

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH

(Survei pada Nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Cabang Pasuruan)

Sally Garar Murti  
Edy Yulianto  
Kadarisman Hidayat  
Fakultas Ilmu Administrasi  
Universitas Brawijaya Malang

## ABSTRAK

*Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah. Hal ini ditunjukkan oleh  $F$  hitung  $> F$  tabel yaitu  $46,690 > 2,274$  atau nilai Sig.  $F (0,000) < \alpha = 0,05$  maka hasilnya signifikan. Secara parsial yang berpengaruh positif dan signifikan adalah variabel bukti fisik, keandalan, jaminan, dan empati. Variabel keandalan berpengaruh positif tapi tidak signifikan. Variabel yang berpengaruh paling dominan adalah variabel empati.*

**Kata Kunci:** bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, kepuasan nasabah

## 1. PENDAHULUAN

Pesatnya pertumbuhan ekonomi dunia telah mencapai pada persaingan yang harus dihadapi oleh para pelaku bisnis. Perubahan pola persaingan suatu perusahaan memerlukan analisis kekuatan yang dapat mempengaruhi perusahaan secara berkesinambungan. Hal ini menuntut para pemasar untuk selalu memahami kondisi pasar dan memikirkan strategi bisnisnya, dimana fokus pada pelanggan menjadi salah satu aspek penting yang harus diperhatikan. Saat ini peningkatan kualitas semakin mendapat perhatian dari konsumen. Konsumen tidak hanya membutuhkan jasa dari suatu badan usaha melainkan juga menginginkan mutu pelayanan yang semakin baik.

Dunia perbankan merupakan salah satu bidang yang harus tetap mempertahankan eksistensinya sebagai lembaga keuangan dalam perekonomian. Bank sebagai lembaga keuangan Indonesia merupakan intermediasi terbesar dalam sistem *financial*, menciptakan uang, dan sangat penting dalam menentukan aktivitas ekonomi. Dunia perbankan dituntut untuk menunjukkan kinerja dan pelayanan yang semakin baik. Perkembangan situasi dan kondisi bisnis industri perbankan pada masa mendatang akan semakin kompetitif. Hal ini merupakan proses pendewasaan dari perbankan Indonesia ke arah profesionalisme karena dilaksanakan melalui penciptaan iklim bersaing yang wajar antar bank-bank pemerintah, swasta nasional, maupun bank asing.

Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan bagi perusahaan agar mampu bertahan dan tetap

mendapat kepercayaan dari pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Tjiptono (2006:59) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Adanya kualitas pelayanan yang baik di suatu perusahaan akan menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Salah satu tindakan untuk memuaskan pelanggan, yaitu dengan memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya. Pelayanan tersebut dapat berupa kecepatan dan ketepatan waktu dalam melayani pelanggan, tanggap terhadap keluhan pelanggan, serta memberikan pilihan solusi yang terbaik. Kenyataan ini bisa dilihat, bahwa ada beberapa hal yang dilakukan perusahaan dengan menaruh perhatian yang lebih pada kepuasan pelanggan. Fokus pada kepuasan pelanggan merupakan salah satu upaya dalam mempertahankan pelanggan.

Tujuan utama suatu perusahaan pada umumnya adalah mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin. Perusahaan dituntut untuk memberikan kesan yang baik kepada pelanggan untuk mempertahankannya. Salah satu faktor berharga dan meninggalkan kesan mendalam bagi pelanggan adalah pelayanan. Pelayanan merupakan faktor utama perusahaan baik perusahaan jasa maupun perusahaan manufaktur. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan sangat penting bagi perusahaan karena mampu meningkatkan jumlah

konsumen. Konsumen yang merasa puas atas pelayanan perusahaan akan terus membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan sehingga status konsumen akan berubah menjadi pelanggan.

Perusahaan perlu memperhatikan 5 dimensi kualitas pelayanan yang dijadikan konsumen sebagai indikator dalam menilai apakah pelayanan yang diberikan perusahaan berkualitas atau tidak untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry dalam Kotler (2007:56), kelima dimensi tersebut adalah bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut harus ditunjukkan dan dibuktikan agar memberikan kesan yang baik kepada pelanggan karena dengan cara inilah kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dapat tercipta sehingga pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Pelayanan yang bermutu akan menciptakan kepuasan pelanggan yang akan berpengaruh pada kemajuan produk dan perusahaan. Berbagai pendukung kualitas pelayanan, yaitu berupa bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Kelima variabel tersebut dapat meningkatkan nilai kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan. Kualitas pelayanan memiliki hubungan erat dengan kepuasan pelanggan dan profitabilitas. Hal itu semakin disadari oleh penyelenggara pelayanan untuk selalu merespon setiap kebutuhan dan keinginan pelanggan. Penerapan lima variabel kualitas pelayanan direalisasikan dengan tercapainya kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan. Kepuasan atau ketidakpuasan merupakan hasil evaluasi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima dibandingkan dengan harapan yang mereka punyai.

Kepuasan yang dirasakan pelanggan akan berdampak positif bagi perusahaan, diantaranya akan mendorong loyalitas pelanggan dan reputasi perusahaan yang akan berdampak positif bagi masyarakat pada umumnya dan pelanggan pada khususnya. Kepuasan dalam dunia perbankan merupakan sesuatu yang hakiki. Kepuasan dapat berupa kerahasiaan, keamanan, kebanggaan, dan kemudahan. Oleh karena itu, setiap perusahaan perlu berupaya memahami nilai-nilai yang diharapkan pelanggan dan atas dasar itu berusaha memenuhi harapan tersebut semaksimal mungkin.

