PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM MENGAMBIL KREDIT PADA PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk. CABANG JEMBER UNIT AJUNG MANGLI

The Service Quality On Customer Satisfaction In Taking Credit

Debby Chintia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dalam mengambil kredit, dan populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah kredit PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Jember Unit Ajung Mangli. Sampel diambil dengan metode *random sampling* dengan menggunakan rumus *Slovin* , jumlah sampel sebanyak 94 responden. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dan untuk pengolahan data menggunakan SPSS 16. Hasil penelitian ini menujukkan bahwa kualitas pelayanan yang diukur dari lima dimensi yaitu *reliability* (X_1), *assurance* (X_2), *tangible* (X_3), *empathy* (X_4), dan *responsiveness* (X_5) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tetapi salah satu variabel *empathy* (X_4) tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah .

Kata Kunci : Kepuasan Nasabah**,** Kualitas Pelayanan*; reability, assurance, tangible, empathy, dan responsiveness.*

ABSTRACT

The purpose of this research is to observe the service quality on customer satisfaction in taking credit and population is all of the customer credit PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Jember Branch Ajung Mangli Unit. The Sampling of this research is random sampling with using Slovin formula ,total number of sampling is 94 respondents. Analytical too, uses multiple linear regression and the processing data uses SPSS 16. The result shows the service quality that measured by five dimention, they are reliability (X_1), assurance (X_2), tangible (X_3), empathy (X_4), dan responsiveness (X_5) influences positively on customer satisfaction but one of the variable is empathy (X_4) is not signifikan on customer satisfaction

***Key Words** : Customer satisfaction, Service Quality; reability, assurance, tangible, empathy, and responsiveness.*

1. Latar Belakang Masalah

Lembaga perbankan memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian negara. Bank dapat dikatakan sebagai darahnya perekonominan negara. Karena itu, peranan perbankan sangat mempengaruhi kegiatan ekonomi suatu Negara. Dengan kata lain, kemajuan suatu bank di suatu negara dapat pula dijadikan ukuran kemajuan negara yang bersangkutan. Semakin maju suatu negara, maka makin besar peranan perbankan dalam mengendalikan Negara tersebut. Artinya, keberdaan dunia perbankan semakin dibutuhkan pemerintah dan masyarakat (Kasmir, 2010 : 7).

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Menurut Parasuraman dalam Sangadji dan Sopiah (2013 : 100) mendefisinikan kualitas jasa sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Lebih lanjut, Tjiptono (2006) menjelaskan bahwa apabila jasa yang diterima atau disarankan sesuai dengan yang diharapkan, kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Dalam memberikan pelayanan, setidaknya bank harus memenuhi 5 kriteria kualitas pelayanan yang sering disebut RATER, yaitu *relialibility* (kehandalan), *assurance* (jamianan), *tangible* (bukti fisik), *empathy* (komunikasi) dan *responsiveness* (cepat tanggap).

Pada situasi persaingan perbankan, bank-bank membutuhkan usaha keras untuk mendapatkan calon nasabah dan mempertahankan yang sudah ada di tangan. Segala upaya dari PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Jember Unit Ajung Mangli berusaha melakukan yang terbaik dan memperbaiki dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dan sesuai dengan harapan nasabah, tetapi dalam kenyataan ada beberapa keluhan nasabah yang ada pada kotak saran, upaya PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Jember Unit Ajung Mangli melakukan pembenahan diri agar mampu bersaing dengan perbankan lainnya dan nasabah yang sudah ada agar tidak berpindah bank.

Berpedoman pada pernyataan diatas bahwa untuk mencapai kepuasan nasabah dibutuhkan kualitas pelayanan dari karyawan yang bekerja pada perusahaan tersebut. Adanya kualitas pelayanan yang baik maka kepuasan nasabah dapat meningkat, hal tersebut sangat berimbas pada produktifitas dan efektivitas perusahaan dalam usaha untuk mencapai tujuan perusahaan. Maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah variable keandalan (*relialibility),* jaminan (*assurance*) bukti fisik (*tangible),* komunikasi (*empathy*) dan cepat tanggap (*responsiveness)* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Ajung Mangli Cabang Jember?
2. Apakah variable keandalan (*relialibility),* jaminan (*assurance*) bukti fisik (*tangible),* komunikasi (*empathy*) dan cepat tanggap (*responsiveness)* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Ajung Mangli Cabang Jember?

