

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada Nasabah Tabungan Simpeda Bank Kalsel Cabang Ahmad Yani)

Azis Nurhakim¹, Yudi Ferianta², Setio Utomo²

1. Mahasiswa Magister Ilmu Administrasi Bisnis, Fisip Unlam Banjarmasin
2. Dosen Magister Ilmu Administrasi Bisnis, Fisip Unlam Banjarmasin
Jl. Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123

ABSTRACT

The purpose of the research is to investigate and analyze the quality of service which is measured based on the people and physical aspects which have a partial and simultaneous influence on the customer satisfaction; moreover, from these two aspects, it is investigated which aspect is more dominant on the customer satisfaction for Simpeda Savings at Bank Kalsel Branch Ahmad Yani.

The research approach used is quantitative one with explanatory research type, and the research location is Bank Kalsel Branch Ahmad Yani. The population of the research is customers of Simpeda Savings at Bank Kalsel Branch Ahmad Yani with a total sample of 302 respondents. Analysis of the data used Multiple Linear Regression analysis techniques; to test the simultaneous influence F Test is used and to test partial influence T Test is used at significance level of 0.05.

The results of the research proved that the quality of service which is measured based on the people and physical aspects have a partial effect where the result of data processing using the t test found that the t count for the people aspect is 5,048 and t count for the physical aspect is 3,792 while the t table known 1.6499 or if it compared to the t count > t table which can be concluded that there is a partial influence of both aspects on customer satisfaction at Bank Kalsel Branch Ahmad Yani. People and physical aspects also influence simultaneously on customer satisfaction which is proved by the results of the F test—from the data processing— it is obtained the value of F count is 273.173 and the F table is at 3,03, so F count > F table or it can be concluded that the people aspect and physical aspect have a simultaneous influence on customer satisfaction. The people aspect is the dominant aspect on the customer satisfaction because it has the value coefficient of beta β 0,467 which is higher than coefficient of beta β for the physical aspect which is 0,351.

This research discovered that the people aspect is the dominant aspect that gives an influence on the customer satisfaction; it is different from results of previous research by FitriHernadi (2013) conducted at Bank Kalsel Branch Tanjungin which the physical aspect is a more dominant aspect in influencing the customer satisfaction.

Keywords: service quality, customer satisfaction

1. Latar Belakang

Dewasa ini dunia perbankan semakin berkembang, perusahaan perbankan banyak yang berupaya untuk meningkatkan keterampilan teknologi dalam perencanaan bank, riset dan informasi pasar, program pemasaran bank yang terpadu, hubungan masyarakat dan lain sebagainya. Di pihak nasabah juga terjadi perubahan akan kebutuhan produk/jasa bank yang diikuti oleh keinginan akan adanya peningkatan kualitas sistem layanan dan kebutuhan akan keanekaragaman layanan bank. Hal tersebut tidak terlepas dari fungsi terpenting dari bank yakni menjembatani kepentingan kelompok masyarakat yang kelebihan dana (*surplus unit*) dengan kelompok masyarakat yang kekurangan dana (*defisit unit*). Peranan ini lebih dikenal dengan fungsi *intermediary* dimana kedudukan bank berada di tengah-

tengah masyarakat dan sebagai perantara transaksi yang sangat penting dalam rangka ikut meningkatkan taraf hidup rakyat. Sebagaimana ditegaskan dalam undang-undang nomor 7 tahun 1992 yang dikemudian dirubah dengan undang-undang nomor 10 tahun 1998 tentang perbankan bahwa definisi Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang memiliki peranan penting dalam perekonomian suatu negara, karena jasa-jasanya merupakan sentral bagi efektifnya perekonomian. Dalam arti yang luas, sebuah bank dapat dianggap jantung hati dari suatu struktur keuangan yang kompleks. Sebagai

intermediary, bank menghimpun dana masyarakat berupa simpanan dalam bentuk giro, deposito dan tabungan yang selanjutnya dana tersebut disalurkan kepada masyarakat berupa pinjaman atau kredit. Selain itu, bank dapat memberikan layanan berupa jasa-jasa lainnya berupa transfer, bank garansi dan lainnya sebagaimana kelaziman di dunia perbankan.

Bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasarkan pada azas kepercayaan sehingga masalah kualitas layanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha. Kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*) (Kotler, 2007).

