

PENGARUH DIMENSI *SERVICESCAPE* TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI MASA PANDEMI *COVID-19* (Survei Pada Nasabah BRI Cabang Kupang)

Juita L.D Bessie¹, Lucky Y.T Boimau²

^{1,2}Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Nusa Cendana Kupang, Indonesia

¹juitabessie@staf.undana.ac.id

ABSTRACT

*This study aims to determine the Effect of the Servicescape Dimensions toward Customer of BRI Cabang Kupang's Satisfaction during the COVID-19 pandemic. The independent variable in this study is the servicescape dimension consisting of Ambient conditions s, spatial layout and functionality, and signs, symbols, and arifacts, while the dependent variable is customer satisfaction. The number of samples in this study as many as 100 respondents, who come to transact at BRI Cabang Kupang. That samples obtained using accidental sampling techniques. The data was collected using questionnaires, interviews, and literature studies. The data analysis techniques used are quantitative descriptive, multiple linear regression analysis and hypothesis testing using SPSS 26 applications. The results of the descriptive analysis show that overall the respondents give a very good perception of the three dimensions of servicescape which applied by BRI Cabang Kupang. From the results of Multiple Linear Regression Analysis obtained the mathematical equationn: $Y = 8,192 + 0,494X1 + 0,241X2 + 0,826X3$. Both the *t* test and *F* test results show that simultaneously and partially the three servicescape dimensions have a significant effect on customer satisfaction. Based on the Adjusted R² value, it shows the contribution of the Servicescape dimensions toward customer satisfaction by 66,1%. While 33,9% is influenced by other variables outside the focus of this study. The other variable is the service quality that can be taken into consideration for further researchers in addition to the existing variables.*

Keywords: *Servicescape, Ambient Conditons, Spatial Layout And Functionality, Signs, Symbols And Artifacts, And Customer Satisfaction.*

PENDAHULUAN

Semakin berkembangnya teknologi sebagai akibat dari era globalisasi yang sangat pesat, sangat berpengaruh pada gaya hidup masyarakat yang turut ikut berubah terutama pada masyarakat di perkotaan. Pengaruh budaya dari luar tidak bisa terhindari akibat adanya mobilisasi sosial yang tinggi, dan akibatnya pola konsumsi masyarakat juga ikut berubah. Hal ini membuat para produsen berlomba-lomba untuk memenangkan persaingan, dengan mencoba memaksimalkan segala sumberdaya yang dimiliki.

Tahun 2020 dunia diguncang dengan kemunculan klaster virus baru yang sangat berbahaya yaitu Virus Corona atau Covid-19 yang pertama kali ditemukan di kota Wuhan, China. Banyak negara yang sampai menerapkan kebijakan *Lockdown*, yang membatasi masyarakat keluar dari rumah untuk alasan apapun. Virus ini menyerang manusia melalui sistem pernapasan dan bahkan berdampak pada kematian. Indonesia mengonfirmasi kasus pertama infeksi Covid-19 pada awal Maret 2020. Sejak itu, berbagai upaya penanggulangan dilakukan pemerintah seperti Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) pernah dilakukan di beberapa daerah untuk meredam dampak dari pandemi Covid-19.

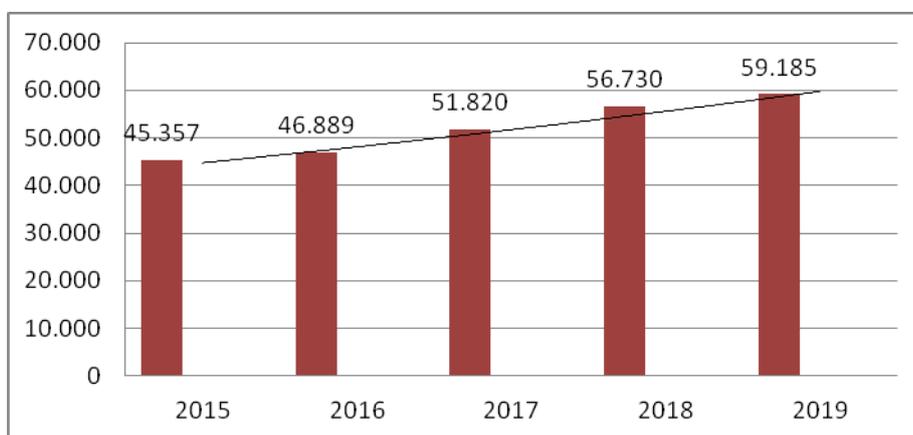
Kerugian yang ditimbulkan akibat dampak dari pandemi Covid-19 menyebar pada hampir semua sektor di Indonesia. Sektor perekonomian merupakan salah satu sektor yang paling besar terdampak dampak dari pandemi Covid-19. Banyak perusahaan yang mengalami kerugian akibat tidak adanya permintaan di pasar konsumen terhadap produk yang dijual sehingga tidak sedikit pula perusahaan yang memberlakukan kebijakan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) terhadap karyawannya dan tidak ada informasi yang pasti mengenai kapan akan memperkerjakan mereka kembali oleh perusahaan. Ada juga perusahaan yang memberlakukan sistem pengurangan pendapatan karyawan dengan cara; dua pekan kerja dan dua pekan libur demi mengurangi kerugian perusahaan yang lebih besar dan juga untuk mengurangi penyebaran virus corona. Pembatasan aktivitas masyarakat berpengaruh pada pendapatan mereka dan juga berdampak pada aktivitas bisnis yang kemudian berimbas pada perekonomian.

