

## Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Pada Bank Rakyat Indonesia (BRI) Cabang Somba Opu Makassar

---

Anggi Pratiwi <sup>1</sup>, Rachman Suwandaru <sup>1</sup>, Sujatmiko <sup>1</sup>, Faisal Syam <sup>1</sup>

<sup>1</sup> Institut Bisnis dan Keuangan Nitro Makassar

---

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dengan dimensi yakni Bukti fisik, Keandalan, Daya tanggap, Jaminan, empati terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Pada Bank Rakyat Indonesia (BRI) Cabang Somba Opu Makassar. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI). Sedangkan sampel berjumlah 92 responden. Analisis penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear Berganda dengan program aplikasi statistik SPSS versi 23.00 untuk pengolahan data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Bukti Fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan nasabah, Keandalan berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap Kepuasan nasabah, Daya Tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, Jaminan berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap Kepuasan nasabah, sedangkan Empati berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah.

### Abstract

*This study aims to examine and analyze the influence of service quality with dimensions namely physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, empathy for customer satisfaction on credit at Bank Rakyat Indonesia (BRI) Somba Opu Makassar Branch. The population in this study are Bank Rakyat Indonesia (BRI) customers. While the sample amounted to 92 respondents. The analysis of this research was carried out using multiple linear regression analysis with the statistical application program SPSS version 23.00 for data processing. The results of this study indicate that physical evidence has a positive and significant effect on customer satisfaction, reliability has a negative and insignificant effect on customer satisfaction, responsiveness has a positive and significant effect on customer satisfaction, assurance has a negative and insignificant effect on customer satisfaction, while empathy has a positive and significant effect on customer satisfaction. not significant to Customer Satisfaction.*

*Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction.*

---

## 1. Pendahuluan

Dalam era perdagangan bebas, setiap perusahaan menghadapi persaingan yang ketat. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan nasabah dengan cara memberikan layanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan

oleh pesaing. Dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar (Atmawati dan Wahyuddin, 2007)

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan nasabah. Kualitas memberikan satu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan Perusahaan (Irwan & Haryono, 2015). Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan nasabah serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan nasabah di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman nasabah yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman nasabah yang kurang menyenangkan (Daga, 2019)).

Setiap perusahaan dituntut untuk membuat nasabah merasa puas dengan memberikan penawaran dan layanan yang lebih baik, mengingat perusahaan harus mampu untuk mempertahankan posisi pasarnya di tengah persaingan yang semakin ketat. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para nasabah. Kepuasan nasabah merupakan respon nasabah terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dengan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Hartono, 2008). Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki nasabah. Sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan tersebut (Didiharyono et al, 2018)

Persaingan yang ketat antar bank dewasa ini mendorong setiap bank untuk memberikan layanan terbaik kepada nasabahnya. Masing-masing bank mempunyai program yang terus diperbaharui. Program tersebut dapat berbentuk layanan-layanan baru yang semakin memudahkan nasabah, ada pula yang menawarkan program undian berhadiah. Semua itu dimaksudkan untuk sebanyak mungkin menarik masyarakat untuk menjadi nasabah baru, juga untuk mempertahankan supaya nasabah lama tidak beralih ke bank lain. Hal ini mendorong bisnis jasa perbankan untuk mencari cara yang mendatangkan keuntungan dengan cara mendiferensiasikan diri mereka terhadap pesaing

Bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasarkan pada azas kepercayaan sehingga masalah kualitas layanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha. Kualitas layanan menurut Parasuraman, dalam Tjiptono (2008) terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai yang diharapkan, maka kualitas yang dipersepsikan baik dan memuaskan. Salah satu strategi yang dapat menunjang keberhasilan dalam bisnis perbankan adalah berusaha menawarkan kualitas jasa dengan kualitas layanan yang tinggi yang nampak dalam kinerja yang tinggi dalam performa dari layanan yang ada (Eldon & Rahmawati, 2023).

