

Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Dan Responsiveness*) terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Kalteng Cabang Muara Teweh

M. Solichin¹, Rasyidi², Siti Halimatusa'diah²

1. Mahasiswa Megister Ilmu Administrasi Bisnis, Fisip Unlam Banjarmasin

2. Dosen Megister Ilmu Administrasi Bisnis, Fisip Unlam Banjarmasin

Jl. Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123

Telp/Fax (0511) 3304595, 3304968

ABSTRACT

Research this aim for test influence Reliability (X1), Assurance (X2), Tangible (X3), Empathy (X4) and Responsiveness (X5) on Customer satisfaction at Bank Kalteng Caang Muara Teweh. Sample taken as much 98 Selected customers with formula Slovin. Collecting data using questionnaire while data analysis using SPSS.

Results testing prove Reliability effect significant to Customer's Decision on Partial with big influence 31.1%, an effect Assurance significant to Customer satisfaction on Partial with big influence 11.8% Tangible effect significant to Customer satisfaction on Partial with big influence 3.5%, Empathy take effect significant to Customer satisfaction on Partial with big influence 2.7%, Responsiveness effect significant to Customer satisfaction on Partial with big influence Whereas 50.2% on simultaneously Reliability, Assurance, Tangible, Empathy and Responsiveness take effect significant to Customer satisfaction with big influence 42.1% while the rest amount 57.9% influenced by other variables

Keywords: Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Responsiveness, Customer Satisfaction

1. Latar Belakang

Perubahan di bidang sosial, budaya, ekonomi, teknologi, politik dan juga persaingan, dapat mempengaruhi bentuk dan keadaan pasar. Karena pasar selalu berubah, maka perusahaan juga harus selalu meningkatkan pelayanannya. Hal yang perlu diperhatikan adalah bagaimana perusahaan mengambil inisiatif untuk merubah cara pelayanannya agar dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan di luar perusahaan yang menghendaki perubahan.

Era sekarang ini yang ditandai oleh revolusi teknologi komunikasi dan informasi mengakibatkan terjadinya perubahan (*change*) yang luar biasa. Adanya kemudahan yang diperoleh dari komunikasi dan informasi muncul kompetisi yang sangat ketat berakibat pelanggan (*customer*) semakin banyak pilihan dan sangat sulit untuk dipuaskan karena telah terjadi pergeseran yang semula hanya untuk memenuhi kebutuhan, meningkat menjadi harapan (*expectation*) untuk memenuhi kepuasan. Sehingga bagi perusahaan, kunci kearah profitabilitas bukan lagi volume penjualan melainkan kepuasan jangka panjang bagi pelanggan.

Kualitas dan kepuasan pelanggan berkaitan erat kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan

seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Perusahaan yang gagal memuaskan pelayanannya akan menghadapi masalah yang kompleks. Umumnya pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan memuaskan pelanggan. Oleh karena itu, setiap perusahaan jasa wajib merencanakan, mengorganisasi, mengimplementasikan, dan mengendalikan sistem kualitas sedemikian rupa, sehingga pelayanan dapat memuaskan para pelanggannya. Penilaian akan kualitas layanan dikembangkan oleh Leonard L Barry.A. Parasuraman dan kawan-kawan yang dikutip Fandy Tjiptono (2002:70) *service quality* berdasarkan pada lima dimensi kualitas yaitu *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati).

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Kepuasan pelanggan dalam bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuhkembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan. Demikian pula dengan bisnis perbankan, merupakan bisnis yang berdasarkan pada asas kepercayaan, masalah kualitas layanan (*service quality*) menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan bisnis ini. Adapaun pelanggan Bank Kalteng cabang Muara Teweh sebanyak 6523 nasabah terdiri dari kalangan pelajar, PNS/ASN, Perusahaan Terbatas, kalangan industri, pedagang dan rumah tangga.

