

**ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS LAYANAN *CUSTOMER SERVICE*
TERHADAP KEPUASAN NASABAH TABUNGAN PRESMA PADA PD BANK
PERKREDITAN RAKYAT BLORA**

(Studi Kasus Pada PD Bank Perkreditan Rakyat Blora)

Ahlul Trina Hidayanti*)

Jati Handayani **)

*) ahlultrina11@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the quality factors of Customer Service consists of tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy toward customer satisfaction PD Bank Perkreditan Rakyat Blora

The population are all customers from Tabungan Prema, they are 100 respondent. Testing method of data that used in this study was to test the validity, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroskedasticity test, test analysis linear multiple, F test, t test, and the coefficient of determination (R^2). which shows the can used to measure customer satisfaction. multiple linear regression method yields customer satisfaction equation = $0,246 + 0,295 \text{ tangible} + 0,318 \text{ reliability} + 0,208 \text{ responsiveness} + 2,16 \text{ assurance} + 0,330 \text{ empathy} + e$.

In F test, it is found that dimension of Customer Service there are tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy secara simultaneously have significant effect. The result of t test is influence tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy have significant influence to customer satisfaction Tabungan Presma users of customer service at PD Bank Perkreditan Rakyat Blora

Keywords: Dimension of Quality of Customer Service, Customer Satisfaction

*) Mahasiswa Tugas Akhir Prodi Keuangan dan Perbankan, Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Semarang

**) Dosen Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Semarang

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Lembaga perbankan yang dikenal di Indonesia yang diatur dalam ketentuan pasal 5 ayat (1) Undang-Undang No. 7 tahun 1992 sebagaimana yang telah diubah dalam Undang-Undang No. 10 tahun 1998 (Dewi *et al*:2014). Sebagaimana yang tersurat dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan, Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Menurut Karmila (2011:7) Penggolongan Bank menurut kepemilikannya adalah bank milik pemerintah dan bank milik pemerintah daerah.

Salah satu bank milik pemerintah daerah yaitu Bank Perkreditan Rakyat (BPR). Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 mengklarifikasi Bank yang kegiatan usaha secara konvensional

atau berdasarkan Prinsip Syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran disebut Bank Perkreditan Rakyat (Dewi *et al*:2014). Bank Perkreditan Rakyat juga berperan sebagai penyalur dana yang bersumber dari masyarakat. Tidak jauh berbeda dari bank umum, Bank Perkreditan Rakyat (BPR) sebagai lembaga keuangan mikro di Indonesia juga mempunyai peran sebagai penghimpun dan penyalur dana dari masyarakat. Namun, dari sisi operasionalnya, BPR hanya menghimpun dana dalam bentuk tabungan dan deposito. Selain itu, untuk produk kredit juga terdapat perbedaan dari keduanya. Pada Bank Perkreditan Rakyat (BPR) jumlah limit kredit lebih kecil dibanding dengan Bank Umum, dan variasi produknya pun lebih sedikit. Oleh karena itu Bank Perkreditan Rakyat berupaya untuk memberikan pelayanan terbaik khususnya pada pelayanan *customer service*.

Customer service dalam dunia perbankan memiliki peranan yang sangat penting. Menurut Kasmir (2005) Kualitas pelayanan dalam perbankan dilakukan oleh *frontliner* pada setiap bank, salah satunya adalah *customer service*. Pelanggan atau nasabah sangat perlu bantuan seorang (*customer service*, pramugaria atau kasir) untuk menuntun atau memperoleh informasi tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan produk. Mulai dari mencari produk yang diinginkan, memilih produk, meminta penjelasan tentang produk sampai dengan pembayaran di kasir.

Untuk itu di dalam memberikan jasa pelayanan kepada nasabah terdapat lima kriteria penentu kualitas pelayanan yaitu menurut Lupiyoadi (2014:148) *dimensi* kualitas pelayanan adalah bukti fisik (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), ketanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan perhatian (*Empathy*).

Seperti yang dijelaskan oleh Lupiyoadi (2014:148) ke lima dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), ketanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan perhatian (*Empathy*) merupakan penentu kualitas pelayanan. Menurut Tjiptono, (2004:54) Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Lumempow *et al* dalam Alfisyahrin (2015:1277) mendefinisikan bahwa kepuasan nasabah akan mempengaruhi kinerja keuangan bagi setiap perusahaan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah sangat berpengaruh terhadap keuangan perusahaan, khususnya dunia perbankan. Maka dari itu kepuasan nasabah menjadi hal yang utama dalam pemasaran dan salah satu tujuan bagi pemasaran produk dan jasa. Maka PD Bank Perkreditan Rakyat berupaya memberikan pelayanan yang terbaik khususnya pada *performa customer service* dalam menjual produk dan jasa bank.

Berikut adalah tabel *Rating* Bank Berkinerja Terbaik di Indonesia pada tahun 2018 berdasarkan rating yang diperoleh dari Majalah Infobank. Hasil Performa bank berkinerja terbaik dari masing-masing Bank dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1
Rating Bank Berkinerja Terbaik Tahun 2018

Peringkat	Nama Bank	Skor
1	Bank Suryajaya Kubutambahan, Buleleng	100%
2	BPR Parasahabat Bekasi, Karawang	99,80%
3	BPR Bank Kota Bogor, Kota Bogor	98,75%
4	BPR Mekar Nugraha Klepu, Semarang	98,63%
5	BPR Cipatujah Jabar, Tasikmalaya	98,28%
6	BPR Kredit Mandiri Indonesia, Bekasi	97,58%
7	BPR Nusamba Cepiring, Kendal	97,49%
8	BPR Bank Magelang, Kota Magelang	97,29%
9	BPR Gunung Simpang Artha, Banyumas	97,22%
10	BPR BKK Tasikmadu, Karangayar	97,17%