Bank adalah salah satu bentuk usaha yang bergerak dalam bidang jasa keuangan yang mengutamakan kepuasan nasabah dan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik. Salah satu usaha bank dalam memuaskan nasabahnya adalah dengan cara memberikan pelayanan yang

berkualitas tinggi. Setiap bank berlomba-lomba memberikan pelayanan atau fasilitas terbaik kepada nasabahnya. Hal ini dilakukan untuk menarik nasabah baru dan nasabah dari bank lain, agar para nasabah tidak berpindah ke bank lain karena kebutuhannya merasa tercukupi.

PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur yang bergerak dalam bidang jasa juga tak lepas dari kondisi persaingan dunia bisnis. PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur diharapkan mampu memberikan nilai lebih kepada nasabahnya sehingga kepuasan nasabah dapat tercapai. Hal utama yang diprioritaskan oleh PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur adalah kepuasan nasabah agar dapat bertahan, bersaing, dan menguasai pangsa pasar. Pihak bank harus tahu hal-hal yang dianggap penting nasabah dan berusaha menghasilkan pelayanan sebaik mungkin sehingga dapat memuaskan nasabah.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan besarnya pengaruh antara Variabel Bukti Fisik ( $X_1$ ), Keandalan ( $X_2$ ), Daya Tanggap ( $X_3$ ), Jaminan ( $X_4$ ), dan Empati ( $X_5$ ) secara bersama-sama terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah ( $Y$ ), menjelaskan besarnya pengaruh antara Variabel Bukti Fisik ( $X_1$ ), Keandalan ( $X_2$ ), Daya Tanggap ( $X_3$ ), Jaminan ( $X_4$ ), dan Empati ( $X_5$ ) secara parsial terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah ( $Y$ ), dan untuk mengetahui dan menjelaskan variabel Kualitas Pelayanan manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap Kepuasan Nasabah.

## 2. KAJIAN PUSTAKA

### 2.1 Kualitas Pelayanan

Kualitas jasa merupakan tingkat *excellence* (keunggulan) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Tjiptono (2006:59) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Jasfar (2005:47), kualitas jasa adalah bagaimana tanggapan konsumen terhadap jasa yang dikonsumsi atau yang dirasakannya. Sedangkan menurut Prasetyo dan Miftahul (2012:72), kualitas pelayanan adalah hasil persepsi di benak pelanggan setelah mereka membandingkan antara persepsi kualitas yang mereka terima (*perceived service*) dengan harapan mereka terhadap layanan tersebut (*expected service*). Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dinilai dari kemampuan untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan dan juga merupakan suatu ciri-ciri dan karakteristik yang berkaitan dengan produk, jasa, manusia, proses,

dan lingkungan yang memiliki persepsi didalam memenuhi atau melebihi dari suatu harapan.

Menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2001:148), lima dimensi kualitas pelayanan (*servqual*) yang digunakan konsumen untuk menilai atau menentukan kualitas pelayanan, yaitu:

1. Bukti fisik (*tangibles*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, meliputi fasilitas fisik (gedung dan gudang), perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. Daya Tanggap (*responsiveness*), yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. Jaminan (*assurance*), yaitu suatu kemampuan dan kesopansantunan dari para karyawan dimana hal ini dapat menanamkan kepercayaan dari para nasabah dari adanya resiko dan keragu-raguan kepada perusahaan.
5. Empati (*empathy*), yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian tulus yang diberikan kepada para nasabah dan memahami apa yang dibutuhkan oleh para nasabah.

## 2.2 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan pada dasarnya berhubungan dengan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dengan harapannya. Sunarto (2004:17) mendefinisikan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya. Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Pelanggan dapat memahami salah satu tingkat kepuasan umum, yaitu jika kinerja di bawah harapan, maka konsumen akan kecewa, kinerja sesuai harapan, maka konsumen akan puas, lalu kinerja melebihi harapan, maka konsumen akan sangat puas.

Menurut Jasfar (2005:49) kepuasan konsumen terhadap suatu jasa adalah perbandingan

antara persepsinya terhadap jasa yang diterima dengan harapannya sebelum menggunakan jasa tersebut. Apabila harapannya terlampaui, berarti jasa tersebut telah memberikan suatu kualitas yang luar biasa dan akan menimbulkan kepuasan sangat tinggi (*very satisfy*). Sebaliknya, jika harapannya tidak tercapai, maka diartikan kualitas jasa tersebut tidak memenuhi apa yang diinginkannya atau perusahaan tersebut gagal melayani konsumennya. Apabila harapannya sama dengan apa yang dia peroleh, berarti konsumen puas (*satisfy*).

Menurut Engel, *et al* dalam Tjiptono (2006:349), kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Menurut Fornell dalam Tjiptono (2006:349), kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli keseluruhan yang membandingkan persepsi terhadap kinerja produk dengan ekspektasi prapembelian.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya pelanggan menilai kepuasan atau ketidakpuasan mereka terhadap suatu produk dengan membandingkan kinerja yang mereka alami dengan suatu tingkat harapan yang telah mereka ciptakan atau telah terdapat di dalam pikiran mereka. Situasi ketidakpuasan terjadi setelah konsumen menggunakan produk atau mengalami jasa yang dibeli dan merasakan bahwa kinerja produk ternyata tidak memenuhi harapan pelanggan.