Perusahaan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Produk dan jasa yang tidak memenuhi kualitas pelanggan dengan sangat mudah ditinggalkan dan akhirnya pelanggan beralih ke perusahaan/bank lain. Untuk mengantisipasi hal tersebut tentunya perusahaan akan mengutamakan perluasan produk dan pelayanan yang berorientasi pada pelayanan yang mengutamakan kepuasan nasabah.

Tuntutan masyarakat terhadap dunia perbankan semakin meningkat, dimana masyarakat tidak hanya memandang sebuah bank sebagai sarana untuk menyimpan uang yang lebih aman, namun lebih dari itu, mereka mengharapkan hasil investasi yang lebih tinggi, sehingga menciptakan suasana persaingan antar bank dalam penggalangan dana nasabah yang semakin ketat.

Berdasarkan data Statistik Perbankan Indonesia periode Desember 2013 diketahui Bank Umum yang beroperasi di Indonesia berjumlah 120 bank yang terdiri atas 18.558 kantor dan 1.635 Bank Perkreditan Rakyat (BPR) yang terdiri atas 4.678 kantor. Ribuan kantor-kantor bank umum dan Bank Perkreditan Rakyat tersebut tersebar diseluruh wilayah Indonesia. Untuk mempertahankan nasabah yang ada dan meningkatkan jumlah nasabahnya, setiap bank berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah sehingga nasabah akan loyal kepada bank.

Banyaknya bank yang beroperasi membuat iklim persaingan jasa perbankan di Indonesia cukup ketat, jenis produk dan fasilitas serta suku bunga yang ditawarkan setiap bank hampir sama dan memiliki keunggulan masing-masing namun yang membedakan dan mampu menjadi daya tarik bagi konsumen adalah bagaimana bank memberikan pelayanan yang prima bagi mereka, sehingga nasabah merasa nyaman, mudah, dan segala kebutuhan mereka terpenuhi dalam setiap bertransaksi. Pentingnya kualitas pelayanan bagi nasabah sangat disadari bagi perbankan, sehingga saat ini setiap bank memiliki pedoman kualitas pelayanan yang juga menjadi ukuran kinerja yang secara periodik selalu dinilai dan dievaluasi oleh pihak internal bank.

Keberhasilan sebuah perusahaan juga tidak hanya ditentukan oleh keunggulan produk semata, namun juga ditentukan oleh mutu pelayanan serta pengalaman yang memuaskan yang dirasakan oleh pelanggan setiap kali mereka berinteraksi dengan bank. Dalam kondisi yang sangat kompetitif saat ini, perbankan diharapkan mampu menerapkan sistem pelayanan yang berkualitas pada setiap lini layanannya. Dinamika perbaikan kualitas terletak pada kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*), sehingga perlu dipahami hal-hal yang berkaitan dengan pelanggan (nasabah). Nasabah tidak tergantung pada bank, tetapi bank yang sangat tergantung pada nasabah.

Bank Kalsel merupakan salah satu bank umum yang beroperasi di wilayah Indonesia khususnya di Provinsi Kalimantan Selatan juga berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah dengan cara mencari jasa-jasa (*service*) baru dan terbaik yang dapat ditawarkan kepada nasabah, hal ini sejalan dengan visi dari Bank Kalsel yaitu "Menjadi bank yang unggul di daerah dan berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi" serta salah satu Bank Kalsel yaitu "Penyedia layanan jasa perbankan yang berkualitas"

Bank Kalsel berusaha meningkatkan citra sebagai lembaga keuangan perbankan, salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan memaksimalkan *stake holder value* dengan menyediakan pelayanan yang prima dan menjabarkannya dalam perilaku utama pegawai Bank Kalsel dalam melayani kebutuhan nasabah yaitu berempati dan

melayani dengan sepenuh hati, bersikap sopan dan santun, serta cepat tanggap dalam memenuhi kebutuhan *stake holder*.

