

## PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK SULSELBAR

Risa Arsita Sari<sup>1</sup>, Nurul Fadilah Aswar<sup>2</sup>, Annisa Paramaswary Aslam<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup> Universitas Negeri Makassar  
 risaarsitasari4@gmail.com<sup>1</sup>, nurul.fadilah.aswar@unm.ac.id<sup>2</sup>,  
 annisa.paramaswary@unm.ac.id<sup>3</sup>

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Sulselbar. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas Layanan dan Kepercayaan sedangkan variabel terikatnya adalah Kepuasan Nasabah. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh Nasabah PT. Bank Sulselbar sebanyak 1.000.000 orang sedangkan sampel yang digunakan yaitu sebanyak 100 orang nasabah dengan teknik penarikan sampling teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 25.00 for windows. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh persamaan regresi berganda  $Y = 4,502 + 0,175X1 + 0,290X2$ . Hasil hipotesis Uji F menunjukkan nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel dengan taraf signifikansi  $0,000 < 0,05$ , yang berarti variabel bebas (Kualitas Layanan dan Kepercayaan) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y (Kepuasan Nasabah). Sedangkan hasil uji-t diperoleh nilai t hitung variabel Kualitas Layanan lebih besar dari nilai t-tabel dengan taraf signifikansi  $0,000 < 0,05$ , yang berarti Kualitas Layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Begitu pula untuk variabel Kepercayaan diperoleh nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel dengan taraf signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , yang berarti Kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

**Kata Kunci :** Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah.

**Abstract:** This study aims to determine the effect of service quality and trust on customer satisfaction at PT. South Sulawesi Bank. The independent variables in this study are Service Quality and Trust, while the dependent variable is Customer Satisfaction. The population in this study are all customers of PT. Bank Sulselbar as many as 1,000,000 people while the sample used is 100 customers with a purposive sampling technique. Data was collected using a questionnaire. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis using SPSS 25.00 for windows. Based on the results of the study, the multiple regression equation  $Y = 4.502 + 0.175X1 + 0.290X2$ . The results of the F test hypothesis show that the calculated F value is greater than the F table value with a significance level of  $0.000 < 0.05$ , which means that the independent variables (Service Quality and Trust) simultaneously have a positive and significant effect on the Y variable (Customer Satisfaction). Meanwhile, the results of the t-test obtained that the t-count value of the Service Quality variable is greater than the t-table value with a significance level of  $0.000 < 0.05$ , which means that Service Quality partially has a positive and significant effect on Customer Satisfaction. Likewise for the Trust variable, the t-count value is greater than the t-table value with a significance level of  $0.000 < 0.05$ , which means that Trust partially has a positive and significant effect on Customer Satisfaction.

**Keywords:** Service Quality, Trust and Customer Satisfaction.

### I. PENDAHULUAN

PT. Bank Sulselbar terus bertransformasi dalam memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah diantaranya didukung oleh para *front office* dan *management* bank yang profesional dan berpengalaman serta mempunyai kompetensi dalam bidangnya, oleh sebab itu perusahaan harus benar-benar memperhatikan mutu pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Pengetahuan mengenai apa yang dibutuhkan oleh nasabah, siapa saja yang menjadi nasabah, dimana nasabah dapat memenuhi kebutuhannya, siapa yang terlibat dalam kegiatan pemasaran sudah menjadi prioritas bagi perusahaan dalam meningkatkan pelayanan.

