaya perlindungan yang diberikan untuk masyarakat terhadap resiko yang akan terjadi. Indikator Jaminan (*assurance*) meliputi dapat menciptakan suasana nyaman dan aman, komunikasi dengan bahasa yang mudah dipahami, terdapat petunjuk arah sehingga memudahkan nasabah dalam mencari pelayanan, pelayanannya dapat memenuhi harapan nasabah.

3. Wujud fisik (*tangible*)

Menurut (Swastha, Basu, 2014) wujud fisik merupakan suatu bentuk pelayanan yang dapat dilihat, dicium dan diraba. Indikator Wujud fisik (*tangible*) meliputi kenyamanan ruang tunggu atau *banking hall*, lokasi parkir yang cukup luas dan mudah, terdapat fasilitas umum yang nyaman, karyawan berpakaian rapi.

4. Empati (*empathy*)

Menurut (Tjiptono & Chandra, 2011) kepedulian yaitu kepedulian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan. Indikator Empati (*empathy*) mampu memberi perhatian yang baik kepada nasabah, bersedia mendengar keluhan dengan sabar, mampu menjaga komunikasi yang baik dengan nasabah, mampu memahami keluhan nasabah.

5. Daya tanggap (*responsiveness*)

Menurut (Lupiyoadi, 2014) daya tanggap merupakan tindakan untuk membantu dan memberikan pelayanan dengan penyampaian informasi yang mudah dimengerti. Indikator Daya tanggap (*responsiveness*) meliputi penanganan cepat bagi nasabah, prosedur yang mudah, cepat tanggap terhadap keluhan nasabah, ramah dan sopan dalam memberikan pelayanan

6. kualitas pelayanan berupa kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), wujud fisik (*tangible*), empati (*empathy*), dan daya tanggap (*responsiveness*) secara simultan.

Variabel Dependen (Y)

Menurut (Sugiyono, 2015) variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi variabel lain yang menjadi variabel dependen adalah kepuasan nasabah (Y).

1. Kepuasan nasabah

Menurut Oliver yang dikutip oleh (Tjiptono & Chandra, 2011) kepuasan merupakan suatu sikap yang dirasakan tentang pengalaman yang didapatkan. Indikator kepuasan nasabah meliputi puas dengan pelayanan yang diberikan, nyaman bertransaksi, kecepatan dan ketepatan Pelayanan, keterbukaan Informasi kepada nasabah.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Berikut adalah persamaannya :

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + bX_3 + bX_4 + bX_5$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (Kepuasan nasabah)

X = Variabel independen (X1 : *Reliability*, X2 : *Assurance*, X3 : *Tangible*, X4 : *Empathy*, X5: *Responsiveness*)

a = Konstanta (nilai Y' apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

Untuk pengujian hipotesis dilakukan secara simultan atau Uji F dan secara parsial atau Uji t. Uji F bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan yang meliputi variabel *Reliability*, *Assurance*, *Tangibles*, *Empathy*, dan *Responsiveness* secara simultan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan Uji t bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan yang meliputi variabel *Reliability*, *Assurance*, *Tangibles*, *Empathy*, dan *Responsiveness* secara parsial terhadap kepuasan nasabah.

Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas dan Reliabilitas *Reliability* (X1)

Berdasarkan tabel 1, jawaban yang diberikan oleh responden pada seluruh item variabel *Reliability* adalah valid. Hal ini ditunjukkan dengan hasil Corrected Item - Total Correlation lebih dari 0,3. Seluruh item untuk menjelaskan variabel *Reliability* adalah reliabel. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien reliabilitasnya sebesar 0,719 > 0,6.

Tabel 1 Uji Validitas dan Reliabilitas *Reliability* (X1)

Variabel	Indikator	Corrected Item - Total Correlation	Cronbach's Alpha
Reliability	Keterampilan Karyawan Dalam Melakukan pelayanan	0.371	0.719
	Melakukan Pelayanan Sesuai Dengan Prosedur.	0.332	

Sumber: Data diolah 2021

Uji Validitas dan Reliabilitas *Assurance* (X2)

Berdasarkan tabel 2, jawaban yang diberikan oleh responden pada seluruh item variabel *Assurance* adalah valid. Hal ini ditunjukkan dengan hasil Corrected Item - Total Correlation lebih dari 0,3. Seluruh item untuk menjelaskan variabel *Assurance* adalah reliabel. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien reliabilitasnya sebesar 0,816 > 0,6.