Dalam menghadapi persaingan, ada beberapa dimensi kualitas menurut layanan yang dapat mempengaruhi perilaku nasabah, Hasil pengukuran dengan instrumen tersebut memberikan informasi tentang seberapa jauh layanan yang diberikan oleh organisasi dapat memenuhi harapan nasabah. Agar dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang, maka perusahaan perbankan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Seiring dengan terus berkembangnya perusahaan dan untuk lebih menampilkan citra positif perusahaan, maka peneliti menentukan obyek penelitian pada perusahaan PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Somba Opu, yakni merupakan satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa perbankan PT. Bank Rakyat

Indonesia (Persero) Cabang Somba Opu diharapkan dapat membantu masyarakat dalam mengatasi masalah keuangan dengan cara memberikan pinjaman berupa uang pinjaman, menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat melalui kegiatan usaha perkreditan yang dibutuhkan oleh para calon nasabah dalam rangka meningkatkan modal usaha sehingga tercipta kesejahteraan hidup yang baik. Adapun kredit yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah Kredit modal kerja, alasan pemilihan kedua jenis kredit ini karena mempunyai nasabah yang sangat banyak serta memberikan masukan laba bagi perusahaan.

Namun permasalahan yang dihadapi dalam pelaksanaan kegiatan perkreditan selama ini oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Somba Opu adalah nasabah atau debitur kurang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Di mana dapat dilihat dari proses dan prosedur yang berbelit-belit, biaya administrasi yang cukup tinggi, selain itu dalam pengambilan kredit jumlah nominal kredit yang diinginkan oleh nasabah tidak sesuai yang diberikan oleh Bank sehingga hal ini mempengaruhi ketidakpuasan nasabah dalam pengambilan kredit. Sehingga dengan adanya fenomena tersebut di atas maka perlunya pihak manajemen PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Somba Opu untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang selama ini diterapkan, yakni dengan mengacu dari teori yang dikemukakan oleh Parasuraman, dalam buku Tjiptono dalam Daga (2019) mengemukakan bahwa terdapat lima dimensi utama kualitas jasa/layanan yang terdiri dari : *tangible, realibility, responsiveness, assurance, empathy*. Kelima dimensi tersebut berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dimana dikatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan reaksi kognitif dan afektif terhadap insiden jasa/layanan atau kadangkala dari pengalaman dalam interaksi kualitas jasa dan membandingkan antara interaksi tersebut dengan apa yang diharapkan.

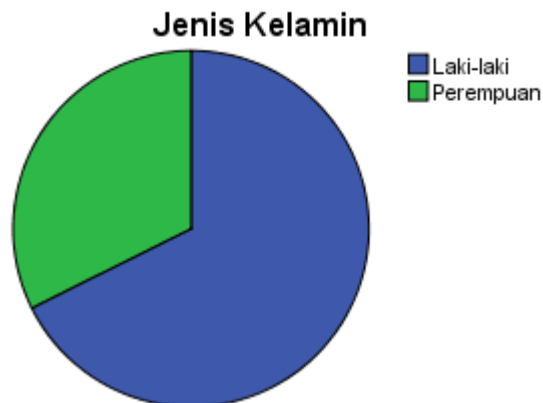
Penelitian ini melanjutkan dari penelitian yang dilakukan oleh Adetiawarman et al (2023) yang meneliti mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada PT. Bank Danamon Jakarta. Persamaan penelitian ini adalah pada variabel yang diteliti yakni kualitas layanan melalui *tangible, realibility, responsiveness, assurance, empathy*. Sedangkan perbedaannya adalah terletak pada obyek yang diteliti yang nasabah penabung, sedangkan peneliti dengan mengambil obyek sampel adalah nasabah yang mengambil kredit. Dari uraian latar belakang diatas, serta penelitian sebelumnya maka peneliti akan mengadakan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan Kredit Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Somba Opu Makassar.

## 2. Metodologi

Rancangan penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan jenis kasual komparatif yang bermaksud untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap nasabah kredit pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Somba Opu Makassar. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah nasabah modal kerja adalah sebanyak 1.078. Sedangkan, sampel sebanyak 91,52 dan dibulatkan menjadi 92 responden yang diperoleh dengan menggunakan rumus Slovin. Metode yang digunakan dalam menjawab hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, model regresi berganda, dan pengujian hipotesis.

