

**Analisis Pengaruh Dimensi Banking Service Quality terhadap
Kepuasan Nasabah
Bank BNI Syariah Cabang Jember**

Lukman Hakim Wahyu Saputro (1210411224)

Fakultas Ekonomi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Jember

Jl. Karimata No. 49, Kec. Sumbersari, Kab. Jember

ABSTRAK

Globalisasi perdagangan dunia mengakibatkan perubahan yang cepat pada lingkungan bisnis. Oleh karena itu setiap perusahaan yang ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya haruslah dapat menyesuaikan diri dengan perubahan yang ada dan harus memiliki keunggulan kompetitif. salah satu cara untuk meningkatkan daya saing adalah dengan peningkatan kualitas pelayanan, karena dengan kualitas pelayanan yang baik maka kepuasan pelanggan akan tercapai. Banyak cara untuk mengukur kualitas pelayanan, dalam penelitian ini menggunakan metode pengukuran baru untuk mengukur kualitas pelayanan bagi industri Perbankan yang disebut Banking Service Quality (BSQ). Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari dan menganalisis pengaruh BSQ (Keefektifan dan Jaminan, Akses, Keterwujudan, Keandalan). secara parsial dan simultan terhadap Kepuasan serta dampaknya terhadap Loyalitas Nasabah PT. BNI Syariah Jember untuk mengenali variabel yang paling dominan terhadap PT. BNI Syariah Jember. Populasi penelitian adalah nasabah tabungan dan pinjaman PT. BNI Syariah Jember, diambil 105 sampel. Uji statistik yang digunakan adalah uji validitas dengan product moment, uji reliabilitas dengan alpha cronbach, analisis regresi, uji t untuk menyelidiki hipotesis penelitian. Hasil uji hipotesis dengan analisis regresi menunjukkan Variabel keefektifan dan jaminan serta keterwujudan masing-masing memiliki koefisien regresi sehingga secara parsial variabel tidak berpengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, untuk variabel Akses, dan keandalan memiliki nilai koefisien regresi secara parsial variabel memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji t menunjukkan bahwa bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati telah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. BNI Syariah Jember. Kepuasan Nasabah berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah dengan meningkatkan kualitas BSQ

Kata Kunci : Banking Service Quality Dimensions (BSQ), kepuasan nasabah dan Loyalitas nasabah.

ABSTRACT

The globalization of world trade has resulted in rapid changes in the business environment. Therefore every company that wants to maintain its survival must be able to adjust to the changes that exist and must have a competitive advantage. One way to improve competitiveness is by improving the quality of service, because with good service quality then customer satisfaction will be achieved. Many ways to measure the quality of service, in this study using a new measurement method to measure the quality of service for the banking industry called Banking Service Quality (BSQ). This study aims to study and analyze the influence of BSQ (Effectiveness and Guarantee, Access, Embodiment, Reliability). Partially and simultaneously to Satisfaction and its impact on Customer Loyalty PT. BNI Syariah Jember to recognize the most dominant variable to PT. BNI Syariah Jember. The research population is the savings and loan customers of PT. BNI Syariah Jember, taken 105 samples. Statistical test used is validity test with product moment, reliability test with alpha cronbach, regression analysis, t test to investigate research hypothesis. The result of hypothesis test with regression analysis shows that the variables of effectiveness and assurance as well as their respective embodiments have regression coefficients so that the partial variable has no significant effect on customer satisfaction, for Access variables, and reliability has the value of regression coefficient in partial variable gives significant influence to satisfaction customer. The t test results show that physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy have simultaneously significant effect on customer satisfaction. Therefore, there is influence between the quality of service to customer satisfaction at PT. BNI Syariah Jember. Customer Satisfaction has a significant effect on Customer Loyalty by improving the quality of BSQ

Keywords: Banking Service Quality Dimensions (BSQ), customer satisfaction and Customer Loyalty.