Bank Kalsel sebagai salah satu perusahaan jasa perbankan berusaha secara konsisten untuk terus meningkatkan pencapaian kualitas layanan agar tidak tertinggal dengan bank lain. dalam hal pelayanan kepada nasabah terus berupaya menerapkan pembenahan terhadap kualitas pelayanan baik dari aspek *people* yaitu; *Security, Costumer Service, Teller*, dan Operator telepon juga pembenahan dan peningkatan pada *physical aspect* yang meliputi kelengkapan peralatan dalam ruangan, kenyamanan ruangan, toilet dan *wastafel* serta Ruang ATM. Selain itu dilakukan pula penyempurnaan fisik penampilan Bank dan sarana pendukung Bank agar memenuhi standar perusahaan jasa yang profesional.

Dari kedua aspek pokok penilaian yang dipakai Bank Kalsel selama ini dapat disimpulkan bahwa penilaian kualitas layanan tersebut telah sejalan dengan teori *Servqual* yang ditulis oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. Teori *Servqual* yang ditulis oleh Parasuraman, *et. al* menjelaskan bahwa untuk menghasilkan jasa yang berkualitas tinggi ada 5 (lima) dimensi kualitas jasa yang harus dijadikan pedoman, yaitu *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangibles* (bukti fisik) (Parasuraman, 1990).

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian di atas, maka dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut (1) Apakah kualitas pelayanan yang diukur berdasarkan *physical aspect* berpengaruh signifikan secara *parsial* terhadap kepuasan nasabah Tabungan Simpeda di Bank Kalsel Kantor Cabang Ahmad Yani? (2) Apakah kualitas pelayanan yang diukur berdasarkan *people aspect* berpengaruh signifikan secara *parsial* terhadap kepuasan nasabah Tabungan Simpeda di Bank Kalsel Kantor Cabang Ahmad Yani? (3) Apakah kualitas pelayanan yang diukur berdasarkan *physical aspect* dan *people aspect* berpengaruh signifikan secara *simultan* terhadap kepuasan nasabah tabungan simpeda di Bank Kalsel Kantor Cabang Ahmad Yani? (4) Diantara kedua aspek layanan yaitu *physical aspect* dan *people aspect*, aspek manakah yang memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan

nasabah tabungan simpeda di Bank Kalsel Kantor Cabang Ahmad Yani?

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah (1) Menganalisis kualitas layanan yang diukur berdasarkan *physical aspect* dan *people aspect* mempunyai pengaruh signifikan secara *parsial* terhadap kepuasan nasabah tabungan simpeda di Bank Kalsel Kantor Cabang Ahmad Yani (2) Menganalisis kualitas layanan yang diukur berdasarkan *physical aspect* dan *people aspect* mempunyai pengaruh signifikan secara *simultan* terhadap kepuasan nasabah pemegang Tabungan Simpeda di Bank Kalsel Kantor Cabang Ahmad Yani (3) Menganalisis, antara aspek layanan yaitu *physical aspect* dan *people aspect*, aspek mana yang memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah tabungan simpeda di Bank Kalsel Kantor Cabang Ahmad Yani.

2. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis kualitas pelayanan yang diukur berdasarkan *physical aspect* dan *people aspect* mempunyai pengaruh signifikan secara *parsial* terhadap kepuasan nasabah tabungan simpeda di Bank Kalsel Kantor Cabang Ahmad Yani
2. Menganalisis kualitas layanan yang diukur berdasarkan berdasarkan *physical aspect* dan *people aspect* mempunyai pengaruh signifikan secara *simultan* terhadap kepuasan nasabah pemegang Tabungan Simpeda di Bank Kalsel Kantor Cabang Ahmad Yani.
3. Menganalisis, antara aspek layanan yaitu berdasarkan *physical aspect* dan *people aspect*, aspek mana yang memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah tabungan simpeda di Bank Kalsel Kantor Cabang Ahmad Yani

3. Tinjauan Pustaka

Analisis Kualitas Pelayanan atau *service quality* (*Servqual*) adalah suatu metode deskriptif guna menggambarkan tingkat kepuasan pelanggan. Metode ini dikembangkan pada tahun 1985 oleh A. Parasuraman, Valerie A. Zeithaml dan Leonard L. Berry lewat artikel mereka di *Journal of Marketing*. Kualitas layanan menurut mereka adalah perbandingan antara harapan (*expectation*) dengan kinerja (*performance*). Dengan mengutip Lewis and

