
PENGARUH DIMENSI KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH KANTOR CABANG UTAMA KENDARI

Efi Amsi¹
Nasrul²
Yusuf³

¹Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Halu Oleo

^{2,3}Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Halu Oleo

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk : 1) mengetahui pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan nasabah ; 2) Mengetahui pengaruh empati terhadap kepuasan nasabah; 3) Mengetahui pengaruh keandalan terhadap kepuasan nasabah; 4) Mengetahui pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan nasabah; 5) Mengetahui pengaruh jaminan terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri kc Utama Kendari. Populasi dalam penelitian ini adalah semua nasabah Bank Mandiri kc Utama Agung yang berjumlah 75 orang dan semua populasi dijadikan responden. Pengumpulan data menggunakan koesioner. Analisis data dengan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. 2) empati berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. 3) keandalan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. 4) daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. 5) jaminan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri kc Utama Kendari.

Kata Kunci : Bukti Fisik, Empati, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan

Tanggal Diterima : 15 Juli 2020

Tanggal Terbit : 22 Juli 2020

I. PENDAHULUAN

Perbankan merupakan bagian penting dari sistem keuangan guna kelancaran kegiatan perekonomian suatu negara. Bank merupakan alternatif bagi masyarakat dalam memilih perbankan yang sesuai terhadap kapitalis dan sistem sosialis dalam memenuhi kebutuhan calon nasabah serta untuk mengembangkan dan memberikan pelayanan kepada masyarakat, maka beberapa bank telah memperluas daerah operasinya dengan membuka kantor-kantor cabang pembantu, sehingga bank dapat meningkatkan pelayanannya.

Bank menurut Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan; Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Dilihat dari segi penyaluran dananya, hendaknya bank tidak semata-mata memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya bagi pemilik tetapi juga kegiatannya itu harus diarahkan pada peningkatan taraf hidup masyarakat. Hal ini merupakan komitmen bagi setiap

bank yang menjalankan usahanya di Indonesia agar sesuai dengan mandat yang telah ditetapkan dalam undang-undang.

Berdasarkan definisi bank di atas dapat disimpulkan bahwa bank adalah suatu lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali ke masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak.

Mencermati perkembangan bisnis perbankan sebagai peluang bisnis yang besar. Berbagai upaya dilakukan perusahaan perbankan untuk tetap bertahan hidup (*survive*) di masa setelah krisis yang berkepanjangan, dalam menghadapi persaingan yang sangat ketat dengan perusahaan-perusahaan perbankan lainnya. Salah satu cara yang harus ditempuh perusahaan dalam hal ini adalah dengan menentukan strategi yang tepat agar tetap bertahan hidup di tengah persaingan serta dapat meningkatkan profitabilitasnya. Namun dalam melakukan strateginya, perusahaan akan mengalami suatu kegagalan apabila tanpa didukung baik oleh pihak internal perusahaan itu sendiri maupun pihak luar perusahaan yang dalam hal ini adalah para nasabah yang selalu menuntut kepuasan atas kinerja dari perusahaan perbankan.

Tingkat kepuasan menurut Cronin and Taylor (1992) dalam Tjoano dan Kunto (2015:21) merupakan gap antara apa yang menjadi harapan konsumen sebelum membeli produk/jasa dengan apa yang dirasakan setelah ia mengevaluasi hasil pembelian tersebut.

Kepuasan nasabah menjadi penting karena dampak dari kepuasan nasabah itu memiliki dua arah yaitu ketika nasabah merasa senang dan menjadi puas maka bisa membuat nasabah menjadi setia, atau ketika kepuasan nasabah meningkat maka nasabah akan menunjukkan sikap dan perilaku positif terhadap perusahaan dengan melakukan pembelian ulang pada perusahaan tersebut. Adapun ketika pelanggan tidak senang terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan bisa berpengaruh pada tingkat kepuasan nasabah sehingga menjadi tidak puas, dari ketidakpuasan itu nasabah akan menunjukkan sikap dan perilaku untuk memberikan informasi atau hal-hal negatif kepada orang lain, dan perilaku nasabah akan melakukan pembelian pada perusahaan lain. Oleh karena itu setiap perusahaan perlu memahami dan mengetahui apa saja faktor-faktor yang bisa membuat nasabah puas, salah satunya adalah kualitas layanan.