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis antar perusahaan dalam era globalisasi di abad 21 ini semakin ketat baik di pasar domestik maupun internasional. Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus mampu memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dengan harga murah, penyerahan cepat, dan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumennya dibanding dengan kompetitornya. Untuk memenuhi kepuasan nasabah pada industri perbankan, kualitas pelayanan sangat penting bagi perusahaan untuk dikelola dengan baik agar memenuhi keinginan konsumen (Lovelock, 1988 dalam Fatrio, 2006).

Berbagai upaya dilakukan perusahaan perbankan untuk tetap bertahan hidup (*survive*) di masa setelah krisis yang berkepanjangan ini

dalam menghadapi persaingan yang sangat ketat dengan perusahaan-perusahaan perbankan lainnya. Salah satu cara yang harus ditempuh perusahaan dalam hal ini adalah dengan menentukan strategi yang tepat supaya tetap bertahan hidup di tengah persaingan serta dapat meningkatkan profitabilitasnya.

Nasabah sulit untuk diajak loyal. Ketika produk bank-bank mudah ditiru, maka aspek pembeda bank-bank terletak pada aspek pelayanan. Kepuasan dan loyalitas nasabah akan ditingkatkan melalui pelayanan yang berkesan (Ermina, 2008). Baik praktisi maupun para ahli mengetahui bahwa kepuasan konsumen dan loyalitas memiliki hubungan yang tidak dapat terpisahkan (Oliver, 1997). Seperti yang diungkapkan Jones dan Sasser (1994) bahwa loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang

positif . Kepuasan yang tinggi akan meningkatkan loyalitas pelanggan , begitu pula sebaliknya semakin rendah kepuasan maka loyalitas juga semakin rendah.

Bahia dan Nantel (2000) mengembangkan BSQ karena SERVQUAL maupun pengukuran-pengukuran kualitas pelayanan lain banyak dikritik dan terbukti memiliki kelemahan Dalam pembentukan kualitas pelayanan untuk jasa perbankan tersebut, Bahia dan Nantel (2000) menggunakan kerangka bauran pemasaran yang dikembangkan oleh Booms dan Bitner (1981) dalam Bahia dan Nantel (2000) yang biasa disebut dengan 7P yaitu : Produk / Jasa adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke [pasar](#) untuk diperhatikan, dipakai, dimiliki, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Tempat (*place*) tempat yang di gunakan untuk melakukan kegiatan perusahaan. Proses (*Process*) proses penyampaian jasa yang superior, misalnya home banking yang bentuk oleh bank tertentu, Partisipan (*participant*) cara merekrut dan melatih karyawan yang lebih

mampu dan lebih dapat diandalkan dalam berhubungan dengan pelanggan, dari pada karyawan pesaingna, lingkungan fisik (physical surrounding) pengembangan lingkungan fisik yang lebih efektif, Harga (*price*) sejumlah uang yang di bayar pelanggan untuk sebuah produk, Promosi (*promotion*) semua kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produknya. Berdasarkan hasil analisis maka di peroleh 4 dimensi *Banking Service Quality* (BSQ), yang kemudian diangkat menjadi variabel penelitian , yaitu : 1) Keefektifan dan Jaminan (*Effectiveness and Assurance*), 2) Akses (*Access*), 3) Keterwujudan (*Tangible*), dan 4) Keandalan (*Reliability*).

Berdasarkan penelitian oleh Bahia dan Nantel (2000), maka penelitian ini menggunakan faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah serta didukung oleh penelitian terdahulu, karena empat faktor tersebut adalah : 1) Keefektifan dan Jaminan (*Effectiveness and Assurance*), 2) Akses (*Access*), 3)

Keterwujudan(*Tangible*), dan 4) Keandalan (*Reliability*) Terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Syariah Cabang Jember.

Alasan digunakannya Bank BNI Syariah khususnya Bank BNI Syariah Cabang Jember dikarenakan Bank BNI Syariah cabang jember harus memanfaatkan keunggulan kompetitifnya dalam meningkatkan kepuasan nasabah yang pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas pelanggan serta terus berupaya memperbaiki kelemahan kelemahan sehingga tidak di manfaatkan pesaing. Pesaing Bank BNI Syariah Cabang Jember pada umumnya adalah Bank Perkreditan Rakyat ,Koperasi Simpan Pinjam dan Bank umum swasta nasional yang sama wilayah kerjanya. Produk para pesaing juga sangat beragam. Berikut ini disajikan hasil rekapitulasi kritik dan saran yang disampaikan nasabah kepada Bank BNI Syariah Cabang Jember.