## 2.3 Hipotesis

H<sub>1</sub> : Variabel Bukti Fisik (X<sub>1</sub>), Keandalan (X<sub>2</sub>), Daya Tanggap (X<sub>3</sub>), Jaminan (X<sub>4</sub>) dan Empati (X<sub>5</sub>) secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap Variabel Tingkat Kepuasan Nasabah (Y).

H<sub>2</sub> : Variabel Bukti Fisik (X<sub>1</sub>), Keandalan (X<sub>2</sub>), Daya Tanggap (X<sub>3</sub>), Jaminan (X<sub>4</sub>) dan Empati (X<sub>5</sub>) secara parsial mempunyai pengaruh terhadap Variabel Tingkat Kepuasan Nasabah (Y).

H<sub>3</sub> : Variabel manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap Kepuasan Pelanggan.

## 3. METODE

Jenis penelitian yang digunakan yaitu *explanatory* (penjelasan). Menurut Singarimbun dan Effendi (Ed,1982:3) bahwa penelitian penjelasan (*explanatory research*) adalah penelitian yang menyoroti hubungan antara

variabel-variabel penelitian dan menguji hipotesa yang telah dirumuskan sebelumnya. Jumlah populasi penelitian ini adalah 63.824 orang. Berdasarkan rumus Slovin jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 156 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Accidental Sampling*. Menurut Sugiyono (2009:85) *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan (*accidental*) bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data. Teknik analisis data yang digunakan adalah :

a. Analisis deskriptif

Analisis ini dipergunakan untuk mendeskripsikan karakteristik penelitian dengan menggambarkan obyek yang terdiri dari lokasi atau daerah penelitian, keadaan responden yang diteliti, serta item-item yang didistribusikan dari masing-masing variabel. Setelah seluruh data terkumpul selanjutnya mengolah data dan mentabulasikan ke dalam tabel, kemudian membahas data yang telah diolah tersebut secara deskriptif. Ukuran deskriptifnya adalah dengan memberikan angka, baik dalam jumlah responden maupun dalam angka persentase.

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat yang ditunjukkan oleh regresi.

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

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X<sub>1</sub> = Variabel Bukti Fisik

X<sub>2</sub> = Variabel Keandalan

X<sub>3</sub> = Variabel Daya Tanggap

X<sub>4</sub> = Variabel Jaminan

X<sub>5</sub> = Variabel Empati

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk menghitung besarnya pengaruh antara lima variabel bebas yaitu bukti fisik (X<sub>1</sub>), keandalan (X<sub>2</sub>), daya tanggap (X<sub>3</sub>), jaminan (X<sub>4</sub>), dan empati (X<sub>5</sub>) terhadap variabel terikat yaitu tingkat kepuasan nasabah (Y) yang dilakukan dengan menggunakan program *SPSS for Windows* 19.00. Hasil analisis regresi linier berganda ditunjukkan pada Tabel 1. Berdasarkan

hasil analisis regresi linier berganda pada Tabel 1, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

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

$$Y = 0,181 + 0,152 X_1 + 0,068 X_2 + 0,076 X_3 + 0,113 X_4 + 0,173 X_5$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda diatas dapat disimpulkan :

1. Nilai konstanta (a) adalah 0,181. Artinya, jika variabel bukti fisik (X<sub>1</sub>), keandalan (X<sub>2</sub>), daya tanggap (X<sub>3</sub>), jaminan (X<sub>4</sub>), dan empati (X<sub>5</sub>) nilainya 0 maka tingkat kepuasan nasabah nilainya positif, yaitu 0,181.
2. Tingkat kepuasan nasabah akan meningkat 0,152 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X<sub>1</sub> (bukti fisik). Jadi apabila bukti fisik mengalami peningkatan 1 satuan, maka Tingkat kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,152 satuan dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.
3. Tingkat kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,068 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X<sub>2</sub> (keandalan), Jadi apabila keandalan mengalami peningkatan 1 satuan, maka Tingkat kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,068 satuan dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.
4. Tingkat kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,076 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X<sub>3</sub> (daya tanggap), Jadi apabila daya tanggap mengalami peningkatan 1 satuan, maka Tingkat kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,076 satuan dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.
5. Tingkat kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,113 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X<sub>4</sub> (jaminan). Jadi, apabila jaminan mengalami peningkatan 1 satuan, maka tingkat kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,113 satuan dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.
6. Tingkat kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,173 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X<sub>5</sub> (empati). Jadi apabila empati mengalami peningkatan 1 satuan, maka tingkat kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,173 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan.