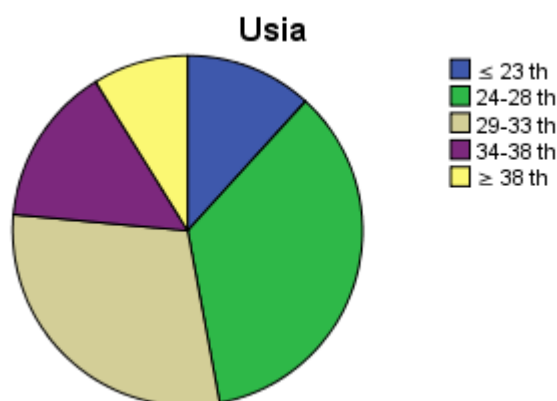
### 3. Hasil dan Pembahasan

#### Deskripsi Karakteristik Responden



Gambar 1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.

Gambar 1 diagram *pie chart* tersebut menjelaskan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat dari jenis kelamin laki-laki dengan keterangan berwarna biru menunjukkan frekuensi sebanyak 62 orang dengan persentase sebesar 67,6%, kemudian berdasarkan jenis kelamin perempuan dengan keterangan berwarna hijau menunjukkan frekuensi sebanyak 30 orang dengan persentase 32,4%, dan jumlah keseluruhan responden berdasarkan jenis kelamin sebanyak 92 orang dan total persentase berjumlah 100%.



Gambar 2. Karakteristik responden berdasarkan usia.

Gambar 2 diagram *pie chart* tersebut menjelaskan bahwa karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat dari usia  $\leq 23$  th dengan keterangan berwarna biru menunjukkan frekuensi sebanyak 10 orang dengan persentase sebesar 11,8%, kemudian berdasarkan usia 24-28 th dengan keterangan berwarna hijau menunjukkan frekuensi sebanyak 34 orang dengan persentase 35,3%, usia 29-33 th dengan keterangan berwarna krem jumlah frekuensi sebanyak 24 orang dengan persentase 29,4%, usia 34-38 th dengan keterangan berwarna ungu jumlah frekuensi sebanyak 16 orang dengan persentase 14,7%, dan usia  $\geq 38$  th dengan keterangan berwarna kuning menunjukkan jumlah frekuensi sebanyak 8 orang dengan persentase 8,8%. Jumlah keseluruhan responden berdasarkan usia sebanyak 92 orang dan total persentase berjumlah 100%.



Gambar 3. Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan terakhir.

Gambar 3 diagram *pie chart* tersebut menjelaskan bahwa karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat dari pendidikan SMA/SMK dengan keterangan berwarna biru menunjukkan frekuensi sebanyak 9 orang dengan persentase sebesar 8,8%, kemudian pendidikan D3 dengan keterangan berwarna hijau menunjukkan frekuensi sebanyak 17 orang dengan persentase 17,6%, pendidikan S1 dengan keterangan berwarna krem jumlah frekuensi sebanyak 57 orang dengan persentase 64,7%, dan pendidikan S2 dengan keterangan berwarna ungu jumlah frekuensi sebanyak 9 orang dengan persentase 8,8%. Jumlah keseluruhan responden berdasarkan pendidikan terakhir sebanyak 92 orang dan total persentase berjumlah 100%.

### Deskripsi Data atas Variabel Penelitian

Tabel 1. Rekapitulasi Skor Pernyataan Responden Atas Tiap Variabel Penelitian

Variabel	Indikator/ Percent	Skor/Frekuensi					Total	Mean
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)		
Bukti Fisik (X <sub>1</sub> )	(X1.1)	-	6	7	26	53	92	4.34 2
	(X1.2)	-	4	11	29	48	92	
	Percentase (%)	-	6.5	7.6	28.3	57.6	100%	
Keandalan (X <sub>2</sub> )	(X2.1)	-	1	18	45	28	92	4.0 82
	(X2.2)	-	1	24	34	33	92	
	Percentase (%)	-	1.1	19.6	48.9	30.4	100%	
Daya Tanggap (X <sub>3</sub> )	(X3.1)	-	2	5	35	50	92	4.47 3
	(X3.2)	-	2	4	32	54	92	
	Percentase (%)	-	2.2	4.3	34.8	58.7	100%	
Jaminan (X <sub>4</sub> )	(X4.1)	-	1	5	49	37	92	4.23 4
	(X4.2)	-	-	16	47	29	92	

