

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan nasabah Pada Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Kota Solok

TIN AGUSTIANI^{1*}; GUSTINA^{2*}; IKA YUANITA³

Politeknik Negeri Padang
Kampus Limau Manis, Kota Padang, Indonesia
E-mail : umikhazid@gmail.com

Submit: 16 Okto 2022

Review: 25 Okto 2022

Publish: 26 Nov 2022

*) Korespondensi

Abstract: This study aims to see the effect of service quality (Tangible, Responsiveness, Reliability, Assurance, Empathy) on customer satisfaction and to determine the dimensions of service that are very influential in service quality at Bank Negara Indonesia (BNI) Solok City Branch. The method of data collection by distributing questionnaires using purposive sampling to 100 customers who came to the office of Bank Negara Indonesia (BNI) Solok City Branch. Data analysis used multiple linear regression analysis. The results of the study show that service quality has a positive effect on customer satisfaction and has a significant effect partially and simultaneously with an influence level of 33.4%. The best dimension lies in the Tangible dimension and the lowest in the Empathy dimension. In order to improve service quality in order to maintain and improve service to customers, it is recommended that BNI Solok City Branch needs to pay attention to several items that have been tested in this study, so that BNI Solok City Branch can re-evaluate the performance of its officers/employees in providing good and quality service and provide convenience and security for customers in transactions, because in this study the lowest contribution of satisfaction is found in the Assurance and Empathy dimensions.

Keywords: *Tangible, Responsiveness, Reliability, Assurance, Empathy*

Di era teknologi yang semakin canggih ini kebutuhan masyarakat akan jasa produk perbankan semakin meningkat, seiring meningkatkan pengetahuan atau kemajuan. Agar masyarakat mau menyimpan uangnya di Bank, maka pihak perbankan menyediakan berupa balas jasa yang akan diberikan kepada para nasabah. Jasa tersebut dapat berupa kemudahan pembukaan rekening tabungan, bunga yang tinggi, hadiah-hadiah/*souvenir*, gratis biaya transfer antar rekening, jaminan keamanan atas dana yang disimpan nasabah, fasilitas ATM yang tersebar di seluruh Indonesia, nasabah dapat mengambil dan menyetor setiap harinya tanpa dibatasi (Bulolo, 2018). Agar bisa selalu berkembang, bank harus mampu menyediakan produk/jasa yang lebih bermutu dan juga mampu mempertahankannya. Dengan demikian pemahaman yang lebih mendalam tentang kualitas bagaimana implementasinya terhadap bank sangat diperlukan untuk kesuksesannya pada masa yang akan datang. Terbukti bahwa hal ini

menjadi salah satu perkembangan yang sangat penting yang difokuskan pada konsep kualitas pelayanan (Bulolo, 2018). BNI merupakan salah satu instansi pelayanan jasa dalam dunia perbankan yang akan memberikan pelayanan yang prima kepada nasabahnya guna membentuk *Performance* citra yang baik, dan kepuasan nasabahnya. Upaya peningkatan kualitas pelayanan oleh BNI selalu berusaha untuk menemukan cara-cara yang berorientasi pada nasabah. Namun, apakah hal tersebut telah benar-benar dapat memberikan kepuasan bagi nasabah BNI bila dilihat dari lima dimensi pelayanan menurut Parasuraman (Lupiyodi, 2008), yaitu bukti fisik (*tangible*), empati (*emphaty*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), dan jaminan (*assurance*). Dengan demikian berkembangnya BNI mendorong penulis untuk meneliti apakah system pelayanan BNI sudah memberikan kepuasan bagi nasabah, sehingga nasabah menggunakan serta memanfaatkan kembali.

Jika nasabah puas maka yang diharapkan oleh bank adalah perekomendasi ke rekannya yang lain untuk menggunakan jasa BNI.

Pelayanan adalah faktor yang penting dan pelayanan juga suatu pendukung dari kegiatan pemasaran produk dari perbankan berupa jasa yang diberikan pada nasabah. Setiap bank bersaing untuk mendapatkan nasabah dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Berdasarkan uraian diatas maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang menentukan kepuasan nasabah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada BNI Cabang Kota Solok?
2. Dimensi pelayanan apa yang paling berpengaruh dalam mempengaruhi kepuasan nasabah pada BNI Cabang Kota Solok?

Adapun tujuan penelitian tentang pentingnya Standar Pelayanan dalam meningkatkan Kepuasan Nasabah sebagai berikut:

1. Menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada BNI Cabang Kota Solok.

Menganalisis dimensi yang mempengaruhi kualitas pelayanan dan yang paling dominan pada BNI Cabang Kota Solok.

Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Kertajaya dalam Putri (2021) ada lima dimensi kualitas pelayanan yang dikemukakan:

1. Bukti Fisik (*Tangible*)
Yaitu tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi, dan lain-lain yang bisa dan harus ada dalam proses jasa atau pelayanan.
2. Ketanggapan (*Responsiveness*)
Yaitu kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu memberikan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen oleh nasabah.
3. Keandalan (*Reliability*)
Merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan

dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama memberikan jasa secara tepat waktu, dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan dan tanpa melakukan kesalahan.

4. Jaminan (*Assurance*)

Meliputi pengetahuan, kemampuan, keramahan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya dari kontak personal untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan membuat mereka merasa terbebas dari bahaya dan risiko.

5. Empati (*Empathy*)

Meliputi sikap kontak personal atau perusahaan untuk memahami kebutuhan atau kesulitan, konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan kemudahan untuk melakukan komunikasi atau hubungan.

Untuk penelitian terdahulu memakai dua rujukan yang pertama yaitu penelitian Thalia Claudia Mawey, Altje L. Tumbel, Imelda W. J. Ogi (2018) dan yang kedua penelitian Dodik Agung (2004).

METODE

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang hasilnya berupa angka-angka. Penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis kegiatan penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitian, baik tentang tujuan penelitian, subjek penelitian, objek penelitian, sampel data, maupun metodologinya (mulai pengumpulan data hingga analisis data) (Bulolo, 2018). Jenis data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Untuk metode pengumpulan data yang digunakan adalah melalui observasi dan kuesioner. Untuk analisa yang digunakan dalam membahas hasil adalah memakai rumus SPSS versi 26 dengan rumus yang sudah ada. Untuk analisis data menggunakan Uji Validitas,

Uji Reliabilitas, Uji Regresi Linear Berganda, Uji Koefisien Determinasi (R²), Uji T dan Uji F.

Populasi menurut Sugiyono (2018), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah nasabah pada BNI Cabang Kota Solok.

Sampel

Sampel adalah bagian atau wakil populasi yang diteliti. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Anggraini, 2021). Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah BNI Cabang Kota Solok melalui pendekatan statistik dengan jumlah 100 responden.

Variabel penelitian mencerminkan karakteristik populasi yang ingin ditelaah. Kedudukan variabel dalam suatu penelitian dan hubungan antara variabel sangat menentukan kerangka penelitian yang digunakan.

1. Variabel eksogen (*independent variable*) *Variable independent* merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya *variable dependent* (Sugiyono, 2019). *Variable independent* dalam penelitian ini adalah 5 dimensi pelayanan yang terdiri dari bukti fisik (X1), daya tanggap (X2), kehandalan (X3), jaminan (X4) dan empati (X5). Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).
2. Variabel endogen (*dependen variable*). *Variable dependent* merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya *variable independent*. Yang termasuk variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi

atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

HASIL

Profil Responden

Pada bagian ini akan dijelaskan profil responden dari hasil penelitian yang memuat karakteristik responden yaitu jenis kelamin, usia responden dan pekerjaan.

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada tabel 1 dapat dilihat jenis kelamin responden :

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

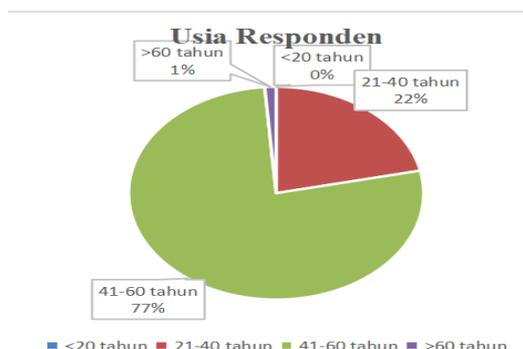
No.	Jenis Kelamin	Frekuensi
1.	Wanita	43
2.	Pria	57
	Total	100

Sumber : Diolah Sendiri, 2022

Dari diagram dapat dilihat persentase responden berjenis kelamin Pria sebanyak 57% atau 57 orang dan Wanita sebanyak 43% atau 43 orang. Sehingga dari pengumpulan kuesioner tersebut, hasil kuesioner didominasi oleh keputusan responden Pria yang merasakan pelayanan. Dikarenakan pada saat menyebarkan kuesioner peneliti memang mendapati bahwasanya responden yang ada pada saat peneliti menyebarkan kuesioner dilapangan didominasi oleh pria.

Responden Berdasarkan Usia

Pada tabel 2 dapat dilihat usia responden :



Gambar 1. Usia responden
Sumber : Diolah Sendiri, 2022

Pada diagram dapat dilihat bahwa responden terbanyak berusia 41-60 tahun dengan persentase 77% dan responden yang berusia 21-40 tahun dengan persentasi 22%, responden yang berusia lebih dari 60 tahun dengan persentasi 1%, responden yang berusia <20 tahun dengan persentase 0%. Pada diagram diatas dapat dilihat bahwasanya usia responden yang paling dominan berada pada rentang usia 41-60 tahun dan yang paling sedikit berada pada rentang usia <20 tahun.

Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pada tabel 3 dapat dilihat jenis pekerjaan responden.

Tabel 2. Pekerjaan Responden

No.	Jenis Pekerjaan	Frekuensi
1.	Pelajar/mahasiswa	10
2.	Pegawai Negeri	6
3.	Pegawai Swasta	24
4.	Wiraswasta	30
5.	Lainnya	30
	Total	100

Sumber : Diolah sendiri, 2022

Pada diagram dapat diketahui bahwa responden yang menjadi Nasabah di BNI Cabang Kota Solok adalah wiraswasta dengan persentase 30%, responden yang berasal dari pegawai swasta dengan persentase 24%, responden yang berasal dari pelajar/mahasiswa dengan persentase 10% yang bekerja dalam hal lainnya sebesar 30%. Sehingga kuesioner dipengaruhi oleh responden yang bekerja sebagai Wiraswasta dan Lainnya.

Analisis

Uji Validitas

Pada penelitian ini telah dilakukan uji validitas terhadap 30 responden pertama sebagai cara untuk pengujian validitas terhadap kuesioner sebelum pengambilan sample sebenarnya. Untuk uji kuesioner dilakukan penyebaran kuesioner 30 orang, maka didapat $df = 30 - 2 = 28$, jadi nilai df adalah sebesar 28 orang. dengan tingkat signifikan r sebesar 5 %, maka nilai r tabel adalah sebesar $= 0,3061$. Hasil uji validitas dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS dapat dilihat pada tabel 4 berikut :

Table 3. Uji Validitas

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1. Bukti Langsung (Tangible)			
Penataan ruangan sangat baik	0,960	0,3061	Valid
Penampilan petugas/karyawan dalam memberikan pelayanan sangat rapi	0,913	0,3061	Valid
Sarana Prasarana yang ada sesuai dengan kebutuhan nasabah	0,907	0,3061	Valid
2. Daya Tanggap (Responsiveness)			
Kesediaan petugas/karyawan dalam memberikan pelayanan sangat baik	0,729	0,3061	Valid
Kelancaran komunikasi petugas/karyawan dalam menghadapi nasabah sangat baik	0,752	0,3061	Valid
Pemberian solusi yang diberikan kepada nasabah sangat tepat	0,779	0,3061	Valid
Bank BNI memberikan tindakan yang cepat dalam menangani keluhan pelanggan/nasabah	0,587	0,3061	Valid
3. Keandalan (Reliability)			
Kepastian jadwal yang diberikan dapat dipertanggung jawabkan	0,762	0,3061	Valid
Kelengkapan informasi diberikan kepada nasabah secara tepat	0,832	0,3061	Valid
Pelayanan yang diberikan pihak BNI kepada nasabah sudah cepat dan tepat	0,460	0,3061	Valid
4. Jaminan (Assurance)			
Keramahan petugas/karyawan dalam memberikan pelayanan sangat baik	0,703	0,3061	Valid
Kemampuan petugas/karyawan dalam mengetahui minat nasabah dalam memilih jasa pelayanan sangat baik	0,764	0,3061	Valid
Tanggung jawab petugas/karyawan sangat baik	0,650	0,3061	Valid
5. Empati (Emphaty)			
Karyawan BNI memberikan perhatian yang baik terhadap nasabah yang mengalami kesulitan	0,765	0,3061	Valid
Keadilan dalam menerima pelayanan diberikan kepada seluruh nasabah BNI	0,722	0,3061	Valid
Pihak BNI sudah memberikan rasa nyaman dalam pelayanan kepada nasabah	0,586	0,3061	Valid
6. Kepuasan Pelanggan/Nasabah			
Saya sebagai nasabah BNI sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan pihak BNI	0,844	0,3061	Valid
Sebagai nasabah BNI, saya akan kembali menggunakan jasa BNI kelak ketika saya membutuhkannya	0,848	0,3061	Valid
Saya merekomendasikan BNI sebagai tempat transaksi keuangan yang sangat baik	0,858	0,3061	Valid

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat bahwa hasil uji validitas pada variabel *Tangible* (X1), *Responsiveness* (X2), *Reliability* (X3), *Assurance* (X4), dan *Emphaty* (X5) dan variabel kepuasan nasabah (Y), menunjukkan nilai valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga kesimpulannya 19 pernyataan dalam kuisioner dalam kategori layak/ valid sebagai instrument.