Konsep kualitas layanan menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) dalam Yusuf (2016: 358) merupakan konsep yang terdiri dari 5 (lima) dimensi kualitas layanan, yakni; tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Dimensi-dimensi ini sangat berperan dalam membentuk kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan yang baik akan menjadi sebuah keuntungan besar bagi perusahaan. Jika suatu perusahaan sudah mendapat nilai positif di mata nasabah, maka nasabah tersebut akan *merasa senang dan menjadi puas*, serta bukan tidak mungkin akan menjadi pelanggan tetap atau melakukan *pembelian berulang*. *Sedangkan kualitas layanan kurang baik atau tidak baik dan membuat nasabah merasa tidak senang atau membuat nasabah menjadi tidak puas maka nasabah akan menunjukan sikap negatif dimana nasabah akan merekomendasikan untuk tidak melakukan transaksi pada perusahaan tersebut.*

Bank Mandiri merupakan bank pemerintah yang berkantor pusat di Jakarta dan merupakan bank terbesar di Indonesia dalam hal aset, pinjaman, dan deposit. Bank ini berdiri pada tanggal 2 Oktober 1998 sebagai bagian dari program restrukturisasi perbankan yang dilaksanakan oleh Pemerintah Indonesia maka sudah seharusnya bank tersebut memiliki gambaran yang kuat dalam masyarakat. Namun dalam kenyataannya yang ditemukan di bank Mandiri kc Kendari masjid agung saat ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang dirasakan nasabah masih kurang optimal, contohnya dilihat dari fasilitas lapangan parkir yang masih belum cukup untuk menampung jumlah nasabah dan juga pelayanan yang kurang cepat saat antrian sedang padat kepada nasabah yang melakukan transaksi.

Penelitian ini bertujuan untuk Untuk mengetahui pengaruh bukti fisik, empati, keandalan, daya tanggap, dan jaminan terhadap kepuasan nasabah

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perilaku Konsumen

Menurut Nugroho (2003: 3), mendefinisikan perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. Sedangkan Menurut Kotler, (2005: 201). Perilaku konsumen adalah sebagai upaya untuk mengetahui siapakah pembeli itu, bagaimana mereka membeli dan dimana mereka membeli dan mengapa mereka membeli. Kotler (2007) mengatakan bahwa, perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis.

2.2 Karakteristik Layanan

Menurut Parasuraman *et, al.* dalam Adam (2015: 10) kualitas pelayanan adalah sebagai pedoman dasar bagi pemasaran jasa, karena ini merupakan produk yang dipasarkan adalah suatu kinerja (yang berkualitas) dan kinerja juga yang akan dibeli oleh pelanggan. Menurut Parasuraman *et, al.*, dalam Ariani, (2009) lima dimensi pokok yang dikenal dengan SERVQUAL (*service quality*) yang terdiri dari: bukti fisik, empati, keandalan, daya tanggap, dan jaminan.

2.3 Kepuasan Nasabah

Menurut Richard Oliver dalam Barnes (2003: 64) Kepuasan adalah tanggapan pelanggan atau nasabah atas terpenuhinya kebutuhannya. Definisi kepuasan selanjutnya menurut Kotler, (2005) Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.

Menurut Tjiptono dalam Nasution (2004: 152), faktor-faktor yang memberikan pengaruh terhadap kepuasan nasabah adalah : Produk, Harga, Promosi, Lokasi, Pelayanan Karyawan, Fasilitas, dan Suasana,

