

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN
NASABAH PADA PT. BPR PROFIDANA PARAMITRA**
(Studi Kasus Pada PT. BPR Profidana Paramitra Sewon Bantul Yogyakarta)

Oleh:
Eka Farhatun Hidayah

Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen
Universitas PGRI Yogyakarta

Email: Ekafarhatun35@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dimensi kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra.

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah PT. BPR Profidana Paramitra Sewon Bantul Yogyakarta. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 99 nasabah, pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dengan pendekatan *Purposive Sampling*. Analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis dalam bentuk uji t dan uji F serta analisis koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $Y = -3,666 + 0,048X_1 + 0,114X_2 + 0,330X_3 + 0,383X_4 + 0,152X_5$. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa secara parsial variabel daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), dan empati (X_5) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah sedangkan variabel bukti fisik (X_1) dan keandalan (X_2) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Adapun variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu variabel jaminan (X_3) dengan perolehan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan t_{hitung} sebesar 5,091. Berdasarkan hasil uji F menunjukkan bahwa variabel bukti fisik (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), dan empati (X_5) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y), hal ini dibuktikan dengan perolehan nilai F_{hitung} sebesar 77,632 dengan tingkat signifikansi 0,000 dan nilai R^2 yaitu sebesar 0,898 yang berarti bahwa dimensi kualitas pelayanan memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap kepuasan nasabah. Hasil uji koefisien determinasi juga menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,807 yang artinya kepuasan nasabah dipengaruhi oleh dimensi kualitas pelayanan sebesar 80,7% sedangkan sisanya sebesar 19,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Kata kunci: kualitas pelayanan, bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan kepuasan nasabah.

ABSTRACT

This study aims to determine whether the service quality dimensions that include physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy effect on customer satisfaction PT. BPR ProfidanaParamitra and analyze the most dominant factor in influencing customer satisfaction PT. BPR ProfidanaParamitra.

The population in this study are customers of PT. BPR ProfidanaParamitra Sewon Bantul Yogyakarta. The sample in this study amounted to 99 customers, sampling was done by using Non Probability Sampling with purposive sampling approach. The data analysis used is multiple linear regression analysis, hypothesis testing in the form of t test and F as well as the coefficient of determination.

Based on the research results, obtained the following regression equation: $Y = -3,666 + 0,048 X_1 + 0,114 X_2 + 0,330 X_3 + 0,383 X_4 + 0,152 X_5$. Based on t test results showed that in partial responsiveness (X_3), assurance (X_4), and empathy (X_5) have a significant influence on customer satisfaction while variable tangibles (X_1) and reliability (X_2) does not have a significant effect on customer satisfaction. The most dominant variable affecting customer satisfaction guarantee with the acquisition of variable significance value of 0.000 and 5.091 t_{hitung} . Based on F test results showed that the variable physical evidence (X_1), reliability (X_2), responsiveness (X_3), assurance (X_4), and empathy (X_5) jointly or simultaneously significant effect on customer satisfaction (Y), p this is evidenced by the acquisition value F_{hitung} 77.632 with a significance level of 0.000 and the value of R^2 that is equal to 0.898, which means that the dimensions of service quality has a very strong connection to customer satisfaction. The test results also showed the value of the coefficient of determination R square of 0.807 which means that customer satisfaction is influenced by the dimensions of service quality at 80.7% while the remaining 19.3% is influenced by other variables that are not included in this study.

Keywords: quality of service, physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, empathy, and customer satisfaction.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi ini pertumbuhan ekonomi suatu negara membutuhkan suatu pengaturan sumber daya yang tersedia secara tersruktur dan terarah sehingga hasil yang optimal bisa didapatkan dan digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Lembaga-lembaga ekonomi harus melaksanakan pola tersebut secara bersamaan agar tujuan pembangunan ekonomi yang diharapkan dapat tercapai dan sesuai

dengan rencana pembangunan nasional (Astuti, 2013). Perbankan merupakan suatu lembaga keuangan yang memegang peranan sangat penting dalam usaha pengembangan di sektor ekonomi. Kasmir (2008:1) mengemukakan bahwa semakin maju suatu negara, maka semakin besar peranan perbankan dalam mengendalikan negara tersebut. Dalam Undang-Undang RI Nomor 10 tahun 1998, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat

dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Dewasa ini pertumbuhan perbankan semakin pesat, hal ini ditandai dengan banyaknya bank-bank swasta maupun bank-bank milik negara yang banyak bermunculan hampir disetiap daerah. Dengan semakin banyaknya bank-bank baru tersebut bermunculan maka mengakibatkan persaingan antar bank yang semakin ketat. Persaingan antar bank yang semakin ketat tersebut akan berdampak pula terhadap nasabah karena semakin banyaknya bank-bank yang bermunculan maka semakin banyak pula pilihan terhadap jenis bank yang akan digunakan untuk melakukan transaksi oleh nasabah. Selain itu, persaingan bank yang semakin ketat ini juga menuntut bank untuk mampu mempertahankan maupun menarik nasabahnya.