Uji Reliabilitas

Untuk uji reliabilitas dalam penelitian ini peneliti menggunakan rumus koefisien *Cronbach's Alpha*, dengan cara membandingkan nilai *Alpha* dengan standarnya. Menurut Ghazali (2018) Reliabilitas suatu variabel dikatakan baik

jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70.

Berikut hasil uji reliabilitas yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.783	19

Sumber:: hasil olahan sendiri, 2022

Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai cronbach's alpha dari 19 pernyataan yang reliabel adalah 0,783. Maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan kuesioner dinyatakan reliabel karena nilai cronbach's alpha > 0,70. Berikut adalah nilai cronbach's alpha per masing-masing butir pernyataan yang dapat dilihat pada Tabel berikut :

Tabel 5. Uji Reliabilitas Per Item

No	Item Pernyataan	α	Keterangan
Bukti Langsung (Tangible)			
1.	Penataan ruangan sangat baik.	0,779	Reliabel
2.	Penampilan petugas/karyawan dalam memberikan pelayanan sangat rapi	0,780	Reliabel
3.	Sarana Prasarana yang ada sesuai dengan kebutuhan nasabah	0,780	Reliabel
Daya Tanggapan (Responsiveness)			
1.	Kesediaan petugas/karyawan dalam memberikan pelayanan sangat baik	0,774	Reliabel
2.	Kelancaran komunikasi petugas/karyawan dalam menghadapi nasabah sangat baik	0,763	Reliabel
3.	Pemberian solusi yang diberikan kepada nasabah sangat tepat	0,754	Reliabel
4.	Bank BNI memberikan tindakan yang cepat dalam menangani keluhan pelanggan/nasabah.	0,780	Reliabel
Kehandalan (Reliability)			
1.	Kepastian jadwal yang diberikan dapat dipertanggung jawabkan	0,772	Reliabel
2.	Kejelasan informasi diberikan kepada nasabah secara tepat	0,767	Reliabel
3.	Pelayanan yang diberikan pihak BNI kepada nasabah sudah cepat dan tepat	0,779	Reliabel
Jaminan (Assurance)			
1.	Keramahan petugas/karyawan dalam memberikan pelayanan sangat baik	0,785	Reliabel
2.	Kemampuan petugas/karyawan dalam mengetahui minat nasabah dalam memilih jasa pelayanan sangat baik	0,769	Reliabel
3.	Tanggung jawab petugas/karyawan sangat baik	0,769	Reliabel
Empati (Empathy)			
1.	Karyawan BNI memberikan perhatian yang baik terhadap nasabah yang mengalami kesulitan	0,772	Reliabel
2.	Keadilan dalam menerima pelayanan diberikan kepada seluruh nasabah BNI	0,777	Reliabel
3.	Pihak BNI sudah memberikan nyaman dalam pelayanan kepada nasabah	0,802	Reliabel
Kepuasan Nasabah			
1.	Saya sebagai nasabah BNI sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan pihak BNI	0,769	Reliabel
2.	Sebagai nasabah BNI, saya akan kembali menggunakan jasa BNI kelak ketika saya membutukannya	0,765	Reliabel
3.	Saya merekomendasikan BNI sebagai tempat transaksi keuangan yang sangat baik	0,765	Reliabel

Sumber:: hasil olahan sendiri, 2022

Berdasarkan Tabel 5 membuktikan bahwa seluruh butir pernyataan kuesioner penelitian ini dapat dikatakan reliabel dan dapat dipercaya untuk digunakan karena nilai cronbach's alpha > 0,70. Semua reliabel.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menentukan pengaruh yang terjadi antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Berikut ini perhitungan statistik koefisien analisis regresi linear berganda yang terdapat pada table 6.

Tabel 6. Hasil Regresi Linear

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error				
1	(Constant)	5.951	1.549		3.843	.000
	Tangible	.008	.080	.009	2.102	.009
	Responsiveness	.120	.053	.218	2.269	.026
	Reliability	.185	.069	.234	2.682	.009
	Assurance	.130	.058	.200	2.246	.027
	Empathy	.142	.059	.212	2.384	.019

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber:: hasil olahan sendiri, 2022

Dari Tabel 6 di atas menunjukkan hasil persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta 1X_1 + \beta 2X_2 + \beta 3X_3 + \beta 4X_4 + \beta 5X_5$$

$$Y = 5.951 + 0,008X_1 + 0,120X_2 + 0,185X_3 + 0,130X_4 + 0,142X_5$$

Model regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

Nilai $\alpha = 5.951$, ini berarti bahwa jika semua variabel X dianggap 0, maka Y akan mengalami peningkatan sebesar 5.951.

Nilai β Tangible (0.008), responsiveness (0.120), reliability (0.185), assurance (0.130) , dan Emphaty (0.142) berpengaruh positif. Artinya adalah kesemua variabel berpengaruh secara linier terhadap rasa kepuasan nasabah.