2.4 Hubungan Antara Variabel

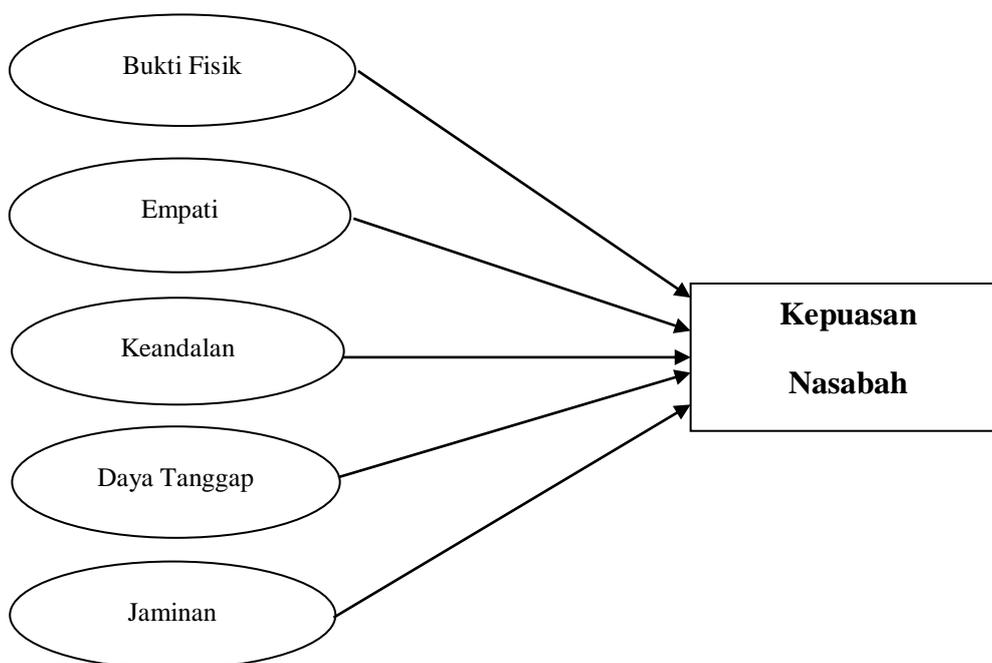
Bukti fisik, meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi. Menurut Parasuraman *et, al.*, (1998) dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006) bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan serta keadaan lingkungan sekitarnya merupakan salah satu cara perusahaan jasa dalam menyajikan kualitas layanan terhadap pelanggan. Hubungan bukti fisik dengan kepuasan nasabah adalah bukti fisik mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik persepsi nasabah terhadap bukti fisik maka kepuasan nasabah juga akan semakin tinggi. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Istianto dan Tyra (2012) pada rumah makan Ketty Resto di Palembang, mengemukakan bahwa bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Parasuraman *et, al.*, (1998) dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006:182), empati (*emphaty*) yaitu perhatian dengan memberikan sikap yang tulus dan berifat individual atau pribadi yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan. Hubungan kepedulian dengan kepuasan nasabah adalah kepedulian mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik persepsi nasabah terhadap kepedulian yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan nasabah juga akan semakin tinggi. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Istianto dan Tyra (2012) pada rumah makan Ketty Resto di Palembang, mengemukakan bahwa empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal serupa juga didukung penelitian Sabihaini (2000) bahwa empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Menurut Parasuraman *et. al.*, (1998), dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006: 182) keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Hubungan keandalan terhadap kepuasan nasabah adalah semakin baik persepsi nasabah terhadap keandalan perusahaan, maka kepuasan nasabah juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi nasabah terhadap keandalan buruk maka kepuasan nasabah juga akan semakin rendah. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Istianto dan Tyra (2012) pada rumah makan Ketty Resto di Palembang, mengemukakan bahwa keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian Sabihaini (2000) menunjukkan bahwa keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Daya Tanggap yaitu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, yang meliputi kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi serta penanganan keluhan pelanggan. Hubungan daya tanggap dengan kepuasan nasabah adalah daya tanggap mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hal serupa juga sesuai dengan penelitian oleh Hasan (2006) dan Sabihaini (2000), yang menyebutkan bahwa variable daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Menurut Parasuraman *et. al.*, (1998) dalam Lupiyoadi & Hamdani, (2006: 182) yaitu meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuannya terhadap produk secara tepat, keramahtamahan, perhatian dan kesopanan, ketrampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan nasabah terhadap perusahaan, sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau pun keraguan. Hubungan jaminan dengan kepuasan konsumen adalah jaminan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap jaminan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Istianto dan Tyra (2012), pada rumah makan Ketty Resto di Palembang, mengemukakan bahwa jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal serupa juga sesuai dengan penelitian oleh Hasan (2006), yang menyebutkan bahwa variable jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual



2.5. Hipotesis

Berdasarkan hasil kajian teoritis dan kajian empiris, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. Bukti fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah bank Mandiri kc utama Kendari
2. Empati berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah bank Mandiri kc utama Kendari.
3. Keandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah bank Mandiri kc utama Kendari.
4. Daya tanggap berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah bank Mandiri kc utama Kendari.
5. Jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah bank Mandiri kc utama Kendari.

III. METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi penelitian adalah bank MANDIRI cabang utama Kendari sehingga objek dari penelitian ini adalah nasabah bank MANDIRI Kendari.

3.2 Populasi Dan Sampel

Menurut Sugiyono (2011: 61) populasi adalah wilayah yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jumlah sampel yang akan ditentukan pada penelitian ini berdasarkan hasil penelitian dari Hair *et, al.*, (2010) menyatakan 5 sampai 10 kali jumlah indikator variable bebas. Berdasarkan pedoman tersebut maka jumlah sampel maksimal untuk penelitian ini..

3.3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan untuk mendapatkan hasil penelitian yang maksimal dalam penelitian ini adalah Data kualitatif. Data kualitatif merupakan data yang diperoleh dalam bentuk informasi dari instansi maupun pihak-pihak lain yang ada kaitannya dengan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan kuesioner.