Sebagai lembaga intermediasi, pihak perbankan membutuhkan suatu kepercayaan dari nasabah sehingga kelangsungan sektor perbankan dapat terus berlangsung, untuk memperoleh kepercayaan dari nasabah maka sektor perbankan harus dikelola secara profesional mulai dari segi pelayanan, pemasaran, dan keuangan yang harus dikelola dengan baik dan penuh kehati-hatian (Nani dan Wolok, 2014). Selain itu perbankan juga harus mampu melakukan inovasi dalam menciptakan produk-produk yang dibutuhkan dan diinginkan oleh masyarakat maupun nasabahnya, baik itu produk yang ditawarkan, pelayanan yang diberikan, maupun citra bank yang baik.

Dewasa ini masyarakat semakin kritis terhadap bank, hal ini ditandai

dengan semakin selektifnya masyarakat dalam memilih bank mana yang akan digunakan untuk melakukan transaksinya. Oleh karena itu perbaikan pelayanan yang diberikan oleh bank merupakan suatu hal yang wajib dilakukan oleh bank agar dapat mempertahankan semua nasabahnya supaya tetap menggunakan jasa layanan keuangan bank dan dapat menarik nasabah-nasabah baru, misalnya dengan melakukan perbaikan mutu pelayanan baik secara fisik (gedung, tempat parkir, kursi, meja) maupun pelayanan dari karyawan, serta meningkatkan kualitas sumber daya yang dimiliki agar kepuasan dari nasabah dapat tercipta.

Engel, et al. 1990 (dalam Tjiptono, 2006:349) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan. Dalam rangka membangun kepuasan nasabah, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan bank sebagai perusahaan jasa, dan tidak dapat dipungkiri bahwa kepuasan pelanggan juga menjadi salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis. Menurut Nasution (2004:47) kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Dengan demikian maka, kualitas pelayanan harus benar-benar dikelola secara profesional, karena bank merupakan suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa yaitu memberikan pelayanan pada nasabahnya.

Dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik maka akan memberikan dampak yang positif bagi setiap nasabah serta memberikan dorongan kepada nasabah untuk menjalin suatu hubungan yang kuat dengan bank. Lovelock, Cristopher dan Lauren Wright (2005:104-105) menyatakan bahwa dalam jangka panjang, akan lebih menguntungkan mempertahankan pelanggan yang baik daripada terus-menerus menarik dan membina pelanggan baru untuk menggantikan pelanggan yang pergi. Pelanggan yang sangat puas akan menyebarkan cerita positif dari mulut kemulut dan hal ini akan menjadi iklan berjalan dan berbicara bagi suatu perusahaan, yang akan menurunkan biaya untuk menarik pelanggan baru. Hal ini sangat penting bagi penyedia jasa profesional, karena nama baik dan cerita dari mulut ke mulut merupakan sumber informasi utama bagi klien.

Umumnya nasabah yang mengalami kepuasan dalam bertransaksi dengan bank akan melakukan transaksi ulang sehingga menimbulkan loyalitas, sebaliknya nasabah yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan beralih menjadi nasabah bank pesaing dan hal ini dapat berdampak negatif terhadap bank dan akan merusak citra bank. Oleh karena itu bank harus mampu memahami dengan seksama apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan dari nasabah sehingga kepuasan dari nasabah dapat tercapai. Sadar dengan hal tersebut, maka PT. BPR Profidana Paramitra selalu berupaya untuk meningkatkan kepuasan nasabahnya dengan memberikan pelayanan yang terbaik. PT. BPR Profidana Paramitra selalu mengutamakan kepuasan dari

nasabahnya. Akan tetapi hal tersebut harus didukung dengan kualitas pelayanan yang handal dan mampu meningkatkan keunggulan yang kompetitif dalam menghadapi persaingan yang ketat. Berdasarkan hal-hal yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah, penulis tertarik mengambil judul sebagai berikut “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN NASABAH PADA PT. BPR PROFIDANA PARAMITRA” (Studi kasus pada PT. BPR Profidana Paramitra Sewon Bantul Yogyakarta).

Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas maka dirumusan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra ?
2. Apakah ada pengaruh keandalan (*reliability*) terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra?
3. Apakah ada pengaruh daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra ?
4. Apakah ada pengaruh jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra?
5. Apakah ada pengaruh empati (*empaty*) terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra?
6. Apakah ada pengaruh bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra?

Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra.
2. Untuk mengetahui pengaruh keandalan (*reliability*) terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra.
3. Untuk mengetahui pengaruh daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra.
4. Untuk mengetahui pengaruh jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra.
5. Untuk mengetahui pengaruh empati (*empathy*) terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra.
6. Untuk mengetahui pengaruh bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra.

KAJIAN TEORI

Pemasaran

Kotler dan Armstrong (2008 : 6) mengemukakan pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial dimana pribadi atau organisasi mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain. Sedangkan Menurut Sumarni (2011 : 6) pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.

Jasa

Menurut Lovelock, Wirtz, dan Mussry (2012 : 16) jasa merupakan suatu aktivitas ekonomi yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2008 : 266) jasa adalah bentuk produk yang terdiri dari aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual dan pada dasarnya tak berwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan akan sesuatu. Berdasarkan definisi tersebut maka dapat diambil kesimpulan bahwa jasa merupakan suatu kegiatan yang sifatnya tidak berwujud dan tidak tahan lama serta tidak menghasilkan kepemilikan apapun untuk pemakainya.

Kualitas Layanan Jasa

Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan jasa agar penjualan jasa suatu perusahaan lebih unggul dibandingkan dengan para pesaingnya adalah dengan memberikan suatu pelayanan yang berkualitas dan bermutu tinggi untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan permintaan konsumen. Menurut Usmara (2003 : 231) pelayanan adalah suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara harapan dengan kinerja (hasil). Definisi kualitas pelayanan menurut Nasution (2004 : 47) adalah suatu tingkat keunggulan yang diharapkan atas tingkat keunggulan tersebut untuk mengetahui keinginan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2007 : 56) terdapat lima dimensi yang digunakan konsumen dalam mengevaluasi kualitas pelayanan, antara lain yaitu :

- a. Bukti fisik (*tangibles*), merupakan kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan fisik

perusahaan dan lingkungan perusahaan adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, tempat parkir, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan karyawan.

- b. Keandalan (*reliability*), merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya, kinerja harus sesuai dengan harapan konsumen yang berarti ketepatan waktu, layanan yang sama untuk semua konsumen tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, serta pelayanan yang tepat dan akurat.
- c. Daya tanggap (*responsiveness*), merupakan kesediaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada konsumen atau pelanggan dengan penyampain informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas maka akan menyebabkan suatu persepsi yang negatif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan.
- d. Jaminan (*assurance*), merupakan pengetahuan dan kesopansantunan karyawan serta kemampuan para karyawan dalam menumbuhkan kepercayaan dan keyakinan pada konsumen terhadap perusahaan.
- e. Empati (*emphaty*), merupakan kesediaan karyawan untuk memberikan perhatian yang mendalam dan khusus kepada masing-masing pelanggan dan berupaya untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumen.

Kepuasan Konsumen

Dalam suatu proses pengambilan keputusan, konsumen tidak hanya berhenti pada proses konsumsi saja namun konsumen akan membandingkan kinerja produk aktual dengan ekspektasi pra pembelian. Apabila kinerja aktual lebih besar atau sama dengan ekspektasi maka konsumen akan merasa puas, namun sebaliknya jika kinerja aktual lebih rendah dibandingkan dengan ekspektasi maka konsumen akan kecewa atau dengan kata lain konsumen tidak puas. Menurut Nasution (2015 : 41) kepuasan pelanggan merupakan suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi. Sedangkan menurut Engel, et al. 1990 (dalam Tjiptono, 2006:349) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan.

Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan

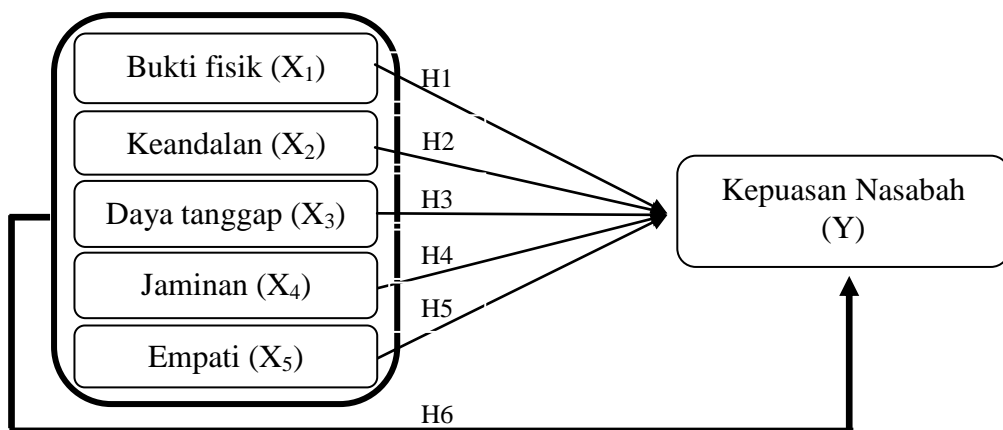
Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terutama bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa memiliki hubungan yang sangat erat karena kepuasan pelanggan tergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan yang pada dasarnya mencakup harapan dan hasil yang diterimanya. Menurut Kruz dan Clow 1998 (dalam Laksana, 2008:97) pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dijelaskan sebagai berikut “*If the service performs at the*