Penelitian ini diarahkan untuk mencapai tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri atas keandalan (*relialibility),* jaminan (*assurance*) bukti fisik (*tangible),* komunikasi (*empathy*) dan cepat tanggap (*responsiveness)* secara simultan

berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa PT Bank Rakyat Indonesia(Persero) Tbk. Cabang Jember Unit Ajung Mangli.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri atas keandalan (*relialibility)*, jaminan (*assurance*) bukti fisik (*tangible)*, komunikasi (*empathy*) dan cepat tanggap (*responsiveness)* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa PT Bank Rakyat Indonesia(Persero) Tbk. Cabang Jember Unit Ajung Mangli.

2. Tinjauan Teori

Pemasaran merupakan sistem total aktivitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga dan mendistribusikan produk, jasa dan gagasan yang mampu memuaskan keinginan pasar sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasional. Pemasaran merupakan salah satu fungsi perusahaan yang tidak kalah pentingnya jika dibandingkan dengan fungsi-fungsi perusahaan lainnya, bahkan keberhasilan perusahaan sering diidentikkan dengan keberhasilan pemasaran yang juga dipergunakan sebagai tolak ukur perusahaan tersebut, namun kegiatan pemasaran tidak lengkap tanpa fungsi-fungsi perusahaan yang lain seperti produk, keuangan dan personalia (Tjiptono , 2006 : 2)

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen (Tjiptono, 2004 : 59). Ada dua factor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan perusahaan yaitu harapan konsumen (*expectation*) dan kinerja perusahaan yang dirasakan konsumen (*perfomance*). Kualitas pelayanan jasa perusahaan dianggap baik dan memuaskan jika jasa perusahaan yang diterima melampuai harapan konsumen, jika jasa perusahaan yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapakan maka kualitas pelayanan jasa perusahaan dipersepsikan buruk.

Kepuasan Nasabah

Kotler dan Keller (2007: 177) mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkannya. Dari definisi tersebut kita bisa melihat bahwa kepuasan merupakan fungsi dari persepsi / kesan atau kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Hipotesis

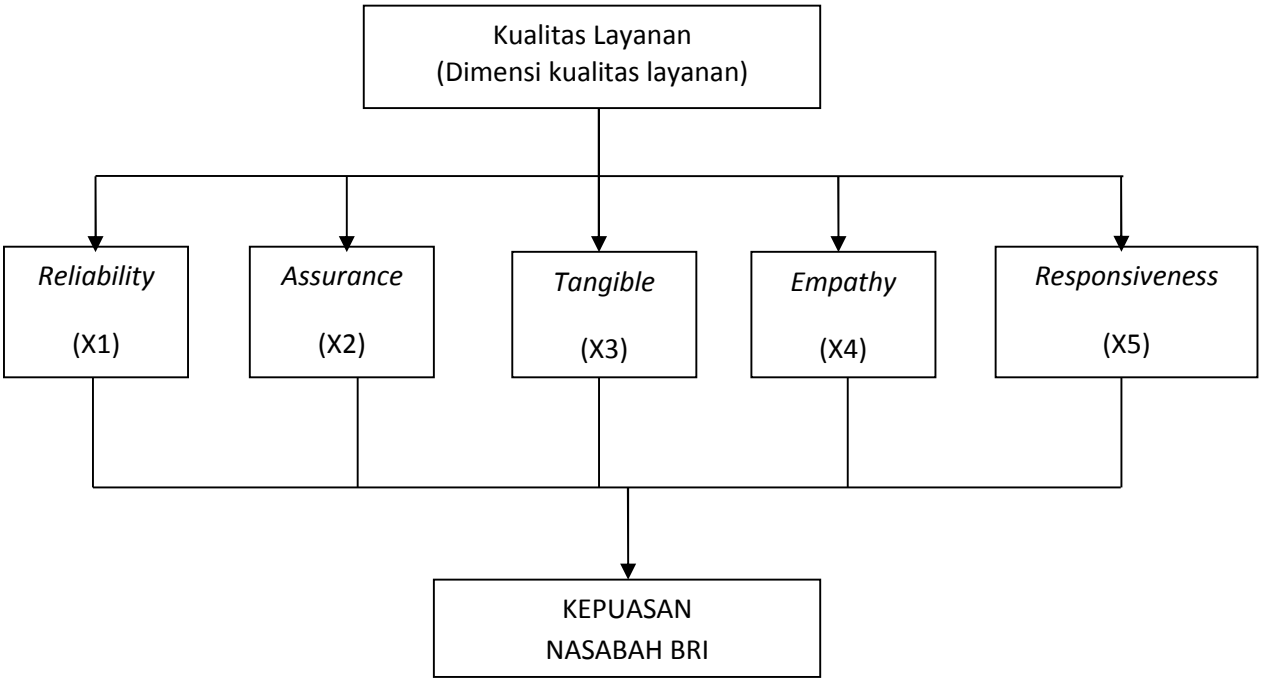
H1: Kualitas layanan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Jember Unit Ajung Mangli yang terdiri dari *reliability, assurance, tangible, empathy* dan *responsiveness* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam mengambil keputusan kredit pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Jember Unit Ajung Mangli.