Dari uraian model regresi berganda menunjukkan bahwa Tangible, Responsiveness, Reliability, Assurance, Emphaty memiliki nilai positif artinya terjadi tingkat kepuasan nasabah disebabkan oleh variabel bebas tersebut. Variabel yang paling berpengaruh adalah Reliability dengan koefisien 0,185. Hal ini menunjukkan bahwa variabel reliability merupakan variabel yang paling dominan dibandingkan variabel lainnya. Perusahaan (BNI) harus memberikan perhatian pada

variabel ini untuk terus meningkatkan kualitas pelayanannya ke depan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien berkisar antara 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$). Jika R^2 mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X) adalah besar terhadap variabel terikat (Y). Sebaliknya jika R^2 semakin mendekati nol, maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) adalah kecil. Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat. Berikut ini perhitungan statistik koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel dibawah ini:

Tabel 7. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of Estimate
1	.606 ^a	.368	.334	.854

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Responsiveness, Tangible, Emphaty, Realibility, Assurance
b. Dependent : Kepuasan Pelanggan

Sumber:: Hasil Olahan, 2022

Hasil perhitungan regresi menggunakan program SPSS Versi 26.00 sebagaimana terlihat pada tabel 7 tersebut diketahui bahwa nilai *adjusted R square* adalah 0,334. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 33,4% kepuasan nasabah BNI dipengaruhi oleh kombinasi kelima variabel independen yaitu bukti fisik (X1), kehandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), dan kepedulian (X5) sedangkan untuk sisanya sebesar 66,6% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dibahas dalam penelitian ini, seperti tata letak kantor BNI Cabang Kota Solok yang strategis (pusat kota), promosi yang dilakukan perusahaan, serta informasi yang tersebar dari mulut ke mulut nasabah yang menggunakan jasa layanan perusahaan.

Uji F

Pada uji F terlebih dahulu harus dicari nilai F dengan rumus df_1 (df untuk pembilang) = jumlah variabel - 1, dan df_2

(df untuk penyebut) = $n - k - 1$. K berarti jumlah variabel independen yaitu 5 variabel dan n berarti jumlah sampel yakni 100 responden. Maka $df_1 = 6 - 1$, dan $df_2 = 100 - 5 - 1 = 94$, sehingga hasilnya F (5; 94). Nilai α yang digunakan adalah 0,05. Temukan pada tabel F nilai untuk F (5; 94) maka didapat nilai F = 2,31. Setelah dilakukan pengujian menggunakan SPSS, diperoleh hasil uji F seperti pada table 8 berikut.

Tabel 8. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	39.885	5	7.977	10.938	.000 ^b
	Residual	68.555	94	.729		
	Total	108.440	99			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Responsiveness, Tangible, Emphaty, Reliability, Assurance
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil olahan sendiri, 2022

Menurut Sugiyono (2019) jika hasil F hitung > F tabel atau sig. F < 0,05 maka model yang dirumuskan sudah tepat. Pada Tabel 8 dapat disimpulkan bahwa hasil perhitungan F hitung 10.938 > F tabel 2,31 atau sig. F 0,000 < 0,05. Hasil pengujian ini membuktikan bahwa adanya pengaruh positif yang signifikan antara *tangible*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, *emphaty* bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dikarenakan kepuasan pelanggan yang meningkat dapat dicapai apabila semakin baik kualitas pelayanan yang dimiliki BNI Cabang Kota Solok.

Uji T

Pada uji T nilai α yang digunakan adalah 0,05 n yaitu jumlah responden bernilai 100, dan k yaitu jumlah variabel yang mana ada 5 di antaranya *tangible*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, *emphaty*. $Df = 100 - 5 - 1$, maka $df = 94$. Temukan pada tabel T nilai untuk T (0,05; 94) maka didapatkan nilai T tabel untuk penelitian ini sebesar 1,9855. Berikut adalah perolehan hasil uji T dengan menggunakan bantuan SPSS yang dapat dilihat pada table 9.