Sumber: Data Sekunder majalah Infobank No. 480. Juli 2018. Vol. XL

Berdasarkan data hasil yang diperoleh pada tahun 2018, dapat dilihat bahwa PD. Bank Perkreditan Rakyat Blora untuk *Rating* bank berkinerja terbaik PD Bank Perkreditan Rakyat Blora belum masuk dalam peringkat 10 besar Performa *Rating* bank berkinerja terbaik pada tahun 2018. Dalam lembaga kepercayaan ini PD Bank Perkreditan Rakyat harus menjaga kredibilitas nasabahnya. Persaingan yang semakin ketat menuntut dunia perbankan untuk selalu meningkatkan pelayanannya terhadap nasabah. Dengan kualitas pelayanan yang baik diyakini dapat meningkatkan kepuasan nasabah, namun dimensi kualitas jasa sangat beragam, inilah yang mempersulit dalam upaya penerapan strategi pelayanan yang baik dan yang membuat nasabah puas.

Menurut Yulianti (2013), dalam judul penelitiannya yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Pada Bank Panin Tbk KCP A. Yani Banjarmasin. Penelitian ini menggunakan dimensi kualitas layanan yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* Kesimpulan dalam hasil penelitian ini adalah dimensi *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin. Menurut Penelitian Ramadhani (2015) yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna *Call Center* BPD Kaltim Cabang Samarinda menunjukkan bahwa kualitas layanan yang terdiri dari *Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy, Responsiveness* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pengguna *Call Center* BPD Kaltim Cabang Samarinda. Menurut penelitian Jumiati (2016)

yang berjudul Pengaruh Kecepatan Pelayanan *Customer service* Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Simpedes Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Gagah Pleihari menyatakan bahwa variabel kecepatan pelayanan *customer service* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Tabungan Simpedes pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Gagah Pleihari.

Sama dengan penelitian Wiwik (2017) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan *Frontliner (Customer service, Teller, dan Security)* Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi Di Perbankan menghasilkan dengan taraf signifikan 5% diperoleh kesimpulan: (1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan *frontliner* terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi di Perbankan PT Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dan pada PT Bank Negara Indonesia, (Persero), Tbk. Begitu juga dengan penelitian Dewi *et al* (2014) bahwa penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Dan Loyalitas Nasabah PT BPR Hoki di Kabupaten Tabanan memperoleh hasil yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan, Kepuasan nasabah, dan loyalitas memiliki hubungan yang positif dan signifikan.

Dari penelitian terdahulu yang diteliti oleh Yulianti (2013), Ramadhani (2015), Jumiati (2016), dan Wiwik (2017) kesimpulannya adalah dimana variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan Dewi *et al* (2014) menyatakan didalam penelitiannya bahwa kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan loyalitas memiliki hubungan yang positif dan signifikan. Namun berbeda dengan penelitian Koesasi dan Latief (2017), dalam judul penelitiannya Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Unit Usaha Syariah (UUS) PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Kantor Cabang Syariah Balikpapan. Dari hasil penelitiannya, terdapat variabel *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah di Bank BTN Kantor Cabang Syariah Balikpapan. Tetapi terdapat 1 variabel dari dimensi kualitas pelayanan yaitu variabel *empathy* yang secara parsial tidak berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah.

Berbeda dengan penelitian Yulianti (2013), Ramadhani (2015), Jumiati (2016) dan Wiwik (2017) dan Koesasi dan Latief (2017). Menurut Prawestringtyas *et al* (2016) dalam judul penelitiannya Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Perum Pegadaian Kantor Cabang Syariah Tlogomas Malang. Dari hasil penelitiannya terdapat satu variabel bebas yang memiliki hubungan positif tetapi tidak signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah yaitu variabel bukti fisik serta terdapat satu variabel bebas yang

memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah yaitu variabel keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.

Berbeda dengan Prawestringtyas *et al* (2016), Lumempow *et al* (2015) dalam judul penelitiannya analisis faktor-faktor kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Mandiri Tbk Cabang Bahu Mall Manado. Dari hasil penelitiannya menunjukkan bahwa secara simultan *Tangibles*, *Reliabilitys*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan secara parsial variabel *Tangibles* dan *Responsiveness* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan daftar *rating* peringkat 10 BPR (Bank Perkreditan Rakyat) berkinerja terbaik dan fenomena bisnis berupa keluhan nasabah mengenai pelayanan yang mempengaruhi kepuasan nasabah serta adanya penelitian-penelitian terdahulu dengan hasil yang berbeda-beda. Maka penelitian ini dibuat untuk mengkaji lebih lanjut mengenai pelayanan *Customer service* PD Bank Perkreditan Rakyat Blora “ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS LAYANAN *CUSTOMER SERVICE* TERHADAP KEPUASAN NASABAH PRESMA PADA PD BANK PERKREDITAN RAKYAT (BPR) BLORA”.

KAJIAN TEORI

Kepuasan

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa Latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Kepuasan dapat diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai” (Tjiptono, 2016 :204).

Definisi Operasional Variabel

Dimensi kualitas jasa disimpulkan bahwa terdapat 5 (lima) dimensi *SERVQUAL* menurut Parasuraman, *et al* (1998) dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006:182) yaitu:

Variabel *Tangible*

Berwujud (*Tangible*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Indikator tersebut digunakan dalam penelitian ini karena sesuai dengan kondisi objek yang akan diteliti pada PD Bank Perkreditan Rakyat Blora, yaitu:

X_{1,1}= Teknologi yang digunakan sudah modern.

X_{1,2}= Sarana dan prasarana yang memadai.

X_{1.3}= Penampilan dan pakaian *customer service* yang rapi dan sopan.