Sektor perbankan hampir semua aktifitasnya berhubungan dengan kegiatan keuangan sehingga masyarakat selalu membutuhkan jasa bank. Nasabah daripada bank sangat bervariasi baik perorangan, lembaga, maupun juga perusahaan. Seiring berjalannya waktu industri perbankan di Indonesia berkembang sangat pesat dan ketat, baik bank dalam negeri (BUMN/SWASTA/PERSERO) maupun bank asing, sudah menyebar ke seluruh pelosok Nusantara. Dalam menghadapi masa pandemi Covid-19, pemerintah berusaha untuk memberikan stimulus supaya perekonomian bisa bergerak lagi lewat industri perbankan. Pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (Perppu) No.1/2020 tentang Kebijakan Keuangan Negara dan Stabilitas Sistem Keuangan untuk Penanganan Pandemi Covid-19 dan atau dalam

Rangka Menghadapi Ancaman yang Membahayakan Perekonomian Nasional dan atau Stabilitas Sistem Keuangan.

BRI yang merupakan salah satu bank konvensional terbesar di Indonesia ikut merasakan keringanan akibat Perppu yang dikeluarkan BI. Dalam wawancara kupang.tribunnews.com, pimpinan BRI Cabang Kupang, Stefanus Juarto mengatakan, pihak BRI saat ini sedang melakukan restrukturisasi kredit bagi nasabah yang terkena dampak Covid-19, sesuai dengan amanat dari Presiden dan Menteri Koordinator Bidang Perekonomian. Alasan dilakukannya restrukturisasi karena di masa pandemi, masyarakat harus di rumah dan akan jarang untuk berbelanja.

BRI Cabang Kupang merupakan salah satu bank yang selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabahnya meskipun situasi masih di tengah pandemi Covid-19. BRI memiliki Visi yaitu “Menjadi bank komersial terkemuka yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah”. Dan tiga (3) Misi utama yaitu, “Memberikan yang Terbaik, Menyediakan Pelayanan yang Prima, serta Bekerja dengan Optimal dan Baik”. Hal tersebut ditunjukkan dari data pertumbuhan jumlah nasabah yang dimiliki oleh BRI Cabang Kupang selama periode 5 tahun terakhir, yaitu yang tertera pada diagram di bawah ini.



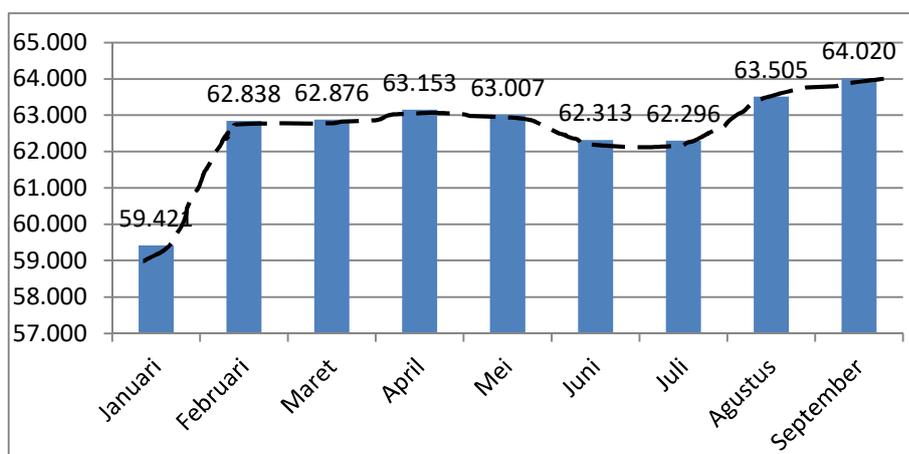
Sumber: BRI Cabang Kupang, 2020

Gambar 1
Data Jumlah Nasabah Periode 2015-2019

Data di atas menunjukkan jumlah nasabah BRI Cabang Kupang selama 5 tahun terakhir terus mengalami peningkatan yang cukup besar setiap tahun. Hal ini merupakan pencapaian yang sangat baik oleh BRI Cabang Kupang dalam membuktikan kinerja dan

pelayanan yang diciptakan dalam melayani nasabah sehingga dapat mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabah setiap tahunnya.

Di tahun 2020 pandemi Covid-19 yang menyerang di hampir semua sektor sangat mempengaruhi secara langsung pada segala aktivitas perbankan. Hal ini dikarenakan banyak nasabah yang harus kehilangan pekerjaan, pengurangan jam kerja, bisnis pengusaha yang lesu, dan berbagai alasan lainnya. Di tahun 2020 BRI Cabang Kupang mencatat data pertumbuhan nasabah pada tahun berjalan periode Bulan Januari sampai dengan September 2020.



Sumber: BRI Cabang Kupang, 2020

Gambar 2
Data Pertumbuhan Jumlah Nasabah BRI Cabang Kupang
Per Januari - September 2020

Dari data di atas terlihat bahwa pertumbuhan jumlah nasabah BRI Cabang Kupang mengalami peningkatan sejak Bulan Januari sampai dengan April 2020. Pengaruh Covid-19 yang mulai masuk di Kota Kupang membuat nasabah BRI Cabang Kupang mengalami penurunan pada Bulan Mei. Terhitung jumlah nasabah pada akhir Bulan April sebesar 63.153. Namun pada akhir Bulan Mei jumlah nasabah mengalami penurunan sehingga menjadi 63.007. Hingga pada Bulan Juli jumlah nasabah BRI Cabang Kupang terus mengalami penurunan sehingga menjadi 62.296. Bantuan tunai dari pemerintah untuk para pelaku UMKM melalui rekening BRI sebagai stimulus pemerintah pada perbankan dan masyarakat di tengah pandemi sangat mempengaruhi pertumbuhan jumlah nasabah yang terlihat semenjak program bantuan UMKM di

alokasikan ke masyarakat, peningkatan jumlah nasabah melonjak 63,40% dari Bulan Juli ke Bulan Agustus 2020, dan bertambah lagi menjadi 63,92% di Bulan September.