### 4.2 Hasil Pengujian Hipotesis

#### 4.2.1 Uji Hipotesis (F test atau bersama-sama)

Besarnya pengaruh variabel bukti fisik (X<sub>1</sub>), keandalan (X<sub>2</sub>), daya tanggap (X<sub>3</sub>), jaminan (X<sub>4</sub>), dan empati (X<sub>5</sub>) secara bersama-sama terhadap tingkat kepuasan nasabah (Y) dapat dilihat dari nilai R<sup>2</sup> (koefisien determinasi) yaitu sebesar 0,609

**Tabel 1. Rekapitulasi Hasil Uji Regresi Linier dan Regresi Parsial antara Variabel Bukti Fisik (X1), Keandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4), Empati (X5) terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t <sub>hitung</sub>	Sig.	Keputusan terhadap H <sub>0</sub>
	B	Std. Error	Beta			
Constant	.181	.870		.208	.835	
X1	.152	.065	.180	2.345	.020	Ditolak
X2	.068	.032	.196	2.113	.036	Ditolak
X3	.076	.074	.093	1.027	.306	Diterima
X4	.113	.055	.199	2.066	.041	Ditolak
X5	.173	.067	.221	2.577	.011	Ditolak
N	: 156					
R	: 0,780					
R Square	: 0,609					
Adjusted R Square	: 0,596					
F <sub>hitung</sub>	: 46,690					
Signifikansi	: 0,000					

Sumber :Data yang diolah (SPSS 19.0), 2012

atau 60,9%. Artinya bahwa 60,9% variabel tingkat kepuasan nasabah (Y) akan dipengaruhi oleh variabel bebasnya, yaitu (bukti fisik (X<sub>1</sub>), keandalan (X<sub>2</sub>), daya tanggap (X<sub>3</sub>), jaminan (X<sub>4</sub>), dan empati (X<sub>5</sub>)). Sedangkan sisanya 39,1% variabel tingkat kepuasan nasabah (Y) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Berdasarkan Tabel 1 nilai F hitung sebesar 46,690. Sedangkan F tabel ( $\alpha = 0.05$  ; db regresi = 5 : db residual = 150) adalah sebesar 2,274. Karena F hitung > F tabel yaitu 46,690 > 2,274 atau nilai Sig. F (0,000) <  $\alpha = 0.05$  maka hasilnya signifikan. Hal ini berarti H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yaitu Bukti Fisik (X<sub>1</sub>), Keandalan (X<sub>2</sub>), Daya Tanggap (X<sub>3</sub>), Jaminan (X<sub>4</sub>), dan Empati (X<sub>5</sub>) yang merupakan variabel Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

#### 4.2.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji regresi parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dengan menggunakan uji t dan hasil koefisiensi regresi (b). Variabel yang paling dominan dapat diketahui berdasarkan hasil regresi linier melalui koefisien regresi (b) yang memiliki nilai terbesar dan nilai signifikan terkecil. Dapat juga dikatakan jika t<sub>hitung</sub> > t<sub>tabel</sub> atau -t<sub>hitung</sub> < -t<sub>tabel</sub> maka hasilnya signifikan dan berarti H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima. Sedangkan jika t<sub>hitung</sub> < t<sub>tabel</sub> atau -t<sub>hitung</sub> > -t<sub>tabel</sub> maka hasilnya tidak signifikan dan berarti H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>1</sub> ditolak atau nilai signifikansi <  $\alpha$  (0,05), maka H<sub>0</sub> ditolak. Hasil dari uji t dapat dilihat pada Tabel 1. Dalam penelitian ini dilakukan uji regresi parsial dengan uji t yaitu :

1. Variabel bukti fisik (X<sub>1</sub>)  
Nilai signifikan variabel Bukti Fisik (X<sub>1</sub>) adalah 0,020 dengan nilai  $\alpha = 0,05$ , maka Sig

<  $\alpha$  yaitu 0,020 < 0,05. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh signifikan antara variabel bukti fisik (X<sub>1</sub>) dengan variabel kepuasan pelanggan (Y). Besarnya pengaruh bukti fisik (X<sub>1</sub>) terhadap tingkat kepuasan nasabah (Y) pada PT Bank Pembangunan Jawa Timur Cabang Pasuruan adalah 0,152 (B<sub>1</sub>) dengan t<sub>hitung</sub> sebesar 2,345, sedangkan t<sub>tabel</sub> ( $\alpha = 0,05$ ; residual = 150) adalah sebesar 1,976. Dikarena t<sub>hitung</sub> > t<sub>tabel</sub> yaitu 2,345 > 1,976 maka pengaruh bukti fisik (X<sub>1</sub>) terhadap kepuasan nasabah (Y) adalah signifikan. Hal ini berarti H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan nasabah (Y) dapat dipengaruhi secara signifikan oleh bukti fisik (X<sub>1</sub>)

2. Variabel keandalan (X<sub>2</sub>)  
Nilai signifikan variabel keandalan (X<sub>2</sub>) adalah 0,036 dengan nilai  $\alpha = 0,05$ , maka Sig <  $\alpha$  yaitu 0,036 < 0,05. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh signifikan antara variabel keandalan (X<sub>2</sub>) dengan variabel kepuasan pelanggan (Y). Besarnya pengaruh daya tanggap (X<sub>2</sub>) terhadap tingkat kepuasan nasabah (Y) pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Cabang Pasuruan adalah 0,068 (B<sub>2</sub>) dengan t<sub>hitung</sub> sebesar 2.113 sedangkan t<sub>tabel</sub> ( $\alpha = 0,05$ , residual = 150) adalah sebesar 1,976. Karena t<sub>hitung</sub> > t<sub>tabel</sub> yaitu 2.113 > 1,976 maka pengaruh keandalan (X<sub>2</sub>) terhadap kepuasan nasabah (Y) adalah signifikan. Hal ini berarti H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan nasabah (Y) dapat dipengaruhi secara signifikan oleh Keandalan (X<sub>2</sub>).
3. Variabel daya tanggap (X<sub>3</sub>)  
Nilai signifikan variabel daya tanggap (X<sub>3</sub>) adalah 0,306 dengan nilai  $\alpha = 0,05$ , maka Sig