Booms 1983, mereka menyatakan “*Service quality* (kualitas layanan) adalah ukuran seberapa baik suatu layanan menemui kecocokan dengan harapan pelanggan. Penyelenggaraan kualitas layanan berarti melakukan kompromi dengan harapan pelanggan dengan tata cara yang konsisten”

Terdapat lima penentu kualitas jasa tersebut selanjutnya dikenal dengan Dimensi *Servqual* (Parasuraman dalam Emma Ramayanti, 2009). Dimensi *Servqual*, meliputi (1) *Reliability* (Keandalan), yaitu kemampuan melaksanakan layanan yang dijanjikan secara

meyakinkan dan akurat. (2) *Responsiveness* (Daya Tanggap), yaitu kesediaan membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. (3) *Assurance* (Jaminan), yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka dalam meyakinkan kepercayaan pelanggan. (4) *Empathy* (Empati), yaitu kesediaan memberikan perhatian yang mendalam dan khusus kepada masing-masing pelanggan. (5) *Tangibles* (Bukti Fisik), yaitu penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan bahan komunikasi

Perbandingan Skala *Servqual* dengan Aspek Layanan Bank Kalsel

VARIABEL UTAMA	SUB VARIABEL	KONSEP VARIABEL	ASPEK LAYANAN BANK KALSEL (Buku Pedoman <i>Service Quality</i>)
Kualitas Jasa (Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Kotler (2007;55-56))	<i>Tangibles</i> (Keberwujudan)	Seluruh fasilitas fisik yang dapat dilihat nasabah	Fisik (peralatan, kenyamanan, ATM, toilet)
	<i>Reliability</i> (Keandalan)	Kemampuan menghasilkan jasa yang sesuai dengan yang dijanjikan dan dapat diandalkan	<i>people</i> (customer service, teller, handling telephone/handling complain).
	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	Kesediaan dan kesiapan membantu nasabah, kecepatan dan ketetapan dalam menghasilkan jasa	<i>People</i> (satpam, customer service, teller, handling telephone/handling complain).
	<i>Assurance</i> (Jaminan)	Kemampuan, keterampilan, dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki oleh setiap pegawai	<i>People</i> (satpam, customer service, teller).
	<i>Empathy</i> (Empati)	Perhatian, mampu berkomunikasi dan mampu memahami kebutuhan nasabah	<i>People</i> (satpam, customer service, teller, handling telephone/handling complain).

Sumber : Data dirangkum dari dimensi *servqual* (Parasuraman dalam Emma Ramayanti) dan Buku Pedoman *Service Quality* Bank Kalsel, 2013.

Menurut Zethaml dalam Falla Ilhami Saputra (2013), adanya kepuasan pada diri konsumen maka produk perusahaan dapat memperoleh citra baik dari konsumen pada gilirannya akan memperoleh loyalitas dari konsumen. Dengan tumbuhnya loyalitas pada diri konsumen, maka konsumen akan melakukan pembelian berulang-ulang serta menambah jumlah pembelian mereka. Jadi, pemuasan kebutuhan dan keinginan konsumen merupakan syarat bagi kelangsungan hidup dan perkembangan dalam dunia perbankan. Dengan memahami perilaku konsumen diharapkan dapat merumuskan strategi yang tepat untuk dapat menarik konsumen sebanyak

mungkin dan secara keseluruhan dapat meningkatkan prestasi perusahaan

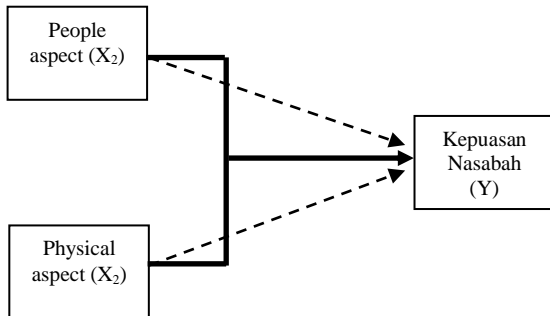
Kotler (2007) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.

Menurut Kotler dalam Emma Ramayanti (2009), untuk mengetahui kepuasan nasabah perlu memperhatikan kualitas pelayanan nasabah yang berdasar pada aspek *people* dan aspek fisik. Indikator Aspek *People* meliputi *Customer service, Teller dan security* sedangkan aspek fisik meliputi

kenyamanan ruangan, peralatan dalam ruangan, toilet dan ATM.