Variabel *Reliability*

Keandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. Indikator tersebut digunakan dalam penelitian ini karena sesuai dengan kondisi objek yang akan diteliti pada PD Bank Perkreditan Rakyat Blora, yaitu:

X_{2.1}= Ketepatan waktu dalam pemberian pelayanan.

X_{2.2}= Memberikan pelayanan yang sama terhadap semua pelanggan.

X_{2.3}= Saldo mengendap bersaing.

X_{2.4}= Pencatatan yang akurat.

Variabel *Responsiveness*

Ketanggapan (*Responsiveness*) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. Indikator tersebut digunakan dalam penelitian ini karena sesuai dengan objek yang akan diteliti pada PD Bank Perkreditan Rakyat Blora, yaitu:

X_{3.1}= Memberikan pelayanan yang cepat kepada pelanggan.

X_{3.2}= Memberikan pelayanan yang tepat kepada pelanggan.

X_{3.3}= Penyampaian informasi yang jelas.

X_{3.4}= Selalu membantu nasabah.

Variabel *Assurance*

Jaminan dan kepastian (*Assurance*) yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*). Indikator tersebut digunakan dalam penelitian ini karena sesuai dengan objek yang akan diteliti pada PD Bank Perkreditan Rakyat Blora, yaitu:

X_{4.1}= Pengetahuan luas yang dimiliki oleh *customer service*.

X_{4.2}= Kesopansantunan *customer service* dalam melayani pelanggan.

X_{4.3}= Kemampuan *customer service* berkomunikasi dengan pelanggan.

X_{4.4}= Mampu memberikan rasa aman kepada pelanggan pada saat bertransaksi

X_{4.5}= Memiliki kredibilitas yang tinggi.

Variabel *Empathy*

Empati (*Empathy*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Indikator tersebut digunakan dalam penelitian ini karena sesuai dengan objek yang akan diteliti pada PD Bank Perkreditan Rakyat Blora, yaitu:

X_{5.1}= Memberikan perhatian yang tulus secara individual kepada pelanggan.

X_{5.2}= Berusaha memahami kebutuhan pelanggan.

X_{5.3}= Memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Variabel *Loyalitas*

Kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhannya. Hal itu berarti penilaian bahwa suatu bentuk keistimewaan dari suatu barang atau jasa ataupun barang/jasa itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan di bawah harapan atau pemenuhan kebutuhan melebihi harapan pelanggan (Barnes, 2003:66). Indikator tersebut digunakan dalam penelitian ini karena sesuai dengan objek yang akan diteliti pada PD Bank Perkreditan Rakyat Blora.

Y_{1.1}= Nasabah merasa puas atas terpenuhinya kebutuhannya.

Y_{1.2}= Nasabah merasa puas dengan produk yang ditawarkan sesuai dengan harapannya.

Y_{1.3}= Nasabah merasa puas dengan layanan yang diberikan.

Y_{1.4}= Nasabah merasa puas dengan teknologi yang digunakan.

Hubungan Antar Variabel

Berikut adalah hubungan antar variabel independen yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah:

Variabel *Tangible* Terhadap Kepuasan Nasabah

Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, serta mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini didukung oleh hasil dari penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Koesasi dan

Latief (2017), Lumempow *et al* (2015), menyatakan bahwa variabel *tangible* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Variabel *Reliability* Terhadap Kepuasan Nasabah

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. Dengan adanya hal tersebut dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Hal ini didukung oleh hasil dari penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Koesasi dan Latief (2017), Lumempow *et al* (2015), menyatakan bahwa variabel *reliability* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Variabel *Responsiveness* Terhadap Kepuasan Nasabah

Suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan ketepatan ketika berurusan dengan permintaan, pertanyaan, dan keluhan pelanggan. Kemudian jika dilihat lebih mendalam pada layanan yang cepat tanggap di usaha perbankan, bisa dilihat dari kemampuan pegawai *customer service* yang cepat memberikan pelayanan kepada nasabah dan cepat menangani keluhan mereka. Dengan adanya hal tersebut diharapkan mampu mempengaruhi kepuasan nasabah. Hal ini didukung oleh hasil dari penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Koesasi dan Latief (2017), Lumempow *et al* (2015) menyatakan bahwa variabel *responsiveness* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Variabel *Assurance* Terhadap Kepuasan Nasabah

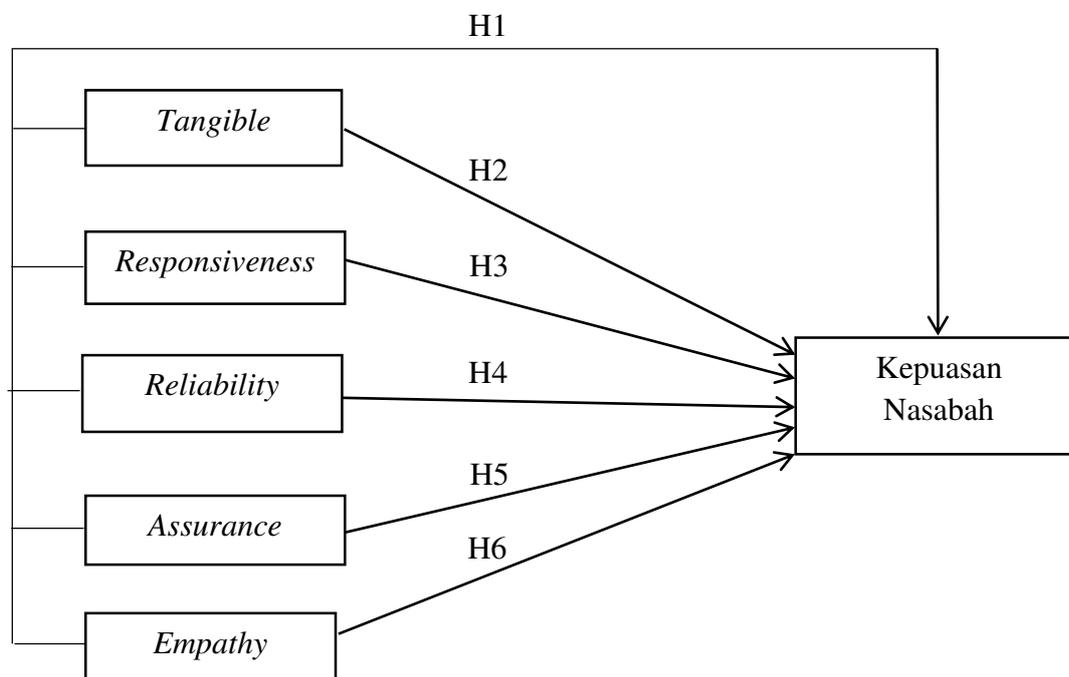
Pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Dimensi ini mungkin akan sangat penting pada jasa layanan yang memerlukan tingkat kepercayaan cukup tinggi. Dalam sebuah jasa layanan perbankan, kepastian menjadi hal yang sangat penting untuk dapat diberikan kepada nasabahnya seperti jaminan keamanan dan kemudahan dalam mengikuti prosedur dan program dari bank. Dengan adanya hal tersebut diharapkan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Hal ini juga didukung oleh hasil dari penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Koesasi dan Latief (2017), Lumempow *et al* (2015) menyatakan bahwa variabel *assurance* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Variabel *Empathy* Terhadap Kepuasan Nasabah

Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dalam dunia perbankan, inti dari dimensi empati adalah menunjukkan kepada nasabah melalui layanan yang diberikan bahwa nasabah selalu diutamakan, dan kebutuhan mereka dapat dimengerti dan dipenuhi. Dalam menjaga hubungan baik, tentu saja layanan yang diberikan oleh para pegawai khususnya *customer service*, harus dapat menunjukkan kepeduliannya kepada nasabah sehingga diharapkan dapat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini juga didukung oleh hasil dari penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Lumempow *et al* (2015) menyatakan bahwa variabel *emphaty* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kerangka Pemikiran Teoritis

Dalam hal kepuasan nasabah, faktor-faktor dari produk yang ditawarkan seperti tabungan tidak terlepas dari *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Kerangka pemikiran penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

Sumber : Lamempow *et al* (2015), Koeasi dan Latief (2017) dikembangkan untuk Penelitian

Dapat diketahui pada kerangka pemikiran di atas bahwa PD Bank Perkreditan Rakyat Kota Blora dapat berupaya dalam meningkatkan kepuasan nasabah dengan cara meningkatkan

kualitas pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan *customer service* yang diterapkan dalam menciptakan kepuasan nasabah meliputi: *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* pada PD Bank Perkreditan Rakyat Blora

Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang terdiri dari masing-masing variabel yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati) yang berpengaruh pada kepuasan nasabah, maka dapat disimpulkan menjadi 6 (enam) hipotesis berikut :

- H1:** Diduga variabel *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Tabungan Presma pada PD Bank Perkreditan Rakyat Blora
- H2:** Diduga variabel *Tangible* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Tabungan Presma pada PD Bank Perkreditan Rakyat Blora
- H3:** Diduga variabel *Reliability* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Tabungan Presma pada PD Bank Perkreditan Rakyat Blora
- H4:** Diduga variabel *Responsiveness* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Tabungan Presma pada PD Bank Perkreditan Rakyat Blora
- H5:** Diduga variabel *Assurance* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Tabungan Presma pada PD Bank Perkreditan Rakyat Blora
- H6:** Diduga variabel *Empathy* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Tabungan Presma pada PD Bank Perkreditan Rakyat Blora

METODE

Populasi dan Sampel

Menurut Sukandarrumidi (2006:47) populasi adalah keseluruhan obyek penelitian baik terdiri dari benda yang nyata, abstrak, peristiwa ataupun gejala yang merupakan sumber data dan memiliki karakter tertentu dan sama. Adapun dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh nasabah yang menggunakan produk Tabungan Presma pada PD Bank Perkreditan Rakyat Kota Blora.

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki sifat-sifat yang sama dari obyek yang merupakan sumber data (Sukandarrumidi,2006:50). Dalam penelitian ini penulis mengambil sampel sebanyak 100 responden nasabah tabungan pada PD Bank Perkreditan

Rakyat Kota Blora. Hasil dari jumlah sampel tersebut, merujuk pada rumus Slovin (Sujarweni,2015:16) :

$$n = \frac{N}{1+ N (e)^2}$$

Dimana :

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e^2 : batas ketelitian yang diinginkan

Perhitungan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan metode *Slovin* yaitu:

$$n = \frac{N}{1+ N (e)^2}$$

$$n = \frac{9749}{1+ 9749 (0,10)^2}$$

$$n = 98,984668494 \text{ (dibulatkan menjadi 100)}$$

$$n = 100$$

Maka, sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah sejumlah 100 sampel dari total populasi nasabah Tabungan Presma pada PD Bank Perkreditan Rakyat Kota Blora.

METODE ANALISIS DATA

Pengujian Kuesioner

Pengujian kuesioner merupakan instrumen penelitian yang menggunakan skala *likert* yang dapat dibuat dalam bentuk *checklist* ataupun pilihan ganda. Uji kuesioner ditinjau dari tingkat validitas dan reliabilitas butir pertanyaan tersebut. Alat uji yang dipakai adalah menggunakan uji validitas dan reliabilitas dengan bantuan *software* komputer SPSS 25.00.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2018:51). Pengujian dilakukan dengan program IBM *Statistic Program for Social Science* (SPSS) 25. Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor tiap *item* pertanyaan dari variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan kepuasan nasabah. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = n-2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018:45). Ghozali (2018:46) menyatakan, bahwa suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih dari 0,70. *Cronbach's Alpha* yang semakin mendekati 1 (satu) menunjukkan semakin konsisten internal reliabilitasnya. Pengujian ini sama halnya dengan uji validitas, yaitu dilakukan dengan program *IBM Statistic Program for Social Science* (SPSS) 25.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi terbaik adalah memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Ada 2 (dua) cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2018:161).

