

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK BRI CABANG PADANG*ANALYSIS OF SERVICE QUALITY INFLUENCE ON CUSTOMER SATISFACTION IN BANK BRI BRANCH PADANG***Jhon Rinaldo; Tifani Ratu Firdaus; Risky Inayah Sari Simatupang**

Fakultas Ekonomi Prodi Manajmen

Universitas Ekasakti Padang

Email : rizkiinayahsari@gmail.com**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti dan menganalisis Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BRI Cabang Padang. Dimana Variable X Adalah Kualitas Layanan Variabel Dependen Adalah Kepuasan Nasabah di Bank BRI Cabang Padang. Populasi penelitian ini adalah 9.400 dan sampel 89 responden. Penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas uji heroskadisitas dan Uji Regresi sederhana, Uji t. Hasil dari Penelitian Variabel Kualitas Pelayanan memiliki t hitung (4,637) > t tabel (2,003) dan nilai sig perhitungan yang diperoleh adalah sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BRI Cabang Padang Nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai *R Square* sebesar 0,686. Hal ini berarti kontribusi pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Nasabah di Bank BRI Cabang Padang sebesar 68,60% sedangkan sisanya 31,40% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan dan kepuasan Nasabah**ABSTRACT**

This study aims to examine and analyze the Influence Analysis of Service Quality on Customer Satisfaction at the Padang Branch of BRI Bank. Where Variable X Is Service Quality Dependent Variable Is Customer Satisfaction at Bank BRI Padang Branch. The study population was 9,400 and a sample of 89 respondents. This study used a classical assumption test consisting of the normality test of the herosadicity test and the simple regression test, the t test. The results of the research on Service Quality Variables have t count (4,637) > t table (2,003) and the calculated sig value obtained is $0,000 < 0.05$. This means that H_1 is accepted. So it can be concluded that Service Quality has a significant effect on Customer Satisfaction at BRI Bank Padang Branch. The coefficient of determination is shown by the R Square value of 0.686. This means that the contribution of the influence of Service Quality on Customer satisfaction at BRI Bank Padang Branch is 68.60% while the remaining 31.40% is influenced by other variables outside of this study.

Keywords: *Service Quality and Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Sumber daya manusia merupakan penggerak dan faktor utama dalam sebuah organisasi baik organisasi publik maupun swasta yang dimana sumber daya manusia mendapatkan peran yang semakin penting dalam mewujudkan organisasi kompetitif dalam era globalisasi yang sedang dan akan terus berlangsung. Tanpa adanya sumber daya manusia yang memiliki kompetensi tinggi dalam bidang pekerjaannya dan tanggung jawabnya, organisasi akan gagal untuk mewujudkan eksistensinya. Oleh karena itu, setiap organisasi dibutuhkan melakukan pengolahan sumber daya manusia dengan baik agar sumber daya manusia tersebut dapat melaksanakan kinerjanya dengan baik. Di era persaingan yang semakin kompetitif ini, setiap perusahaan makin menyadari pentingnya aspek kepuasan nasabah untuk menjamin kelangsungan bisnis mereka. Seorang nasabah yang loyal menjadi aset yang sangat bernilai bagi perusahaan.

Pada dasarnya nasabah mengharapkan segala apa yang diinginkan terhadap pemberi layanan, maka dari itu bagi perusahaan maupun badan usaha hendaknya memiliki kualitas pelayanan yang berbeda sehingga membedakan usahanya dengan usaha orang lain. Kualitas pelayanan sangat penting, tidak hanya sekedar pelayanan saja, tapi harus ada karakteristik yang membedakan. Kepuasan nasabah merupakan manifestasi dan kelanjutan agar terciptanya loyalitas nasabah dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, serta untuk tetap setiap menjadi nasabah dari perusahaan tersebut. Kepuasan nasabah dapat diraih dengan adanya pelayanan yang memuaskan sesuai dengan harapan nasabah atau bahkan melebihi dari harapan nasabah.