H2: Kualitas layanan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Jember Unit Ajung Mangli yang terdiri dari *reliability, assurance, tangible,*

empathy dan *responsiveness* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam mengambil keputusan kredit pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Jember Unit Ajung Mangli.

3. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual penelitian sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Berdasarkan kerangka konseptual ini dapat menjelaskan alur dari penelitian ini, bahwa baik buruknya kualitas pelayanan dapat diukur melaui penilaian nasabah terhadap lima dimensi yaitu *reliability* (X_1), *assurance* (X_2), *tangible* (X_3), *empathy* (X_4) dan *responsiveness* (X_5). Untuk menganalisis hubungan antar variabel dan menguji hipotesis dalam penelitian ini secara sistematis, maka alat analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda**.**

4. Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional menurut Sugiyono (2008 : 31) penentuan konstrak atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur, adapun definisi operasional dari masing-masing variabel ini adalah sebagai berikut:

a. Variabel Bebas (X)

1. *Realibility* / kehandalan (X1), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan cepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*on time*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan, dan tanpa melakukan kesalahan. Indikator *reability* adalah sebagai berikut:
   a. Ketepatan waktu layanan

b. Kesiapan pelayanan
c. Konsultasi
d. Mempermudah teknis pelayanan

2. *Assurance* / Jaminan (X2) menurut Parasuraman dalam Sangadji dan Sopiah (2013 :100) meliputi pengetahuan, kemampuan, keramahan, kesopan dan sifat dapat dipercaya dari kontak personal untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan membuat mereka merasa terbebas dari bahaya dan resiko. Indikator *assurance* adalah sebagai berikut :
   a. Jaminan kemanan
   b. Kepercayaan
   c. Kesopanan dan kesabaran
   d. Kompetensi / pengetahuan

3. *Tangible* / bukti fisik menurut Parasuraman dalam Sangadji dan Sopiah (2013 : 101) yaitu tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi dan lain-lain yang bisa dan harus ada dalam proses jasa. Indikator *tangible* adalah sebagai berikut :
   a. Kemodernan Teknologi
   b. Kenyamanan dan kebersihan kantor
   c. Kerapihan dan keramahan
   d. Media transaksi (brosur)

4. *Empathy* / komunikasi menurut Parasuraman dalam Sangadji dan Sopiah (2013 : 101) yaitu meliputi sikap kontak personal atau perusahaan untuk memahami kebutuhan dan kesulitan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan kemudahan untuk melakukan komunikasi atau hubungan. Indikator *empathy* adalah sebagai berikut:
   a. Pelayanan secara individu
   b. Pemahaman kebutuhan nasabah
   c. Pemahaman kepentingan nasabah
   d. Pelayanan tanpa memandang status sosial