	Percentase (%)	-	1.1	5.4	53.3	40.2	100 %	
Empati (X <sub>5</sub> )	(X5.1)	-	4	14	42	32	92	4.136
	(X5.2)	-	3	15	38	36	92	
	Percentase (%)	-	4.3	15.2	45.7	34.8	100 %	
Keputusan Pemberian Kredit (Y)	(Y.1)	-	3	5	34	50	92	3.576
	(Y.2)	-	1	20	41	30	92	
	(Y.3)	-	1	7	41	43	92	
	(Y.4)	2	13	16	40	21	92	
	Percentase (%)	2.2	14.1	17.4	43.5	22.8	100 %	

Tabel 1 tersebut menjelaskan bahwa variabel Kualitas pelayanan dengan dimensi pada variabel bukti fisik (X<sub>1</sub>) dapat dilihat dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 4,342, variabel Keandalan (X<sub>2</sub>) sebesar 4,082, variabel daya tanggap (X<sub>3</sub>) sebesar 4,473, variabel jaminan (X<sub>4</sub>) sebesar 4,234, variabel empati (X<sub>5</sub>) sebesar 4,136, dan variabel kepuasan nasabah (Y) dengan indikator (Y.1), (Y.2), (Y.3), dan (Y.4) dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 3.576.

### Uji Validitas

Tabel 2. Hasil uji validitas

Butir pernyataan	Korelasi Bukti Fisik (X <sub>1</sub> )		
	Koefisien korelasi (r)	Sig. (2-tailed)	Keterangan
X1.1	0.908	0,000	Valid
X1.2	0,831	0,000	Valid
X2.1	0.769	0,000	Valid
X2.2	0,856	0,000	Valid
X3.1	0.850	0,000	Valid
X3.2	0,838	0,000	Valid
X4.1	0.849	0,000	Valid
X4.2	0,911	0,000	Valid
X5.1	0.854	0,000	Valid
X5.2	0,761	0,000	Valid
Y.1	0.814	0,000	Valid
Y.2	0,885	0,000	Valid
Y.3	0,876	0,000	Valid
Y.4	0,502	0,000	Valid

Tabel 2 menunjukkan hasil uji validitas yang dimana butir pernyataan, yang dimana sebagai (X1.1) dengan koefisien korelasinya (r) memiliki tingkat validitas tertinggi yakni 0,908 yang menyatakan bahwa instrument ini berada diatas angka kritik tabel yang memiliki nilai-

nilai signifikansi dibawah 0,05. Hal tersebut berarti bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel ini mempunyai kriteria valid.

### Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Tiap Variabel

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Batas Alpha	Keterangan
Bukti Fisik (X <sub>1</sub> )	0.889	0.60	<i>Reliable</i>
Kenadalan (X <sub>2</sub> )	0.828	0.60	<i>Reliable</i>
Daya Tanggap (X <sub>3</sub> )	0.865	0.60	<i>Reliable</i>
Jaminan (X <sub>4</sub> )	0.900	0.60	<i>Reliable</i>
Empati (X <sub>5</sub> )	0.823	0.60	<i>Reliable</i>
Kepuasan Nasabah (Y)	0.626	0.60	<i>Reliable</i>

Berdasarkan tabel 3 hasil pengujian reliabilitas yang telah dilakukan pada tabel di atas, terlihat dari keseluruhan item pernyataan pada setiap variabel memiliki nilai koefisien *cronbach's alpha* di atas 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dalam kuesioner untuk setiap variabel dalam penelitian ini dinyatakan handal (reliabel). Sehingga dapat dilakukan pengujian selanjutnya yakni uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

### Hasil Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Predicted Value
N		92
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	4.0247059
	Std. Deviation	.42566556
	Absolute	.137
Most Extreme Differences	Positive	.111
	Negative	-.137
Kolmogorov-Smirnov Z		.797
Asymp. Sig. (2-tailed)		.549

a. Test distribution is Normal.