Kepuasan nasabah merupakan indikator utama dari standar suatu fasilitas dan sebagai suatu ukuran mutu pelayanan yang diberikan. Kepuasan nasabah dapat dicapai melalui kinerja terbaik dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Pemberian pelayanan terbaik terjadi bila perusahaan mampu menjaga atau meningkatkan kualitas jasa atau pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Oleh karena itu, setiap perusahaan atau usaha yang dijalankan harus dapat terus membaca apa yang menjadi kebutuhan nasabah guna mencapai tingkat kepuasan nasabah yang tinggi. Kepuasan nasabah menjadi sangat penting bagi suatu perusahaan, yang dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, di mana pelayanan yang baik memegang peran utama dalam memberikan kepuasan kepada para nasabahnya.

Rivai (2015:56) menyatakan “hampir semua bank menderita kesulitan dan mengalami masalah akibat krisis moneter ini. Banyak bank yang terpaksa dilikuidasi setidaknya terpaksa mengikuti program penyehatan atau penyelamatan melalui rekapitalisasi sehingga untuk sementara waktu keberadaan bank tersebut terselamatkan”. PT. Bank BRI Cabang Padang yang merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan meyalurkannya pada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan kehidupan rakyat banyak. Melihat dari berbagai produk jenis layanan yang ditawarkan pun beragam, selain itu, PT. Bank BRI Cabang Padang yang juga memiliki berbagai program yang dapat ditawarkan kepada masyarakat yang tidak lain tujuannya ialah untuk mendapatkan perhatian serta untuk menumbuhkan rasa keinginan dari masyarakat agar mereka dapat melakukan transaksi perbankan hanya melalui Bank BRI. Oleh karena itu, dengan visi dan misi yang dimiliki PT. Bank BRI Cabang Padang tentu saja hal ini menjadi tugas yang besar bagi para karyawan PT. Bank BRI Cabang Padang untuk dapat memaksimalkan kinerjanya dalam memberikan pelayanan kepada para nasabah.

PT. Bank BRI Cabang Padang harus dapat lebih peka untuk melihat segala kebutuhan nasabah tersebut, agar dapat memenuhi kebutuhan nasabah sesuai dengan harapan nasabah karena setiap dari nasabah tentunya harapan mereka juga berbeda-beda mengenai sebuah kualitas jasa. Harapan dari setiap nasabah terhadap layanan jasa yang diberikan oleh pihak Bank yang dimana pemberian layanan itu juga akan berbeda-beda dan ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi harapan nasabah terhadap suatu jasa yaitu *word of mouth*, kebutuhan pribadi, dan pengalaman masa lalu yang sering disebut customer gap karena sering terjadi kesenjangan antara jasa yang dipersepsikan dengan jasa yang diharapkan. Melihat ketatnya persaingan yang dilakukan oleh berbagai perusahaan perbankan saat ini, terutama PT. Bank BRI yang dimana perusahaan ini untuk dapat bersaing dan bertahan didalam pasar maka perusahaan harus peka akan kualitas layanan yang diberikan kepada nasabahnya sehingga dapat menciptakan kepuasan nasabah.

Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan tersebut maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Indikator mana yang dominan dari Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah di Bank BRI Cabang Padang
2. Apakah Kualitas Layanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BRI Cabang Padang

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik atau perusahaan kepada calon pembeli. Pelayanan merupakan rasa yang menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai keramahan dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan mereka. Kualitas sebagai mana di interpretasi ISO 9000 merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan. Pelanggan yang menentukan dan menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhan.

Definisi kualitas pelayanan menurut Rambat Lupiyoadi (2014:197) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah sebagai seluruh aktivitas yang berusaha mengkombinasikan nilai dari pemesanan, pemrosesan hingga pemberian hasil jasa melalui komunikasi untuk mempercepat kerja sama dengan konsumen dengan segera. Menurut Sunyoto (2012:87), "Mutu pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen, yaitu adanya kesesuaian antara harapan dengan persepsi manajemen, adanya kesesuaian antara persepsi atas harapan konsumen dengan standar kerja karyawan, adanya kesesuaian antara standar kerja karyawan dengan pelayanan yang diberikan dengan pelayanan yang dijanjikan dan adanya kesesuaian antara pelayanan yang diterima dengan yang diharapkan dengan konsumen.

Menurut Fandy Tjiptono (2015:157) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu *expected servicedan perceived service*. Apabila pelayanan yang diterima atau disarankan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan

dipersepsikan baik dan memuaskan. Sedangkan apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan tidak sesuai yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang buruk. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan.