Di masa pandemi Covid-19 penataan lingkungan fisik (*Servicescape*) adalah hal yang paling utama bagi perusahaan yang selalu berinteraksi dengan banyak orang, tidak terkecuali perusahaan perbankan. Nasabah yang berkumpul atau berkerumun sangat beresiko untuk meningkatkan penyebaran Virus Corona. Walaupun kini tersedia aplikasi m-banking yang memudahkan nasabah bisa bertransaksi secara *online*, tetapi tidak sedikit nasabah yang masih menggunakan metode transaksi secara manual atau *offline* karena berbagai alasan. Tentunya nasabah yang datang selain ingin bertransaksi dengan nyaman, keamanan bagi dirinya juga sangat diharapkan dari pihak bank. Dari tendensi ini terlihat betapa faktor lingkungan fisik (*servicescape*) menjadi aspek yang krusial di masa pandemic ini.

Servicescape merupakan penataan lingkungan fisik dimana jasa diciptakan dan tempat penyedia jasa dan konsumen berinteraksi. Riset menunjukkan bahwa *servicescape* bisa mempengaruhi pilihan, ekspektasi, dan bahkan kepuasan nasabah. Penerapan strategi *servicescape* oleh BRI bukan hanya semata-mata pada nasabah saja, karyawan yang bekerja juga diharuskan oleh BRI untuk selalu menjaga jarak juga tidak dalam keadaan sakit, dan selalu mengikuti prosedur pelayanan di masa pandemi yang diterapkan. Oleh karena itu BRI Cabang Kupang menjadikan lingkungan fisik sebagai salah satu strategi utama dalam pelayanan di masa pandemi Covid-19 yang harus diterapkan dengan baik dan benar demi mencapai kepuasan nasabah.

Servicescape adalah tampilan fisik dalam suatu tempat yang dirancang sedemikian rupa untuk menarik atau mempengaruhi konsumen dan karyawan (Hightower, 2009; Zeithmal and Bitner, 2009; Lovelock, Wirtz dan Mussry, 2010). Dimensi *servicescape* dibagi menjadi tiga (3) bagian yaitu: (1) Dimensi Lingkungan Sekitar (*Ambient conditions*) merupakan karakteristik lingkungan yang berkenaan dengan kelima indera. (2) Dimensi Tata Ruang dan Fungsinya (*Spatial Layout and Functionality*) merupakan dalam layout, peralatan yang diatur dan kemampuan barang-barang untuk memfasilitasi kenikmatan konsumen. (3) Dimensi Tanda, Simbol, dan Artefak (*Signs, Symbols, and Artifacts*) merupakan tanda-tanda atau rambu serta dekorasi yang digunakan untuk berkomunikasi dan meningkatkan citra tertentu atau suasana hati, untuk memudahkan konsumen untuk mencapai tujuannya. BRI Cabang Kupang sangat menjunjung tinggi

penerapan protokol kesehatan dalam menjalankan aktivitas perbankan di tengah pandemi. Hal ini ditunjukkan dengan penerapan dimensi-dimensi *servicescape* dalam pelayanan di tengah pandemi Covid-19 dalam rangka meningkatkan kepuasan nasabah.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan senang atau kecewa sebagai respon setelah mereka memperoleh, membandingkan dan menggunakan suatu produk berupa barang atau jasa (Tjiptono; Kotler & Keller; dan Gerson). Dengan beberapa indikator kepuasan pelanggan yaitu antara lain: (1) Kesesuaian harapan, yaitu tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan pelanggan. (2) minat berkunjung kembali, yaitu kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait. (3) bersedia merekomendasikan, yaitu kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarganya.

Lingkungan fisik bagi bank yang merupakan suatu wujud dari jasa itu sendiri yang dapat mempengaruhi perilaku dan respon nasabah terhadap jasa yang diberikan oleh pihak bank. Perusahaan menggunakan lingkungan layanan sebagai salah satu cara untuk menunjukkan kualitas yang dimiliki oleh perusahaan, dengan tujuan untuk membuat nasabah merasa puas atas kualitas dan jasa yang diberikan perusahaan kepada nasabah melalui dimensi-dimensi dari *servicescape*. Penelitian terdahulu tentang pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan juga ditunjukkan melalui hasil penelitian dari Pramita, dkk (2015), Angkow., dkk (2016), Tumbelaka & Loindong (2014), serta Ainun & Setiawardani (2019) serta Finistyawan & Bessie (2020).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Dimensi *Servicescape* terhadap Kepuasan Nasabah di masa pandemi *Covid-19* (Survei Pada Nasabah BRI Cabang Kupang)”.

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

Servicescape

Bitner (1992) mendefinisikan *servicescape* sebagai lingkungan fisik yang didalamnya mencakup pelayanan pada suatu fasilitas interior ataupun fasilitas eksteriornya. Zeithmal dan Bitner (2009; 313) menyatakan *Servicescape* adalah lingkungan dimana jasa disampaikan dan dimana perusahaan dan konsumennya berinteraksi, serta setiap komponen berwujud yang memfasilitasi penampilan atau komunikasi dari jasa.

Lovelock, Wirtz dan Mussry (2010) menunjukkan bahwa *servicescape* terkait erat dengan gaya dan tampilan fisik dan elemen pengalaman lain yang ditemui oleh pelanggan di tempat penghantaran layanan..