level that is expected or predicted, the satisfaction level is considered to be just “ OK ” artinya jika pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan yang diharapkan, maka akan memberikan kepuasan. Dengan demikian jika kualitas pelayanan terus ditingkatkan sehingga mencapai apa yang diharapkan oleh pelanggan, maka pelanggan akan puas. Kepuasan pelanggan dapat memberikan banyak manfaat bagi perusahaan, dan tingkat kepuasan pelanggan yang semakin tinggi akan menghasilkan loyalitas pelanggan yang lebih besar. Seperti yang dikemukakan oleh Tjiptono dan Chandra (2011:206) pada prinsipnya konsistensi dan superioritas kualitas jasa atau layanan berpotensi menciptakan kepuasan pelanggan yang pada gilirannya akan memberikan beberapa manfaat bagi perusahaan,

seperti: terjalin relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang antara perusahaan dengan para pelanggan, terbukanya peluang pertumbuhan bisnis melalui pembelian ulang, *cross-selling*, dan *up-selling*, Loyalitas pelanggan dapat terbentuk, terjadinya komunikasi gethok tular positif yang berpotensi menarik pelanggan baru, persepsi pelanggan dan publik terhadap reputasi perusahaan semakin positif, laba yang di peroleh perusahaan semakin meningkat.

Kerangka Berpikir

Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan nasabah maka dapat digambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka berpikir

Perumusan Hipotesis

Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1 :Diduga, bukti fisik (*tangible*) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra.

H2 :Diduga, keandalan (*reliability*) berpengaruh positif terhadap

kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra.

H3 :Diduga, daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra.

H4 :Diduga, jaminan (*assurance*) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra.

- H5 :Diduga, empati (*empaty*) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra.
- H6 :Diduga, bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan bentuk penelitian yang ditujukan pada pemecahan suatu masalah yang dianalisis secara statistik dalam rangka untuk menguji kebenaran dari hipotesis yang telah ditetapkan.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013 : 38). Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. Variabel independen (X)

Variabel independen atau bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen atau terikat (Sugiyono, 2013 : 39). Adapun variabel independen dalam penelitian ini adalah: Bukti Fisik (X_1), Keandalan (X_2), Daya Tanggap (X_3), Jaminan (X_4), dan Empati (X_5).

2. Variabel dependen (Y)

Variabel dependen atau terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2013 : 39). Adapun variabel dependen dalam penelitian ini adalah: Kepuasan Nasabah (Y)

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013 : 80). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah PT. BPR Profidana Paramitra sebanyak 10.079 orang nasabah. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013 : 81). Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Karena jumlah populasi lebih dari seratus maka penentuan jumlah sampel pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot d^2}$$

Keterangan:

N = Jumlah Populasi

n = Jumlah Sampel

d = tingkat kesalahan

Dengan asumsi tingkat kesalahan (d) sebesar 10% (0.1) maka jumlah sampel (n) yang dapat diambil adalah:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot d^2}$$

$$n = \frac{10.079}{1 + 10.079(0.1)^2}$$

$n = 99,017$ orang (dibulatkan menjadi 99 orang)

Jadi jumlah sampel yang akan diteliti untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT. BPR Profidana Paramitra yaitu sebanyak 99 nasabah.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari obyek penelitian. Pada penelitian ini data primer diperoleh dari hasil kuisisioner yang telah disebarakan kepada nasabah PT. BPR Profidana Paramitra yang datang ke lokasi penelitian. Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung. Pada penelitian ini data sekunder diperoleh dari sumber PT. BPR Profidana Paramitra. Disamping itu penulis juga melakukan studi pustaka melalui buku, literatur, jurnal, serta tulisan-tulisan yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti.

Metode Pengumpulan Data

Dalam usaha untuk mendapatkan data yang dibutuhkan oleh penulis, penulis menggunakan dua metode, yaitu : Observasi dan kuisisioner. Sutrisno Hadi, 1986 (dalam Sugiyono, 2013 : 145) mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Observasi dilakukan dengan pengamatan langsung di PT. BPR Profidana Paramitra yang terdapat pengguna jasa PT. BPR Profidana Paramitra yang

hendak melakukan transaksi, baik transaksi dalam bentuk tabungan maupun pinjaman. Kuisisioner adalah seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis yang diberikan kepada responden atau subyek yang diteliti untuk mengumpulkan informasi-informasi yang dibutuhkan peneliti.