5. *Responsiveness* / cepat tanggap menurut Parasuraman dalam Sangadji dan Sopiah (2013 : 100) yaitu kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen. Indikator *responsiveness* adalah sebagai berikut :
   a. Kejelasan informasi
   b. Kemudahan menghubungi
   c. Cepat tanggap
   d. Memiliki waktu luang

b. Variabel Terikat (Y)
   1. Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah / konsumen menurut Sangadji dan Sopiah (2013 : 181) adalah suatu keadaan di mana harapan nasabah / konsumen terhadap suatu produk atau jasa

sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh nasabah / konsumen. Indikator kepuasan nasabah adalah sebagai berikut :

a. Pelayanan sesuai dengan harapan
b. Layanan terbaik
c. Mengajak orang lain
d. Lebih puas

5. Teknik Pengambilan Sampel

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008). Dalam penelitian ini yang menjadi populasinya adalah karyawan Perum Perhutani KPH Jember.

Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimilikioleh populasi tersebut (Sugiyono, 2008).

Pengambilan sampel yang digunakan dalam metode ini dengan pemilihan random (*random sampling*), dimana proses pemilihan sampel sedemikian rupa sehingga semua orang dalam populasi mempunyai kesempatan dan kebebasan yang sama untuk terpilih sebagai sampel (Sumanto, 2002 : 47). Untuk penentuan jumlah sampel dalam penelitian berdasarkan rumus Slovin adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi yaitu jumlah total pelanggan atau nasabah yang menggunakan jasa PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Jember Unit Ajung Mangli

e : Nilai kritis

Dalam penelitian ini jumlah populasi nasabah dengan batas kesalahan yang dinginkan adalah 10 % , diketahui N = 1.415 nasabah, maka dengan mengikuti perhitungan di atas hasilnya adalah :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{1.415}{1 + 1.415\ (0,10)^2}$$

$$n = \frac{1.415}{15,15}$$

n = 93,399 (dibulatkan menjadi 94)

pengambilan jumlah sampel sebesar 94 nasabah.

Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling*, yaitu dengan cara *purposive sampling*, dimana dalam teknik ini penentuan sampel menggunakan pertimbangan-pertimbangan tertentu.

6. Teknik Analisis Data

Analisis regresi linier adalah pengembangan analisis regresi sederhana terhadap aplikasi yang terdiri dari dua atau lebih variabel independen untuk menduga nilai dari variabel dependen (Kazmier, 2005). Dalam analisis regresi variabel yang mempengaruhi disebut *independent variable* (variabel bebas) dan variabel yang mempengaruhi disebut *dependent variable* (variabel terikat).

$$\mathbf{Y= bX1+ bX2+ bX3+bX4+b\ X5+e}$$

Keterangan :
a = Konstanta
b = Koefisien regresi berganda
Y = Kinerja karyawan
X1 = *Realibility*
X2 = *Assurance*
X3 = *Tangible*
X4 = *Empathy*
X5 = *Responsiveness*
e = *Error of term* (variabel pengganggu)

7. Hasil Dan Pembahasan

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda berkaitan dengan studi ketergantungan suatu variabel *dependent* pada satu atau lebih variabel *independent* dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Hasil analisis regresi linear berganda antara variabel *independent* yaitu motivasi kerja dan kemampuan kerja serta variabel *dependent* yaitu kinerja karyawan. Berikut pada Tabel 1. disajikan hasil analisis regresi linear berganda ;

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients	Unstandardized	Sig
	B	Std. Error	
(Constant)	1.643	0.819	0.048
Reliability	0.172	0.078	0.030
Assurance	0.175	0.061	0.005
Tangible	0.153	0.073	0.040
Empathy	0.089	0.077	0.256
Responsiveness	0.288	0.101	0.005