Dari tabel 4 hasil uji normalitas, diperoleh nilai signifikasi 0,549. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi ini lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

## Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Bukti fisik	.451	2.216
	Keandalan	.887	1.128
	Daya tanggap	.435	2.300
	Jaminan	.798	1.253
	Empati	.803	1.245

a. Dependent Variable: Kepuasan nasabah

Pada tabel 5 menjelaskan bahwa uji multikolinieritas pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah memiliki nilai Toleransi  $> 10$  dan VIF  $< 10.0$  sehingga data tersebut tidak terjadi multikolonieritas sedangkan Pada tabel 4.9 menjelaskan bahwa uji multikolinearitas pengaruh Kualitas Pelayanan dengan dimensi yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan nasabah memiliki nilai Toleransi  $> 10$  dan VIF  $< 10.0$  sehingga data tersebut tidak terjadi multikolinearitas dan layak digunakan dalam penelitian ini.

## Uji Heterokedastisitas

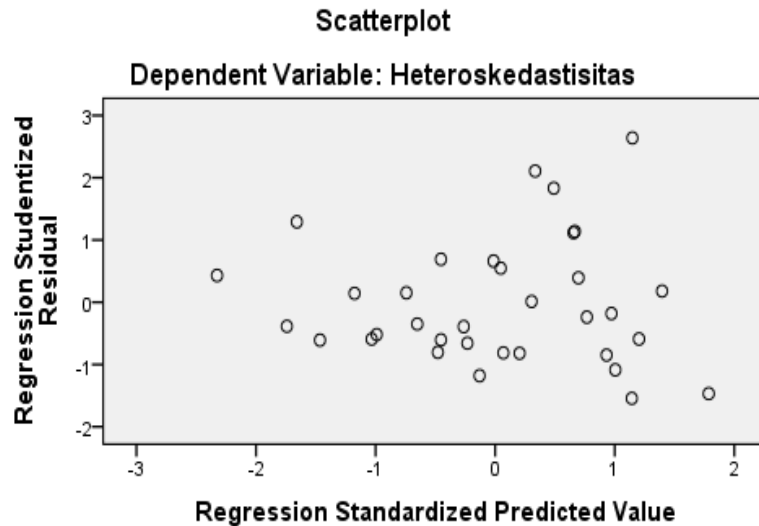
Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		t	Sig.
1	(Constant)	-.561	.579
	Bukti fisik	.517	.610
	Keandalan	.780	.442
	Daya tanggap	.332	.742
	Jaminan	.206	.838
	Empati	-.650	.521

a. Dependent Variable: Heteroskedastisitas

Dari tabel 6 diatas menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan dengan dimensi yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati memperoleh nilai signifikansi  $> 0.05$ , maka dapat dikatakan data tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas, dengan demikian disimpulkan bahwa data ini memenuhi uji asumsi klasik pada uji heteroskedastisitas.





Gambar 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas *Scatterplot*

Pada gambar 4 menunjukkan bahwa hasil plot terlihat penyebaran titik-titik nilai residual terhadap nilai prediksi tidak membentuk suatu pola, yang artinya data tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Model Regresi Berganda

Dari tabel 6 menunjukkan bahwa nilai rata-rata (*mean*) bukti fisik ( $X_1$ ) 4.4853 lebih besar dari standar deviasi 0.57056, dan keandalan( $X_2$ ) 3.6618 lebih besar dari standar deviasi 0.51816, daya tanggap ( $X_3$ ) 4.4118 lebih besar dari standar deviasi 0.52902, jaminan ( $X_4$ ) 4.1029 lebih besar dari standar deviasi 0.50422, empati ( $X_5$ ) 3.5000 lebih besar dari standar deviasi 0.60302, serta kepuasan nasabah ( $Y$ ) 4.0247 lebih besar dari standar deviasi 0.46117. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penyebaran data pada semua variabel dikatakan baik karena nilai rata-rata (*mean*) dari setiap instrument lebih besar dari standar deviasinya.

$$Y = 0.361 + 0.388X_1 - 0.011X_2 + 0.468X_3 - 0.075X_4 + 0.059X_5 + e$$

### Hasil Pengujian Hipotesis

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.923 <sup>a</sup>	.852	.826	.19264

a. Predictors: (Constant), Bukti fisik, Keandalan, Daya tanggap, Jaminan, Empati

b. Dependent Variable: Kepuasan nasabah

Pada tabel 8 menunjukkan nilai adjusted ( $R^2$ ) sebesar 0,852, hal ini berarti variabel Kualitas Pelayanan dengan dimensi yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati mempunyai kontribusi sebesar 85,2% terhadap variabel terikat ( $Y$ ) yakni Kepuasan nasabah. Sisanya sebesar 14,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor variabel lain yang tidak diketahui.