Tabel 9. Uji T

Model		Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	5,951	1,549		3,843	,000
	Tangible	,008	,080	,009	2,102	,009
	Responsiveness	,120	,053	,218	2,269	,026
	Reliability	,185	,069	,254	2,682	,009
	Assurance	,130	,058	,200	2,246	,027
	Empathy	,142	,059	,212	2,384	,019

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: hasil olahan sendiri, 2022

Menurut Sugiyono (2019) jika nilai T hitung > nilai T tabel atau sig. $T < 0,05$, maka koefisien korelasi parsial yang ditemukan signifikan (nyata) atau dapat digeneralisasikan. Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 9, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil perhitungan nilai T hitung pada *Tangible* 2,102 > nilai T tabel 1,9855 atau sig. $t 0,009 < 0,05$ yang dapat diartikan bahwa ada pengaruh signifikan antara *Tangible* terhadap kepuasan pelanggan pada tingkat kepercayaan 95%.
2. Hasil perhitungan nilai T hitung pada *Responsiveness* 2,269 > nilai T tabel 1,9855 atau sig. $t 0,026 < 0,05$ yang dapat diartikan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara *Responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan pada tingkat kepercayaan 95%.
3. Hasil perhitungan nilai T hitung pada *Reliability* 2,682 > nilai T tabel 1,9855 atau sig. $t 0,009 < 0,05$ yang dapat diartikan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara *Reliability* terhadap kepuasan pelanggan pada tingkat kepercayaan 95%.
4. Hasil perhitungan nilai T hitung pada *Assurance* 2,246 > nilai T tabel 1,9855 atau sig. $t 0,027 < 0,05$ yang dapat diartikan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara *Assurance* terhadap kepuasan pelanggan pada tingkat kepercayaan 95%.
5. Hasil perhitungan nilai T hitung pada *Empathy* 2,384 > nilai T tabel 1,9855 atau sig. $t 0,019 < 0,05$ yang dapat diartikan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara *Empathy* terhadap kepuasan pelanggan pada tingkat kepercayaan 95%.

Dari lima variabel kualitas pelayanan, semua variabel memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BNI. Variabel yang dominan significant adalah *Tangible* dan *Reliability*. Perusahaan /BNI perlu memberikan perhatian yang lebih baik pada variabel ini sehingga ke depan tetap bisa meningkatkan hasil kinerjanya dengan memberikan kepuasan kepada nasabahnya.

PEMBAHASAN

Kualitas pelayanan adalah kegiatan pemberian pelayanan yang diberikan kepada masyarakat sesuai dengan standar yang telah ditentukan guna memenuhi harapan, keinginan, dan nilai-nilai dalam masyarakat guna mencapai kepuasan pada masyarakat.

Berdasarkan tabel 6 telah dibahas sebelumnya, maka dapat dianalisis sebagai berikut :

Dimensi *Tangible*

Dimensi *Tangible* (bukti fisik) adalah kemampuan BNI Cabang Kota Solok dalam menunjang performa pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Berdasarkan data hasil tersebut, sebanyak 93 responden yang menjawab sangat setuju pada *item* penataan ruangan sangat baik. Dengan demikian dari data hasil pengamatan dan data tabel 6 dapat dinyatakan bahwa pelayanan pada dimensi *tangible* sangat baik, hal ini sesuai dengan indikator yang ada pada dimensi ini.

Pada penelitian ini didapat bahwa indikator yang diukur dalam dimensi *tangible* yaitu penilaian penataan ruangan sangat baik pada penelitian ini termasuk BNI Cabang Kota Solok yang sudah menata ruangan dengan sangat baik sehingga nasabah merasa nyaman. Selanjutnya berkaitan dengan penampilan petugas/karyawan dalam memberikan pelayanan sangat rapi dalam artian petugas/karyawan menggunakan baju sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan pada BNI Cabang Kota Solok juga dalam kategori sangat baik. Hal ini dapat dilihat saat petugas/karyawan dalam melakukan

pelayanan sudah menggunakan baju yang sopan dan sesuai dengan ketentuan yang ada, seperti menggunakan kemeja panjang, dasi dan jas untuk laki-laki, dan untuk wanita menggunakan kemeja setelan.

Dimensi Responsiveness

Berdasarkan tabel 6, diketahui terdapat 85 responden yang menjawab sangat setuju pada *item* kesediaan petugas/karyawan dalam memberikan pelayanan sangat baik. Dengan demikian dari data hasil pengamatan dan data diatas dapat dinyatakan bahwa pelayanan pada dimensi *responsiveness* baik, hal ini tentunya tidak terlepas dari indikator pada dimensi ini. Dikarenakan pada empat pernyataan terdapat satu pernyataan yang paling dominan yaitu pada pernyataan X2.1 Dengan 85 responden yang menjawab sangat setuju pada *item* kesediaan petugas/karyawan dalam memberikan pelayanan sangat baik.

Menurut Zeithaml dkk 1990 dalam Hardiansyah (2001) yang mempengaruhi baiknya kualitas pelayanan pada dimensi *responsiveness* atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Dalam penelitian ini, diketahui bahwa daya tanggap dalam menyelesaikan keluhan termasuk dalam kategori baik hal ini dikarenakan tanggapannya respon yang diberikan terhadap keluhan penggunaan pelayanan oleh petugas/karyawan sudah tanggap dan tidak berbelit-belit, prosedur pelayanan yang jelas, pemberian informasi yang diberikan oleh petugas telah baik dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh pengguna layanan, dan pemberian pelayanan yang telah tepat sesuai dengan standar yang telah ditentukan.