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2016

Berdasarkan hasil analisis data pada tabel 1 maka persamaan regresi linear berganda yang diperoleh adalah sebagai berikut :

$$\mathbf{Y = 1{,}643 + 0{,}172X_1 + 0{,}175X_2 + 0{,}153X_3 + 0{,}089X_4 + 0{,}288X_5 + e}$$

a. Besarnya koefisien variabel *reliability* (X_1) adalah sebesar 0,172 yang berarti setiap peningkatan variabel *reliability* sebesar 1%, maka kepuasan nasabah (Y) meningkat 0,172 dengan asumsi variabel lainnya (*assurance, tangible, empathy* dan *responsiveness*) konstan.
b. Besarnya koefisien variabel *assurance* (X_2) yang berarti setiap peningkatan variabel *assurance* sebesar 1%, maka kepuasan pelanggan meningkat 0,175 dengan asumsi variabel lainnya (*reliability, tangible, empathy* dan *responsiveness*) konstan.
c. Besarnya koefisien variabel *tangible* (X_3) yang berarti setiap peningkatan variabel *tangible* sebesar 1%, maka kepuasan pelanggan akan meningkat 0,153 dengan asumsi variabel lainnya (*reliability, assurance, empathy* dan *responsiveness*) konstan.
d. Besarnya koefisien variabel *empathy* (X_4) yang berarti setiap peningkatan variabel *empathy* sebesar 1%, maka kepuasan pelanggan akan meningkat 0,089 dengan asumsi variabel lainnya (*reliability, assurance, tangible* dan *responsiveness*) konstan.
e. Besarnya koefisien variabel *responsiveness* (X_5) yang berarti setiap peningkatan variabel *responsiveness* sebesar 1%, maka kepuasan pelanggan meningkat 0,288 dengan asumsi variabel lainnya (*reliability, assurance, tangible,* dan *empathy)* konstan.

Uji Hipotesis

a. Uji Simultan (Uji F)

Tabel 2. Hasil Uji F

F *Hitung*	**F *Tabel***	**Sig.**
2.3181	45.510	.000[b]

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2015

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 45,510 lebih besar dari nilai F tabel 2,3181 yang merupakan batas kepercayaan dalam pengambilan keputusan. Sehingga H_0 ditolak atau H_a diterima, artinya hipotesis yang menyatakan bahwa "diduga variabel *reliability, assurance, tangible, empathy,* dan *responsiveness* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah dalam mengambil kredit pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Jember Unit Ajung Mangli diterima. Dengan demikian hipotesis 1 dapat diterima.

b. Uji Parsial (Uji t)

Tabel 3. Hasil Uji t

Model	t Hitung	tTabel	Sig.
(Constant)	2.006	1.9876	0.048
X1	2.207	1.9876	0.030
X2	2.867	1.9876	0.005
X3	2.086	1.9876	0.040
X4	1.143	1.9876	0.256
X5	2.855	1.9876	0.005

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2016

Berdasarkan nilai statistik hasil analisis pada tabel 4.14 dapat dilihat bahwa : Dari tabel di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel *Reliability* (X_1) berpegaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah (Y). Hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0,030 < 0,05. Sehingga H_0 ditolak atau H_a diterima yang artinya hipotesis yang menyatakan bahwa "diduga variabel *reliability* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam mengambil kredit pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Jember Unit Ajung Mangli" diterima.
2. Variabel *Assurance* (X_2) berpegaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah (Y). Hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0,005 < 0,05. Sehingga H_0 ditolak atau H_a diterima yang artinya hipotesis yang menyatakan bahwa "diduga variabel *assurance* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam mengambil kredit pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Jember Unit Ajung Mangli" diterima.
3. Variabel *Tangible* (X_3) berpegaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah (Y). Hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0,040 < 0,05. Sehingga H_0 ditolak atau H_a diterima yang artinya hipotesis yang menyatakan bahwa "diduga variabel *tangible* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam mengambil kredit pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Jember Unit Ajung Mangli" diterima.
4. Variabel *Empathy* (X_4) tidak berpegaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah (Y). Hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0,256 > 0,05. Sehingga H_0 diterima atau H_a ditolak yang artinya hipotesis yang menyatakan bahwa "diduga variabel *empathy* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam mengambil kredit pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Jember Unit Ajung Mangli" ditolak.
5. Variabel *Responsiveness* (X_5) berpegaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah (Y). Hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0,005< 0,05. Sehingga H_0 ditolak atau H_a diterima yang artinya hipotesis yang menyatakan bahwa "diduga variabel *responsiveness* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam mengambil kredit pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Jember Unit Ajung Mangli" diterima.