Menurut Ghozali (2018:163) uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan jika tidak hati-hati, meskipun secara visual terlihat normal, padahal secara statistik bisa sebaliknya. Oleh sebab itu, dianjurkan disamping menggunakan uji grafik dilengkapi dengan uji statistik. Uji statistik sederhana dapat dilakukan dengan melihat nilai kuortis dan *skewness* dari residual. Uji statistik lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametik *Kolmogorov-Smirnov* (*K-S*). Dasar pengambilan keputusan melalui analisis ini adalah jika nilai *asymptotic significance* lebih besar dari probabilitas yang digunakan 0,05 (5%), maka kondisi ini menunjukkan pola distribusi normal yang berarti bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolonieritas

Ghozali (2018:107) menjelaskan, bahwa uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).

Menurut Ghozali (2018:107) multikolonieritas ini dapat dideteksi dengan melihat:

1. Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.

2. Menganalisis matrik kolerasi variabel-variabel independen. Jika diantara variabel-variabel independen terdapat korelasi yang cukup tinggi (umumnya $> 0,90$), maka ini mengindikasikan adanya multikolonieritas.

Multikolonieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya serta dari *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137) Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut

Dasar analisis :

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi Heteroskedastisitas
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penulisan penelitian ini menggunakan model analisis regresi linier berganda (*Multiple Regression Analysis Model*). Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan 1 (satu) atau lebih variabel independen (Ghozali, 2018:95). Pertimbangan dipergunakan uji statistik ini karena penelitian ini mempergunakan lebih dari satu variabel bebas yang meliputi kepuasan nasabah, *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*.

Adapun model tersebut sebagai berikut:

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

Dimana :

Y : Kepuasan Nasabah

X : Kualitas Pelayanan

X1 : *Tangible*

X2 : *Reliability*

X3 : *Responsiveness*

X4 : *Assurance*

X5 : *Emphaty*

a : Konstanta

b : Koefisien Regresi

e : *error*

Uji Statistik F

Ghozali (2018:98) menjelaskan, bahwa uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen/terikat.

Uji Statistik t

Menurut Ghozali (2018:98) menjelaskan, uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas dapat dilihat pada table 2 dibawah ini

Tabel 2
Uji Validitas

Variable	Indikator	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Tangible (X ₁)	X1.1	0,917	0,1966	Valid
	X1.2	0,893	0,1966	Valid
	X1.3	0,863	0,1966	Valid
Reliability (X ₂)	X2.1	0,700	0,1966	Valid
	X2.2	0,862	0,1966	Valid
	X2.3	0,803	0,1966	Valid
	X2.4	0,845	0,1966	Valid
Responsiveness (X ₃)	X3.1	0,857	0,1966	Valid
	X3.2	0,847	0,1966	Valid
	X3.3	0,728	0,1966	Valid
	X3.4	0,860	0,1966	Valid
Assurance (X4)	X4.1	0,747	0,1966	Valid
	X4.2	0,729	0,1966	Valid
	X4.3	0,735	0,1966	Valid
	X4.4	0,805	0,1966	Valid
	X4.5	0,758	0,1966	Valid
Empathy (X5)	X5.1	0,846	0,1966	Valid
	X5.2	0,891	0,1966	Valid
	X5.3	0,888	0,1966	Valid
Customer Satisfaction (Y1)	Y1.1	0,700	0,1966	Valid
	Y1.2	0,769	0,1966	Valid
	Y1.3	0,865	0,1966	Valid
	Y1.4	0,851	0,1966	Valid
	Y1.5	0,826	0,1966	Valid

Sumber: Data primer yang diolah 2019

Didapat dilihat bahwa hasil uji validitas menunjukkan keterangan valid dikarenakan r_{hitung} yang melebihi r_{tabel} .

Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018:45), uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau kontruks. Suatu kuisioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu kontruks atau variabel dikatakan reliabel jika memberi nilai *Cronbach Alpha* > 0.07 hasil uji reliabilitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1.2 dibawah ini:

Tabel 3
Uji Validitas

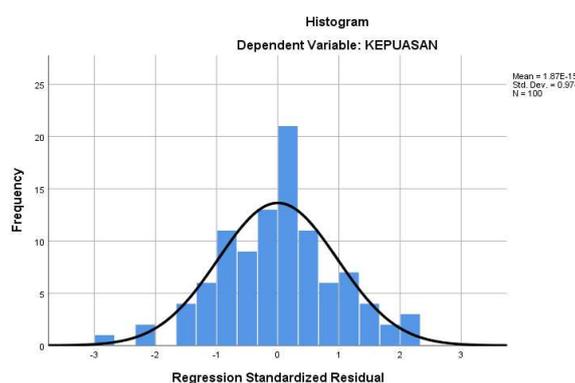
No	Variabel	Cronbach Alpha	Kreteria	Keterangan
1	Tangible (X1)	0,870	0,70	Reliabel
2	Reliability (X2)	0,818	0,70	Reliabel
3	Responsiveness (X3)	0,855	0,70	Reliabel
4	Assurance (X4)	0,811	0,70	Reliabel
5	Empathy (X5)	0,843	0,70	Reliabel
6	Kepuasan Nasabah (Y)	0,863	0,70	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah 2019

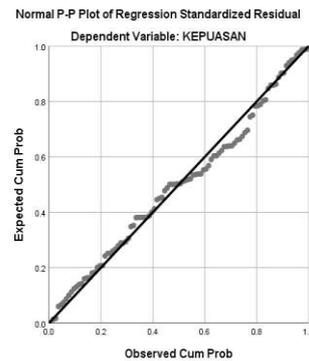
Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa uji *Cronbach's Alpha On Standardized Item* diperoleh hasil $> \alpha = 0,70$. Dapat disimpulkan bahwa hasil perhitungan dari masing-masing variabel memiliki koefisian kehandalan (reliabilitas) lebih besar dari 0,70 sehingga dapat dikatakan bahwa alat ukur dalam penelitian ini reliabel.