Berdasarkan Tabel 1.2 diatas, diketahui bahwa ternyata tingkat kritik yang ditrima oleh Bank BNI Syariah Cabang Jember masih relatif tinggi, dimana rata rata dalam tiap bulanya Bank BNI Syariah Cabang

Jember menerima 17 kritikan dan 14 saran, hal tersebut melebihi target kritik yang yang di terima adalah sebanyak 10 kritik tiap bulan dalam hal pelayanan nasabah. Banyaknya kritik Yang berkaitan dengan kualitas layanan mengindikasikan bahwa nasabah belum puas dengan kinerja yang di berikan Bank BNI Syariah Cabang Jember sehingga muncul *research problem* yang menunjukkan bahwa terdapat perbedaan persepsi klerja antara nasabah dan manajemen Bank BNI Syariah Cabang Jember yang mengakibatkan nasabah tidak puas. Oleh karena itu perlu diteliti faktor faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah.

Masih munculnya keluhan dari nasabah berarti masih terdapat kesenjangan antara apa yang diinginkan oleh nasabah sebagai konsumen dengan pelayanan yang telah diberikan oleh bank. Keluhan-keluhan yang di sampaikan oleh nasabah seharusnya ditanggapi secara positif oleh Bank BNI Syariah Cabang Jember dengan mengambil langkah perbaikan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah mereka, karena keluhan

nasabah merupakan sebagian dari wujud ketidakpuasan dari mereka sebagai penuna jasa bank. Kualitas pelayanan tidak dapat lepas dari kepuasan nasabah. Nasabah yang mendapatkan pelayanan yang berkualitas optimal dari bank secara otomatis akan menciptakan kepuasan pada nasabahnya. Lalu apa yang akan terjadi jika nasabah tidak mendapatkan pelayanan dari bank seperti yang mereka harapkan? Pasti nasabah menjadi kecewa dan dapat diperkirakan berdampak pula pada tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah.

Alasan penelitian ini dilakukan di Bank BNI Syariah Cabang Jember dikarenakan adanya permasalahan yang muncul dalam kerja Bank BNI Syariah Cabang Jember yaitu tingginya tingkat kritik yang diterima perusahaan yaitu 17 kritikan dalam sebulan dimana toleransi kritik yang diberikan adalah sebanyak 12 kritik dalam sebulan dengan asumsi 3 kritik yang diterima dalam seminggu (berdasarkan tabel 1) Hasil tersebut mengindikasikan adanya ketidakpuasan nasabah terhadap kinerja Bank BNI Syariah

Cabang Jember yang memunculkan adanya *research problem* dalam penelitian ini. Berdasarkan survey awal, kritik yang timbul terhadap Bank BNI Syariah Cabang Jember adalah untuk transaksi dengan menggunakan fasilitas ATM. Dimana bagi nasabah yang selalu menggunakan fasilitas ATM sering mengalami gangguan.

METODELOGI PENELITIAN

Identifikasi variabel merupakan tindakan yang bertujuan untuk mencoba menemukan beberapa faktor dasar yang mungkin mendasari dan mengungkapkan keterkaitan antara sebagai besar variabel. Variabel-variabel yang dianalisis dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua yaitu : variabel independent dan variabel dependent.

a. Variabel Independent

Variabel independent adalah variabel bebas atau variabel penyebab yang diposisikan tidak terpengaruh dari variabel sebelumnya atau variabel yang tidak diprediksi oleh variabel lain dalam model (Ferdinan, 2002).

Variabel bebas pada penelitian yaitu keefektifan dan jaminan, akses, Harga, keterwujudan, Portofolio jasa, dan kehandalan yang diberi simbol X_1 , X_2 , X_3 , dan X_4 ,

b. Variabel Dependent

Variabel dependent adalah variabel yang diprediksi oleh satu atau beberapa variabel lain dalam model (Ferdinan, 2002) atau variabel dependent yaitu variabel yang dipengaruhi variabel independent baik secara langsung maupun tidak langsung. Variabel terikat pada penelitian ini yaitu kepuasan nasabah yang diberi simbol Y.