Lovelock, Wirtz dan Mussry (2010) membagi dimensi *servicescape* menjadi tiga bagian yaitu :

- 1) *Ambient conditions* merupakan karakteristik lingkungan yang berkenaan dengan kelima indera. Tanpa disadari *Ambient conditions* dapat mempengaruhi emosional, persepsi dan juga perilaku seseorang. Kondisi sekitar juga akan menghasilkan dan menimbulkan suasana hati dari seorang konsumen terhadap apa yang dirasakannya.
- 2) *Spatial Layout and Functionality* merupakan dalam layout, peralatan yang diatur dan kemampuan barang-barang untuk memfasilitasi kenikmatan konsumen.
- 3) *Signs, Symbols, and Artifacts* merupakan tanda-tanda atau rambu serta dekorasi yang digunakan untuk berkomunikasi dan meningkatkan citra tertentu atau suasana hati, untuk memudahkan konsumen untuk mencapai tujuannya.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan (Kotler and Keller, 2013:32). Menurut Tjiptono dan Chandra (2014; 368) kepuasan pelanggan adalah penilaian bahwa bentuk/model produk atau jasa, itu sendiri memberikan tingkat pemenuhan berkaitan dengan komunikasi yang menyenangkan. Indikator-indikator kepuasan pelanggan antara lain :

- 1) Kesesuaian harapan. Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan pelanggan.
- 2) Minat berkunjung kembali. Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait.
- 3) Bersedia merekomendasikan. Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.

Hubungan Antara *Servicescape* Dan Kepuasan Pelanggan

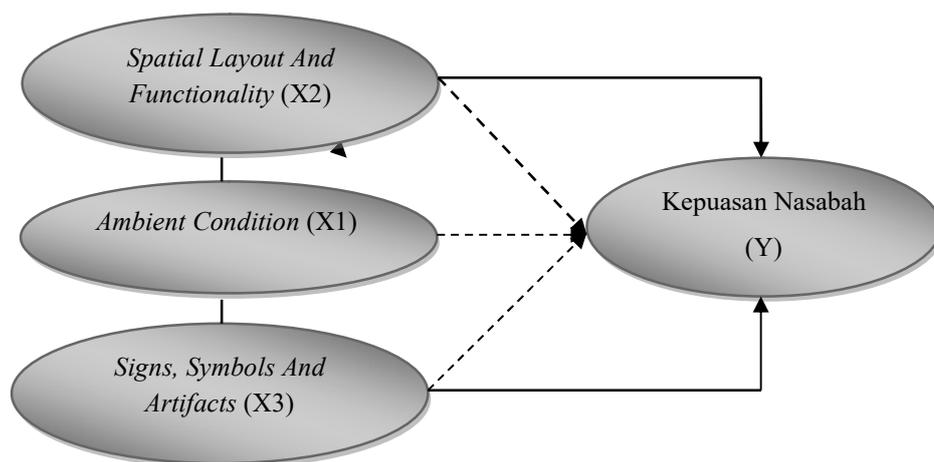
Lingkungan fisik (*Servicescape*) merupakan lingkungan di mana layanan dibuat dan di mana penjual dan konsumen berinteraksi, dikombinasikan dengan komoditas nyata

yang memfasilitasi kinerja atau komunikasi pada layanan. *Servicescape* merupakan gaya dan tampilan fisik dan elemen lain yang ditemui oleh pelanggan di tempat penghantaran layanan (Lovelock, Wirtz & Mussry, 2010; 4).

Menurut Lovelock, Wirtz dan Mussry (2010; 26), lingkungan layanan memainkan peranan besar dalam membentuk persepsi pelanggan akan citra dan positioning perusahaan. Karena kualitas layanan itu sulit diukur, pelanggan seringkali menggunakan lingkungan layanan (*servicescape*) sebagai penanda kualitas yang penting. Menurut Tjiptono (2014; 155) bahwa kualitas jasa dipengaruhi oleh kualitas *servicescape*. Sejumlah riset menunjukkan bahwa *servicescape* bisa mempengaruhi pilihan pelanggan, kepuasan pelanggan, dan perilaku lainnya.

Dari teori di atas terlihat bahwa ketiga dimensi *servicescape* yaitu dimensi *Ambient conditions*, dimensi *spatial layout and functionality*, dan dimensi *signs, symbols and artifacts* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Karena lingkungan fisik yang baik adalah harapan dari setiap pelanggan, ketika lingkungan fisik yang disediakan perusahaan jasa baik, maka akan terbentuk perasaan senang dan nyaman pada pelanggan. Dengan demikian *servicescape* dengan ketiga dimensinya baik secara langsung maupun tidak langsung berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kerangka berpikir



Keterangan:
 —————> = Parsial
 - - - - -> = Simultan

Gambar 3
Kerangka Penelitian

Hipotesis

Berdasarkan kerangka berpikir yang telah dikemukakan di atas, maka hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₁ : *Ambient conditions* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BRI Cabang Kupang.

H₂ : *Spatial layout and functionality* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BRI Cabang Kupang.

H₃ : *Signs, symbols and artifacts* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BRI Cabang Kupang.

H₄ : *Ambient conditions, Spatial layout and functionality* serta *Signs, symbols and artifacts* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BRI Cabang Kupang.

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh nasabah BRI Cabang Kupang, yaitu dengan jumlah populasi nasabah pada Bulan September 2020 sebesar 64.020 orang. Sedangkan sampelnya penulis mempersempit populasi yaitu jumlah seluruh nasabah BRI Cabang Kupang pada Bulan September 2020 sehingga di dapat 100 orang nasabah sebagai responden, dimana mereka didapatkan dengan menggunakan teknik *accidental sampling*, dengan cara langsung bertemu dengan responden di lokasi penelitian.

Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan yang digunakan didalam penelitian ini adalah: Interview, yaitu suatu metode yang secara langsung mengadakan wawancara kepada koresponden dengan beberapa pertanyaan untuk mendapatkan data primer, kuesioner, yaitu teknik pengambilan data dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk menjawab dan kepustakaan, berupa data yang diambil dari beberapa literatur seperti buku, jurnal, artikel, modul, makalah, dan internet.

Analisis statistik deskriptif

Penilaian terhadap skor yang akan dicapai oleh setiap variabel atau dimensi akan diklasifikasikan berdasarkan kontinum sangat tinggi sampai dengan sangat rendah. Rata-rata skor 1,00-1,80 berada pada tingkat sangat rendah; 1,81-2,60 berada pada tingkat

rendah; 2,61-3,40 berada pada tingkat sedang; 3,41-4,20 berada pada tingkat tinggi; 4,21-5,00 berada pada tingkat sangat tinggi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda untuk menghitung besarnya pengaruh secara kuantitatif dari suatu perubahan kejadian (variabel X) terhadap kejadian lainnya (variabel Y). Rangky (1997: 23-25) formulasi regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

Uji Kontribusi Variabel (Uji t)

Uji beda t-test digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial.

Uji Kebaikan Model (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen/terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil data responden menunjukkan berdasarkan usia, responden dengan jenis kelamin pria merupakan responden terbanyak yaitu berjumlah 57 orang (57%) sedangkan, responden wanita berjumlah 43 orang (43%). Berdasarkan usia responden, usia 25-34 tahun merupakan responden terbanyak yaitu berjumlah 30 orang (30%). Berdasarkan pekerjaan responden terbanyak adalah pegawai swasta yaitu berjumlah 23 orang (23%). Berdasarkan lama menjadi nasabah, responden dengan jumlah terbanyak adalah responden yang baru menabung dari 6 Bulan-1 tahun yaitu sebanyak 32 orang.

Analisis Deskriptif

Variabel *Ambient Conditionss* (X1)

Variabel ini diukur dengan lima indikator: 1) Kebersihan di dalam ruangan BRI Cabang Kupang selalu terjaga; 2) Pencahayaan dalam ruangan BRI Cabang Kupang memadai; 3) Tingkat kebisingan di sekitar lingkungan BRI Cabang Kupang terbilang normal; 4) Suhu dan sirkulasi udara di dalam ruangan transaksi BRI Cabang Kupang baik; 5) Penerapan protokol kesehatan di lingkungan BRI Cabang Kupang membuat nasabah bisa bertransaksi dengan aman dan nyaman. Rata-rata skor untuk kelima

indikator tersebut sebesar 4,33 terklarifikasi sangat tinggi. Artinya bahwa mayoritas responden memberikan penilaian persepsi yang terkategori sangat tinggi terhadap variabel *Ambient conditions*.

Variabel *Spatial Layout and Functionality* (X2)

Variabel ini diukur dengan lima indikator: 1) Tata letak peralatan yang dimiliki BRI Cabang Kupang (Mesin ATM, Tempat duduk, dll) tidak menyulitkan nasabah dalam bertransaksi; 2) Tata letak ruangan memudahkan nasabah untuk bertransaksi; 3) Alat yang digunakan nasabah untuk bertransaksi selalu bersih; 4) Alat-alat penunjang transaksi berfungsi dengan baik; 5) Tempat parkir memadai. Rata-rata skor untuk kelima indikator tersebut sebesar 4,24 terklarifikasi sangat tinggi. Artinya bahwa mayoritas responden memberikan penilaian persepsi yang terkategori sangat tinggi terhadap variabel *Spatial Layout and Functionality*.

Variabel *Signs, Symbols and Artifacts* (X3)

Variabel ini diukur dengan lima indikator: 1) Tanda/petunjuk arah yang di hadirkan oleh BRI membantu nasabah dengan baik; 2) Papan informasi yang disediakan di setiap bagian oleh BRI membantu nasabah dalam menggunakan jasa bank; 3) Desain ruangan yang menarik membuat nasabah tidak bosan saat mengantri di dalam bank; 4) Tanda/symbol pemberi jarak antara tempat duduk terlihat jelas; 5) Tampilan bangunan/gedung BRI Cabang Kupang menarik. Rata-rata skor untuk kelima indikator tersebut sebesar 4,27 terklarifikasi sangat tinggi. Artinya bahwa mayoritas responden memberikan penilaian persepsi yang terkategori sangat tinggi terhadap *variabel Signs, Symbols and Artifacts*.

Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Variabel ini diukur dengan sepuluh indikator yaitu: 1) Saya merasa puas dengan keadaan kondisi sekitar dari BRI Cabang Kupang; 2) Saya merasa puas akan penerapan protokol kesehatan di lingkungan BRI Cabang Kupang; 3) Saya merasa puas akan tata letak dan fungsi dari peralatan transaksi di BRI Cabang Kupang; 4) Saya merasa puas dengan keberadaan mesin ATM yang tidak hanya satu sehingga tidak perlu mengatri lama saat ingin menggunakan ATM; 5) Saya merasa puas dengan pemberian tanda-tanda/symbol/artefak di lingkungan BRI Cabang Kupang; 6) Saya merasa puas dengan

keberadaan tempat parkir yang luas dan memadai serta kesigapan dari petugas dalam menata kendaraan agar tidak menyulitkan keluar/masuk kendaraan; 7) Apa yang saya rasakan selama berada di lingkungan BRI Cabang Kupang adalah sesuai dengan harapan saya; 8) Saya akan setia pada BRI Cabang Kupang; 9) Saya akan datang kembali ke BRI Cabang Kupang untuk bertransaksi lagi; 10) Saya bersedia merekomendasikan BRI Cabang Kupang kepada keluarga/kerabat saya. Rata-rata skor untuk kelima indikator tersebut sebesar 4,16 terklarifikasi tinggi. Artinya bahwa mayoritas responden memberikan penilaian persepsi yang terkategori tinggi terhadap variabel Kepuasan Nasabah.