Hal yang melatarbelakangi permasalahan, bahwa berbagai upaya yang dilakukan oleh PT. Bank Sulselbar tersebut tidak diimbangi dengan pemerataan kualitas pegawai disetiap cabang dalam memberikan pelayanan. Beberapa kasus di kantor cabang pendukung (KCP) PT. Bank Sulselbar yangseringkali mendapat keluhan dari nasabah akibat pelayanan yang lama dan *customerservice* yang tidak ramah dalam menanggapi keluhan nasabah, hal berbeda ditemukan pada kantor pusat dan kantor cabang utama (KCU) PT. Bank Sulselbar. Pelayanan yang diberikan sangat cepat karena didukung jumlah *front liner* yang banyak serta ramah dalam menghadapi keluhan nasabah. Adanya ketimpangan pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Sulselbar dapat membuat penilaian terhadap *performance* pelayanan menjadi tidak begitu baik yang menyebabkan nasabah tidak puas akan layanan yang diberikan, dengan adanya permasalahan tersebut PT. Bank Sulselbar harus melakukan *training* kepada semua karyawannya dan melakukan standarisasi di seluruh kantor PT. Bank Sulselbar untuk menjamin mutu dan kualitas pelayanan terhadap nasabah.

Kemudian peningkatan kualitas yang diberikan PT. Bank Sulselbar akan menimbulkan rasa percaya nasabah dalam menggunakan produk PT. Bank Sulselbar, Kepercayaan akan berbanding lurus terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, masyarakat sebagai pengguna jasa perbankan kini lebih selektif dalam memilih bank mana yang akan digunakan untuk melakukan pinjaman dan menyimpan dananya, adanya *preference* bank BUMN dan Swasta yang tersedia membuat PT. Bank Sulselbar harus bersaing dan mendapatkan kepercayaan nasabah agar terus menggunakan jasanya dan tidak berpaling kepada perbankanlain. Dalam meningkatkan kepercayaan nasabah PT. Bank Sulselbar dapat melakukan komunikasi secara dua arah dengan nasabah, produk atau jasa yang ditawarkan melebihi harapan nasabah dan menunjukkan apresiasi kepada nasabah. Ketika kualitas pelayanan dan kepercayaan diperoleh maka nasabah akan menjadi puas terhadap produk atau jasa yang ditawarkan PT. Bank Sulselbar. Kepuasan nasabah menjadi faktor kunci untuk memenangkan persaingan bisnis.

Menurut *survey* penilaian kepuasan pelayanan terbaik pada Bank Pembangunan Daerah yang dilakukan oleh Marketing Research Indonesia (MRI) tahun 2019, PT. Bank Sulselbar menduduki posisi 7 dari 10 besar Bank Pembangunan Daerah selamasepuluh tahun terakhir. PT. Bank Sulselbar berada dibawah Bank Kalsel. Menduduki posisi tiga terbawah harus menjadi perhatian yang serius oleh PT. Bank Sulselbar, dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah dibutuhkan perbaikan secara *continue* dan inovasi terhadap strategi pelayanan yang diberikan.

## II. METODE PENELITIAN

### Populasi Dan Sampel

1. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya . Populasi dalam penelitian ini adalah data nasabah PT. Bank Sulselbar padatahun 2020 secara *year on year* yang berjumlah 1.132.140 Nasabah.
2. Sampel merupakan bagian atau sejumlah cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara rinci. Pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa populasi yang ada sangat besar jumlahnya, sehingga tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh populasi yang ada. “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi”.

## Teknik Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Angket (*Questionnary*) adalah pengumpulan data dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan pada responden yang akan diteliti untuk diisi. Dalam hal ini kuesiner diserahkan secara langsung pada responden di lokasi penelitian.
2. Pengamatan (*Observasi*) adalah suatu teknik pengumpulan data dengan cara mengadakan pengamatan langsung (*Participation*) pada objek yang diteliti sehingga diperoleh gambaran yang jelas mengenai permasalahan yang dihadapi masyarakat.
3. Dokumentasi (*Documentation*) adalah teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data sekunder yang didasarkan pada pencatatan dan pengamatan untuk membantu kelancaran dalam proses penulisan skripsi, misalnya struktur organisasi, tugas-tugas pegawai dan lain-lain.