3.5 Teknik Analisis Data

Anlisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

IV. HASIL PENELITIAN

4.1 Deskriptif Variabel Penelitian

Deskripsi variabel penelitian bertujuan untuk menginterpretasikan mengenai distribusi frekuensi jawaban responden dari data yang terkumpul atas dimensi kualitas layanan berupa variable bukti fisik (X1), empati (X2), keandalan (X3), daya tanggap (X4) dan jaminan (X5), dan variabel Y kepuasa nasabah bank mandiri kc Kendari Masjid Agung. Indikator yang paling kuat merefleksikan Bukti fisik yang ada dibank mandiri kc utama Kendari adalah indikator X1.1 dengan nilai rerata item **4,76** atau berada pada kategori sangat baik dan indikator yang rendah adalah indikator X1.2 dengan nilai rerata item sebesar

4,26 atau berada pada kategori baik. Indikator yang paling kuat merefleksikan empati yang ada dibank mandiri kc utama Kendari adalah indikator X2.2 dengan nilai rerata item **4,70** atau berada pada kategori sangat baik dan indikator yang rendah adalah indikator X2.3 dengan nilai rerata item sebesar **4,36** atau berada pada kategori baik.

Indikator yang paling kuat merefleksikan Keandalan yang ada dibank mandiri kc utama Kendari adalah indikator X3.1 dengan nilai rerata item **4,54** atau berada pada kategori sangat baik dan indikator yang rendah adalah indikator X2.3 dengan nilai rerata item sebesar **4,50** atau berada pada kategori baik. Indikator yang paling kuat merefleksikan Daya tanggap yang ada dibank mandiri kc utama Kendari adalah indikator X4.1 dengan nilai rerata item **4,50** atau berada pada kategori sangat baik dan indikator yang rendah adalah indikator X4.2 dengan nilai rerata item sebesar **4,4** atau berada pada kategori baik. Indikator yang paling kuat merefleksikan Daya tanggap yang ada dibank mandiri kc utama Kendari adalah indikator X5.1 dengan nilai rerata item **4,28** atau berada pada kategori sangat baik dan indikator yang rendah adalah indikator X5.2 dengan nilai rerata item sebesar **4,2** atau berada pada kategori baik. Hasil keseluruhan yang di tampilkan pada tabel diatas menyimpulkan tanggapan responden mengenai kualitas layanan yang ada pada bank Mandiri kc utama Kendari yang diukur berdasarkan 5 indikator yaitu bukti fisik, empati, keandalan, daya tanggap, jaminan. Hal ini berarti bahwa dimensi kualitas layanan pada bank Mandiri kc utama Kendari telah berjalan dengan baik sehingga mempengaruhi kepuasan nasabah bank Mandiri kc utama Kendari. Berdasarkan data diatas nilai rerata item yang paling kuat adalah item pernyataan Y1 pernyataan Y2 dan Y3 dengan nilai item sedang. Dan hasil keseluruhan yang di tampilkan pada tabel diatas menyimpulkan nilai rerata dari kepuasan nasabah sebesar 4.43 artinya bahwa tanggapan responden mengenai Kepuasan nasabah yang ada pada Bank mandiri kc utama Kendari yang diukur berdasarkan 3 item pertanyaan memiliki nilai yang positif atau berada pada kategori sangat baik dalam kualitas layanan yang ada pada Bank Mandiri.

Pada pembahasan sebelumnya telah dikemukakan bahwa untuk dapat menjawab hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu mengenai pengaruh variabel bebas terhadap variable terikat baik yang secara simultan maupun yang secara parsial dilakukan dengan regresi linear berganda. Ringkasan hasil perhitungan analisis liner berganda dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.1 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

No	Variable bebas	Koefisien regresi (β)	t_{hitung}	t_{sig}
1	Bukti fisik	.164	2.171	.033
2	Empati	.026	.349	.728
3	Keandalan	.272	3.208	.002
4	Daya tanggap	.327	2.979	.004
5	Jaminan	.252	2.502	.015
R = 0,851				
R Square (R^2) = 0,725				
F_{hitung} = 36.292				
F_{sig} = 0,000				
Standar Error = 1,132				

Sumber : Data Primer, olahan tahun 2020

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda menggunakan IMB SPSS 21 pada tabel 4.15 diatas, maka diperoleh penjelasan sebagai berikut :

1. Nilai R (angka koefisien korelasi) sebesar 0,851 menunjukkan bahwa keeratan hubungan langsung antara variable kualitas layanan dan kepuasan nasabah bank sehingga hubungan ini secara sistematis tergolong kuat.
2. Nilai R²(R-Square) sebesar 0,725 menunjukkan bahwa besarnya pengaruh langsung variable dimensi Bukti fisik (X1), empati (X2), keandalan (X3), daya tanggap (X4), jaminan (X5) dan kepuasan nasabah (Y). Sisanya dipengaruhi oleh variable lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini sebesar 0,287%.