3.2. Definisi Operasional Variable

Pengertian dari variabel-variabel yang diteliti dan yang akan dilakukan analisis lebih lanjut, yaitu dimensi *Banking Services Quality (BSQ)* yaitu 1) : 1) Keefektifan dan Jaminan (*Effectiveness and Assurance*), 2) Akses (*Access*), 3) Keterwujudan (*Tangible*), dan 4) Kehandalan (*Reliability*) dan

Kepuasan nasabah dapat dijelaskan sebagai

a. Keefektifan dan Jaminan (X_1) adalah gabungan antara kompetisi dan tingkat responden yang baik dari karyawan Bank BNI Syariah Cabang Jember serta faktor keamanan.

Dimensi keefektifan dan jaminan dibentuk oleh 3 indikator sesuai dengan teorinya Zeithaml dan Berry (1991:19) yaitu :

(X1.1) Kecepatan dalam pelayanan

(X1.2) Tidak ada keterlambatan karenan birokrasi dan prosedur

(X1.3) Keamanan saat transaksi

b. Akses (X_2) adalah persepsi nasabah Bank BNI Syariah Cabang Jember perhadap peralatan yang moderen dan elemen-elemen penting yang menjamin akses yang mudah bagi transaksi.

Dimensi Akses dibentuk oleh 3 indikator sesuai dengan teoriya kottler (2007:7) yaitu :

(X2.1) Peralatan moderen yang digunakan

(X2.2) Jumlah teller dan costemer service yang memadai

(X2.3) Antrian yang cepat

c. Keterwujudan (X₄) adalah mengacu kepada suasana, perlengkapan pelayanan dan tampilan pelayanan Bank BNI Syariah Cabang Jember. Dimensi Keterwujudan dibentuk oleh 3 indikator sesuai dengan teorinya Kottler (2007) yaitu :

(X3.1) Pertunjukan layanan transaksi yang jelas

(X3.2) Ketersediaan peralatan pendukung

(X3.3) Penampilan fisik dan kerapihan pegawai

d. Keandalan (X₄) adalah dibentuk dari dua indikator yaitu sistem pengarsipan yang baik dan tidak terjadinya kesalahan dalam proses penyampain jasa Bank BNI Syariah Cabang Jember.

Dimensi keandalan dibentuk oleh 3 indikator yaitu:

(X4.1) Kemampuan karyawan memberikan penjelasan

(X4.2) tidak adanya kesalahn dalam pembeerian layanan

(X4.3) Kemampuan karyawan melakukan koreksi dengancepat pada waktu terjad kesalahan.

e. Kepuasan nasabah (Y) adalah perbedaan/kesenjangan antara harapan sebelum pembelian dengan kinerja atau hasil yang disarankan setelah pembelian. Dalam hal ini respon nasabah terhadap evluasi ketidak sesuaian yang disarankan setelah menjadi nasabah.

Dimensi kepuasan nasabah dibentuk oleh 3 indikator yaitu :

(Y1)Rasa percaya nasabah

(Y2)Rasa bkedekatan nasabah

(Y3)rasa puas nasabah terhadap jaminan layanan

. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian menunjukan kegiatan yang di lakukan oleh penelitian mulai dari periumusan hipotesis sampai pada analisis data. Pada penelitian ini, akan dievaluasi mengenai pengaruh kualitas pelayann perbankan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini merupakan *explantory research* atau *confirmatory research*, karena tujuan menjelaskan hubungan kasual antara variable melalui pengujian hipotesis (Singarimbun dan Efendi, 1995 dalam

Dimiyati, 2009). Alat analisis yang di gunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