Dimensi Reliability

Reliability merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Berdasarkan tabel 6, diketahui terdapat 83 responden yang menjawab setuju pada *item* kecepatan proses diberikan kepada

nasabah BNI Cabang Kota Solok saat melakukan pelayanan. Dengan demikian dari data hasil pengamatan dan data tabel di atas dapat dinyatakan bahwa pelayanan pada dimensi *reliability* baik, hal ini tentunya tidak terlepas dari 6 indikator yang ada pada dimensi *reliability*.

Keterampilan merupakan kompetensi yang berkaitan dengan tugas seperti keterampilan mengoperasikan komputer, atau keterampilan berkomunikasi dengan jelas untuk tujuan dan misi kelompok, dalam penelitian ini didapat bahwa keahlian dan kemampuan petugas pelayanan dalam kategori baik hal ini dapat dilihat melalui indikator penilaian dari kecepatan proses saat pelayanan, kejelasan informasi, dan kepastian jadwal yang dapat dipertanggungjawabkan.

Dimensi Assurance

Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa 82 responden yang menjawab sangat setuju pada *item* keramahan petugas/karyawan dalam memberikan pelayanan sangat baik. Dengan demikian dari data hasil pengamatan dan tabel di atas dapat dinyatakan bahwa pelayanan pada dimensi *assurance* baik.

Pada penelitian ini diketahui bahwa untuk menilai kepercayaan tersebut dapat dilihat melalui penilaian indikator terhadap keramahan petugas/karyawan, kemampuan petugas/karyawan dalam mengetahui minat pelanggan dan tanggung jawab petugas/karyawan dalam melakukan pelayanan. Pada penelitian ini didapat bahwa petugas telah bertanggung jawab kepada nasabah BNI Cabang Kota Solok dimana petugas/karyawan telah memberikan pelayanan yang sesuai dengan SOP, selain memberikan pelayanan petugas/karyawan juga ramah dan sopan dalam melayani nasabah.

Dimensi Emphaty

Emphaty adalah kemampuan petugas dalam membina hubungan, perhatian dan memahami kebutuhan

pelanggan. Berdasarkan hasil tersebut, diketahui 79 responden yang menjawab setuju pada *item* karyawan BNI Cabang Kota Solok memberikan perhatian yang baik terhadap nasabah yang mengalami kesulitan. Dengan demikian dari data hasil pengamatan dan data tabel di atas dapat dinyatakan bahwa pada dimensi *emphaty* di BNI Cabang Kota Solok.

Dilihat dari sikap (sebagai bagian dari variabel psikologis) pemberian pelayanan di BNI Cabang Kota Solok dapat dikatakan baik. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian pada dimensi *emphaty* terutama pada indikator pelayanan karyawan/petugas tidak membedakan nasabah BNI yang akan dilayani hal ini dibuktikan dengan tidak ada nasabah yang dikhususkan untuk mendapatkan pelayanan. Pengguna layanan akan mendapatkan pelayanan apabila telah melakukan hal sesuai prosedur pelayanan yang telah ditetapkan.

Pada data hasil tabel 6 dapat dilihat bahwa penilaian masing-masing dimensi kualitas pelayanan termasuk dalam kategori sangat baik. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan di BNI Cabang Kota Solok secara keseluruhan berdasarkan dimensi *Tangible*, *Responsiveness*, *Reliability*, *Assurance*, *Emphaty* adalah sangat baik.

Dimensi Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah keluaran dari proses kinerja sebuah perusahaan yang dirasakan oleh seorang konsumen, dimana hasilnya sesuai dengan harapan konsumen tersebut (Kotler, 2000). Seorang pelanggan akan terpuaskan jika harapannya terpenuhi dan merasa sangat gembira jika harapannya terlampaui. Kepuasan pelanggan berkaitan erat dengan kualitas, dimana akan berdampak langsung pada prestasi produk. Jika dikaitkan dengan industri jasa, seperti BNI maka yang dimaksud dengan produk adalah pelayanan yang diberikan oleh SDM/karyawan perusahaan kepada konsumennya, dalam hal nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa

peranan SDM (karyawan) untuk tetap menjaga kepuasan pelanggan sangat besar.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan dan mengetahui pengaruh kualitas terhadap kepuasan nasabah di BNI Cabang Kota Solok. Adapun beberapa kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Berdasarkan analisis secara parsial, ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa seluruh variabel independen yaitu *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty* mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah. Artinya menurut konsumen, variabel independen tersebut dianggap penting ketika akan melayani nasabah BNI Cabang Kota Solok.
2. Berdasarkan pengujian secara simultan, ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa semua variabel independen kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan.
3. Hasil pengujian regresi linear berganda menunjukkan bahwa semua variabel independen *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
4. Hasil pengujian determinasi R^2 memiliki tingkat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat yaitu sebesar 0,334 dan determinasi R^2 menilai bahwa seberapa besar sumbangan variabel bebas terhadap variabel terikat pengujian penelitian variabel bebas mempengaruhi terhadap variabel terikat sebesar 0,334 atau sekitar 33,4%.