Analisis regresi linear berganda

Hasil uji regresi pada penelitian ini sudah benar dengan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 8,192 + 0,493 X_1 + 0,241 X_2 + 0,826 X_3$$

Uji Kontribusi Variabel (Uji t)

Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa nilai t_{hitung} variabel *Ambient conditions* sebesar 4,568, sedangkan t_{tabel} diketahui pada alpha 0,05 sebesar 1,660. Maka hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,568 > 1,660$). Oleh sebab itu keputusannya menolak hipotesis nol (H_0) dan menerima hipotesis alternative (H_1). Artinya terdapat pengaruh parsial yang signifikan dari variabel *Ambient conditions* terhadap kepuasan nasabah BRI Cabang Kupang.

Untuk variabel *Spatial layout and functionality* diketahui nilai t_{hitung} sebesar 3,590 sedangkan t_{tabel} diketahui pada alpha 0,05 sebesar 1,660. Maka hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,590 > 1,660$). Oleh sebab itu keputusannya menolak hipotesis nol (H_0) dan menerima hipotesis alternative (H_1). Artinya terdapat pengaruh parsial yang signifikan dari variabel *Spatial layout and functionality* terhadap kepuasan nasabah BRI Cabang Kupang.

Untuk variabel *signs, symbols and artifacts* diketahui nilai t_{hitung} sebesar 6,277 sedangkan t_{tabel} diketahui pada alpha 0,05 sebesar 1,660. Maka hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,277 > 1,660$). Oleh sebab itu keputusannya menolak hipotesis nol (H_0) dan menerima hipotesis alternative (H_1). Artinya terdapat pengaruh parsial yang signifikan dari variabel *signs, symbols and artifacts* terhadap kepuasan nasabah BRI Cabang Kupang.

Tabel 1
Hasil uji t

Model	Nilai Uji t hitung	Nilai t _{tabel}	Signifikan
<i>Ambient Conditions</i>	4,568	1,660	0,000
<i>Spatial Layout and Functionality</i>	3,590	1,660	0,001
<i>Signs, Symbols, and Artifacts</i>	6,277	1,660	0,000

Uji Kebaikan Model (Uji F)

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ ($21,072 > 2,31$) maka H_2 diterima. Artinya *Ambient conditions*, *Spatial layout and functionality* serta *signs, symbols and artifacts* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BRI Cabang Kupang, sedangkan H_0 ditolak.

Tabel 2
Hasil uji F

Model	Nilai F_{hitung}	Nilai F_{tabel}	Signifikan
<i>Regression</i>	21,072	2,31	0,000

Uji Kontribusi Model

Dari hasil data pada tabel di atas menunjukkan nilai *Adjusted R²* sebesar 0,661 atau 66,1% kepuasan nasabah BRI Cabang Kupang dipengaruhi oleh *Ambient conditions*, *Spatial layout and functionality* serta *signs, symbols and artifacts*. Sedangkan sisanya 33,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar cakupan penelitian ini.

Tabel 3
Hasil Adjusted R²

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,822 a	,672	,661	1,3202
a. Predictors: (Constant), Signs, Symbols and Artifacts X3, Ambient conditions X1, Spatial Layout and Functionality X2				

Pengaruh *Ambient Conditionss* (X_1) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Hasil Uji t variable X_1 menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 4,568, > t_{tabel} 1,660 sehingga keputusannya menolak H_0 dan menerima H_1 . Hal ini berarti variable *Ambient conditions* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BRI Cabang Kupang.

Hasil penelitian ini juga diperkuat dengan hasil analisis deskriptif, dimana mayoritas responden memberikan penilaian persepsi yang terkategori sangat tinggi yaitu 4,33 untuk variabel ini, yang diukur dengan menggunakan indikator: (1) Kebersihan di dalam ruangan BRI Cabang Kupang selalu terjaga; (2) Pencahayaan dalam ruangan BRI Cabang Kupang memadai; (3) Tingkat kebisingan di sekitar lingkungan BRI Cabang Kupang terbilang normal; (4) Suhu dan sirkulasi udara dalam ruang transaksi BRI Cabang Kupang baik; (5) Penerapan protokol kesehatan di lingkungan BRI Cabang Kupang membuat nasabah bisa bertransaksi dengan aman dan nyaman.

Lovelock, Wirtz & Mussry (2010) menyatakan bahwa *Servicescape* dengan ketiga dimensinya: *Ambient conditions*, *spatial layout and functionality*, *signs, symbols and artifacts* berpengaruh terhadap kepuasan. Dan sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu oleh Tumbelaka dan Loindong (2014) dan Angkow.,dkk (2016) yang menyatakan bahwa *Ambient conditions* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Pengaruh *Spatial Layout and Functionality* (X_2) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Hasil Uji t variable X_2 menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 3,590 > t_{tabel} 1,660 sehingga keputusannya menolak H_0 dan menerima H_2 . Ini berarti variabel *Spatial layout and functionality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BRI Cabang Kupang.