- a. Data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau pihak pertama. Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan riset atau penelitian. Data primer dapat berupa pendapat subjek riset (orang) baik secara individu maupun kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian, atau kegiatan, dan hasil pengujian. Dalam variable penelitian yaitu : 1) Keefektifan dan Jaminan(*Effectiveness and Assurance*), 2) Akses(*Access*), 3) Keterwujudan(*Tangible*), dan 4) Keandalan (*Reliability*). Data sekunder yaitu data yang mengacu pada informasi yang

dikumpulkan dari sumber yang telah ada, seperti artikel, internet, jurnal, dan dokumentas perusahaan(Sekaran, 2006:06). Semua dokumen yang berhubungan dengan penelitian yang bersangkutan perlu dicatat sebagai sumber informasi an merupakan acuan bagi peneliti dalam memahami obyek penelitian.

. Metode Pengumpulan Data Sekunder

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah metode angket atau kuesioner,. Responden diberi angket untuk dijawab sesuai dengan apa yang mereka harapkan dari BNI Syariah dan apa yang telah mereka rasakan atas kualitas pelayanan perbankan (*banking servie quality*) yang bersnagkutan pada bank BNI Syariah Cabang Jember.

Data dikumpulkan dengan menggunakan pertanyaan tertutup, yaitu pertanyaan yang digunakan untuk mendapatkan data sesuai dengan indikator yang di kembangkan dalam penelitian.

. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2008:115).populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BNI Syariah Cabang Jember meliputi nasabah pnjaman dan nasabah simpanan.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak dselidiki dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi atau jumlahnya lebih sedikit dari jumlah populasinya.adapun cara pengambilan sampel dalam penelitia ini dilakuka dengan teknik pengambilan sempel berdasarkan kelompok (*cluster random sampling*) yaitu elemen elemen populasi di kelompokkan kedalam unit unit sampel. Jumlah subyek yang dipilih dapat di tentukan secara proporsional atau tidak proporsional dengan jumlah elemen pada masing-masing unit sempel.unit sampel dalam pemilihan sampel melalui beberapa tahap di tentikan secara bertahap

dalam beberapa tingkat unit sampel (Indriantoro,dkk 2002).

Tabel 3.1 Distribusi Pengambilan Sampel Berdasarkan Masing-Masing Kelompok Nasabah.

Kelompok Nasabah	Populasi	Presentase	Sampel yang diambil
Simpanan	25.000	80,65	85
Pinjaman	6.000	19,35	20
Total	31.000	100	105

Sumber : Data nasabah Bank BNI Syariah Cabang Jember.

Teknik Pengukuran data

Skala pengukuran merupakan kesempatan yang digunakan untuk menentukan panjang pendeknya interval dalam alat ukur. Alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Skala pengukuran dalam penelitian ini yaitu skala likert. Menurut Sugiono (2008) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi sseseorang atau

kelompok orang tentang fenomena sosial.

Dengan skala likert, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrumen yang digunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif Sugiono (2008)

Kriteria dalam skala likert yang digunakan bersifat ordinal yaitu angka-angka yang diberikan mengandung arti tingkatan yaitu :

- a. Jawaban sangat tidak puas
: skor 1
- b. Jawaban tidak puas
: skor 2
- c. Jawaban netral
: skor 3
- d. Jawaban puas
: skor 4
- e. Jawaban sangat puas
: skor 5

adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan

data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2004). Dengan demikian, instrumen yang valid merupakan instrumen yang benar-benar tepat untuk mengukur apa yang hendak diukur.

Penelitian yang valid artinya bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Artinya, jika objek berwarna merah, sedangkan data yang terkumpul berwarna putih maka hasil penelitian tidak valid. Sedangkan penelitian yang reliabel bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Kalau dalam objek kemarin berwarna merah, maka sekarang dan besok tetap berwarna merah.

Dalam pengujian validitas instrumen digunakan rumus korelasi product moment yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut :

$$r_{ix} = \frac{n \sum ix - (\sum i)(\sum x)}{\sqrt{(n \sum i^2 - (\sum i)^2)(n \sum x^2 - (\sum x)^2)}}$$

Keterangan :

Rxy : koefisien korelasi

N : Jumlah subjek/responden

X : Sekor butir

i : sekor total

ΣXY : Jumlah dari instrumen X yang di kalikan dengan jumlah instrumen Y

ΣX^2 : jumlah kuadrat kriteria X

ΣY^2 : Jumlah kuadrat Y

(Arikunto , 2006: 162)

Hasil perhitungan rxy dikonsultasikan dengan harga r kritik product

Momen dengan taraf signifikan 5%, jika nilai signifikan dibawah 0.05 maka kuesioner tersebut dikatakan valid.