4. Model Penelitian

Pada penelitian ini Model Hipotesis Penelitian yang digunakan adalah seperti gambar dibawah ini :



5. Metode Penelitian

Type penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan (*explanatory research*) yaitu penelitian penjelasan yang menyoroti hubungan kausal antara variable-variable penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Populasi penelitian ini adalah nasabah tabungan simpeda Bank Kalsel Cabang Ahmad Yani yang berjumlah 1.234 Nasabah sehingga sesuai dengan rumus Slovin maka jumlah minimal sampel yang diambil sebanyak 302 responden.

Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik *Simple Random Sampling* dengan menggunakan metode *accidental sampling*, dimana teknik ini didasarkan pada siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data skunder, dan pengumpulan data penelitian dilakukan melalui penyebaran kuisioner dengan skala Likert. Sebelum dilakukan analisa data dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas serta Uji Asumsi Klasik. Data yang terkumpul di analisis dengan menggunakan teknik analisis *linear multiple regression* (regresi linear berganda) melalui bantuan Program SPSS for Windows.

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat

secara simultan dan parsial digunakan alat uji statistic yaitu Uji F dan Uji t. Dalam menentukan variabel yang dominan mempengaruhi kepuasan nasabah pada Bank Kalsel Kantor Cabang Ahmad Yani tolok ukur yang digunakan adalah dengan melihat nilai koefisien β (beta) tertinggi.

6. Hasil dan Pembahasan.

Setelah uji Validitas, Uji Reliabilitas dan Uji Asumsi Klasik terpenuhi maka selanjutnya dapat dilakukan analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (x) terhadap variabel terikat (Y) baik secara simultan maupun secara parsial dan menentukan variabel yang dominan mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Kalsel Cabang Ahmad Yani.

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *people aspect* dan *physical aspect* sedangkan variabel terikatnya yaitu kepuasan nasabah pada Bank Kalsel Cabang Ahmad Yani. *People aspect* meliputi *Security*, *customer Service* dan *Teller*, sedangkan *physical aspect* meliputi kenyamanan ruangan, peralatan dalam ruangan, ruangan toilet dan ruangan ATM.

Hasil uji validitas dengan menggunakan program *SPSS Statistics for Windows 17.0* pada semua item pernyataan untuk jawaban pertanyaan variabel *people aspect*, *physical aspect* dan kepuasan nasabah menunjukkan nilai korelasi *pearson (product moment)* $r \geq 0,30$. Hal ini berarti menyatakan semua item pernyataan adalah valid, yaitu bahwa semua item jawaban yang diberikan responden terhadap pertanyaan yang diajukan dapat digunakan untuk proses analisis data selanjutnya.

Berdasarkan rekapitulasi hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Alpha Cronbach* seluruh item pertanyaan yang diajukan pada tiap variabel lebih besar dari 0,6 sehingga seluruh item pertanyaan pada tiap variabel yang menjadi instrumen dalam penelitian ini dinyatakan reliabel serta dapat digunakan untuk proses analisis data selanjutnya.

Tabel 5.22 Ringkasan dan Koefisien Regresi Linier Berganda Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std.Error of The estimate	Durbin Watson
1	.804 ^a	.646	.644	3.639	1.883

Berdasarkan Tabel 5.22 dapat diketahui persamaan regresi linier berganda yang dihasilkan adalah sebagai berikut :

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.707	1.058		2.558	.011		
	People Aspect	.106	.021	.467	5.048	.000	.138	7.246
	Physical Aspect	.152	.040	.351	3.792	.000	.138	7.246

$$Y = 2.707 + 0,106 x_1 + 0,152 x_2 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut diketahui bahwa variabel bebas Kualitas pelayanan Bank Kalsel Cabang Ahmad Yani yaitu *People aspect* (X_1) dan *Physical aspect* (X_2) mempunyai pengaruh atau kemampuan untuk mempengaruhi naik atau turunnya variabel terikat yaitu Kepuasan Nasabah. Hal tersebut terlihat dari nilai konstanta dan koefisien persamaan regresi linier berganda yang masing-masing memiliki kontribusi terhadap perubahan naik turunnya variabel terikat.

