

ABSTRAK

Kepuasan nasabah pada bidang jasa adalah reaksi emosional jangka pendek pelanggan terhadap kinerja jasa tertentu, tingkat kepuasan pelanggan dapat terjadi setelah mengalami apakah jasa yang mereka harapkan terpenuhi atau terlampaui. Apabila pelanggan yang merasa kecewa, kurang puas setelah menerima pelayanan, maka akan menimbulkan masalah bagi penyedia jasa, apabila pelanggan merasa gembira dan senang setelah menerima pelayanan yang diberikan, maka akan menimbulkan kepuasan kepada pelanggan. Penelitian ini dilakukan pada nasabah PT. BPR Nur Semesta Indah Semboro. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah pelayanan yang kurang ramah dan kurang cepat dalam melayani transaksi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, apakah tingkat suku bunga yang agak tinggi dibanding Bank BUMN berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, apakah lokasi perusahaan yang masuk ke desa jauh dari pusat kota berpengaruh terhadap kepuasan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari pelayanan terhadap kepuasan nasabah, untuk mengetahui pengaruh dari tingkat suku bunga terhadap kepuasan nasabah, dan untuk mengetahui pengaruh dari lokasi perusahaan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner, observasi, dan wawancara. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS21. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, berdasarkan hasil uji t variabel pelayanan mempunyai nilai t hitung sebesar 3,490 dengan nilai signifikan sebesar 0,001 maka data menunjukkan bahwa persepsi pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, variabel tingkat suku bunga mempunyai nilai t hitung sebesar 7,334 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 maka data menunjukkan bahwa persepsi tingkat suku bunga berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, dan variabel lokasi yaitu nilai t hitung sebesar 5,293 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 maka data menunjukkan bahwa persepsi lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Kata kunci : pelayanan, suku bunga, lokasi, kepuasan nasabah.

ABSTRACT

Customer satisfaction in the service sector is a customer's short-term emotional reaction to the performance of certain services, the level of customer satisfaction can occur after experiencing whether the services they expect are met or exceeded. If the customer feels disappointed, dissatisfied after receiving the service, it will cause problems for the service provider, if the customer feels happy and satisfied after receiving the service provided, it will lead to customer satisfaction. This research was conducted on customers of PT. BPR Nur Semesta Indah Semboro. This research was conducted to find out whether the less friendly and less fast service in serving transactions has an effect on customer satisfaction, whether the interest rate which is rather high compared to state-owned banks has an effect on customer satisfaction, whether the location of companies that enter villages far from the city center has an effect on satisfaction . This study aims to determine the effect of service on customer satisfaction, to determine the effect of interest rates on customer satisfaction, and to determine the effect of company location on customer satisfaction at PT. BPR Nur Semesta Indah Semboro Branch. Methods of data collection in this research using questionnaires, observation, and interviews. . The analysis technique used in this study is multiple linear regression with the help of the SPSS21 program. From the results of research that has been done, based on the results of the t test the service variable has a t calculated value of 3.490 with a significant value of 0.001, the data shows that service perception has a positive effect on customer satisfaction, the interest rate variable has a t calculated value of 7.334 with a significant value of 0.000, the data shows that the perception of interest rates has a positive effect on customer satisfaction, and the location variable, namely the t-count value of 5.293 with a significant value of 0.000, the data shows that the perception of location has a positive effect on customer satisfaction.

Keywords: service, interest rate, location, customer satisfaction.