Tabel 2 Uji Validitas dan Reliabilitas *Assurance* (X2)

Variabel	Indikator	Corrected Item - Total Correlation	Cronbach's Alpha
----------	-----------	------------------------------------	------------------

Assurance	Penyampaian Informasi Yang Mudah Diterima	0.650	0.816
	Memberikan Kesan Yang Dapat Dipercaya	0.599	

Sumber: Data diolah 2021

Uji Validitas dan Reliabilitas *Tangible* (X3)

Berdasarkan tabel 3, jawaban yang diberikan oleh responden pada seluruh item variabel *Tangible* adalah valid. Hal ini ditunjukkan dengan hasil Corrected Item - Total Correlation lebih dari 0,3. Seluruh item untuk menjelaskan variabel *Tangible* adalah reliabel. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien reliabilitasnya sebesar $0,793 > 0,6$.

Tabel 3 Uji Validitas dan Reliabilitas *Tangible* (X3)

Variabel	Indikator	Corrected Item - Total Correlation	Cronbach's Alpha
Tangible	Kenyamanan Suasana Ditempat Pelayanan	0.484	0.793
	Ketersediaan Fasilitas Yang Memadai	0.58	

Sumber: Data diolah 2021

Uji Validitas dan Reliabilitas *Empathy* (X4)

Berdasarkan tabel 4, jawaban yang diberikan oleh responden pada seluruh item variabel *Empathy* adalah valid. Hal ini ditunjukkan dengan hasil Corrected Item - Total Correlation lebih dari 0,3. Seluruh item untuk menjelaskan variabel *Empathy* adalah reliabel. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien reliabilitasnya sebesar $0,834 > 0,6$.

Tabel 4 Uji Validitas dan Reliabilitas *Empathy* (X4)

Variabel	Indikator	Corrected Item - Total Correlation	Cronbach's Alpha
Empathy	Bersikap Sopan Dan Santun Kepada Nasabah	0.54	0.834
	Menerima Semua Keluhan Nasabah	0.569	

Sumber: Data diolah 2021

Uji Validitas dan Reliabilitas *Resposiveness* (X5)

Berdasarkan tabel 5, jawaban yang diberikan oleh responden pada seluruh item variabel *Resposiveness* adalah valid. Hal ini ditunjukkan dengan hasil Corrected Item - Total Correlation lebih dari 0,3. Seluruh item untuk menjelaskan variabel *Resposiveness* adalah reliabel. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien reliabilitasnya sebesar $0,796 > 0,6$.

Tabel 5 Uji Validitas dan Reliabilitas *Responsiveness* (X5)

Variabel	Indikator	Corrected Item - Total Correlation	Cronbach's Alpha
----------	-----------	------------------------------------	------------------

Responsiveness	Kecepatan Dalam Melakukan Pelayanan	0.484	0.773
	Menyambut Nasabah Dengan Baik	0.409	

Sumber: Data diolah 2021

Uji Validitas dan Reliabilitas Kepuasan Nasabah (Y)

Berdasarkan tabel 6, jawaban yang diberikan oleh responden pada seluruh item variabel Kepuasan Nasabah adalah valid. Hal ini ditunjukkan dengan hasil Corrected Item - Total Correlation lebih dari 0,3. Seluruh item untuk menjelaskan variabel Kepuasan Nasabah adalah reliabel. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien reliabilitasnya sebesar 0,796 > 0,6.

Tabel 6 Uji Validitas dan Reliabilitas Kepuasan Nasabah (Y)

Variabel	Indikator	Corrected Item - Total Correlation	Cronbach's Alpha
Kepuasan Nasabah	Perasaan Puas Dan Nyaman Yang Diterima Oleh Nasabah	0.387	0.688
	Pelayanan Yang Diberikan Sesuai Dengan Harapan Nasabah	0.369	

Sumber: Data diolah 2021

Hasil Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil perhitungan regresi linier pada tabel 7 diperoleh persamaan sebagai berikut:
 $Y = 0,162 + 0,176X_1 + 0,142X_2 + 0,305X_3 + 0,190X_4 + 0,167X_5$

Tabel 7
Berganda

Analisis Linier

Koefisien^a

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	.162	.000		1.620	.110
Reliability	.176	.000	.176	1.760	.085
Assurance	.142	.000	.142	1.420	.158
Tangible	.305	.000	.305	3.050	.002
Empathy	.190	.000	.190	1.900	.061
Responsiveness	.167	.000	.167	1.670	.100

Sumber: Data diolah 2021

Berdasarkan tabel 8 nilai R Square sebesar 0,860, hal ini menunjukkan bahwa *Reliability, Assurance, Tangible, Empathy* dan *Responsiveness* berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah sebesar 86%, sedangkan sisanya sebesar 14% dipengaruhi oleh varibel lain diluar penelitian.