Uji Normalitas

1. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada Gambar 2 dan 3



Gambar 2
Hasil Uji Normalitas Histogram
Sumber: data primer yang diolah, 2019



Gambar 3
Normal Probability Plot

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dengan melihat tampilan *Normal Probability Plot* pada gambar 3 menunjukkan letak titik-titik menyebar berhimpitan disepanjang garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa residual berdistribusi normal. Uji *Kolmogorov-Smirnov* juga dapat dilakukan untuk menguji apakah residual terdistribusi secara normal. Hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.18898650
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.072
	Negative	-.047
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: data primer yang dilah, 2019

Pada tabel 4 dapat dilihat bahwa hasil uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) adalah sebesar 200 lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Multikolonieritas

Hasil uji multikolonieritas dapat dilihat pada tabel 5 dibawah ini

Tabel 5
Uji Normalitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-.246	1.016		-.243	.809		
TANGIBLE	.295	.113	.193	2.608	.011	.469	2.132
RELIABILITY	.318	.098	.255	3.244	.002	.418	2.390
RESPONSIVENESS	.208	.090	.184	2.317	.023	.409	2.443
ASSURANCE	.216	.093	.199	2.322	.022	.352	2.841
EMPATHY	.330	.110	.215	3.014	.003	.506	1.978

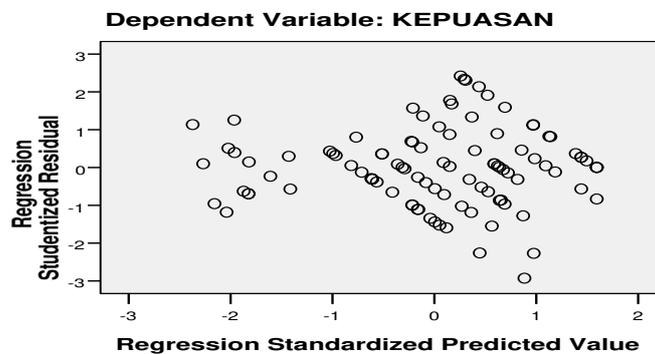
Dependent Variable: KEPUASAN

Sumber: Data yang diolah 2019

Dari tabel 5 dapat dilihat bahwa dari masing masing variabel menunjukkan hasil $Tolerance \geq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \leq 10$ maka dari itu dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas atau tidak terdapat hubungan antara variabel independen dengan model regresi ini.

Uji Heterokedstisitas

Scatterplot



Gambar 4
Scatterplot

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari Gambar 4 terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar ke atas maupun ke bawah angka 0 pada sumbu Y, hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, maka dari itu model regresi dikatakan layak dipakai untuk memprediksi kepuasan nasabah Tabungan Presma PD Bank Perkreditan Rakyat Blora, dengan variabel dimensi kualitas layanan *customer service (tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy)*.

Selain menggunakan grafik *Scatterplot* juga dilakukan Uji *Glejser* untuk memperkuat uji heteroskedastisitas. Uji *Glejser* digunakan untuk meregres nilai *absolut* residual terhadap variabel independen yang dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6
Uji *Glejser*

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.384	.648		.593	.554
	TANGIBLE	-.094	.072	-.192	-1.297	.198
	RELIABILITY	-.015	.063	-.039	-.247	.806
	RESPONSIVENESS	.069	.057	.190	1.204	.232
	ASSURANCE	.049	.059	.140	.820	.414
	EMPATHY	-.010	.070	-.020	-.143	.886

a. Dependent Variable: ABRes

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 6 menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada masing-masing variabel adalah > 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

Uji Analisis Linier Berganda

Uji analisis linier berganda dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 7
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.246	1.016		-.243	.809
	TANGIBLE	.295	.113	.193	2.608	.011
	RELIABILITY	.318	.098	.255	3.244	.002
	RESPONSIVENESS	.208	.090	.184	2.317	.023
	ASSURANCE	.216	.093	.199	2.322	.022
	EMPATHY	.330	.110	.215	3.014	.003

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 7 dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:
Kepuasan Nasabah = -0,246 + 0,295 *tangible* + 0,318 *reliability* + 0,208 *responsiveness* + 2,16 *assurance* + 0,330 *empathy* + e

1. Konstanta = -0,246

Konstanta sebesar -0,246 menunjukkan bahwa jika variabel independen yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* bernilai konstan, maka variabel kepuasan nasabah bernilai negatif -0,246.

2. Koefisien *tangible* = 0.295

Hal ini menunjukkan bahwa variabel *tangible* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Tabungan Presma PD Bank Perkreditan Rakyat Blora. Setiap terjadi peningkatan pada variabel *tangible* sebesar 1 (satu) satuan, maka kepuasan nasabah Tabungan Presma PD Bank Perkreditan Rakyat Blora akan meningkat sebesar 0,295 dengan asumsi variabel lainnya tetap. Apabila terjadi peningkatan variabel *tangible* sebesar 1 (satu) maka konstanta sebesar 0,049.