## Teknik Analisis Data

1. Analisis Data Deskriptif
2. Uji Kualitas Data
  - a. Uji Validitas
  - b. Uji Reliabilitas
3. Uji Asumsi Klasik
  - a. Uji Multikolinieritas
  - b. Uji Heteroskedastisitas
  - c. Uji Normalitas
4. Uji Hipotesis
  - a. Analisis Regresi Berganda
  - b. Uji Parsial (Uji t)
  - c. Uji Simultan (Uji F)
  - d. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	4,502	4,781		0,942	0,349
1	Kualitas Layanan	0,175	0,046	0,318	3,816	0,000
	Kepercayaan	0,290	0,054	0,448	5,380	0,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : hasil olahan data primer, 2021

Tabel koefisien hasil output SPSS menunjukkan persamaan analisis regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 4,502 + 0,175X_1 + 0,290X_2$$

Interpretasi persamaan regresi tersebut adalah :

- a) Nilai a sebesar 4,502 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel kepuasan nasabah belum dipengaruhi oleh variabel lain yaitu variabel kualitas layanan dan kepercayaan. Jika variabel independent tidak ada maka variabel kepuasan nasabah (Y) tidak mengalami perubahan.
- b) Untuk variabel kualitas layanan (X1) nilai koefisien sebesar 0,175 (17,5%) menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan mempunyai nilai positif terhadap kepuasan nasabah (Y) yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 tingkat/satuan variabel kualitas layanan maka akan mempengaruhi kepuasan nasabah (Y) sebesar (17,5%) dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.
- c) Untuk variabel kepercayaan nasabah (X2) nilai koefisien sebesar 0,290 (29%) menunjukkan bahwa variabel kepercayaan nasabah mempunyai nilai positif terhadap kepuasan nasabah (Y) yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 tingkat/satuan variabel kepercayaan nasabah maka akan mempengaruhi kepuasan nasabah (Y) sebesar (29%) dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

## **Pembahasan**

### **1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah.**

Menurut Kotler (2019) kualitas layanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan. Berdasarkan hasil analisis uji-t, terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan Nasabah pada Bank Sulselbar Makassar. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Nur Rifqi:2016) yang mengatakan bahwa kualitas layanan yang terdiri dari *Tangible (X1)*, *Realibility (X2)*, *Responsiveness (X3)*, *Assurance (X4)*, dan *Emphaty (X5)*, secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif.

### **2. Pengaruh Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah.**

Menurut (Hunt, 2004:9) kepercayaan adalah suatu rasa percaya kepada mitra dimana seseorang berhubungan satu sama lain. Kepercayaan timbul ditunjukkan oleh suatu kredibilitas yang diperoleh dari pihak lain karena memiliki keahlian yang dikehendaki untuk melakukan suatu tugas. Kepercayaan juga dapat diperoleh karena melakukan sesuatu hal yang terbaik kepada pihak lain melalui suatu hubungan. Tingkat kepercayaan dapat diukur melalui beberapa faktor antaralain kejujuran dalam bertransaksi, tanggung jawab perusahaan terhadap konsumen dan masih banyak lagi (Indarjo, 2002:13). Berdasarkan hasil analisis uji-t, terdapat pengaruh positif dan signifikan kepercayaan nasabah terhadap kepuasan Nasabah pada Bank Sulselbar Makassar. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Novreza, dkk, 2016) yang mengatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *BRI Mobile*.

### **3. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah.**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Ini kemudian sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mastura (2018) yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas

layanan dan kepercayaan yang diberikan oleh Bank Sulselbar maka kepuasan nasabah juga akan meningkat. Kepercayaan merupakan kunci utama bagi berkembang atau tidaknya suatu Bank. Kepercayaan merupakan kesediaan individu untuk percaya karena yakin bahwa dalam melakukan transaksi, mitranya akan memberikan apa yang diharapkannya. Indikator kepercayaan yang memberikan pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan nasabah pada bank Sulselbar adalah indikator Kejujuran. Bersikap jujur transparan dan terbuka dalam menawarkan, memberikan informasi, dan melakukan edukasi nasabah merupakan faktor yang sangat mempengaruhi tingkat kepercayaan nasabah pada Bank Sulselbar.

#### **IV. KESIMPULAN DAN SARAN**

##### **Kesimpulan**

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Sulselbar Makassar.
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kepercayaan Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Sulselbar Makassar.
3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Layanan dan Kepercayaan Nasabah secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Sulselbar Makassar.