Sehingga dapat dilihat model analisis regresi linear berganda sebagai model penjelasan kualitas layanan (X1),(X2),(X3),(X4),(X5) terhadap kepuasan nasabah bank (Y) pada Bank Mandiri kc utama Kendari adalah sebagai berikut :

$$Y = (X1) + 0,164 (X2) + 0,026 (X3) + 0,272 (X4) + 0,372 (X5) + 0,252$$

Pada model regresi ini, nilai koefisien dimensi kualitas layanan menunjukkan bernilai positif dengan nilai bukti fisik (X1) 0,164, empati (X2) 0,026, keandalan (X3) 0,272, Daya tanggap (X4) 0,372, dan jaminan (X5) 0,252.

Variable bukti fisik (X1) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada bank Mandiri kc utama kendari. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi untuk variable bukti fisik (0.164) dengan nilai signifikan (0,033) atau $\leq \alpha$ (0,005). Artinya bahwa dengan adanya bukti fisik akan memberikan dampak kepuasan pada nasabah bank mandiri sehingga hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima.

Variable empati (X2) mempunyai pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah pada bank Mandiri kc utama kendari. Hal ini ditunjukkan nilai koefisien regresi untuk variable empati (0,026) dengan nilai tidak signifikan (0,728) atau lebih besar dari nilai signifikansi yaitu $\geq \alpha$ (0,005). Dengan demikian empati berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah bank Mandiri kc utama Kendari. Artinya bahwa dengan adanya atau tidak adanya sikap empati tidak akan memberikan dampak apa-apa pada nasabah bank mandiri sehingga hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini ditolak.

Variable keandalan (X3) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada bank Mandiri kc utama kendari. Hal ini ditunjukkan nilai koefisien regresi untuk variable keandalan (0.272) dengan nilai signifikan (0,002) atau $\leq \alpha$ (0,05). Dengan demikian keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Artinya bahwa dengan adanya sikap keandalan memberikan dampak terhadap kepuasan nasabah bank mandiri sehingga hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima.

Variable daya tanggap (X4) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada bank Mandiri kc utama kendari. Hal ini ditunjukkan nilai koefisien regresi untuk variable daya tanggap (0.327) dengan nilai signifikan (0,004) atau lebih kecil dari nilai signifikansi α (0,05). Dengan demikian daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah bank. Artinya bahwa adanya kemampuan daya tanggap akan memiliki arti atau dampak kepuasan pada nasabah bank mandiri sehingga hipotesis keempat yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima.

Variable jaminan (X5) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada bank Mandiri kc utama kendari. Hal ini ditunjukkan nilai koefisien regresi untuk variable jaminan (0.252) dengan nilai signifikan (0,015) atau $\leq \alpha$ (0,005). Dengan demikian jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah bank. Artinya bahwa dengan ditegakkannya sikap terjamin pada nasabah akan memberikan dampak kepuasan nasabah bank mandiri sehingga hipotesis kelima yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima.

Kajian terhadap dimensi kualitas layanan berupa bukti fisik, empati, keandalan, daya tanggap dan jaminan terhadap kepuasan nasabah bank mandiri kc utama kendari merupakan upaya untuk mengetahui fakta atau kondisi baik-tidaknya, atau tinggi-rendahnya pengaruh dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada bank Mandiri kc utama Kendari secara parsial. Berdasarkan hasil uji regresi

linear berganda yang penulis lakukan, secara parsial menyatakan bahwa variabel dimensi kualitas layanan seperti bukti fisik, keandalan, daya tanggap, dan jaminan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada bank Mandiri kc utama Kendari sedangkan empati berpengaruh secara positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah bank Mandiri kc utama Kendari.

Dengan demikian pembahasan penelitian ini meliputi deskriptif variabel, pengukuran koefisien dan hasil pengujian hipotesis, Pembahasan pengukuran dan deskriptif variable melalui nilai rata-rata pada setiap indikator pengukuran variabel. Selain itu pembahasan mengenai hubungan dengan memperhatikan nilai koefisien dan signifikan. Pembahasan hipotesis dan koefisien bertujuan untuk menjustifikasi tujuan dan permasalahan ini. Berdasarkan tujuan, kesenjangan penelitian terdahulu, hipotesis dan hasil analisis data maka hasil penelitian ini mengkombinasi teori hasil-hasil penelitian terdahulu dan fakta empiris yang terjadi pada objek guna memverifikasi hasil penelitian dan dengan memperkuat atau menolak teori maupun hasil penelitian sebelumnya.