### Uji F (Uji Model)

Uji model atau uji F merupakan uji secara bersama-sama untuk menguji signifikansi pengaruh variabel Kualitas Pelayanan dengan dimensi yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap Kepuasan nasabah (Y) Uji F dilakukan dengan membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ . Hasil Uji F bisa dilihat pada table berikut :

Tabel 9. Hasil Uji F (Uji Model)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	5.979	5	1.196	32.223	.000 <sup>b</sup>
Residual	1.039	85	.037		
Total	7.018	91			

a. Dependent Variable: Keputusan Pemberian Kredit

b. Predictors: (Constant), Condition, Character, Capacity, Collateral, Capital

Berdasarkan tabel 9 diatas menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  dengan nilai  $F_{tabel}$  berpedoman pada nilai df1 dan df2 sehingga berdasarkan tabel diatas, maka nilai df1 dan df2 yaitu 5 dan 28 Penentuan nilai  $F_{tabel}$  dapat dilakukan dengan menggunakan MsExcel dengan hitung =FINV(5%,5,28) lalu enter. Pada tabel diatas menunjukkan hasil bahwa variabel Bukti fisik ( $X_1$ ), keandalan ( $X_2$ ), daya tanggap ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ), dan empati ( $X_5$ ) dengan nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  ( $32.223 > 2.558$ ) dan tingkat signifikan lebih kecil dari 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ). sehingga dalam penelitian ini menyatakan bahwa variabel Bukti fisik ( $X_1$ ), keandalan ( $X_2$ ), daya tanggap ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ), dan empati ( $X_5$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan nasabah (Y), sehingga dalam hasil hipotesis ini secara bersama-sama diterima.

### Uji t (Parsial)

Tabel 10. Hasil Uji t (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.361	.418		.866	.394
Bukti fisik	.388	.087	.480	4.437	.000
Keandalan	-.011	.069	-.013	-.163	.872
Daya tanggap	.468	.096	.537	4.869	.000
Jaminan	-.075	.074	-.082	-1.008	.322
Empati	.059	.062	.077	.947	.352

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 10 diatas dapat disimpulkan hasil pengujian parsial dalam penelitian ini yaitu :

#### 1) Bukti Fisik ( $X_1$ )

Nilai  $t_{hitung}$  dengan nilai  $t_{tabel}$   $df = n - k - 2 = 92 - 5 - 2 = 85$ , maka nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2.048, (nilai ini dapat dicari di MsExcel dengan hitungan rumus = TINV(5%,85) lalu enter). Pada

tabel diatas menunjukkan hasil bahwa variabel Bukti fisik dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $4.437 > 2.048$ ) dan tingkat signifikan lebih kecil dari 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ).

## 2) Keandalan ( $X_2$ )

Nilai  $t_{hitung}$  dengan nilai  $t_{tabel}$   $df = n - k - 2 = 92 - 5 - 2 = 85$ , maka nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2.048, (nilai ini dapat dicari di MsExcel dengan hitungan rumus  $=TINV(5\%,85)$  lalu enter). Pada tabel diatas menunjukkan hasil bahwa variabel Keandalan dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  ( $-0.163 < 2.048$ ) dan tingkat signifikan lebih besar dari 0.05 ( $0.872 > 0.05$ ).

## 3) Daya Tanggap ( $X_3$ )

Nilai  $t_{hitung}$  dengan nilai  $t_{tabel}$   $df = n - k - 2 = 92 - 5 - 2 = 85$ , maka nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2.048, (nilai ini dapat dicari di MsExcel dengan hitungan rumus  $=TINV(5\%,85)$  lalu enter). Pada tabel diatas menunjukkan hasil bahwa variabel Daya Tanggap dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $4.869 > 2.048$ ) dan tingkat signifikan lebih kecil dari 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ).

## 4) Jaminan ( $X_4$ )

Nilai  $t_{hitung}$  dengan nilai  $t_{tabel}$   $df = n - k - 2 = 92 - 5 - 2 = 85$ , maka nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2.048, (nilai ini dapat dicari di MsExcel dengan hitungan rumus  $=TINV(5\%,85)$  lalu enter). Pada tabel diatas menunjukkan hasil bahwa variabel Jaminan dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  ( $-1.008 < 2.048$ ) dan tingkat signifikan lebih besar dari 0.05 ( $0.322 > 0.05$ ).