Menurut Fandy Tjiptono (2015:143) menyatakan bahwa :terdapat lima kualitas salah satunya yaitu bahwa kualitas dilihat tergantung pada orang yang menilainya, sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas paling tinggi”. Kualitas telah menjadi harapan dan impian bagi setiap konsumen dari sebuah produk yang dibelinya. Konsumen dalam kesehariannya menggunakan produk baik yang berwujud ataupun tidak berwujud tidak lepas dari kualitas baik yang diharapkan konsumen. Seorang pemasar harus memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, kemudian berusaha memuaskannya untuk meningkatkan penjualan. Kualitas yang baik akan dapat menambah kepuasan bagi konsumen terhadap kualitas produk yang dibelinya. Bila konsumen mendapatkan kualitas baik setiap kali membeli produk yang dibutuhkan maka ada kemungkinan besar konsumen tersebut melakukan pembelian berulang kali dan hal ini akan menguntungkan bagi perusahaan.

Berdasarkan beberapa definisi diatas penulis menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu penyajian produk atau jasa yang sesuai dengan standar perusahaan dan diupayakan dalam penyampaian produk dan jasa tersebut sama dengan apa yang diharapkan tamu restoran atau melebihi ekspektasi tamu

Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2016:112) ada lima indikator penentu kualitas pelayanan, yaitu:

1. *Reliability* (keandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang ditawarkan
2. *Responsiveness* (ketanggapan), yaitu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan melayani konsumen, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi dan menangani keluhan yang diajukan konsumen
3. *Assurance* (kepastian/jaminan), yaitu meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk/jasa secara tepat, kualitas kerahmatamaan, perhatian dan kesopanan dalam memberi pelayanan, ketrampilan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan produk/jasa yang ditawarkan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan
4. *Empathy* (empati), yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada konsumen seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumen
5. *Tangibles* (berwujud, bukti langsung), yaitu Penampilan petugas/aparatur dalam melayani pelanggan, Kenyamanan tempat melakukan pelayanan dan Kemudahan dalam proses pelayanan

Kepuasan Konsumen (Nasabah)

Kepuasan konsumen merupakan faktor penting khususnya untuk perusahaan jasa. Karena bagi perusahaan jasa kepuasan konsumen menjadi acuan keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan pada konsumen. Untuk mencapai kepuasan konsumen perusahaan harus memberikan kualitas pelayanan yang optimal sesuai dengan harapan konsumen. Konsumen yang terpuaskan akan menjadi konsumen perusahaan dan akan memberikan dampak positif bagi kelangsungan hidup perusahaan tersebut.

Menurut Fandy Tjiptono (2015:353) mendefinisikan kepuasan konsumen adalah respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku (seperti perilaku belanja dan perilaku pembeli), serta pasar secara keseluruhan. Respon emosional dipicu oleh proses evaluasi kognitif yang membandingkan persepsi (atau keyakinan) terhadap obyek, tindakan atau kondisi tertentu dengan nilai-nilai (atau kebutuhan, keinginan dan hasrat) individual". Sedangkan menurut Daryanto dan Setyobudi (2014:43) mengatakan kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi.

Menurut Sunyoto (2013:35), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Sedangkan menurut Sangadji dan Sopiah (2013:181), kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima konsumen. Menurut Fandy Tjiptono (2014:353), kepuasan berasal dari bahasa Latin "Satis" yang berarti cukup baik, memadai dan "Facio" yang berarti melakukan atau membuat. Secara sederhana kepuasan bisa diartikan sebagai "upaya pemenuhan sesuatu" atau "membuat sesuatu memadai".

Berdasarkan beberapa definisi diatas peneliti menyimpulkan dari pengertian para ahli tersebut bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang ketika menerima produk atau jasa yang ditawarkan serta membandingkan kinerja atas produk atau jasa yang diterima dengan harapan yang dimiliki.