Koefisien korelasi (R) sebesar 0.804 menunjukkan hubungan yang *sangat kuat* antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Nasabah, selanjutnya Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.646 menunjukkan bahwa 64.6% Kepuasan Nasabah (Y) pemegang Tabungan Simpeda Bank Kalsel Cabang Ahmad Yani dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan dari *People Aspect* dan *Physical Aspect*.

Hasil perhitungan melalui *SPSS Statistics for windows versi 17.0* yang menunjukkan nilai F hitung disajikan pada Tabel 5.23 sebagai berikut

Tabel 5.23 Tabel Anova

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7233.004	2	3616.502	273.173	.000 ^a
	Residual	3958.426	299	13.239		
	Total	11191.430	301			

erdasarkan Tabel 5.23 dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 273.173 dengan nilai sig. = 0,0000. Sedangkan pada tabel F dengan $df = 2,299$; $5\% = 3,03$. Sehingga dengan demikian nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$; artinya bahwa pembuktian hipotesis 1 diterima.

Pembuktian yang menunjukkan

diterimanya hipotesis 1 berarti bahwa aspek layanan yang terdiri dari *People aspect* dan *Physical aspect* mempunyai pengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Kalsel Cabang Ahmad Yani.

Berdasarkan Tabel 5.22 *Coefficients^a* diperoleh nilai t_{hitung} *People Aspect* sebesar

5.048 dengan nilai sig = 0,000. Sedangkan t_{hitung} *Physical aspect* sebesar 3,792 dengan nilai sig = 0,000. Selanjutnya pada tabel t dengan $df = (n-k) ; 5 \% = 98,5\% = 1,6499$. Berdasarkan nilai tersebut, maka $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya bahwa pembuktian hipotesis 1 diterima.

Dengan diterimanya hipotesis 1 berarti aspek layanan berdasarkan *people aspect* dan *physical aspect* secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Kalsel Cabang Ahmad Yani.

Berdasarkan Tabel 5.22 diketahui bahwa koefisien β (beta) *People aspect* sebesar 0,467 memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan *physical aspect* yang sebesar 0,351 sehingga disimpulkan bahwa *People aspect* memiliki pengaruh yang dominan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Kalsel Cabang Ahmad Yani.

Uji Asumsi Klasik

Multikolinieritas merupakan suatu keadaan dimana terjadinya satu atau lebih variabel bebas yang berkorelasi sempurna atau mendekati sempurna dengan variabel bebas lainnya. Salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya gejala multikolinieritas dilihat dari *Variance Inflation Factor* (VIF) pada masing-masing variabel bebas terhadap variabel bebas lainnya. Apabila nilai VIF melebihi 4 atau 5, maka mengidentifikasi bahwa dalam model tidak terdapat multikolinieritas. Berdasarkan Tabel.5.22 dapat dilihat bahwa nilai VIP yang ditunjukkan pada tabel coefficient diatas berada pada angka $7.246 > 4$ atau 5. Dari angka tersebut dapat disimpulkan bahwa hasil pengolahan analisis data ini bebas multikolinieritas.

Uji autokorelasi adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya (t -1). Secara sederhana adalah bahwa analisis regresi adalah untuk melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, jadi tidak boleh ada korelasi antara observasi dengan data observasi sebelumnya.

Untuk mengetahui ada tidaknya gejala autokorelasi dalam model analisis regresi, maka dilakukan pengujian serial korelasi dengan menggunakan metode *Durbin Watson*. Pada Tabel 5.22 dapat dilihat bahwa nilai Durbin Watson (DW) sebesar 1.883. Mengacu pada kriteria untuk mendeteksi autokorelasi,

maka perolehan nilai tersebut berada pada angka D-W di antara -2 sampai +2. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada hasil analisis atau pengolahan data ini tidak terjadi autokorelasi.

Uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan kepengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas. Jika variannya berbeda disebut Heteroskedastisitas, dasar pengambilan keputusan dengan melihat grafik *scatterplot*.