$> \alpha$  yaitu  $0,306 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel daya tanggap ( $X_3$ ) dengan variabel kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Besarnya pengaruh daya tanggap ( $X_3$ ) terhadap tingkat kepuasan nasabah ( $Y$ ) pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Cabang Pasuruan adalah  $0,076$  ( $B_3$ ) dengan  $t_{hitung}$  sebesar  $1,027$  sedangkan  $t_{tabel}$  ( $\alpha = 0,05$ ; residual = 150) adalah sebesar  $1,976$ . Karena  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu  $1,027 < 1,976$  maka pengaruh daya tanggap ( $X_3$ ) terhadap kepuasan nasabah ( $Y$ ) adalah tidak signifikan. Hal ini berarti  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan nasabah ( $Y$ ) tidak dapat dipengaruhi secara signifikan oleh daya tanggap ( $X_3$ ).

4. Variabel Jaminan ( $X_4$ )

Nilai signifikan variabel jaminan ( $X_4$ ) adalah  $0,041$  dengan nilai  $\alpha = 0,05$ , maka  $Sig < \alpha$  yaitu  $0,041 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh signifikan antara variabel jaminan ( $X_4$ ) dengan variabel kepuasan nasabah ( $Y$ ). Besarnya pengaruh jaminan ( $X_4$ ) terhadap tingkat kepuasan nasabah ( $Y$ ) pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Cabang Pasuruan adalah  $0,113$  ( $B_4$ ) dengan  $t_{hitung}$  sebesar  $2,066$  sedangkan  $t_{tabel}$  ( $\alpha = 0,05$ ; residual = 150) adalah sebesar  $1,976$ . Karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,066 > 1,976$  maka pengaruh jaminan ( $X_4$ ) terhadap kepuasan nasabah ( $Y$ ) adalah signifikan. Hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan nasabah ( $Y$ ) dapat dipengaruhi secara signifikan oleh jaminan ( $X_4$ ).

5. Variabel Empati ( $X_5$ )

Nilai signifikan variabel empati ( $X_5$ ) adalah  $0,011$  dengan nilai  $\alpha = 0,05$  maka  $Sig < \alpha$  yaitu  $0,011 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh signifikan antara variabel empati ( $X_5$ ) dengan variabel kepuasan nasabah ( $Y$ ). Besarnya pengaruh empati ( $X_5$ ) terhadap tingkat kepuasan nasabah ( $Y$ ) pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Cabang Pasuruan adalah  $0,173$  ( $B_5$ ) dengan  $t_{hitung}$  sebesar  $2,577$  sedangkan  $t_{tabel}$  ( $\alpha = 0,05$ ; residual = 150) adalah sebesar  $1,976$ . Karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,577 > 1,976$  maka pengaruh empati ( $X_5$ ) terhadap kepuasan nasabah ( $Y$ ) adalah signifikan. Hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan nasabah ( $Y$ ) dapat dipengaruhi secara signifikan oleh empati ( $X_5$ ).

### 4.2.3 Uji Hipotesis (dominan)

Dan dari sini dapat diketahui bahwa kelima variabel bebas tersebut yang paling dominan pengaruhnya terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah ( $Y$ ) adalah Empati ( $X_5$ ) karena memiliki nilai koefisien regresi ( $b$ ) dan  $t_{hitung}$  paling besar. Berdasarkan pada Tabel 1 dapat diketahui bahwa adalah variabel Empati ( $X_5$ ) mempunyai pengaruh yang dominan terhadap Kepuasan Nasabah ( $Y$ ) dengan nilai koefisien regresi ( $b$ ) sebesar  $0,173$  nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2,577$  pada probabilitas sebesar  $0,000$  diantara kelima variabel bebas tersebut.

### 4.2.4 Uji Hipotesis Koefisien Determinasi (Uji $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah model menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu ( $0 < R^2 < 1$ ). Berdasarkan Tabel 4.13 besarnya  $R^2$  (koefisien determinasi) sebesar  $0,609$ . Artinya bahwa  $60,9\%$  variabel Tingkat Kepuasan Nasabah ( $Y$ ) akan dipengaruhi oleh variabel bebasnya, yaitu Bukti Fisik ( $X_1$ ), Keandalan ( $X_2$ ), Daya Tanggap ( $X_3$ ), Jaminan ( $X_4$ ), dan Empati ( $X_5$ ). Sedangkan sisanya  $39,1\%$  variabel Tingkat Kepuasan Nasabah ( $Y$ ) akan dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Tabel 2. Koefisien Korelasi dan Determinasi

Model Summary <sup>a</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.780 <sup>b</sup>	.609	.596	.89854	1.940

a. Predictors: (Constant),  $X_5$ ,  $X_1$ ,  $X_3$ ,  $X_2$ ,  $X_4$

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data yang diolah (SPSS 19.0), 2012

Selain koefisien determinasi juga didapat koefisien korelasi yang menunjukkan besarnya hubungan antara variabel bebas yaitu bukti fisik ( $X_1$ ), keandalan ( $X_2$ ), daya tanggap ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ), dan empati ( $X_5$ ) variabel terikat yaitu tingkat kepuasan nasabah ( $Y$ ), nilai R (koefisien korelasi) sebesar  $0,780$ , nilai korelasi ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bebas yaitu (bukti fisik ( $X_1$ ), keandalan ( $X_2$ ), daya tanggap ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ), dan empati ( $X_5$ ) dengan tingkat kepuasan nasabah ( $Y$ ) termasuk dalam kategori kuat karena berada pada selang  $0,6 - 0,8$ . hubungan antara variabel bebas yaitu bukti fisik ( $X_1$ ), keandalan ( $X_2$ ), daya tanggap ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ), dan empati ( $X_5$ ) dengan tingkat kepuasan nasabah ( $Y$ ) bersifat positif, artinya jika variabel bebas semakin ditingkatkan maka tingkat kepuasan nasabah juga akan mengalami peningkatan.