Koefisien Determinasi Berganda(R^2)

Tabel 4. Hasil Uji Koefisioen Determinasi

Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0.705	0.93720

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2016

Dari tabel di atas terlihat tampilan *Output* SPSS *Summary*. Pada tabel tersebut terlihat bahwa nilai *adjusted* R *Square*adalah sebesar 0,705. Hal ini berarti 70,5 persen variasi Kepuasan Nasabah (Y) dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen yaitu *reliability, assurance, tangible, empathy,* dan *responsiveness*, Sedangkan sisanya (100% - 70,5% = 29,5%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain di luar model yang tidak di teliti dalam penelitian ini. *Standart Error Of Estimate* (SEE) sebesar 0.93720. Makin kecil nilai SEE akan membuat model regresi semakin tepat dalam memprediksi variabel dependen.

8. Pembahasan

Pengaruh Variabel *Reliability* (Kehandalan) terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel *reliability* (kehandalan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam mengambil kredit pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Jember Unit Ajung Mangli. Hasil penelitian ini mendukung atau sesuai kajian teori menurut Kasmir (2004, 67) bahwa komponen kepuasan dalam dunia perbankan adalah *relialibility* (kehandalan), *assurance* (jamianan) *tangible* (bukti fisik), *empathy* (komunikasi) dan *responsiveness* (cepat tanggap).

Dengan demikian penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Abidin (2010) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Magelang" yang mengemukakan bahwa salah satu dimensi kualitas pelayanan yaitu *reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Peniliti Agustin (2011) yang berjudul " Analisisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Niaga, Tbk. Kantor Cabang Kalimalang Bekasi" mengemukakan bahwa variabel kualitas pelayanan yakni *reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan Yulinda (2012) yang berjudul " Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit SUMUT Sejahtera I Pada PT Bank SUMUT Cabang Utama Medan " mengemukakan bahwa salah satu variabel kualitas layanan yaitu *reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Pengaruh Variabel *Assurance* (Jaminan) terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel *assurance* (jaminan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam mengambil kredit pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Jember Unit Ajung Mangli. Hasil penelitian ini mendukung atau sesuai kajian teori menurut Kasmir (2004, 67) bahwa komponen kepuasan dalam dunia perbankan adalah

relialibility (kehandalan), *assurance* (jamianan) *tangible* (bukti fisik), *empathy* (komunikasi) dan *responsiveness* (cepat tanggap).

Dengan demikian penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Muhammad Abidin (2010) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Magelang" yang mengemukakan bahwa salah satu dimensi kualitas pelayanan yaitu *assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Khatimah (2012) yang berjudul " Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BRI Cabang Semarang Pattimura" mengemukakan bahwa salah satu variabel kualitas layanan yaitu *assurance* berpengaruh positif dan signifikan. Penelitian yang dilakukan Yulinda (2012) yang berjudul " Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit SUMUT Sejahtera I Pada PT Bank SUMUT Cabang Utama Medan " mengemukakan bahwa salah satu variabel kualitas layanan yaitu *assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Pengaruh Variabel *Tangible* (Bukti Fisik) terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel *tangible* (bukti fisik) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam mengambil kredit pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Jember Unit Ajung Mangli. Hasil penelitian ini mendukung atau sesuai kajian teori menurut Kasmir (2004, 67) bahwa komponen kepuasan dalam dunia perbankan adalah *relialibility* (kehandalan), *assurance* (jamianan) *tangible* (bukti fisik), *empathy* (komunikasi) dan *responsiveness* (cepat tanggap).

Dengan demikian penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Muhammad Abidin (2010) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Magelang" yang mengemukakan bahwa salah satu dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangible* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Peniliti Agustin (2011) yang berjudul " Analisisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Niaga, Tbk. Kantor Cabang Kalimalang Bekasi" mengemukakan bahwa variabel kualitas pelayanan yakni *tangible* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Pengaruh Variabel *Empathy* (Komunikasi) terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel *empathy* (komunikasi) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam mengambil kredit pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Jember Unit Ajung Mangli. Hasil penelitian ini tidak sesuai kajian teori menurut Kasmir (2004, 67) bahwa komponen kepuasan dalam dunia perbankan adalah *relialibility* (kehandalan), *assurance* (jamianan) *tangible* (bukti fisik), *empathy* (komunikasi) dan *responsiveness* (cepat tanggap).