3. Koefisien *reliability* = 0.318

Hal ini menunjukkan bahwa variabel *reliability* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Tabungan Presma PD Bank Perkreditan Rakyat Blora. Setiap terjadi peningkatan pada variabel *reliability* sebesar 1 (satu) satuan, maka kepuasan nasabah Tabungan Presma PD Bank Perkreditan Rakyat Blora akan meningkat sebesar 0,318 dengan asumsi variabel lainnya tetap. Apabila terjadi peningkatan variabel *reliability* sebesar 1 (satu) maka konstanta sebesar 0,072.

4. Koefisien *responsiveness* = 0.208

Hal ini menunjukkan bahwa variabel *responsiveness* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Tabungan Presma PD Bank Perkreditan Rakyat Blora. Setiap terjadi peningkatan pada variabel *responsiveness* sebesar 1 (satu) satuan, maka kepuasan nasabah Tabungan Presma PD Bank Perkreditan Rakyat Blora akan meningkat sebesar 0,208 dengan asumsi variabel lainnya tetap. Apabila terjadi peningkatan variabel *responsiveness* sebesar 1 (satu) maka konstanta sebesar 0,038.

5. Koefisien *assurance* = 0.216

Hal ini menunjukkan bahwa variabel *assurance* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Tabungan Presma PD Bank Perkreditan Rakyat Blora. Setiap terjadi peningkatan pada variabel *assurance* sebesar 1 (satu) satuan, maka kepuasan nasabah Tabungan Presma PD Bank Perkreditan Rakyat Blora akan meningkat sebesar 0,216 dengan asumsi variabel lainnya tetap. Apabila terjadi peningkatan variabel *assurance* sebesar 1 (satu) maka konstanta sebesar 0,03.

6. Koefisien *empathy* = 0.330

Hal ini menunjukkan bahwa variabel *empathy* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Tabungan Presma PD Bank Perkreditan Rakyat Blora. Setiap terjadi peningkatan pada variabel *empathy* sebesar 1 (satu) satuan, maka kepuasan nasabah Tabungan Presma PD Bank Perkreditan Rakyat Blora akan meningkat sebesar 0,330 dengan asumsi variabel lainnya tetap. Apabila terjadi peningkatan variabel *empathy* sebesar 1 (satu) maka konstanta sebesar 0,084.

Uji Statistik F

Uji Statistik F dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 8
Hasil Uji Statistik F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	436.795	5	87.359	58.674	.000 ^b
	Residual	139.955	94	1.489		
	Total	576.750	99			

a. Dependent Variable: KEPUASAN

b. Predictors: (Constant), *EMPATHY*, *TANGIBLE*, *RELIABILITY*, *RESPONSIVENESS*, *ASSURANCE*

Sumber : Data primer yang diolah, 2019.

Pembuktian hipotesis 1 (satu) dilakukan dengan uji statistik F. Berdasarkan Tabel 1.7 dihasilkan $F_{hitung} = 58.674 > F_{tabel} = 2,31$ atau signifikansi = $0,000 < 0,05$, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* secara simultan terhadap kepuasan nasabah Tabungan Presma. Dengan demikian hipotesis 1 (satu) yang menyatakan “Diduga variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Tabungan Presma pada PD Bank Perkreditan Rakyat Blora” dinyatakan **diterima**.

Koefisien Determinasi

Tabel 8
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.870 ^a	.757	.744	1.22020

a. Predictors: (Constant), *EMPATHY*, *TANGIBLE*, *RELIABILITY*, *RESPONSIVENESS*, *ASSURANCE*

Sumber : Data primer yang diolah, 2019.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada Tabel 1.8 dihasilkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,744 atau 74,4%. Artinya variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* memberikan kontribusi pengaruh terhadap kepuasan nasabah Tabungan Presma sebesar 74,4%. Sedangkan sisanya sebesar 25,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji statistik t

Tabel 9
Hasil Uji Statistik t

Model		Unstandardized Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.246	1.016		-.243	.809
	TANGIBLE	.295	.113	.193	2.608	.011
	RELIABILITY	.318	.098	.255	3.244	.002
	RESPONSIVENESS	.208	.090	.184	2.317	.023
	ASSURANCE	.216	.093	.199	2.322	.022
	EMPATHY	.330	.110	.215	3.014	.003

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Sumber: Data primer yang diolah, 2019.

Pada Tabel 1.9 Uji statistik t menunjukkan adanya t hitung > t table, oleh sebab itu hipotesis yang menyatakan “diduga adanya pengaruh secara parsial antara variabel independen (*tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*) terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah Tabungan Presma pada PD Bank Perkreditan Rakyat Blora)” dinyatakan **diterima**

KESIMPULAN

Pada penelitian ini, diketahui variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Tabungan Presma pada PD Bank Perkreditan Rakyat Blora dan variabel kualitas pelayanan yang berpengaruh signifikan secara parsial yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Hal ini dapat menjawab dari rumusan masalah pada BAB 1 (satu) serta dapat dilihat dari hasil sebagai berikut:

1. Berdasarkan pengujian menggunakan uji statistik F hasil penelitian hipotesis 1 (satu) menunjukkan bahwa variabel independen kualitas pelayanan yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen kepuasan nasabah Tabungan Presma pada PD Bank Perkreditan Rakyat Blora, sehingga hipotesis 1 (satu) **diterima**
2. Berdasarkan pengujian menggunakan uji statistik t hasil penelitian hipotesis 2 (dua) menunjukkan bahwa variabel independen kualitas pelayanan yaitu *tangible* (bukti fisik) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Tabungan Presma pada PD Bank Perkreditan Rakyat Blora, sehingga hipotesis 2 (dua) **diterima**