### 4.3 Pembahasan

Tujuan utama dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara variabel kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari bukti fisik ( $X_1$ ), keandalan ( $X_2$ ), daya tanggap ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ), dan empati ( $X_5$ ) secara bersama-sama, secara parsial maupun dominan terhadap tingkat kepuasan nasabah (Y). Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari bukti fisik ( $X_1$ ), keandalan ( $X_2$ ), daya tanggap ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ), dan empati ( $X_5$ ) secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel tingkat kepuasan nasabah (Y). Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari bukti fisik ( $X_1$ ), keandalan ( $X_2$ ), daya tanggap ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ), dan empati ( $X_5$ ) secara parsial hanya beberapa variabel kualitas pelayanan (X) yang tidak signifikan terhadap variabel tingkat kepuasan nasabah (Y) pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Cabang Pasuruan yaitu variabel daya tanggap ( $X_3$ ). Berdasarkan hasil penelitian yang paling dominan dari variabel kualitas pelayanan (X) adalah empati ( $X_5$ ) karena memiliki nilai koefisien regresi (b) dan  $t_{hitung}$  paling besar. Jadi, variabel empati ( $X_5$ ) mempunyai pengaruh paling kuat dibandingkan dengan variabel lainnya. Variabel empati mempunyai pengaruh yang dominan terhadap tingkat kepuasan nasabah (Y).

Berikut dijelaskan penelitian masing-masing variabel yang secara parsial, yaitu :

1. pengaruh variabel bukti fisik ( $X_1$ ) terhadap variabel tingkat kepuasan nasabah (Y)  
Bukti fisik merupakan fasilitas fisik berupa tampilan fisik, peralatan dan berbagai komunikasi yang baik dan menarik terhadap para nasabah. Pada penelitian ini bukti fisik ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah (Y) pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Cabang Pasuruan. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel bukti fisik ( $X_1$ ) yang terdapat beberapa item yaitu kelengkapan fasilitas bank ( $X_{1.1}$ ), penampilan karyawan/ti pada saat melayani pelanggan ( $X_{1.2}$ ), ruang tunggu AC ( $X_{1.3}$ ), dan kebersihan ruangan ( $X_{1.4}$ ) berpengaruh signifikan terhadap variabel tingkat kepuasan nasabah (Y). Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi (b) sebesar 0,152 dengan  $t_{hitung}$  sebesar 2,345 dan probabilitas sebesar 0,020 ( $\alpha < 0,005$ ), sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa dengan kelengkapan fasilitas bank dapat membuat

nasabah menjadi nyaman dan dapat menarik perhatian calon nasabah yang ingin bertransaksi di PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Cabang Pasuruan. Kerapian penampilan para karyawan PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Cabang Pasuruan secara fisik memberikan kesan yang baik bagi nasabah, hal ini dikarenakan selama melayani nasabah, karyawan bank telah berpenampilan rapi dan menarik. Penampilan karyawan bank ini perlu dan penting untuk dipertahankan karena merupakan hal pertama yang dilihat oleh nasabah.

2. Pengaruh variabel keandalan ( $X_2$ ) terhadap variabel tingkat kepuasan nasabah (Y)  
Keandalan merupakan kemampuan para karyawan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Pada penelitian ini keandalan ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah (Y) pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Cabang Pasuruan. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel keandalan ( $X_2$ ) yang terdapat beberapa item, yaitu keandalan pelayanan karyawan ( $X_{2.1}$ ), dapat diandalkan dalam menangani masalah nasabah ( $X_{2.2}$ ), ketelitian kerja karyawan ( $X_{2.3}$ ), memberikan jasa sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan ( $X_{2.4}$ ), keahlian kerja karyawan ( $X_{2.5}$ ), karyawan memahami tentang produk-produk yang ditawarkan kepada nasabah ( $X_{2.6}$ ), keahlian dan pengetahuan karyawan yang dimiliki ( $X_{2.7}$ ), kecepatan dan ketepatan waktu dalam melayani pelanggan ( $X_{2.8}$ ), kemudahan dalam pelayanan administratif ( $X_{2.9}$ ), kemudahan dalam pelayanan financial atau pencairan ( $X_{2.10}$ ) berpengaruh signifikan terhadap variabel tingkat kepuasan nasabah (Y). Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi (b) sebesar 0,068 dengan  $t_{hitung}$  sebesar 2,113 dan probabilitas sebesar 0,036 ( $\alpha < 0,005$ ), sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hasil penelitian diketahui bahwa dalam memberikan pelayanan harus sesuai dengan apa yang dijanjikan agar pelanggan merasa puas karena harapan dan keinginannya terpenuhi. Keahlian memberikan pelayanan dengan mudah pada saat dibutuhkan dapat dilakukan dengan memberikan solusi atas permasalahan yang telah terjadi dan juga memberikan pemahaman tentang produk-produk yang ada.