## 5) Empati ( $X_5$ )

Nilai  $t_{hitung}$  dengan nilai  $t_{tabel}$   $df = n - k - 2 = 92 - 5 - 2 = 85$ , maka nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2.048, (nilai ini dapat dicari di MsExcel dengan hitungan rumus  $=TINV(5\%,85)$  lalu enter). Pada tabel diatas menunjukkan hasil bahwa variabel empati dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  ( $0.947 < 2.048$ ) dan tingkat signifikan lebih besar dari 0.05 ( $0.352 > 0.05$ ).

## Interpretasi Hasil Penelitian

### Pengaruh Bukti Fisik ( $X_1$ ) Terhadap Kepuasan Nasabah ( $Y$ )

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah, hal ini terbukti  $t_{hitung}$  dengan nilai  $t_{tabel}$   $df = n - k - 2 = 92 - 5 - 2 = 85$ , maka nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2.048, (nilai ini dapat dicari di MsExcel dengan hitungan rumus  $=TINV(5\%,92)$  lalu enter). Pada tabel diatas menunjukkan hasil bahwa variabel bukti fisik dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $4.437 > 2.048$ ) dan tingkat signifikan lebih kecil dari 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ). Hasil penelitian ini mengindikasikan, berkaitan dengan berbagai wujud dan watak seseorang, maka bank dapat menilai dengan melihat sifat dan watak dari nasabah, semakin baik sifat dan watak seorang nasabah pasti mempunyai kepuasan terhadap bank.

### Pengaruh Keandalan ( $X_2$ ) Terhadap Kepuasan Nasabah ( $Y$ )

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa keandalan berpengaruh negative dan tidak signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah, hal ini terbukti  $t_{hitung}$  dengan nilai  $t_{tabel}$   $df = n - k - 2 = 92 - 5 - 2 = 85$ , maka nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2.048, (nilai ini dapat dicari di MsExcel dengan hitungan rumus  $=TINV(5\%,92)$  lalu enter). Pada tabel diatas menunjukkan hasil bahwa variabel keandalan dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  ( $-0.163 < 2.048$ ) dan tingkat signifikan lebih besar dari 0.05 ( $0.872 > 0.05$ ). Hasil penelitian ini mengindikasikan, semakin kurang kehandalan dalam pelayanan maka kepuasan nasabah terhadap bank akan semakin rendah,

maka perlu diperhatikan dua aspek dari dimensi ini adalah Pertama adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan seperti yang dijanjikan. Kedua adalah seberapa jauh suatu perusahaan mampu memberikan pelayanan yang akurat atau tidak ada error.

### **Pengaruh Daya Tanggap (X<sub>3</sub>) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)**

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah, hal ini terbukti  $t_{hitung}$  dengan nilai  $t_{tabel}$   $df = n - k - 2 = 92 - 5 - 2 = 85$ , maka nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2.048, (nilai ini dapat dicari di MsExcel dengan hitungan rumus  $=TINV(5\%,92)$  lalu enter). Pada tabel diatas menunjukkan hasil bahwa variabel penilaian *character* dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $4.437 > 2.048$ ) dan tingkat signifikan lebih kecil dari 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ). Hasil penelitian ini mengindikasikan, semakin tinggi daya tanggap atau kecepatan dalam pelayan nasabah maka semakin meningkat kepuasan nasabah terhadap bank.

### **Pengaruh Jaminan (X<sub>4</sub>) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)**

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa jaminan berpengaruh negatif dan tidak signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah, hal ini terbukti  $t_{hitung}$  dengan nilai  $t_{tabel}$   $df = n - k - 2 = 92 - 5 - 2 = 85$ , maka nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2.048, (nilai ini dapat dicari di MsExcel dengan hitungan rumus  $=TINV(5\%,92)$  lalu enter). Pada tabel diatas menunjukkan hasil bahwa variabel penilaian *collateral* dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  ( $-1.008 < 2.048$ ) dan tingkat signifikan lebih besar dari 0.05 ( $0.322 > 0.05$ ). Hal ini mengindikasikan, rendahnya jaminan yang diserahkan sebagai agunan terhadap kredit yang ingin diterima oleh calon nasabah, jaminan hendaknya melebihi jumlah kredit yang ingin diberikan. Pasti akan meningkatkan kepuasan nasabah.