Skala Pengukuran Variabel

Teknik pengukuran data dalam penelitian ini menggunakan rentang skala *likert*. Menurut Sugiyono (2013 : 168) skala *likert* merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai suatu gejala atau fenomena sosial. Adapun tingkat preferensi jawaban yang diberikan pada kuisisioner antara lain :

1. Skor 1 : Sangat Tidak Setuju
2. Skor 2 : Tidak Setuju
3. Skor 3 : Ragu-ragu
4. Skor 4 : Setuju
5. Skor 5 : Sangat Setuju

Teknik Analisis Data

Uji Validitas

Sebelum dilakukan pengujian lebih lanjut terhadap variabel penelitian, terlebih dahulu dilakukan pengujian instrumen terhadap kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan valid atau tidak. Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Dengan kata lain mampu menghasilkan data yang tepat dari variabel yang diteliti (Simamora, 2004:172). Butir pertanyaan dikatakan valid apabila

taraf signifikansi yang dihasilkan dari uji tersebut ≤ 0.05 (Mustafa, 2009:168).

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu cara untuk melihat apakah kuesioner yang digunakan konsisten atau tidak. Kuesioner yang reliabel adalah kuesioner yang apabila dicoba berulang-ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama (Simamora, 2004:177). Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan *cronbach alpha*. Sekaran 2003 (dalam Mustafa 2009:226) menyatakan jika koefisien reliabilitas hasil perhitungan menunjukkan angka ≥ 0.6 maka dapat disimpulkan bahwa instrumen yang bersangkutan dinyatakan reliabel.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda berfungsi untuk mengukur seberapa besar pengaruh hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan:

Y	= Kepuasan Nasabah
a	= Konstanta
X ₁	= Bukti Fisik
X ₂	= Keandalan
X ₃	= Daya Tanggap
X ₄	= Jaminan
X ₅	= Empati
b _{1, 2, 3, 4, 5}	= Koefisien regresi
e	= Standard error

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk membuktikan hipotesis yang telah diajukan, apakah variabel-variabel independen berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Pengujian dengan uji t ini dengan menggunakan tingkat signifikansi (α) 5%. Dasar pengambilan keputusan dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

Jika nilai probabilitas t (Signifikan t) $\leq \alpha$ maka Ha diterima

Jika nilai probabilitas t (Signifikan t) $\geq \alpha$ maka Ha ditolak

Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan atau tidak antara semua variabel independen secara simultan terhadap kepuasan nasabah. Dasar pengambilan keputusan dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

Jika nilai probabilitas F (Signifikan F) $\leq \alpha$ maka Ha diterima.

Jika nilai probabilitas F (Signifikan F) $\geq \alpha$ maka Ha ditolak

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen yang besarnya merupakan kuadrat dari korelasi dan penggunaannya dinyatakan dalam presentase. Untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial digunakan koefisien determinasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Coba Validitas Variabel

Variabel	Pertanyaan	Signifikansi	Keterangan
Bukti Fisik (X_1)	A1	0,000	Valid
	A2	0,000	Valid
	A3	0,000	Valid
	A4	0,000	Valid
	A5	0,000	Valid
Keandalan (X_2)	B1	0,000	Valid
	B2	0,000	Valid
	B3	0,000	Valid
	B4	0,000	Valid
	B5	0,000	Valid
Daya Tanggap (X_3)	C1	0,000	Valid
	C2	0,000	Valid
	C3	0,000	Valid
	C4	0,000	Valid
	C5	0,000	Valid
Jaminan (X_4)	D1	0,000	Valid
	D2	0,000	Valid
	D3	0,000	Valid
	D4	0,000	Valid
	D5	0,000	Valid
Empati (X_5)	E1	0,000	Valid
	E2	0,000	Valid
	E3	0,000	Valid
	E4	0,000	Valid
	E5	0,000	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	F1	0,000	Valid
	F2	0,000	Valid
	F3	0,000	Valid
	F4	0,000	Valid
	F5	0,000	Valid

Sumber: data primer diolah tahun 2016

Berdasarkan tabel 1 maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan yang digunakan pada setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai

signifikansi kurang dari 0,05, sehingga semua butir pertanyaan pada instrumen dikatakan valid dan dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Coba Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach's alpha</i>	Keterangan
Bukti Fisik (X1)	0,802	Reliabel
Keandalan (X2)	0,817	Reliabel
Daya Tanggap (X3)	0,798	Reliabel
Jaminan (X4)	0,792	Reliabel
Empati (X5)	0,774	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,822	Reliabel