Uji Reliabilitas

Ghozali (2009) menyatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari peubah atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas suatu test merujuk pada derajat stabilitas, konsistensi, daya prediksi, dan akurasi. Pengukuran yang memiliki reliabilitas yang tinggi adalah pengukuran yang dapat menghasilkan data yang reliabel

Uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbac's*, suatu instrumen dikatakan reliable apabila nilai alpha lebih besar dari 0,06 (ghozali, 2005) dengan rumus :

$$a = \frac{(K)Cov/Var}{1 + (K - 1)Cov/var}$$

Dimana :

A :alpha

K :Jumlah butir dalam sekala

Cov : rerata kovarians diantara butir

Var : rerata variats dari butir

Dasar pengambilan keputusan (Santosa, 2004 : 276) adalah :

a. jika r alpha positif, serta r alpha >r table,maka variable tersebut reliable

b. jika r alpha positif ,serta r alpha <r table, maka variable tersebut tidak reliable

jadi ,jika r alpha >r table tapi bertanda negatif , Ho tetap akan di tolak.

Metode Analisis

Pengujian terhadap hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh *BANKING SERVICE QUALITY (BSQ)* terhadap kepuasan

nasabah. untuk mencari digunakan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y : kepuasan nasabah

B₁ : koefisien variable keefektifan dan jaminan

B₂ : koefisien Variable akses

B₃ : koefisien variable keterwujudan

B₄ : koefisien variable kehandalan

X₁ : variable keefektifan dan jaminan

X₂ : Variable akses

X₃ : variable keterwujudan

X₄ : variable harga variable kehandalan

e : Variable pengganggu

(Sugiono, 2004 :243)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis regresi, yakni dimensi kualitas

layanan dengan kepuasan nasabah yaitu Keefektifan dan Jaminan

(*Effectiveness and Assurance*), Akses (*Access*),

Keterwujudan

(*Tangibel*), dan

Kehandalan

(*Reliability*) yang

menunjukkan bahwa

kelima dimensi

kualitas layanan

berpengaruh secara

signifikan terhadap

peningkatan

kepuasan nasabah

sebab memiliki nilai ρ

value < 0,05.

2. Hasil analisis mengenai kelima dimensi kualitas pelayanan maka variabel kualitas layanan yang dominan mempengaruhi kepuasan nasabah adalah responsiveness,

dimana variable
responsiveness
memiliki nilai p value
yang paling kecil
yakni sebesar 0,005.
Hal ini dapat
dikatakan bahwa
semakin kecil nilai p
value maka makin
besar pengaruhnya
terhadap kepuasan
nasabah

Saran-Saran

Dari hasil kesimpulan
yang telah dikemukakan, maka
dapat diberikan saran-saran yaitu
sebagai berikut :

1. Disarankan agar dalam
meningkatkan kepuasan
nasabah maka pihak
manajemen perusahaan
sebaiknya meningkatkan
kualitas pelayanan kepada
nasabah, selain itu dengan
menambah sarana dan
prasarana ruang pelayanan.

2. Disarankan pula agar perlunya
pihak Manajemen perusahaan
lebih meningkatkan mengenai
masalah variabel
responsiveness yakni dengan
cara penyambutan kepada
nasabah yang baru datang
untuk menabung, selain itu
pihak karyawan diharuskan
membantu dan mendengarkan
segala keluhan para nasabah,
hal ini dimaksudkan untuk
lebih meningkatkan kepuasan
kepada nasabah yang berarti
kepuasan nasabah akan
semakin meningkat.

3. Disarankan agar perlunya
dilakukan peningkatan
pelayanan bukti fisik yaitu
fasilitas fisik yang menarik bagi
nasabah, seperti : kursi, meja
tamu, TV,
informasi dan monitoring.