Dengan demikian penelitian ini tidak sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Muhammad Abidin (2010) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Magelang" yang mengemukakan bahwa salah satu dimensi kualitas pelayanan yaitu *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap

kepuasan nasabah. Peniliti Agustin (2011) yang berjudul " Analisisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Niaga, Tbk. Kantor Cabang Kalimalang Bekasi" mengemukakan bahwa variabel kualitas pelayanan yakni *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Khatimah (2012) yang berjudul " Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BRI Cabang Semarang Pattimura" mengemukakan bahwa salah satu variabel kualitas layanan yaitu *empathy* berpengaruh positif dan signifikan. Penelitian yang dilakukan Yulinda (2012) yang berjudul " Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit SUMUT Sejahtera I Pada PT Bank SUMUT Cabang Utama Medan " mengemukakan bahwa salah satu variabel kualitas layanan yaitu *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hal ini dikarenakan objek penelitian berbeda dan banyak keluhan dari nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Jember Unit Ajung Mangli mengenai pelayanan dan pemahaman karyawan terhadap kebutuhan nasabah.

Pengaruh Variabel *Responsiveness* (Cepat Tanggap) terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel *responsiveness* (cepat tanggap) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam mengambil kredit pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Jember Unit Ajung Mangli. Hasil penelitian ini mendukung atau sesuai kajian teori menurut Kasmir (2004, 67) bahwa komponen kepuasan dalam dunia perbankan adalah *relialibility* (kehandalan), *assurance* (jamianan) *tangible* (bukti fisik), *empathy* (komunikasi) dan *responsiveness* (cepat tanggap).

Dengan demikian penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Muhammad Abidin (2010) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Magelang" yang mengemukakan bahwa salah satu dimensi kualitas pelayanan yaitu *responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan Yulinda (2012) yang berjudul " Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit SUMUT Sejahtera I Pada PT Bank SUMUT Cabang Utama Medan " mengemukakan bahwa salah satu variabel kualitas layanan yaitu *responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

9. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Jember Unit Ajung Mangli, maka dapat diambil kesimpulan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dalam mengambil kredit pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Jember Unit Ajung Mangli, variabel independen yakni *reliability, responsiveness, assurance, empathy* dan *tangible* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan analisa secara parsial kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dalam mengambil kredit pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Jember Unit Ajung Mangli berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan objek penelitian berbeda dan banyak keluhan dari nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Jember Unit Ajung Mangli mengenai pelayanan dan pemahaman karyawan terhadap kebutuhan nasabah.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh, maka saran yang dapat disarankan untuk PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Jember Unit Ajung Mangli bisa lebih meningkatkan kepuasan nasabah maka perlu ditingkatkan dalam pelayanan *assurance* (jaminan) karena mempunyai pengaruh terbesar terhadap kepuasan nasabah yaitu karyawan harus trampil dan mempunyai pengetahuan yang memadai. Untuk itu sebaiknya, karyawan tetap mempertahankan pola kerja selama ini, yaitu trampil dan senantiasa tetap meningkatkan pengetahuannya yang salah satunya dapat diperoleh melalui berbagai pelatihan yang diadakan oleh perusahaan.

Sebaiknya PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Jember Unit Ajung Mangli memperbaiki pelayanan nasbah mengenai *empathy* agar tingkat kepuasan nasabah dapat meningkat dengan cara memberikan pelayanan secara individu, memberikan perhatian yang lebih kepada para nasabah, karyawan dapat memahami kebutuhan nasabah, kepentingan nasabah serta karyawan melayani tanpa memandang status sosial.