Dari hasil penelitian terdapat pengaruh antara bukti fisik terhadap kepuasan nasabah bank Mandiri kc utama Kendari, hal ini dijelaskan berdasarkan jawaban responden yang berkaitan dengan bukti fisik sudah tergolong sangat baik karena Bank mandiri telah menyediakan fasilitas untuk nasabah Bank berupa keadaan kantor yang rapi, bersih, nyaman, dilengkapi dengan fasilitas, ATM, televisi, dan wc. Selain itu Bank Mandiri juga telah menyediakan lapangan parkir yang luas dengan tatanan yang bagus dimana pengguna motor dan mobil ditempatkan secara terpisah pada tempatnya untuk nasabah. Bank Mandiri juga menyediakan ruang tunggu yang nyaman seperti ketersediaan ac, kursi sofa yang empuk, dan tersedianya air minum aqua gelas untuk nasabah yang merasa haus. Dengan jawaban responden yang ditunjukkan sebagian besar menjawab setuju. Artinya bukti fisik yang dirasakan oleh para nasabah bank Mandiri memberikan rasa yang nyaman, dan ini memiliki peran yang sangat penting untuk kepuasan nasabah. Semakin baiknya kualitas layanan yang ditawarkan akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah. Hal ini karena apabila layanan yang ditawarkan berkualitas, secara langsung akan menarik nasabah untuk menggunakan layanan yang ditawarkan oleh Bank Mandiri.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan Parasuraman *et. al.*, (1998) dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006) bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan serta keadaan lingkungan sekitarnya merupakan salah satu cara perusahaan jasa dalam menyajikan kualitas layanan terhadap pelanggan. Diantaranya meliputi fasilitas fisik (gedung, buku, rak buku, meja dan kursi, dan sebagainya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan), serta penampilan pegawai.

Berdasarkan hasil penelitian penulis bahwa variable bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah hasil yang sama juga terdapat pada hasil penelitian Adi Bima Wicaksono (2009) yang melakukan penelitian mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Pada penelitian ini pelanggan yang dimaksud adalah para nasabah Bank Jateng Pemuda Semarang. Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa dimensi kualitas pelayanan bukti fisik mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Namun bertentangan dengan hasil penelitian Sabihaini (2000) yang melakukan penelitian pada empat bank (Citibank, BNI, BCA dan Bali) bahwa dimensi kualitas pelayanan tangibles tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian penulis bahwa terdapat pengaruh positif tetapi tidak signifikan antara empati terhadap kepuasan nasabah bank Mandiri kc utama Kendari, pada variable empati berupa Bank Mandiri memiliki karyawan yang peduli atas kebutuhan nasabah seperti karyawan selalu menyampaikan informasi kepada nasabah yang belum paham dengan proses transaksi sampai nasabah benar-benar mengerti, ramah dan murah senyum kepada nasabah. Selain itu Bank Mandiri juga memiliki karyawan yang selalu siap membantu nasabah yang memerlukan informasi seperti karyawan/satpam yang membantu nasabah tanpa dimintai pertolongan dalam proses transaksi. Bank mandiri juga memiliki karyawan/*teller* yang memberikan perhatian kepada nasabah dalam hal pelayanan seperti karyawan yang

selalu menunjukkan sikap ramah, dan nasabah selalu mendapatkan kemudahan berkomunikasi dengan karyawan bank, yang diperoleh dari analisis data didapati angka besar dengan jawaban yang setuju namun tidak terjadi pengaruh signifikan. Ini bisa disebabkan oleh beberapa hal misalnya nasabah yang melakukan transaksi di bank mandiri adalah nasabah yang menggunakan jasa bank tidak tertarik dengan empati yang ada pada bank, nasabah yang tidak tetap atau nasabah yang datang atas dasar perintah bukan sebagai pengguna asli. Artinya empati atau kepedulian yang diberikan oleh karyawan Bank Mandiri kepada nasabah sudah baik namun yang dirasakan oleh para nasabah bank Mandiri tidak berpengaruh dengan kepuasan yang dirasakan oleh nasabah.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan teori yang dikemukakan Parasuraman *et, al.*, (1998) dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006:182), empati (*emphaty*) yaitu perhatian dengan memberikan sikap yang tulus dan berifat individual atau pribadi yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian Adi Bima Wicaksono (2009) yang melakukan penelitian mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa dimensi kualitas pelayanan empati mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hal serupa juga tidak sesuai dengan hasil penelitian oleh Istianto dan Tyra (2012) pada rumah makan Ketty Resto di Palembang, yang menyimpulkan bahwa empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara keandalan terhadap kepuasan nasabah bank Mandiri kc utama Kendari, ini disebabkan pada variable keandalan atas pernyataan mengenai karyawan yang melayani nasabah dalam proses transaksi tanpa membuat nasabah menunggu lama. Karyawan Bank Mandiri juga memiliki standar pelayanan yang jelas untuk nasabah Bank Mandiri seperti karyawan yang menyampaikan informasi mengenai perbankan secara terperinci dan tidak berbelit-belit. Artinya keandalan yang diberikan oleh karyawan Bank Mandiri kepada nasabah sudah masuk pada kategori baik dan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan Parasuraman *et, al.*, (1998), dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006: 182) keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. Pemenuhan janji dalam pelayanan akan mencerminkan kredibilitas perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Adi Bima Wicaksono (2009) yang melakukan penelitian mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa dimensi kualitas pelayanan keandalan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hal serupa juga sesuai dengan hasil penelitian oleh Istianto dan Tyra (2012) pada rumah makan Ketty Resto di Palembang, yang menyimpulkan bahwa keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Daya tanggap memiliki makna yang penting bagi kepuasan nasabah. Hal ini dapat disebabkan oleh keinginan Bank Mandiri dalam memberikan pelayanan dengan tanggap berimplikasi secara langsung terhadap keinginan nasabah untuk tetap menggunakan layanan Bank Mandiri kc utama Kendari. Sikap dan perilaku karyawan berkaitan dengan daya tanggap yang selalu merespon baik setiap nasabah yang ingin mendapatkan pelayanan, memberikan pelayanan secara akurat dan tepat untuk nasabah Bank Mandiri, dan karyawan memberikan pelayanan yang cepat kepada nasabah ketika melakukan transaksi seperti keterampilan karyawan dalam menangani keluhan nasabah. Kepuasan nasabah saat berinteraksi