Tabel 8 Uji
Determinasi

Koefisien

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.917 ^a	.860	.853	.167

Sumber: Data diolah 2021

Tabel 9 Uji t

Variabel	t hitung	t tabel	sig
<i>Reliability</i>	3.665	1.98472	0.000
<i>Assurance</i>	3.002	1.98472	0.003
<i>Tangible</i>	5.796	1.98472	0.000
<i>Empathy</i>	3.880	1.98472	0.000
<i>Responsiveness</i>	3.422	1.98472	0.001

Sumber: Data diolah 2021

Tabel 10 Uji f

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. Regression	2174.650	5	434.930	115.658	.000 ^a
2. Residual	15.982	23	.695		
3. Total	2190.632	28			

Sumber: Data diolah 2021

Simpulan

Berdasarkan analisis Uji F dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang meliputi variabel *Reliability*, *Assurance*, *Tangible*, *Empathy* dan *Responsiveness* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Cabang Surabaya Diponegoro. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai Fhitung (115,658) lebih besar dari Ftabel (2,31) dan nilai signifikansinya sebesar 0,00 lebih kecil daripada α yang bernilai 0,05. Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yulian Belinda Ambarwati (2014) yang menyimpulkan baik secara simultan maupun secara parsial kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil pengujian uji t menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas yaitu variabel *Reliability*, *Assurance*, *Tangible*, *Empathy* dan *Responsiveness* secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Cabang Surabaya Diponegoro, dibuktikan berdasarkan nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansinya lebih kecil dari alpha (α) yang bernilai 0,05. Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yulian Belinda Ambarwati (2014) yang menyimpulkan baik secara simultan maupun secara parsial kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan karyawan Bank BRI Surabaya Diponegoro berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin berpengaruh baik juga terhadap kepuasan nasabah.

Serta berdasarkan hasil penelitian ini, dapat menjadi masukan karyawan Bank BRI Surabaya Diponegoro untuk tetap meningkatkan lagi kualitas pelayanan terhadap nasabah.

Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan penelitian, antara lain sebagai berikut:

1. Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini hanya berjumlah 100 orang saja. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya memberikan sampel lebih banyak dan lebih luas cakupannya.
2. Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini hanya kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya menggunakan lebih banyak variabel supaya untuk mengetahui lebih detil permasalahan yang ada.

Daftar Pustaka

- Ambarwati, Y. B. (2014). Artikel diterima: 14 Mei 2014 Terakhir direvisi: 27 Juli 2014. *Jurnal Akuntansi*.
- Ariani, W. (2016). Manajemen Kualitas. *Jurnal Manajemen*.
- Hendriyani, R., Chusna, K., Atmaja, B. T., M, I. I., & Yanty, R. (2017). Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis. In *Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga*.
- Kotler, P. (2002). Manajemen Pemasaran edisi milenium. *Jakarta: Prenhallindo*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). Manajemen pemasaran, 13th Edition, Vol. 2. In *Jakarta: Erlangga*.
- Lupiyoadi. (2014). Pelayanan jasa. *Pelayanan Jasa Merupakan Bagian Integral Dengan Penawaran Total, Oleh Karena Itu Perhatian Harus Diberikan Pada Seluruh Aspek Penawaran Untuk Mencapai Keseimbangan Yang Dapat Memuaskan Target Konsumen*.
- Pawestriningtyas, N. C. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Sekaran, U. (2011). Metodologi Penelitian untuk Bisnis. Jakarta: Salemba Empat. *Annals of Tourism Research*.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung. In *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Pendidikan. In *Alfabeta*.
- Swastha, Basu, I. (2014). Manajemen Pemasaran Modern. In *Liberty, Yogyakarta*.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). Service, Quality & Satisfaction. In *Edisi 4*.
- Tjiptono, & Fandy. (2015). Strategi Pemasaran. In *Yogyakarta: Andi*.
- Wahab, W. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah industri perbankan syariah di kota pekanbaru. *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*. <https://doi.org/10.2307/1251929>