Dimensi Kepuasan Konsumen

Indicator kepuasan konsumen Menurut Sangadji dan Sopiah (2013:181) terdapat lima faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan seorang konsumen yaitu:

1. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (Overall Customer Satisfaction) Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa dengan spesifik tertentu. Pertama, mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk dan/atau jasa perusahaan bersangkutan. Kedua, menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan pelanggan keseluruhan terhadap produk dan/atau jasa para pesaing.
2. Dimensi Kepuasan Pelanggan Pertama, mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan. Kedua, meminta pelanggan menilai produk dan/ jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik, seperti kecepatan layanan, fasilitas layanan, atau keramahan staf layanan pelanggan. Ketiga, meminta pelanggan menilai produk dan/ jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama. Keempat, meminta para pelanggan untuk menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.
3. Konfirmasi Harapan (Confirmation of Expectation) Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan pada sejumlah atribut atau dimensi penting.
4. Kesiediaan Untuk Merekomendasi (Willingness to Recommend) Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif lama atau bahkan hanya terjadi satu kali pembelian (seperti pembelian mobil, broker rumah, asuransi jiwa, tur keliling dunia, dan sebagainya), kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman

atau keluarganya menjadi ukuran yang sangat penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti oleh perusahaan.

Hipotesis

Berdasarkan kajian teori dan penelitian relevan dan kerangka konseptual maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₁ Diduga Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Bri Cabang Padang Bagindo Aziz Chan

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian Bank BRI Kantor Cabang Kc BRI Padang Bgd. Aziz Chan No. 30, Kota Padang Sumatera Barat, Indonesia,

Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2016:14) yang dimaksud dengan metode pengumpulan data adalah sebagai berikut

1. Riset Lapangan (field research)
Yaitu penelitian dengan mengadakan peninjauan langsung pada lokasi penelitian dengan maksud memperoleh data dan informasi melalui observasi dan kuesioner
2. Riset Kepustakaan (library research)
Yaitu upaya untuk memperoleh data yang dilakukan oleh penulis melalui buku-buku sebagai landasan teori dalam penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2017:2) yang dimaksud dengan metode penelitian adalah sebagai berikut

1. Angket, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan terhadap Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah di Bank BRI Cabang Padang Bagindo Aziz Chan
2. Observasi, yaitu peneliti terlibat langsung dengan kegiatan sehari-hari yang digunakan sebagai sumber data penelitian.

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Agussalim M. Populasi adalah keseluruhan yang punya ciri yang sama, populasi dapat berupa orang, benda (hidup atau mati). Senada dengan itu, Arikunto (2014:108) mengemukakan bahwa populasi adalah "keseluruhan subjek penelitian. Populasi dalam penelitian ini seluruh Nasabah Bank BRI Cabang Padang Bagindo Aziz Chan jumlah 9.400 Orang

2. Sampel

Dengan demikian sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 89 responden Nasabah Bank BRI Cabang Padang Bagindo Aziz Chan. Pengambilan sampel yang digunakan adalah *Accidental Sampling*. Menurut Sugiyono, (2016:124) *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Menurut Imam Ghozali (2014:44) validitas berasal dari kata validity yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas kuesioner dengan menggunakan teknik korelasi Product Moment dari Pearson, yaitu mengkorelasikan skor item dengan skor total. Perhitungan koefisien korelasi antara item dengan skor total akan mengakibatkan over estimate terhadap korelasi yang sebenarnya, maka perlu dilakukan koreksi dengan menggunakan corrected item.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Menurut (Ghozali, 2013) reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya dan dapat memberikan hasil yang relatif tidak berbeda apabila dilakukan kembali kepada subyek yang sama dan pada waktu yang berbeda. Pada penelitian ini digunakan teknik perhitungan reliabilitas koefisien *Alpha -Cronbach*, dengan alasan komputasi dengan teknik ini akan memberikan sama besar dengan reliabilitas yang sebenarnya. Jadi ada kemungkinan dengan menggunakan teknik ini akan lebih cermat karena dapat mendeteksi hasil yang sebenarnya.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan uji statistik Kolmogorov-Smirnov Test. Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi $>0,05$, Imam Ghozali (2016)

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk melakukan uji heteroskedastisitas, yaitu uji grafik plot, uji park, uji glejser, dan uji white. Pengujian pada penelitian ini menggunakan Uji glejser. Uji glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya (ABS_RES). Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. (Imam Ghozali, 2011).