dengan karyawan Bank Mandiri berpengaruh pada persepsi kualitas layanan dan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan Parasuraman *et, al.*, 1998 dalam Lupiyoadi & Hamdani, (2006: 182) daya tanggap yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Dan membiarkan nasabah menunggu merupakan persepsi yang negative dalam kualitas pelayanan. Hubungan daya tanggap dengan kepuasan nasabah adalah daya tanggap mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian penulis bahwa variable daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah hasil yang sama juga terdapat pada hasil penelitian Adi Bima Wicaksono (2009) yang melakukan penelitian mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Pada penelitian ini pelanggan yang dimaksud adalah para nasabah Bank Jateng Pemuda Semarang. Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa dimensi kualitas pelayanan daya tanggap mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hasil yang sama juga berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Istianto dan Tyra (2012) pada rumah makan Ketty Resto di Palembang, yang menyimpulkan bahwa daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Jaminan sesuai dengan keinginan nasabah menjadi salah satu factor penentu kepuasan nasabah. Karenanya itu, hubungan yang positif dan signifikan antara jaminan terhadap kepuasan nasabah bank Mandiri kc utama Kendari dipengaruhi oleh , hal yang berkaitan dengan sifat menjamin dari karyawan yang mampu memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan kepada nasabah yang melakukan transaksi, seperti dalam proses transaksi dilakukan dengan cepat sehingga nasabah yang antri tidak menunggu terlalu lama. Selain itu karyawan juga dapat memberikan jaminan legalitas dalam melayani nasabah yang melakukan transaksi, bank mandiri juga menjadi tempat yang terpercaya untuk menyimpan uang. Dalam hal ini jaminan yang ada pada Bank Mandiri kc utama Kendari mempengaruhi kepuasan nasabah dan tergolong pada kategori baik.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan Parasuraman *et, al.*, (1998) dalam Lupiyoadi & Hamdani, (2006: 182) jaminan yaitu meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuannya terhadap produk secara tepat, keramahan, perhatian dan kesopanan, ketrampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan nasabah terhadap perusahaan, sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau pun keraguan. Pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan dapat menumbuhkan rasa percaya para nasabah kepada perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian penulis bahwa variable jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah hasil yang sama juga terdapat pada hasil penelitian Adi Bima Wicaksono (2009) yang melakukan penelitian mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Pada penelitian ini pelanggan yang dimaksud adalah para nasabah Bank Jateng Pemuda Semarang. Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa dimensi kualitas pelayanan jaminan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Namun bertentangan dengan hasil penelitian Sabihaini (2000) yang melakukan penelitian pada empat bank (Citibank, BNI, BCA dan Bali) bahwa dimensi kualitas pelayanan jaminan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data, pembuktian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dimensi kualitas layanan berupa bukti fisik mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah bank Mandiri kc utama Kendari, hal ini dijelaskan berdasarkan jawaban responden yang berkaitan dengan keadaan kantor yang rapi, bersih, dilengkapi dengan fasilitas, ATM, televisi, dan wc. Selain itu Bank Mandiri juga telah menyediakan lapangan parkir yang luas dengan tatanan yang bagus dimana pengguna motor dan mobil ditempatkan secara terpisah pada tempatnya untuk nasabah. Bank Mandiri juga menyediakan ruang tunggu yang nyaman seperti ketersediaan ac, kursi sofa yang empuk, dan tersedianya air minum aqua gelas untuk nasabah yang merasa haus.
2. Empati mempunyai pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah bank Mandiri, Ini bisa disebabkan oleh beberapa hal misalnya nasabah yang melakukan transaksi di bank mandiri adalah nasabah yang menggunakan jasa bank tidak tertarik dengan empati yang ada pada bank, nasabah yang tidak tetap atau nasabah yang datang atas dasar perintah bukan sebagai pengguna asli.
3. Dimensi kualitas layanan berupa keandalan, daya tanggap, dan jaminan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah bank Mandiri kc Kendari masjid agung. Hal ini dijelaskan berdasar pada jawaban responden yang menilai baiknya sifat handal karyawan, memiliki daya tanggap yang baik dan menjamin yang baik pada nasabah bank Mandiri kc utama Kendari.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan simpulan yang ada maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa pada variabel kualitas layanan berupa empati memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan. Diharapkan Bank Mandiri kc Kendari Masjid Agung dapat menjaga dan mempertahankan kualitas layanannya dan menciptakan produk bank yang berkualitas sesuai dengan kebutuhan nasabah.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat memecahkan masalah Bank Mandiri terhadap empati agar dapat berpengaruh positif dan signifikan.
3. Mengingat perkembangan kepuasan nasabah sangat penting bagi instansi/organisasi, maka hendaknya dapat diterapkan lebih meningkat dan lebih baik lagi seluruh faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah bank, sehingga dapat mendukung kemajuan instansi/organisasi dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta
- Abdulhak, Ishak dan Ugi Suprayogi. 2011. *Penelitian Tindakan dalam pendidikan nonformal*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Adi Kuswanto. 2009. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah*, Jurnal Ekonomi Bisnis No. 2 Vol. 14. Agustus 2009.
- A. Parasuraman, Zeithml, V.A., & Berry, L.L., 1985. *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Research*. The Journal of Marketing. Vol. 49, no. 4, 41-50.
- A. Parasuraman, Zeithml, V.A., & Berry, L.L., 1988. *SERVQUAL : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality*. Journal of Retailing. Vol.64, no.1, 12-40.
- Ariani, D. Wahyu, 2009, *Manajemen Operasi Jasa Edisi Pertama*, Yogyakarta : Graha Ilmu
- Arikunto, Suharsimi, 2001. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta, Rineka Cipta