DAFTAR PUSTAKA

Allred, A, T dan Addams, H, L.
2000."Service Quality at

- Books and Credit Unions: What Do Theirs Customer Say? ”. International Journal of Bank Marketing. No.2 Vol,18. Page 203.*
- Asakdiyah, S. 2005. *Analisis Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan dan Pembentukan Intensi Pembelian Konsumen Matahari grup Di Daerah Istimewa Yogyakarta.* Jurnal Akuntansi dan aManajemen. No,2 Vol VVI. Hal .129-140
- Azwar, S. 2003.*Metode Penelitian. Yogyakarta : Pustaka Pelajar* Bahia, Kamilia dan Netel,jacques. 2000. *A reliable and validd measurement scale for the perceived service quality of bank.* International Journal of Bank Marketing . No. 2. Vol .18, page.84-91
- Alma Buchari, 2004, **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa**, cetakan keenam, Alfabeta, Bandung
- Bahia, Kamilia dan Nantel,jacques,2000,*A Reliable and valid measurment scale for the perceived service quality of bank*, Internatioal Journal of bank marketing No.2, Vol.18, page .84-91.
- Dimiyati. Mohamad, 2009.*Analisis SEM Dalam Uji Pengaruh Beberapa Variable Terhadap Loyalitas.* Edisi Pertama Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Dimiyanti. Mohamad 2009, *Analisis SEM Dalam Uji Pengaruh Beberapa Variable Terhadap Loyalitas*, Edisi Pertama Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Ferdinand, Agustuy Tae. 2000. *Manajemen Pemasaran : Seebuah Pendekatan Strategik ,Research Paper Series – Konsentrasi Manajemen Pemasaran.* Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
- Fandy Tjiptono, 2004, **Manajemen Jasa**, edisi kedua, cetakan ketiga, Penerbit : Andi Yogyakarta
- Ghozali,Imam.2008. *Analisis Multivariate dengan SPSS.* Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin,jill.2006. *Costumer Loyality. How to Earn It, How to Keep*

It. New York : Simon and
Chuster, Inc.

Hayzer,J and Render, B,2004.
Opration Management,
*Seventh edition,*Prentice
Hall International. Inc,New
york

Jones, Thomas, and W, Earl Sasser,
Jr.2007, *Marketing, second*
edition, United States of
America : Mc. Grow Hill
Inc.

Jatra, 2015, **Pengaruh Kualitas**
Layanan Terhadap
Kepuasan Pelanggan
Restoran Baruna Ssanur,
E-Jurnal Manajemen
Unud, Vol. 4, No. 7,2015

Khotler,Philip and Gery
Amstrong.2008.*Principles*
of Marketing, Sevent
*Edition,*International
Edition,Prentice Hall,
Inc,Englewood Chiffs,New
Jersey.

Khotler,Philip and Gery
Amstrong.2000. *Dasar-*
dasarPemasaran (Priciple
of Marketing). Prentice Hall,
Inc.

Khotler dan Keller. 2008. *Marketing*
Management, Jilid 1.Edisi
Terjemahan. Jakarta : Pren
hallindo

Oliver, RL. 2003. *Congnitiv Model of*
the Antecedents and
Consequences of
Satisfaction Decision.
Journal of Marketing
Research. No.4 Vol
17.page 460-469

Olson, Peter. 2002. *Consumer*
Behavior and Marketing
Startegi. Thrid Edition
Richard ,Irawan Inc,
Boston.

Parasuraman,A. Barry,LL dan
Zeithaml, VA. 2008,*An*
Empirical examination of
Relationshipn In An
Extended Servicequality
*Model,*Report No,90-122,
Marketing Sciences
Institute, Cambirige,MA.

Rangkuti, Fredy. 2002 *Measuring*
Consumer satisfaction :
Gaining Costumer
Relation Strategi, Jakarta :
PT. Gramedia Pustaka
Utama.

Ratih Hurriyati, 2005, **Bauran**
Pemasaran dan Loyalitas
Konsumen, cetakan
pertama, Penerbit :
Alfabeta, Bandung