Hasil penelitian ini juga diperkuat dengan hasil analisis deskriptif, dimana mayoritas responden memberikan penilaian persepsi terkategori sangat tinggi yaitu sebesar 4,28. Artinya rata-rata responden memberikan penilaian yang positif dan terkategori sangat tinggi untuk variabel *spatial layout and functionality*, yang diukur menggunakan indikator: (1) Tata letak peralatan yang dimiliki BRI Cabang Kupang (Mesin ATM, Tempat duduk, dll) tidak menyulitkan nasabah dalam bertransaksi; (2) Tata letak ruangan memudahkan nasabah untuk bertransaksi; (3) Alat yang digunakan nasabah untuk bertransaksi selalu bersih; (4) Alat-alat penunjang transaksi berfungsi dengan baik; (5) Tempat parkir memadai.

Hasil penelitian ini relevan dengan pendapat Lovelock, Wirtz & Mussry (2010), serta beberapa penelitian terdahulu oleh Tumbelaka dan Loindong (2014) dan Angkow.,dkk (2016) yang menyatakan bahwa *Spatial layout and functionality* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Pengaruh *Signs, Symbols and Artifacts* (X_3) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Hasil Uji t variable X_3 menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $6,277 > t_{tabel}$ 1,660 sehingga keputusannya menolak H_0 dan menerima H_3 . Hal ini berarti variabel *Signs, symbols, and artifacts* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BRI Cabang Kupang.

Hasil ini diperkuat dengan analisis deskriptif variable X_3 , dimana mayoritas responden memberikan penilaian persepsi terkategori sangat tinggi yaitu sebesar 4,27. Artinya rata-rata responden memberikan penilaian yang positif dan terkategori sangat tinggi untuk variabel *signs, symbols, and artifacts*, yang diukur menggunakan indikator: (1) Tanda/petunjuk arah yang dihadirkan oleh BRI membantu nasabah dengan baik; (2) Papan informasi yang disediakan disetiap bagian oleh BRI membantu nasabah dalam menggunakan jasa bank; (3) Desain ruangan yang menarik membuat nasabah tidak bosan saat mengatri dalam bank; (4) Tanda/symbol pemberi jarak antara tempat duduk terlihat jelas; (5) Tampilan gedung/bangunan BRI Cabang Kupang menarik. Sehingga hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh *Signs, symbols, and artifact* terhadap kepuasan nasabah diterima.

Pengaruh yang signifikan secara parsial dari variable X_3 terhadap Y inirelevan dengan pendapat Lovelock, Wirtz & Mussry (2010) serta penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tumbelaka dan Loindong (2014) serta Ainun dan Setiawardani (2019) yang membuktikan bahwa *signs, symbols and artifacts* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Pengaruh Variabel Bebas Secara Simultan Terhadap Variabel Terikat

Hipotesis pertama (H_4) menyatakan bahwa variabel *Ambient conditions, spatial layout and functionality*, dan *signs, symbols and artifacts* secara simultan berpengaruh signifikan pada kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai F_{hitung} sebesar $21,072 > F_{tabel}$ 2,3; sehingga H_4 diterima dan H_0 ditolak. Hubungan yang signifikan ini juga ditunjukkan dari nilai R sebesar 0,82 yang menunjukkan bahwa model yang dibangun dalam

penelitian ini sangat baik, serta nilai *adjusted R*² sebesar 66,1%, yang menunjukkan besarnya kontribusi variable bebas terhadap kepuasan nasabah.

Hasil di atas relevan dengan dengan teori Tjiptono (2014; 352), Kotler dan Keller (2013; 32), dan Gerson (2002; 3) yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu perasaan senang atau kecewa sebagai respon setelah mereka memperoleh, membandingkan dan menggunakan suatu produk. Ketika pelanggan menunjukkan perasaan senang itu menandakan puas terhadap produk yang mereka konsumsi, sebaliknya jika para konsumen menunjukkan perasaan kecewa terhadap produk yang telah mereka beli berarti tidak puas.

Penelitian ini juga sejalan dengan Tumbelaka dan Loindong (2014), Ainun dan Setiawardani (2019), Angkow.,dkk (2016), dan Pramita.,dkk (2015) yang menunjukkan bahwa *Servicescape* yang terdiri dari *Ambient conditions s, spatial layout and functionality*, dan *signs, symbols and artifacts* secara simultan berpengaruh signifikan pada kepuasan nasabah.

Dari ketiga variable bebas tersebut, variable *Signs, Symbols and Artifacts*-lah yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan nasabah BRI Cabang Kupang.

SIMPULAN DAN SARAN

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian persepsi terkategori sangat tinggi untuk ketiga dimensi variabel *servicescape* dan penilaian yang terkategori tinggi untuk variabel kepuasan nasabah pada BRI Cabang Kupang.

Secara simultan, ketiga dimensi *servicescape* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BRI Cabang Kupang. Dimana implikasinya adalah, apabila ketiga dimensi *servicescape* ini terkelola dengan baik (semakin ditingkatkan) maka akan meningkatkan kepuasan nasabah.

Secara parsial, ketiga dimensi *servicescape*, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dimana implikasinya adalah apabila ketiganya terkelola dengan baik (semakin ditingkatkan), maka kepuasan nasabah pun semakin meningkat.