- Arlian Harisan dan Arief Purwanto. 2018. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Yang Menabung Pada Bank Sultra*, Jurnal Ilmu Manajemen, Volume 4 Nomor 1, Maret 2018.
- Barnes, James G. 2003. *Secrets Of Customer Relationship Management*, Yogyakarta: Andi.
- Chandra, Gregorius. 2002. *Strategi dan Program Pemasaran*, Edisi 1. Yogyakarta: Andi.
- Duwi Prayatno, 2011. *SPSS Analisis Statistik Data Lebih Cepat Lebih Akurat*, Yogyakarta: Medikom.
- Elok Berliana Haryanti. 2018 *Analisis Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan BSM. Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Endarwita. 2013. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Tabungan Bank BRI Cabang Simpang Empat*. e-Jurnal Apresiasi Ekonomi Volume 1, Nomor 3, September 2013 : 167-180.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, JE, and Anderson RE, and Tatham RL, and Black WC. 1995. *Multivariate Data Analysis With Reading*. Prentice-Hall International
- Hasan. 2006. *Pengaruh Kualitas Jasa Bank Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Semarang*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Vol. 1 No.1 April 2006. P. 1-14.
- Hasibuan, Malayu. 2008. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia, edisi kedua*, Yogyakarta: BPFE
- John Hendra Istianto dan Maria Josephine Tyra. 2011. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Ketty Resto. Palembang*. Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi, 1(3), h: 275-293.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management 15th Edition/Global Edition*. England. Pearson.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi ke Dua*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nasution, M. Nur. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nugroho, J. Setiadi. 2003. *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Prasetyo, Bambang, 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Samsudin, H. Sadeli. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bandung: Pustaka Setia.
- Samuel Gianluca Endico. 2017. *Pengaruh Produk, Harga, Promosi Penjualan, Pemasaran Langsung dan Digital terhadap Minat Beli: Studi Kasus Pada Konsumen Nimco Royal Store di Yogyakarta*. *Skripsi*, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.
- Sabihaini, 2000, *Analisis Tingkat Layanan Pelanggan pada Bank*, Jurnal Siasat Bisnis, No. 5 (1), Yogyakarta, p.79-93.
- Siregar, Syofian. 2010. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Rajawali.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2003. *Total Quality Manajemen*, Edisi Revisi, Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi.
- Tjoanoto Michael Tanu dan Kunto Yohanes Sondang, 2013. *Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction di Restoran Jade Imperial*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol.1 No. 1.
- Yusuf. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kinerja Pegawai Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Seminar Nasional Manajemen 4 (SNM4).