Saran untuk peneliti mendatang untuk mengoptimalkan hasil dari penelitian ini, maka diharapkan bisa menambah variabel lain yang dipandang relevan. Hal ini bertujuan agar dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas mengenai permasalahan yang sedang diteliti, sehingga dapat memberikan nilai indeks yang lebih baik lagi. Selain itu apabila memakai kuesioner sebaiknya dalam pengisiannya dipandu dengan wawancara langsung sehingga kuesioner nantinya dapat terisi dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

Abidin, Muhammad. 2010. ***Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Magelang.*** Skipsi, Program Sarjana Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Agustin, Melly. 2011. ***Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Niaga, Tbk. Kantor Cabang Kalimalang Bekasi***. Skripsi, Program Sarjana Universitas Gunadarma.

Ascarintya, Praveda. 2011. ***Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT BPR Satria Pertiwi Semarang.*** Skripsi, Program Sarjana Universitas Diponegoro Semarang.

Basu, Swastha dan Irawan. 2005. ***Manajemen Pemasaran Modern***. Yogyakarta : Liberty.

Efriandy, Iwan. 2013. ***Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Nasabah Tabungan Pada PT Bank Aceh di Kota Blangpidie***. Skripsi, Program Sarjana Universitas Indo Global Mandiri Palembang.

Ferdinand, Augusty T. 2006. ***Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Desertasi***, BP Undip, Semarang.

Ghozali, Imam. 2005. ***Analisis Multivariate SPSS***. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hasibuan, Malayu S.P. 2009. ***Dasar-dasar Perbankan***. Jakarta : PT. Bumi Aksara.

Kasmir. 2004. ***Pemasaran Bank.*** Jakarta : Prenada Media.

---------. 2005. ***Dasar-dasar Perbankan***. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

---------. 2010. ***Pemasaran Bank***. Jakarta : Kencana.

Kazmier, Leonard J. 2005. ***Statistik Untuk Bisnis : Belajar Super Cepat***. Yogyakarta : Erlangga.

Khatimah, Husnul. 2012. ***Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BRI Cabang Semarang Pattimura***. Skripsi, Program Sarjana Universitas Diponegoro.

Kotler, Philip. 2002. ***Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Milenium***. Jakarta : Prehalindo.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller . 2007. ***Manajemen Pemasaran, Jilid I dan II, terjemahan Hendra Teguh***. Jakarta : Prehalindo.

Lupiyoadi, Hamdani. 2006. ***Manajemen Pemasaran Jasa***. Jakarta : Salemba Empat.

J, Supranto. 2001. ***Statistik Teori dan Aplikasi***. Jakarta : Erlangga.

Rangkuti, Freddy. 2004. ***Riset Pemasaran***. Cetakan Kelima. PT. Gramedia Putaka Utama, Jakarta.

Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. ***Perilaku Konsumen***. Yogyakarta : CV. Andi Offset.

Santoso, Singgih. 2010. ***Statistik Multivariat***. Jakarta : PT. Gramedia.

Sarwedi. 2002. ***Manajemen Perbankan***. Jember : Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Sugiyono. 2008. ***Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D***. Bandung : CV. Alfabeta.

Sumanto. 2002. ***Pembahasan Terpadu Statistika dan Metologi Riset***. Yogyakarta : Andi Publisher.

Sutrisno, Hadi. 2005. ***Metodologi Research***. Yogyakarta : Andi Publisher.

Pandia, Frianto. Ompusunggu, Elly S., dan Abror, Achmad. 2005. ***Lembaga Keuangan***. Jakarta : PT. Rineka Cipta.

Tjiptono, Fandy. 2002. ***Strategi Pemasaran***. Yogyakarta : CV. Andi.

---------- . 2006. ***Manajemen Pelayanan Jasa***. Yogyakarta : CV. Andi.

Tjiptono, Fandy dan Gregodius Chandra. 2005. ***Service, Quality & Satisfaction***. Yogyakarta : CV. Andi.

Umar, Husein. 2005. ***Metode Riset Perilaku Organisasi***. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka.

Usman. 2006. ***Manajemen Pemasaran***. Cetakan Pertama. Yogyakarta : Amara Books.

Yulinda. 2012. ***Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit SUMUT Sejahtera I Pada PT Bank SUMUT Cabang Utama Medan***. Skripsi, Program Sarjana Universitas Sumatra Utara.

http://id.shvoong.com/business-management/entrepreneurship/1990164-pengertian-kredit).