Sumber: data primer diolah tahun 2016

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 2 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada semua butir pertanyaan dalam seluruh variabel penelitian yang terdiri dari Bukti Fisik (X₁), Keandalan (X₂), Daya Tanggap (X₃), Jaminan (X₄), Empati (X₅), dan Kepuasan Nasabah (Y) lebih besar dari 0,6 sehingga butir-butir pertanyaan dalam seluruh variabel dinyatakan reliabel serta dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah metode analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yang meliputi bukti fisik (X₁), keandalan (X₂), daya tanggap (X₃), jaminan (X₄), dan empati (X₅) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah (Y). Berdasarkan hasil pengujian regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS *for windows release 19.0* diperoleh hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-3,666	1,377		-2,663	,009		
Bukti_fisik	,057	,078	,048	,741	,461	,492	2,033
Keandalan	,123	,079	,114	1,561	,122	,390	2,565
Daya_tanggap	,337	,074	,330	4,534	,000	,391	2,555
Jaminan	,476	,094	,383	5,091	,000	,368	2,719
Empati	,180	,081	,152	2,216	,029	,440	2,275

a. Dependent Variable: Kepuasan_nasabah

Sumber: analisis data, diolah tahun 2016

Berdasarkan hasil pengolahan data yang ditunjukkan dalam tabel 3 maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = -3,666 + 0,048 X_1 + 0,114 X_2 + 0,330 X_3 + 0,383 X_4 + 0,152 X_5$$

Berdasarkan persamaan diatas maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (b_0) = -3,666, Artinya jika variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati adalah konstan atau perubahan sama dengan 0, maka kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra akan menurun sebesar -3,666.

2. Koefisien regresi bukti fisik (b_1) = 0,048, koefisien regresi arah positif, artinya apabila bukti fisik naik satu satuan maka kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra akan naik sebesar 0,048 satuan atau sama dengan 4,8%.
3. Koefisien regresi keandalan (b_2) = 0,114, koefisien regresi arah positif, artinya apabila keandalan naik satu satuan maka kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra akan naik sebesar 0,114 satuan atau sama dengan 11,4%.
4. Koefisien regresi daya tanggap (b_3) = 0,330, koefisien regresi arah positif, artinya apabila daya tanggap naik satu satuan maka kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra akan naik sebesar 0,330 satuan atau sama dengan 33%.
5. Koefisien regresi jaminan (b_4) = 0,383, koefisien regresi arah positif, artinya apabila jaminan naik satu satuan maka kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra akan naik sebesar 0,383 satuan atau sama dengan 38,3%.
6. Koefisien regresi empati (b_5) = 0,152, koefisien regresi arah positif, artinya apabila empati naik satu satuan maka kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra akan naik sebesar 0,152 satuan atau sama dengan 15,2%.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk membuktikan hipotesis yang telah diajukan, apakah variabel independen (X) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Pengujian dengan uji t ini menggunakan tingkat signifikansi (α) 5%. Berdasarkan dari hasil

pengolahan data pada tabel 3 maka dapat diketahui bahwa:

1. Variabel Bukti Fisik (X_1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,461 lebih besar dari 0,05 ($p \geq 0,05$) yang berarti bahwa hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan bahwa variabel bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra ditolak, yang artinya bahwa secara parsial variabel bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra.
2. Variabel Keandalan (X_2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,122 lebih besar dari 0,05 ($p \geq 0,05$) yang berarti bahwa hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan bahwa variabel keandalan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra ditolak, yang artinya bahwa secara parsial variabel keandalan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra.
3. Variabel Daya Tanggap (X_3) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($p \leq 0,05$) yang berarti bahwa hipotesis ketiga (H_3) yang menyatakan bahwa variabel daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra diterima, yang artinya bahwa secara parsial variabel daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra.
4. Variabel Jaminan (X_4) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($p \leq 0,05$) yang berarti bahwa hipotesis keempat (H_4) yang menyatakan bahwa

variabel jaminan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra diterima, yang artinya bahwa secara parsial variabel jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra.

5. Variabel Empati (X_5) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,029 lebih kecil dari 0,05 ($p \leq 0,05$) yang berarti bahwa hipotesis kelima (H_5) yang menyatakan bahwa variabel empati berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. BPR

Profidana Paramitra diterima, yang artinya bahwa secara parsial variabel empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan atau tidak antara semua variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Hasil pengujian analisis uji F dapat dilihat pada tabel 4, yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Analisis Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	440,908	5	88,182	77,632	,000 ^a
	Residual	105,638	93	1,136		
	Total	546,545	98			

a. Predictors: (Constant), Empati, Bukti_fisik, Daya_tanggap, Keandalan, Jaminan

b. Dependent Variable: Kepuasan_nasabah

Sumber : data primer diolah tahun 2016

Berdasarkan hasil pengolahan data yang ditunjukkan pada tabel 4 diatas maka dapat diketahui bahwa hasil perolehan F_{hitung} adalah sebesar 77,632 dengan tingkat signifikansi 0,000, karena nilai probabilitas (0,000) jauh lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis keenam (H_6) diterima, yang artinya bahwa secara bersama-sama atau simultan variabel bukti fisik (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), dan empati (X_5) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra.

Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengukur proporsi atau persentase kemampuan variabel independen yang meliputi bukti fisik (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), dan empati (X_5) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah (Y) pada PT. BPR Profidana Paramitra. Berdasarkan perhitungan menggunakan SPSS *for windows release* 19.0 diperoleh hasil uji R dan koefisien determinasi (R^2) sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Analisis Uji R dan Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,898 ^a	,807	,796	1,06578

a. Predictors: (Constant), Empati, Bukti_fisik, Daya_tanggap, Keandalan, Jaminan

Sumber: analisis data diolah tahun 2016

Agar dapat memberikan penafsiran dengan benar dan tepat terhadap koefisiensi yang dihasilkan pada tabel 17 diatas maka dapat berpedoman pada ketentuan yang tertera pada tabel sebagai berikut:

Tabel 6. Pedoman Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono, 2013:184

Berdasarkan hasil pengolahan data yang ditunjukkan pada tabel 5 dari hasil pengujian korelasi atau uji R dengan menggunakan SPSS *for windows release* 19.0 maka dapat diketahui bahwa nilai R^2 sebesar 0,898 artinya bahwa variabel independen yang meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra. Sedangkan nilai *R Square* sebesar 0,807 yang berarti besarnya pengaruh variabel independen yang meliputi bukti fisik (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), dan empati (X_5) secara bersamaan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah (Y) PT. BPR Profidana Paramitra adalah sebesar 80,7%. sedangkan sisanya sebesar 19,3%, variabel kepuasan nasabah dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT. BPR Profidana Paramitra yang telah dilakukan dengan menggunakan sampel sebanyak 99 nasabah PT. BPR

Profidana Paramitra, dapat diketahui bahwa berdasarkan hasil analisis data maka tidak semua hipotesis yang diajukan berhasil didukung oleh hasil uji analisis data. Berdasarkan hasil analisis data dapat diketahui bahwa kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra dipengaruhi oleh variabel daya tanggap, jaminan, dan empati. Dari hasil analisis juga diketahui bahwa variabel jaminan merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling kuat terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra, hal ini ditunjukkan dari perolehan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai t_{hitung} sebesar 5,091. Hal ini berarti bahwa dari beberapa variabel yang diukur, kepuasan nasabah ditentukan oleh pengetahuan, kesopansantunan yang dimiliki oleh karyawan bank, kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan dan keinginan setiap nasabah, sikap karyawan dalam memberikan perhatian secara mendalam pada setiap nasabah, sikap karyawan yang dapat menjadi penasehat pribadi dalam masalah keuangan nasabah, serta sikap karyawan bank dalam menumbuhkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan atau nasabah terhadap bank.

Berdasarkan hasil analisis uji F dapat diketahui bahwa hasil perolehan

F_{hitung} adalah sebesar 77,632 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari nilai alpha (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel bukti fisik (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), dan empati (X_5) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra. Hal ini lebih diperjelas dengan hasil uji koefisien determinasi yang menunjukkan perolehan nilai R^2 yaitu sebesar 0,898 yang artinya bahwa variabel independen yang meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra.

Selain itu, dari hasil uji koefisien determinasi juga diketahui bahwa perolehan nilai *R Square* sebesar 0,807 yang berarti besarnya pengaruh variabel independen yang meliputi bukti fisik (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), dan empati (X_5) secara bersamaan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah (Y) PT. BPR Profidana Paramitra adalah sebesar 80,7%. sedangkan sisanya sebesar 19,3%, variabel kepuasan nasabah dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Hal ini dapat dimaklumi karena kepuasan nasabah tidak hanya ditentukan oleh faktor kualitas pelayanan saja, dalam hal ini yakni (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati) namun ada beberapa faktor lain juga yang sangat mungkin dapat mempengaruhi kepuasan nasabah, misalnya seperti kualitas produk, promosi, citra perusahaan, dan lokasi.

SIMPULAN

1. Berdasarkan hasil uji analisis regresi berganda maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = -3,666 + 0,048 X_1 + 0,114 X_2 + 0,330 X_3 + 0,383 X_4 + 0,152 X_5$$

2. Berdasarkan hasil analisis uji t maka dapat diketahui bahwa secara parsial variabel daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), dan empati (X_5) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra, Sedangkan variabel bukti fisik (X_1) dan keandalan (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra.