### **Pengaruh Empati (X<sub>5</sub>) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)**

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Empati berpengaruh positif dan tidak signifikan secara parsial terhadap keputusan pemberian kredit, hal ini terbukti  $t_{hitung}$  dengan nilai  $t_{tabel}$   $df = n - k - 2 = 92 - 5 - 2 = 85$ , maka nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2.048, (nilai ini dapat dicari di MsExcel dengan hitungan rumus  $=TINV(5\%,92)$  lalu enter). Pada tabel diatas menunjukkan hasil bahwa variabel penilaian *condition* dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  ( $0.947 < 2.048$ ) dan tingkat signifikan lebih besar dari 0.05 ( $0.352 > 0.05$ ). Penelitian ini mengindikasikan, dalam kualitas pelayan bank tentu harus mempunyai empty terhadap nasabah maka jika rendahnya empati terhadap nasabah maka kepuasan nasabah akan menurun.

## **4. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan yaitu (1) Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah. (2) Hasil penelitian ini menyatakan bahwa keandalan berpengaruh negative dan tidak signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah. (3) Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah. (4) Hasil penelitian ini menyatakan bahwa jaminan berpengaruh negatif dan tidak signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah. (5) Hasil

penelitian ini menyatakan bahwa Empati berpengaruh positif dan tidak signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah.

Terdapat beberapa saran dari peneliti yang terkait dengan penelitian ini, antara lain (1) bagi Manajemen, Berdasarkan hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan mempunyai dimensi dimana variabel keandalan, jaminan, dan empati berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah maka sebaiknya pihak perbankan dan yang ingin mengajukan permohonan kredit harus lebih memperhatikan ketiga variabel ini. Dengan dipenuhinya variabel ini maka bank lebih meningkatkan kualitas pelanannya terhadap nasabah. (2) Bagi Peneliti Selanjutnya, sebaiknya menganalisis faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dan lebih diperhatikan dalam penelitian ini. (3) Mengingat variable keandalan yang berpengaruh negative dan tidak signifikan, bagi perusahaan perlu diperhatikan dan ditingkatkan untuk kepuasan nasabah dimasa akan datang. (4) Selanjutnya bagi variable jaminan perlu lebih ditingkatkan demi kepuasan nasabah khususnya diperusahaan perbankan.

## 5. Daftar Pustaka

- Adetiawarman, A., Samad, A., Daga, R., & Rosyadah, K. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Publik Pembuatan Surat Keterangan Catatan Kepolisian Pada Satuan Intelkam Polres Gowa. *Jurnal Mirai Management*, 8(1).
- Atmawati, R dan M, Wahyudin. 2007. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departement Store Di Solo Grand Mall Surakarta. *Jurnal Daya Saing, Program MM-UMS*
- Daga, R. (2019, March). The Influence of Quality Product To Value Of Customer And Customer Satisfaction Recycle Product In Makassar. In *First International Conference on Materials Engineering*.
- Daga, R. (2019). Pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk tabunganku terhadap kepuasan nasabah pada pt. Bank sulselbar kantor cabang belopa. *Akmen Jurnal Ilmiah*, 16(1).
- Didiharyono, D., Marsal, M., & Bakhtiar, B. (2018). Analisis pengendalian kualitas produksi dengan metode six-sigma pada industri air minum PT Asera Tirta Posidonia, Kota Palopo. *Sainsmat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pengetahuan Alam*, 7(2), 163-176.
- Eldon, M., & Rahmawati, D. (2023). Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Niat Pembelian Ulang (Studi Kasus pada Swalayan IT Mart UNITA). *BEMJ: Business, Entrepreneurship, and Management Journal*, 2(1), 46-54.
- Hartono. (2008). *SPSS 16.0 Analisis Data Statistik Dan Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Irwan, I., & Haryono, D. (2015). Pengendalian Kualitas Statistik (Pendekatan Teoritis dan Aplikatif). Bandung Alfabeta
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wisnalmawati. (2009). Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan terhadap. Niat Pembelian Ulang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis. No. 3 Jilid 10*