Diharapkan pihak BRI Cabang Kupang untuk selalu mempertahankan dan perlu ditingkatkan ketiga dimensi *servicescape* ini terlebih di masa pandemi Covid-19 ini bagi perusahaan jasa seperti perbankan, *servicescape* adalah hal utama dalam pelayanan yang perlu diterapkan perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *ambient conditions* berpengaruh parsial secara signifikan. Namun dalam indikator pencahayaan dalam ruangan, cukup banyak responden memberikan penilaian netral, peneliti menyarankan dari pihak BRI Cabang Kupang untuk memperhatikan kualitas pencahayaan di dalam ruang transaksi agar lebih membantu mempermudah nasabah dalam proses transaksi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *spatial layout and functionality* berpengaruh parsial secara signifikan. Namun dalam indikator alat penunjang transaksi berfungsi dengan baik, cukup banyak responden memberikan penilaian netral. Sehingga peneliti menyarankan agar BRI Cabang Kupang selalu memantau tingkat keberfungsian setiap alat penunjang transaksi yang digunakan oleh nasabah seperti mesin ATM, EDC dan sebagainya, demi memaksimalkan kepuasan dari nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *signs, symbols, and artifacts* berpengaruh parsial secara signifikan. Namun dalam indikator tampilan gedung menarik, cukup banyak responden memberikan penilaian netral. Sehingga diharapkan agar BRI Cabang Kupang juga memperhatikan tampilan dari gedung bank dalam hal ini perlu di renovasi sehingga BRI mampu memaksimalkan kepuasan nasabah.

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti dengan topik yang sama, peneliti menyarankan untuk menambahkan variabel kualitas pelayanan. Karena berdasarkan wawancara terbuka peneliti dengan responden ketika mendampingi pengisian kuesioner, sebagian besar dari mereka mengatakan bahwa kualitas pelayanan bank juga adalah salah satu faktor yang membuat mereka puas.

DAFTAR RUJUKAN

- Ainun, Azumi, Mutia dan Setiawardani, Maya. 2019. *Servicescape dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Pada Konsumen Eduplex Bandung*. Jurnal Riset Bisnis dan Investasi. Vol. 5, No. 2, Agustus 2019.
- Angkow, Febrian. Sepang, Jantje L. dan Sumarauw, Jacky S B. 2016. *Pengaruh Servicescape Dan Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BRI (Persero, Tbk) Cabang Manado*. Vol. 16, No. 04.

- Bitner, M. J. 1992. *Servicescape : The Impact of Physical surroundings on customers and employees. Journal of Marketing*. Vol 56 No.2.
- Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Nasib Perbankan dan Bank Perkreditan. <https://yoursay.suara.com/news/2020/07/03/200710/dampak-pandemi-Covid-19-terhadap-nasib-perbankan-dan-bank-perkreditan> (Diakses 12 Nopember 2020, pukul 08.16 WITA).
- Finistyawan, Yuventus K.K dan Bessie, Juita L.D. 2020. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Travel Di Kabupaten Malaka: Studi Pada Travel Betun Mandiri Expres. Journal of Management (SME's) Vol.12, No.2, 2020, p149-165.*
- Gerson, Richard F. 2002. *Mengukur Kepuasan Pelanggan*, Penerbit PPM, Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 (Edisi ke tujuh)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hightower Jr, R., & Shariat, M. 2009. *Servicescape s Hierarchial Factor Structure Model. Global Review of Bussines and Economic Research, 5(2), 375-398.*
- . 2010. *Commentary on conceptualizing the servicescape construct in 'A study of the service encounter in eight countries. Journal of marketing management.*
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Mileinium. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- . 2012. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Tiga belas. Ahli bahasakan: Benyamin Molan, Bahasa Indonesia PT. Indeks, Jakarta.
- dan Keller, Kevin. 2009. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Edisi Pertama. Salemba Empat, Jakarta.
- dan Gary Amstrong. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid II. PT. Indeks, Jakarta.
- . 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Ke-12. Penerbit Erlangga.
- Lovelock, C. Wirtz, J. dan Jacky, M. 2010. *Pemasaran Jasa-Perspektif Indonesia Jilid 2*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Pandemi Covid-19, Apa Saja Dampak pada Sektor Ketenagakerjaan Indonesia? <https://www.kompas.com/tren/read/2020/08/11/102500165/pandemi-Covid-19-apa-saja-dampak-pada-sektor-ketenagakerjaan-indonesia-> (Diakses 14 Nopember 2020, pukul 18.55 WITA).
- Pramita, Cempaka, Dyah. Fauzi DH, Achmad. dan Hidayat Kadarisman. 2015. *Pengaruh Servicescape Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah. Survei Pada Nasabah Tabungan Simpeda PT. Bank Pembangunan Jawa Timur Tbk. Kantor Cabang Kediri. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 26, No. 2, September 2015.*
- Sarjono, Hayadi, dan Julianita, Winda. 2011. *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Penerbit Selemba empat, Jakarta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif R&D*, Cv.Afabeta, Bandung.
- Supardi dan Saiful Anwar. 2002. *Dasar-dasar Perilaku Oranisasi*, UII Press, Yogyakarta.
- Swasta, Basu dan Irwan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Tempuh Berbagai Strategi, BRI Tetap Tumbuh di Tengah Pandemi. <https://m.republika.co.id/berita/qfehrr415/tempuh-berbagai-strategi-bri-tetap-tumbuh-di-tengah-pandemi> (Diakses 12 Nopember 2020, pukul 10.20 WITA).

- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tumbelaka, Michael dan Loindong, Sjendry. 2014. *Servicescape Dan Personal Selling Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Britama BRI Cabang Manado*. Jurnal EMBA. Vol. 2, No. 2, Juni 2014.
- Visi dan Misi BRI . <https://www.bri.co.id> (Diakses 12 Nopember, pukul 20.12 WITA).
- Zeithaml, Valarie, A. and Marry Jo Bitner. 2009. *Service Marketing*. Newyork: MC Graw-Hill.