##### **Saran**

1. Disarankan kepada pihak Bank Sulselbar agar sekiranya memperbaiki sistem aplikasi dan mensosialisasikan fitur” dalam aplikasi mobile banking, agar Bank Sulselbar mampu mengatasi keluhan sebagian nasabah yang pada saat transaksi melalui mesin ATM bisa segera teratasi
2. Disarankan pada Bank Sulselbar agar keluhan nasabah terkait masalah menunggu antrian segera dibenahi pelayanan baik pada teller dan customer service agar nasabah tidak bosan terlalu lama menunggu antrian.
3. Disarankan kepada Bank Sulselbar agar mampu memberikan solusi kepada nasabah dengan mensosialisasikan penggunaan aplikasi mobile banking agar nasabah memiliki opsi lain dalam bertransaksi di Bank Sulselbar, ketika mesin ATM sedang diperbaiki/error/rusak.
4. Kepuasan nasabah perlu untuk ditingkatkan lagi, caranya dengan menyediakan fitur kotak saran di dekat pintu serta pulpen dan kertas supaya nasabah dapat menulis saran atau komentar ke Bank Sulselbar tersebut tujuannya agar bank Sulselbar melakukan perbaikan terhadap kinerjanya terutama dalam hal kualitas layanan dan kepercayaan nasabah.
5. Disarankan kepada Bank Sulselbar agar tetap mempertahankan kepercayaan nasabah dengan mempertahankan kredibilitas, integritas perusahaan, kompetensi yang dimiliki karyawan serta konsisten dan bersikap loyal.. Dengan menjaga 5 aspek tersebut maka akan memberikan keyakinan kepada publik dan nasabah bank itu sendiri akan kualitas, kapabilitas, transparansi dan tanggung jawab perusahaan terhadap nasabahnya.

#### **V. DAFTAR PUSTAKA**

- Azis, F. 2017. Dalam Mengawasi Bank Syariah ( Studi : Bank Sulselbar Syariah Ratulangi Makassar ) Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Ekonomi. 4–75.

- Buchari Alma 2013, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung, Penerbit Alfabeta.
- Gunawan, A. I. 2017. (Studi Kasus Pengguna Jasa Bengkel Honda Bintang Motor Cibinong) Ahmad Indra Gunawan Sepeda motor merupakan alat yang dapat digunakan dalam jangka waktu yang panjang dan tidak perlu baru untuk dapat terus dipergunakan . Agar kendaraan selalu dalam keada. 021113241, 1–11.
- Halisan, A., & Purwanto, A. 2018. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Yang Menabung Pada Bank Sultra. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(1), 16– 26.
- Kotler. 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1. Jakarta, Penerbit Erlangga.
- Kotler. 2007, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Indonesia, Penerbit PT. Indeks.
- Kotler. 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1. Jakarta, Penerbit Erlangga.
- Kotler. 2007, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Indonesia, Penerbit PT. Indeks.
- Musa, Muh. Ichwan. 2017. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Universitas Negeri Makassar. *Jurnal Economix Volume 5*. Hal.182.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.Fandy.
- Tjiptono, 2011 , *Pemasaran Jasa*, Malang, Penerbit Bayumedia.
- Sugiono. 2003. *Statistik nonParameter untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Zainal, H., Parinsi, K.W., Hasan, M., Said, F., and Akib, H. 2018. *The influence of strategic assets and market orientation to the performance of family business in Makassar City, Indonesia. Academy of Strategic Management Journal*, 17 (6).
- Zeithaml, Valarie A., Mary Jo Bitner dan Dwayne D. Gremler. 2009. *Services Marketing ± Integrating Customer Focus Across The Firm (5 th ed)*. New York: McGraw-Hill.
- Suhartini. 2007. Analisis kualitas Pelayanan Izin Gangguan pada Kualitas Pelayanan Administrasi Perizinan Kota Makassar. Skripsi, Sekolah Ilmu Administrasi, Lembaga Adminsitrasi Negara, Makassar.