Metode Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Setelah data terkumpul kemudian disajikan kedalam tabel distribusi frekuensi untuk dilakukan analisis deskriptif. Analisa deskriptif terdiri dari deskriptif responden dan deskriptif variable penelitian. Untuk mendapatkan rata-rata skor

masing-masing indikator dalam pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner dipakai rumus

Dimana :

\bar{X} = Mean (rata-rata)

ΣX_i = Data pengamatan

n = Jumlah data sampel

2. Analisa Regresi Linear sederhana

Analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan analisa regresi linear sederhana, dan koefisien determinasi (Agussalim manguluang, 2015:82), bentuk persamaan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + bx + e$$

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Imam Ghozali, 2016: 97)

Metode Pengujian Hipotesis

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan uji statistik yaitu uji t

Uji -t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen lainnya konstan (Ghozali, 2011). Uji t pada dasarnya untuk menunjukkan seberapa besar hubungan satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Sugiyono, 2015).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

a. Uji Kepuasan Nasabah

seluruh pertanyaan variabel Kepuasan Nasabah (Y) dinyatakan valid dikarenakan seluruh nilai *Correlation* berada diatas nilai r-tabel (0,2203), item pernyataan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya. Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran itu mengukur apa yang diukur. Sekiranya penelitian menggunakan kuesioner di dalam pengumpulan data penelitian, maka kuesioner yang disusunnya harus mengukur apa yang ingin diukurnya (Sugiyono, 2013). R-tabel adalah batasan dalam mengukur sejauh kevalidkan suatu pertanyaan kuesioner.

b. Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Seluruh pertanyaan variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid dikarenakan seluruh nilai *Correlation* berada diatas nilai r tabel (0,2203), maka seluruh item pernyataan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

c. Uji Reliabilitas

Seluruh variabel penelitian dinyatakan reliabel, dimana hasil perhitungan uji

reliabilitas yang masing masing variabelnya menunjukkan *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6. Hal ini berarti keseluruhan variabel dapat digunakan untuk pengolahan data lebih lanjut

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Nilai residual sebesar 0,200^c lebih besar dari 0,05 dari nilai sampel sebesar 89 yang berarti data yang sedang diuji berdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

dapat disimpulkan bahwa titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas pada Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BRI Cabang Padang

Analisa Kuantitatif

a. Analisa Regresi Linear Sederhana

Dari persamaan diatas maka dapat di interprestasikan beberapa hal, sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 2,117 artinya jika tidak ada Kualitas Pelayanan ($X = 0$) maka nilai Kepuasan Nasabah adalah sebesar konstanta yaitu 2,117 satuan.
- Koefisien Kualitas Pelayanan 1,063, koefisien bernilai positif artinya Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah dimana jika Kualitas Pelayanan naik satu satuan maka Kepuasan Nasabah naik sebesar 1,063 satuan bila variabel independen lainnya konstan.

b. Hasil Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai *R Square* sebesar 0,918. Hal ini berarti kontribusi pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Nasabah di Bank BRI Cabang Padang sebesar 91,80% sedangkan sisanya 8,20% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Uji t

Variabel Kualitas Pelayanan memiliki t hitung (22,622) > t tabel (2,003) dan nilai sig perhitungan yang diperoleh adalah sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BRI Cabang Padang

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BRI Cabang Padang maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- Dari peneltian ini Kualitas Pelayanan memiliki indikator Daya Tanggap dengan nilai TCR sebesar 84,40% dan nilai TCR terendah didapatkan pada indikator Bukti Fisik (tangible) dengan nilai TCR 81,60% dan variabel Kepuasan Nasabah memiliki indikator Kepuasan pelanggan keseluruhan dengan nilai TCR sebesar 84,60% dan nilai TCR terendah didapatkan pada indikator Kesiediaan untuk merokomendasikan dengan nilai TCR 78,80%

2. Variabel Kualitas Pelayanan memiliki t hitung (22,622) > t tabel (2,003) dan nilai sig perhitungan yang diperoleh adalah sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BRI Cabang Padang
3. Nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai R Square sebesar 0,918. Hal ini berarti kontribusi pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Nasabah di Bank BRI Cabang Padang sebesar 91,80% sedangkan sisanya 8,20% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini

Saran- saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan atau pihak lain yang berkepentingan. Adapun saran yang diberikan, antara lain :