3. Berdasarkan hasil analisis uji t maka dapat diketahui bahwa variabel jaminan memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra.

4. Berdasarkan hasil analisis uji F maka secara bersama-sama atau simultan dapat dijelaskan bahwa dari kelima variabel independen yang meliputi bukti fisik (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), dan empati (X_5) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra.

5. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai *R Square* sebesar 0,807 artinya bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati mampu mempengaruhi kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra sebesar 80,7%. Sisanya sebesar 19,3%, variabel kepuasan nasabah dipengaruhi oleh variabel-variabel

lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan maka penulis mengajukan beberapa saran yang mungkin dapat digunakan yaitu sebagai berikut:

1. Untuk PT. BPR Profidana Paramitra
 - a. Pihak PT. BPR Profidana Paramitra hendaknya dapat terus mempertahankan serta meningkatkan lagi bentuk pelayanannya. Hal ini penting dilakukan untuk meningkatkan daya saing PT. BPR Profidana Paramitra dengan bank-bank yang lain.
 - b. Pihak PT. BPR Profidana Paramitra dapat melakukan sedikit perubahan dalam hal seperti penataan interior, karena penataan interior juga diperlukan agar nasabah tidak bosan dengan suasana ruangan yang monoton. Ruang tunggu dapat diatur dengan sedemikian rupa agar ruangan terkesan lebih luas sehingga nasabah akan merasa nyaman dalam menunggu antrian.
2. Bagi penelitian yang akan datang atau selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel independen lainnya selain variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu kepuasan nasabah, misalnya variabel lokasi, citra bank, dan keunggulan atau kualitas produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2003. *Prosedur Penelitian, Satu Praktek*. Jakarta: Bina Aksara
- Astuti, Fitri. 2016. *Pengaruh Citra Bank Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah di PD. BPR Pasar Kulon Progo*. Skripsi. Yogyakarta. Fakultas Ekonomi. Universitas PGRI Yogyakarta.
- Astuti, Tri. 2013. *Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada BRI Cabang Sleman*. Skripsi. Yogyakarta. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Kasmir. 2008. *Dasar-dasar Perbankan*. Edisi 1. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12, Jilid 2: Indeks.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lovelock, Cristopher dan lauren Wright. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Alih bahasa Agus Widyantoro; penyunting

- bahasa, mariato samosir. Jakarta: Indeks.
- Lovelock, C., Wirtz, J., dan Mussry, J. 2012. *Pemasaran Jasa*. Edisi 7, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mustafa, Zainal. 2009. *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nani, S. dan Wolok, T. 2014. Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Bank SinarMas Cabang Gorontalo. Gorontalo. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Negeri Gorontalo.
- Nasution. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Nasution, M. Nur. 2015. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Manajemen)*. Edisi 3). Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rizqy, R, R, R., Mukeri, M, W, dan Fathoni, A. 2016. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen". *Jurnal Of Management*. Volume 2 No 2.
- Simamora, Bilson. 2004. *Riset Pemasaran (Falsafah, Teori, dan Aplikasi)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Malang: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metodologi Penelitian Manajemen*. Cetakan Pertama. Bandung: Alfabeta.
- Sumarni, Murti. 2011. *Manajemen Pemasaran Bank*. Edisi Kelima. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua, Cetakan Keenam. Yogyakarta: Andi Offset.
- . 2006. *Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama, Cetakan Kedua. Malang: Bayu Media Publishing.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra Gregorius. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umboh, V, J., Mandey, S, L. 2014. "Analisis Kualitas Jasa Layanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Pegadaian (PERSERO) Cabang Teling". *Jurnal ISSN 2303-1174*. Volume 2 No 3, September 2014. Halaman 654-663.
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998
- Usmara. 2003. *Implementasi Manajemen Strategik: kebijakan dan proses*. Yogyakarta: PT. Amara Books.

Yulinda. 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Sumut Sejahtera I Pada PT.

Bank Sumut Cabang Utama Medan. *Jurnal Ekonom.* Volume 16 No 1 Januari 2013. Halaman 1-18.

BIODATA PENULIS

Nama	EKA FARHATUN HIDAYAH
NPM	13133200108
Nomor Telp/Hp	081241884979
Program Studi	Manajemen
Fakultas	Ekonomi
Tempat & Tanggal Lahir	Cilacap, 10 Juli 1994
Jenis Kelamin	Perempuan
Alamat Rumah	Jl. Masjid Barat RT. 28 RW. 08 Desa Widarapayung Wetan, Kecamatan Binangun, Kabupaten Cilacap