Scatterplot menunjukkan bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

7. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini dilaksanakan terdapat beberapa keterbatasan penelitian baik dari segi analisis maupun pengujian hipotesis, yang dapat diidentifikasi antara lain

1. Adanya kemungkinan responden bersikap obyektif dalam pengisian kuesioner, mengingat penelitian adalah merupakan karyawan bank Kalsel
2. Keterbatasan jumlahn sampel dari sebagian populasi berjumlah besar yang dalam penelitian ini, sehingga tidak mencerminkan hasil atau persepsi populasi secara keseluruhan terhadap penyampaian pelayanan yang diberikan oleh Bank Kalsel Cabang Ahmad Yani
3. Dimungkinkan terjadi bias hasil kuesioner akibat pemahan yang keliru atau kurang tepat dari responden dalam pengisian jawaban kuesioner sehingga hasilnya tidak mencerminkan situasi yang sebenarnya, mengingat tingkat pendidikan dan jenis pekerjaan yang berbeda sehingga kurang sesuai dengan situasi sebenarnya
4. Pada kuesioner untuk responden yang menjawab tidak setuju tidak ada kolom keterangan yang berisikan alasan mengapa responden menjawab tidak setuju sehingga tidak diketahui kelemahan yang ada dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah. Sehingga untuk penelitian selanjutnya diharapkan pada lembar kuesioner ada kolom keterangan atau alasan mengapa responden menjawab tidak setuju.

8. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Aspek layanan yaitu *physical aspect* dan *people aspect* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah pemegang Tabungan Simpeda Bank Kalsel Cabang Ahmad Yani.
2. Aspek layanan yaitu *people aspect* maupun *physical aspect* secara agregat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Kalsel Cabang Ahmad Yani.
3. *People aspect* mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah yang dibuktikan dari korelasi parsial yang menunjukkan nilai koefisien β (beta) *people aspect* lebih tinggi atau lebih besar dari nilai koefisien β (beta) *physical aspect*.

Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi, 1992, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta,.
- Buku Pedoman *Service Quality* Pedoman Pelaksanaan Pelayanan Nasabah, 2013, Divisi Jaringan & Pelayanan Cabang, Banjarmasin, PT.Bank Pembangunan Daerah Kalimantan Selatan.
- Emma Ramayanti, 2009, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah Pemegang BNI Taplus pada BNI (Persero) Tbk. Kantor Cabang Utama Banjarmasin)*, Tesis, Banjarmasin: Program Magister Manajemen, Universitas Lambung Mangkurat.
- Falla Ilhami Saputra, 2013, *Kualitas Layanan, Citra dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada PT. Bank BNI 46 Sentra Kredit Kecil Surabaya)*, Tesis, Surabaya: Program Studi Magister Manajemen, Universitas Brawijaya Malang.
- Fitri Hernadi, 2013, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah Tabungan Simpeda pada Bank Kalsel Cabang Tanjung)*, Tesis, Banjarmasin: Program Magister Administrasi Bisnis, Universitas Lambung Mangkurat.
- Ghozali, Imam, 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang. Universitas Diponegoro
- Husein Umar. 2004. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Cetakan ke-6. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Indriantoro, dan Supomo, 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, Edisi Pertama, Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Kotler, Philip 2007, *Manajemen Pemasaran*, edisi kedua belas, Jakarta: PT.INDEKS Kelompok Gramedia.
- Kasiram Mohammad, 2010, *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*, Malang: UIN Maliki Press
- Lovelock, Christopher, Lauren Wright 2007, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: PT.INDEKS Kelompok Gramedia
- Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1990, *Delivering Quality Service, Balancing Customer Perceptions and Expectations*, New York: The Free Press
- Rodi Orbani, 2007, *Analisis Hubungan Kualitas Jasa dengan Kepuasan Nasabah BNI Taplus*, Tesis, Banjarmasin: Program Magister Manajemen, Universitas Lambung Mangkurat.
- Schnaars, Steven P, 1991, "Marketing Strategy: A Customer-Driven Approach", New York, The Free Press.
- Singarimbun dan Effendi . 1995. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES
- Soelasih, 2004, *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Bengkel Jayaman dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas dan Referensi Konsumen*, Jakarta, Unika Atma Jaya
- Sugiyono, 2005, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Penerbit CV. Alfabeta
- Sulistyo, Basuki, 2006, *Metode Penelitian*, Jakarta : Wedatama
- Sutrisno Hadi, 2002, *Metodelogi Research*. Jakarta : Andi Publisher
- Tjiptono, F., 2005, *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia Publishing