5. Hasil analisis bahwa dimensi yang paling baik terletak pada variabel *Tangible* dan dimensi yang terendah berada pada variabel *Emphaty*.

DAFTAR RUJUKAN

- Agung, Indra Dodik, 2006. Tesis. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Nasabah Kredit Perorangan dan Kelompok Studi kasus Pada PD.BPR.BANK Pasar Kabupaten Karanganyar*. Karanganyar. <https://eprints.ums.ac.id/id/eprint/6800> diakses pada tanggal 20 Juli 2022 pukul 16.30 WIB.
- Agustin, R. P., Suparwo, A., Yuliyana, W., Sunarsi, D., & Nurjaya, N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan serta dampaknya pada *Word of Mouth Jasa Pengurusan Nenek di CV Speed Nenek*. *JIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 4(3), 186-190.
- Anggraini Feni, F. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi (Doctoral dissertation, Universitas Batanghari). <http://repository.unbari.ac.id/id/eprint/789> diakses pada tanggal 26 Juni 2022 pukul 18.05 WIB
- Arifin, 2011. Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, R & D. Alfabeta. Bandung
- Azwar, Saifuddin. Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya. Liberty: Yogyakarta, 1988.
- Bawono. 2006. Multivariate Analysis dengan SPSS. Salatiga: STAIN Salatiga Press.
- Berlian, Harajap Dewi. 2017. Pengaruh Teknologi Informasi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Medan Aksara. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Buulolo, A. M. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Pemuda Medan). <http://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/1291> diakses pada tanggal 26 Juni 2022, pukul 17.43 WIB
- Fijriani, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah mandiri Kantor Kas Unismuh Alauddin, 7(2), 44-68.
- Hasan, 2002. Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya. Ghalia Indonesia : Jakarta
- Hasibuan, Malayu S.P.(2011) Manajemen Sumber Daya Manusia. (Edisi Revisi). Bumi Aksara, Jakarta.
- Kotler & Keller. (2017). Marketing Management 14th Edition. Inggris : Pearson Education.
- Kotler (2000). Manajemen Pemasaran Jilid 1. Edisi Millenium. Jakarta : PT Prenhallindo. Marianah, Dewi. Kontribusi Kepuasan Kerja Dan Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pelayanan Jasa Telemarketing di Sebuah Bank). Artikel Postgraduate.
- Lupiyoadi, Rambat. 2008. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Mahira, M., Hadi, P., & Nastiti, Hera. (2021). Pengaruh Kualitas Produk

- Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi, 2(1), 1267-1283.
- Mawey, T. C., Tumbel, A., & Ogi, I. W. (2018). Pengaruh kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank SulutGo. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. Vol 6 No 3 Hal 1201 <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20106> diakses pada tanggal 20 Juli 2022 pukul 16.10 WIB
- Pramesti, A. V. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Mobil Banking Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah di Bank BRI Syariah KCP Ajibarang. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*, 11(01), 132-146
- Putri (2021) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi pada Pelanggan Dian Compp Ambarawa). *Among Makarti*, 10 (19), 70-90
- Santoso, Putra Yoan S. P. Y. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Parkir (Studi pada Mahasiswa Universitas Kanjuruhan Malang). <http://www.slideshare.net/yoansantoso/jurnal-pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap-kepuasan-pelanggan-pengguna-jasa-parkir-studi-pada-mahasiswa-universitas-kanjuruhan-malang> diakses pada tanggal 13 Juli 2022 pukul 20.30 WIB
- Silvia, F. (2018). *Pelayanan Prima dan Kepuasan Pelanggan di Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (KPPN) Makassar II*. Diploma thesis, FIS
- <http://eprints.unm.ac.id/ideprint/10107> diakses pada tanggal 15 Agustus 2022 pukul 22.00 WIB
- Sugiyono, 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Alfabeta, Bandung
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumual, Y. M., Kalangi, J. A., & Mukuan, D. D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Otomoto Mantos. *Productivity*, 2(1), 73-78.
- Tjiptono, F. 2000. *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. 2019. *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: ANDI
- Widi R. Uji Validitas dan Reliabilitas dalam penelitian epidemiologi kedokteran gigi. *J.K.G Unej*. 2011