1. Bagi Perusahaan
Dalam menerapkan program Kualitas Pelayanan, sebaiknya antara pihak manajemen perusahaan maupun pihak karyawan lebih meningkatkan pentingnya Kualitas Pelayanan di tempat kerja dalam menyelesaikan dengan aman dan nyaman, sehingga hal ini dapat menumbuhkan keharmonisan. Selain itu dapat membuat kepuasan Nasabah di Bank BRI Cabang Padang semakin lancar dan dapat meningkatkan produktivitas perusahaan.
2. Kepedulian terhadap kepuasan Nasabah di Bank BRI Cabang Padang tergolong tinggi, maka perusahaan tidak akan terlalu banyak mempertimbangkan keputusan untuk Kualitas Pelayanan sesuai dengan kebutuhan kepuasan Nasabah di Bank BRI Cabang Padang
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
Diharapkan menambah sampel penelitiannya, dengan harapan bisa memperoleh hasil yang lebih signifikan terhadap variabel terikat seperti Keputusan Pembelian, Brand Image dan lainnya sehingga dapat menghasilkan penemuan baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Agussalim Manguluang, 2015. *Statistik Lanjutan*, Ekasakti Press, Padang
- Ali, Hasan . 2013. *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Caps (Center For Academic Publishing Service).Yogyakarta.
- Alma, Buchari.2012. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Arikunto, S. 2012. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Daryanto. 2013. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Cetakan Ii. Satu Nusa. Bandung
- Fandy Tjiptono, Dan Gregorius Chandra. 2012. *Service, Quality And Satisfaction*. Yogyakarta.Andi.
- Fandy, Tjiptono. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi. 2. Yogyakarta: Andi.
- Freddy Rangkuti. 2014. *Riset Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm. Spss 24 (Edisi Keenam.)* Semarang: Universitas Diponegoro.
- Graw Hill. New York.
- Griffin, Jill. 2012. *Customer Loyalty: How To Learn It, How To Keep It*. Jakarta: Erlangga.
- Keegan, Warren J. dan Green C. Mark. (2013). *Global Marketing 7thed*. Edinburgh, England: Pearson Education
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2014). *Principle of Marketing . 14 Edition*. England : Pearson Education, Inc
- Kotler, Philip And Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Jakarta: Salemba.
- Rangkuti, Freddy. (2015). *Riset Pemasaran*. Cetakan keduabelas. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suparyanto & Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran* .In Media: Bogor.
- Sutisna, 2012, *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*, Edisikedua,. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Swastha, Basu. 2010. *Manajemen Penjualan: Pelaksanaan Penjualan*, BPFE-Yogyakarta

Paper Journal

- Damanik, Ryan Apriano, and Ati Mustikasari. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Kasus Pada Pd. Bpr Di Pasar Sederhana Kota Bandung Tahun 2019." *eProceedings of Applied Science* 5.2 (2019).
- Effendi, Novita, and Ganjar Mohamad Disastra. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pizza Hut (studi Pada Mahasiswa Telkom University Bandung 2019)." *eProceedings of Applied Science* 5.3 (2019).
- Halimah, Febrianti. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Marketplace Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Diss. Universitas Andalas, 2019.
- Hamzah, Zulfadli, and Astri Ayu Purwati. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah." *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting* 3.1 (2019): 98-105.
- Huda, Budi Rahmatul, and Nazaruddin Aziz. "Pengaruh Biaya, Angsuran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan Bmt At-Taqwa Muhammadiyah Cabang Siteba Padang." (2019).

- Putra, Yosep Eka, and Nazaruddin Aziz. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah Pt Bank Rakyat Indonesia Cabang Padang." (2019).
- Setiawan, Muhammad Ari, Muthia Harnida, and Kurniaty Kurniaty. Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Service Ac Di Banjarmasin (Studi Kasus Pada Jasa Service Ac Cv Karya Tekhnik). Diss. Universitas Islam Kalimantan, 2019.
- Sujana, I. W. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Di Kota Baubau. *Jurnal Ilmiah Manajemen Emor (Ekonomi Manajemen Orientasi Riset)*, 3(2), 187-199.
- Suryanto, Dasep. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. BCA Finance Cabang Bukit Tinggi." *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting* 2.2 (2019): 236-247.
- Susanti, Novia, and Arsyad Syahrian. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Pondok Pinang)." *Jurnal ILMIAH FEASIBLE (JIF)* 1.1 (2019): 46-53.
- Tiza, Mohd Farid, and Febsri Susanti. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Studi kasus pada perusahaan JNE Cabang Padang." (2019).
- Wahyudi, Dones, Jhon Rinaldo, and Bakkareng "Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. BFI Finance Cab. Padang." *MATUA JURNAL* 1.1 (2019): 073-084.