3. Pengaruh variabel daya tanggap ( $X_3$ ) terhadap variabel tingkat kepuasan nasabah (Y)  
 Daya tanggap merupakan kemauan karyawan untuk membantu, memberikan jasa dengan cepat, mendengar dan mengatasi keluhan nasabah. Pada penelitian ini daya tanggap ( $X_3$ ) berpengaruh tidak signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah (Y) pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Cabang Pasuruan. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel daya tanggap ( $X_3$ ) yang terdapat beberapa item yaitu informasi pelayanan karyawan ( $X_{3.1}$ ), kecepatan pelayanan karyawan ( $X_{3.2}$ ), tanggap melayani nasabah ( $X_{3.3}$ ), kepekaan karyawan terhadap komplain nasabah ( $X_{3.4}$ ) berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel tingkat kepuasan nasabah (Y). Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi (b) sebesar 0,076 dengan  $t_{hitung}$  sebesar 1,027 dan probabilitas sebesar 0,306 ( $\alpha > 0,05$ ), sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Cabang Pasuruan dapat membantu menyelesaikan masalah dengan cepat dan tepat kepada para nasabah. Hal ini tentunya dapat menciptakan kepuasan pada nasabah, karena nasabah akan senang apabila masalah yang mereka hadapi dapat diselesaikan dengan cepat dan tepat oleh pihak bank. Hal ini perlu dipertahankan dan selalu ditingkatkan oleh PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Cabang Pasuruan agar nasabah tetap mendapatkan kepuasan selama melakukan transaksi.
4. Pengaruh variabel jaminan ( $X_4$ ) terhadap variabel tingkat kepuasan nasabah (Y)  
 Jaminan merupakan kemampuan karyawan yang mempunyai pengetahuan luas, memberikan jasa sesuai dengan dijanjikan, terpercaya, akurat dan konsisten. Pada penelitian ini jaminan ( $X_4$ ) berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah (Y) pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Cabang Pasuruan. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel jaminan ( $X_4$ ) yang terdapat beberapa item yaitu keamanan pelanggan terjamin ( $X_{4.1}$ ), kompetensi kerja karyawan ( $X_{4.2}$ ), pengetahuan yang luas tentang jasa yang ditawarkan ( $X_{4.3}$ ), kesopanan berpakaian karyawan ( $X_{4.4}$ ), kemampuan memberikan pelayanan yang terbaik ( $X_{4.5}$ ), keramahan dalam melayani pelanggan ( $X_{4.6}$ )

berpengaruh signifikan terhadap variabel tingkat kepuasan nasabah (Y). Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi (b) sebesar 0,113 dengan  $t_{hitung}$  sebesar 2,066 dan probabilitas sebesar 0,041 ( $\alpha < 0,005$ ), sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Cabang Pasuruan memberikan jaminan keamanan kepada pelanggan, sehingga para nasabah merasa sangat percaya bahwa dana simpanannya aman disimpan di PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Cabang Pasuruan. Kemampuan karyawan yang mempunyai pengetahuan luas sehingga dapat menguasai tentang produk yang dijualnya agar pada saat pelanggan menanyakan seputar produk para karyawan tersebut dapat menjawab dan menjelaskan dengan jelas, ramah dan sopan pada saat berhadapan dengan pelanggan.

5. Pengaruh variabel empati ( $X_5$ ) terhadap variabel tingkat kepuasan nasabah (Y)  
 Empati merupakan menjalin hubungan baik dengan para nasabah karena karyawan bisa memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan ramah. Pada penelitian ini variabel empati ( $X_5$ ) berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah (Y) pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Cabang Pasuruan. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel empati ( $X_5$ ) yang terdapat beberapa item yaitu kemampuan berkomunikasi karyawan ( $X_{5.1}$ ), ketulusan perhatian kepada nasabah ( $X_{5.2}$ ), perhatian secara personal kepada nasabah ( $X_{5.3}$ ), memahami keinginan pelanggan ( $X_{5.4}$ ) berpengaruh signifikan terhadap variabel tingkat kepuasan nasabah (Y). Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi (b) sebesar 0,173 dengan  $t_{hitung}$  sebesar 2577 dan probabilitas sebesar 0,011 ( $\alpha < 0,005$ ), sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Cabang Pasuruan menjalin hubungan baik dengan para nasabah karena karyawan bisa memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan ramah. Sikap karyawan bank yang memberikan perhatian dengan menjalin hubungan secara interaktif (terus-menerus) kepada nasabah membuat nasabah merasa lebih dihargai dan merasakan adanya kedekatan antara nasabah dan karyawan.

Secara simultan, kelima variabel menunjukkan hasil yang signifikan. Hal ini menandakan bahwa semua variabel dikombinasikan dapat memberikan pelayanan yang baik bagi nasabah. Dengan memperhatikan keinginan dan harapan nasabah akan kualitas pelayanan yang diberikan suatu perusahaan jasa, maka perusahaan akan dapat mengevaluasi dan memperbaiki kualitas pelayanan secara terus-menerus, sehingga kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dapat memenuhi bahkan melebihi harapan nasabah.

Persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah :

1. Dilihat dari persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah ketiga penelitian ini menggunakan judul yang sama, memakai variabel bebas dan variabel terikat serta menggunakan analisis data analisis deskriptif dan regresi linear berganda.
2. Dilihat dari perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah dari hasil uji coba yang memiliki hasil yang berbeda :
  - a. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Uberta Nuraini Ulfah dengan hasil analisis korelasi berganda secara bersama-sama memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan  $F_{hitung}$  sebesar 10,273 dan  $(p) = 0,000$ . Secara parsial memberikan pengaruh dengan probabilitas masing 0,025, 0,003, 0,001, 0,000, 0,007. Variabel jaminan (X4) merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap tingkat kepuasan nasabah.
  - b. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh RR Nia Dwi Wulandari dengan hasil analisis regresi linier berganda secara bersama-sama memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan  $F_{hitung}$  30,949 >  $F_{tabel}$  2,35 dan  $(p) = 0,000 > \alpha = 0,05$ . Secara parsial memberikan pengaruh dengan probabilitas masing 0,034, 0,046, 0,000, 0,001, 0,000. Variabel daya tanggap merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap tingkat kepuasan nasabah.
  - c. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Refia Ardhiana dengan hasil analisis regresi linier berganda secara bersama-sama memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan  $F_{hitung}$  sebesar 88,7 dan  $(p) =$

0,000, *Adjusted Rsquare* = 0,887 sisanya 0,113 dipengaruhi variabel lain. Secara parsial memberikan pengaruh signifikan antara variabel bebas yaitu variabel keandalan (X1) sebesar 53,3%, variabel daya tanggap (X2) sebesar 11,3%, variabel kepastian (X3) sebesar 24,1%, variabel empati (X4) sebesar 30,3%, variabel Bukti Fisik (X1) sebesar 19,6% terhadap variabel terikat tingkat kepuasan nasabah (Y). Variabel keandalan (X1) merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap tingkat kepuasan nasabah.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terdapat adanya pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara variabel Bukti Fisik (X1), Keandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4), dan Empati (X5) terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y) pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Cabang Pasuruan. Dari hasil analisis regresi linier berganda diperoleh nilai  $F_{hitung}$  46,690 >  $F_{tabel}$  2,274 signifikansi sebesar 0,000 yang mana nilainya < dari nilai tingkat signifikansi  $\alpha$  (0,05). Hasil analisis pada penelitian ini juga menunjukkan besarnya dukungan variabel Bukti Fisik (X1), Keandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4), dan Empati (X5) yang ditunjukkan dari nilai R Square sebesar 0,609, hal ini berarti variabel dari Kualitas Pelayanan tersebut secara simultan (bersama-sama) memberikan dukungan sebesar 60,9 % sedangkan sisanya sebesar 39,1 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian terdapat adanya pengaruh secara parsial antara variabel Bukti Fisik (X1), Keandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4), dan Empati (X5) hanya beberapa variabel Kualitas Pelayanan (X) yang tidak signifikan terhadap variabel Tingkat Kepuasan Nasabah (Y) pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Cabang Pasuruan yaitu variabel Daya Tanggap (X3).

Berdasarkan hasil penelitian yang paling dominan dari variabel Kualitas Pelayanan (X) adalah Empati (X5), karena memiliki nilai koefisien regresi (b) dan  $t_{hitung}$  paling besar. Besarnya pengaruh empati (X5) terhadap variabel tingkat kepuasan nasabah (Y) pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Cabang Pasuruan adalah 0,173 ( $B_5$ ) dengan  $t_{hitung}$  sebesar 2,577

sedangkan  $t_{tabel}$  ( $\alpha = 0,05$  ; residual = 150) adalah sebesar 1,976. Karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,577 > 1,976$  maka pengaruh empati (X5) terhadap kepuasan nasabah (Y) Sehingga variabel Empati (X5) mempunyai pengaruh yang paling kuat dibandingkan dengan variabel yang lainnya maka variabel empati mempunyai pengaruh yang dominan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y).

## 5.2 Saran

Diharapkan pihak perusahaan dapat mempertahankan serta meningkatkan pelayanan terhadap Empati, karena variabel Empati mempunyai pengaruh yang dominan dalam mempengaruhi Tingkat Kepuasan Nasabah, diantaranya yaitu dengan memberikan perhatian dengan menjalin hubungan secara interaktif (terus-menerus) kepada nasabah membuat nasabah merasa lebih dihargai dan merasakan adanya kedekatan antara nasabah dan karyawan bank sehingga Tingkat Kepuasan Nasabah akan meningkat.

Dari kelima variabel Kualitas Pelayanan yang terdiri dari Bukti Fisik (X1), Keandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4), Empati (X5) hanya variabel Daya Tanggap (X3) yang kurang mampu mempengaruhi Tingkat Kepuasan Nasabah (Y) sehingga diharapkan PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Cabang Pasuruan dapat mampu menyelesaikan masalah dengan cepat dan tepat kepada para nasabah.

Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain yang merupakan variabel lain diluar variabel yang sudah masuk dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Jasfar Farida (2005). *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, cetakan pertama. Penerbit Ghalia.
- Kotler, Philip. 2002b. *Manajemen Pemasaran*. Ahli Bahasa : Hendra Teguh, Ronny Antonius Rusli. Edisi Millenium II. Jilid II Jakarta : PT Prenhalindo.
- , 2005. *Manajemen Pemasaran*. Ahli Bahasa : Benyamin Molan. Jilid 1. Jakarta. PT INDEKS Kelompok Gramedia.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Jakarta : Salemba Empat.

- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah.2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*.Edisi 7.Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi.1982.*Metode Penelitian Survai*.Jakarta :LP3ES.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Pemasaran Jasa*. Malang : Bayumedia.