3. Berdasarkan pengujian menggunakan uji statistik t hasil penelitian hipotesis 3 (tiga) menunjukkan bahwa variabel independen kualitas pelayanan yaitu *reliability* (keandalan) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Tabungan Presma pada PD Bank Perkreditan Rakyat Blora, sehingga hipotesis 3 (tiga) **diterima**
4. Berdasarkan pengujian menggunakan uji statistik t hasil penelitian hipotesis 4 (empat) menunjukkan bahwa variabel independen kualitas pelayanan yaitu *responsiveness* (daya tanggap) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Tabungan Presma pada PD Bank Perkreditan Rakyat, sehingga hipotesis 4 (empat) **diterima**
5. Berdasarkan pengujian menggunakan uji statistik t hasil penelitian hipotesis 5 (lima) menunjukkan bahwa variabel independen kualitas pelayanan yaitu *assurance* (jaminan) secara secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Tabungan Presma pada PD Bank Perkreditan Rakyat Blora, sehingga hipotesis 5 (lima) **diterima**
6. Berdasarkan pengujian menggunakan uji statistik t hasil penelitian hipotesis 6 (enam) menunjukkan bahwa variabel independen kualitas pelayanan yaitu *empathy* (empati) secara secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Tabungan Presma pada PD Bank Perkreditan Rakyat Blora sehingga hipotesis 6 (enam) **diterima**

Keterbatasan Penelitian

Penulis menyadari jika terjadi keterbatasan dalam melakukan penelitian ini, keterbatasan dimensi kualitas pelayanan yang digunakan untuk mengukur kepuasan nasabah hanya lima faktor dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati).

Agenda Penelitian Mendatang

Berdasarkan keterbatasan pada penelitian ini, maka agenda untuk penelitian mendatang yang diusulkan adalah untuk penelitian mendatang dapat diagendakan untuk mengetahui faktor-faktor lainnya yang dapat memberikan dan mempengaruhi rasa kepuasan pada nasabah, contohnya yaitu variabel produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), tempat (*place*)

DAFTAR PUSTAKA

- Barnes, James G. 2003. *Secrets of Customer Relationship Manajemen (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Budisantoso, Totok dan Nuritomo. 2015. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta: Salemba Empat

- Dewi, Gusti Ayu Putu Ratih Kusuma *et all* 2014, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah PT BPR Hoki di Kabupaten Tabanan”. **Jurnal Ekonimi dan Bisnis Universitas Udayana 3.5 (2014) : 257-275**
- Gerson, Richard F. 2001. *Mengukur Kepuasan Pelanggan*. Hesti Widyaningrum. Jakarta: Penerbit PPM.
- Ghozali.2018.**Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25**. Semarang:Badan Penernit-Undip
- Hamidi. 2010. *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*. Malang: UMM Press
- <https://www.wawasan.co/news/detail/3704/klaim-asuransi-tak-cair-perangkat-gawen-geruduk-bpr-bkk>
- <https://jatengprov.go.id/beritadaerah/masuk-10-besar-terbaik-se-jateng-bpr-bkk-blora-diminta-terus-berbenah/>
- <https://idtesis.com/sistem-akuntansi-penerimaan-kas-pada-pd-bpr-bkk-blora-kota-cabang-jepon/>
- Infobank. 2013-2018. **10 RatingBank Berkinerja Terbaik Tahun 2018**. Mei 2018.
- Jumiati. Pengaruh Kecepatan Pelayanan *Customer service* Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Simpedes Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Gagah Pleihari. **Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis**. Volume 2. Nomor 1. Maret 2016
- Kasmir. 2006. *Etika Customer service*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- 2007. *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- , 2012. *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Koesasi, Murniati dan Muh. Amin Latief. 2017. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Unit Usaha Syariah (UUS) PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. Kantor Cabang Syariah Balikpapan”. **Jurnal Akuntansi Manajemen Madani**. Volume 1, Nomor 1, Balikpapan.
- Lumempow, Natalia Ribka *et. all*. 2015. “Analisis Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri .Tbk Cabang Bahu Mall Manado”. **Jurnal EMBA**. Volume 3, Nomor 3, Manado.
- Lupiyoadi dan A. Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi 2*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

- Marzuki. 2000. *Metodologi Riset*. Yogyakarta: Bagian Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta
- Pawestriningtyas, Nining Catur, Suharyono dan Iman Suyadi. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah (Survei Pada Nasabah Perum Pegadaian Kantor Cabang Syariah Tlogomas Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 32 No. 2 Maret 2016
- Priyatno, Duwi. 2013. Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS. Yogyakarta: PENERBIT GAVA MEDIA.
- Santosa, Purbayu Budi dan Ashari. 2005. *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel & SPSS*. Yogyakarta: ANDI
- Simamora, Bilson. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. 2016. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Penerbit Alfabeta
Bandung
- Sukandarrumidi. 2006. *Metode Penelitian: Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula*. Yogyakarta: GADJAH MADA UNIVERSITY PRESS
- Sulistyorini, Utami Tri. 2006. Strategi *Pemasaran Jasa Pada Lembaga Keuangan*. Semarang: PP Polines.
- Sunyoto, Danang. 2011. *Praktik SPSS Untuk Kasus*. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Supardi. 2005. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press
Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- . 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Umar, Husein. 2003. *Metode Riset Akuntansi Terapan*. Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 1998. **Tentang Perbankan**
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 1998. **Tentang Tabungan**
- Usman, Husaini. 2003. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Widayat. 2004. *Metode Penelitian Pemasaran*. Malang: UMM Press
- Wiwik. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan *Frontliner (Customer service, Teller, dan Security)* Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi Diperbankan. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sumatra Utara Medan.

Yulianti, Fadma. 2013. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Pada Bank Panin Tbk KCP A. Yani Banjarmasin”. *Jurnal Spread*. Volume 3, Nomor 2, Banjarmasin.

Yulianti, Fadma. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Pada Bank Panin Tbk KCP A. Yani Banjarmasin. *Jurnal Spread*. Volume 3 Nomor 2.