Dalam perkembangannya Bank BPD Kalteng cabang Muara Teweh tidak terlepas dari kendala-kendala dan permasalahan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Adapun keluhan-keluhan yang disampaikan nasabah kepada Bank Kalteng cabang muara Teweh dalam tahun 2016 dapat disebabkan oleh beberapa masalah umum antara lain:

Tabel 1.1 : Daftar Keluhan Nasabah Bank Kalteng cabang Muara Teweh tahun 2016

No	Keluhan	Jumlah	Persentase (%)
1	Kurangnya pelayanan <i>Teller Service</i>	84	18
2	Mesin ATM sering macet	54	12
3	Pelayanan Teller lambat	87	19
4	Pelayanan teller kurang ramah	35	8
5	Pembuatan ATM lambat	198	43
Jumlah		458	100

Sumber: Bank Kalteng cabang Muara Teweh, 2016

Dari tabel 1.1 mengenai tentang keluhan nasabah pada Bak Kalteng cabang Muara Teweh tentang kurangnya pelayanan *Teller Service* sebesar 18% menyatakan kurang, hal ini disebabkan oleh karyawan pada Bank Kalteng cabang Muara Teweh masih belum memiliki keterampilan yang kusus sehingga pelayanan yang seharusnya lebih cepat menjadi kurang lambat sehingga perlu adanya pelatihan untuk meningkatkan kinerja karyawan tersebut.

Mengenai tentang keluhan nasabah pada Bak Kalteng cabang Muara Teweh tentang Mesin ATM sering macet, hal ini disebabkan karena jaringan yang ada pada mesin ATM sering terjadi gangguan baik dari operator

maupun bersumber dari mesin ATM tersebut, sehingga perlu di adakannya mesin ATM baru dengan menggunakan teknologi yang lebih canggih dan mampu beroperasi dengan cepat

Mengenai tentang keluhan nasabah pada Bak Kalteng cabang Muara Teweh tentang Pelayanan Teller lambat, hal ini disebabkan karena karyawan yang ada pada Bank Kalteng Cabang Muara Teweh tidak memiliki kecakapan khusus dalam bidangnya sehingga pekerjaan yang terjadi pada Bank tersebut hanya memiliki standar kerja, jadi nasabah banyak mengekuk akibat lama menunggu.

Mengenai tentang keluhan nasabah pada Bak Kalteng cabang Muara Teweh tentang pelayanan teller kurang ramah, hal ini disebabkan karena sikap karyawan yang kurang menggunakan senyuman pada saat melayani nasabah sehingga nasabah merasa kurang senang atas layanan yang diberikan karyawan tersebut, selain itu budaya yang ada dalam bank tersebut juga kurang di tunjukan pada saat pelayanan.

Mengenai tentang keluhan nasabah pada Bak Kalteng cabang Muara Teweh tentang pembuatan ATM lamabat, hal ini disebabkan karena karyawan harus melapor atau mengirim berkas ke cabang pusat untuk dapat izin pembuatan ATM baru sehingga membuat nasabah merasa lambat dalam pembuatan ATM, selain itu kemungkinan jaringan internet sering mengalami gangguan atau teknologi yang kurang canggih masih digunakan oleh bank tersebut yang mengakibatkan lambatnya pembuata ATM.

Hasil daripenjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa keluhan nasabah pada tahun 2016 dilihat dari setiap item tidak terlalu besartetapi apabila dipersentasekan hampir 43%. Hal tersebut mengindikasikan adanya penurunan kualitas pelayanan yang disampaikan oleh banyak pihak penyedia jasa, sehingga berdampak pada penurunan keputusan nasabah yang tinggi. Sehingga perlu ada peningkatan kualitas pelayanan Bank Kalteng cabang Muara Teweh dilakukan melalui perluasan jaringan maupun dalam bentuk kerja sama dengan lembaga lain. Adapun Bank Kalteng cabang Muara Teweh memperluas jaringan dengan membuka kantor kas yang akan dibuka di kecamatan-kecamatan seperti dikecamatan Gunung Timang. Bank Kalteng cabang Muara Teweh juga punya pelayanan jasa untuk pengembangan perusahaannya seperti Tabungan Sipeda,

Tabungan Taheta, Tabunganku, Kredit Multi Guna, Pemilikan rumah (KPR), dan lain-lain.

Hasil Survei survey yang dilakukan Marketing Research Indonesia (MRI) dengan metodologi *mystery shopping* Penilaian kualitas layanan meliputi beberapa komponen penilaian, yaitu satpam, *customer service*, *teller*, peralatan *banking hall*, kenyamanan ruangan, toilet, ATM, layanan telepon, layanan *e-channel* seperti *phone banking officer*, *phone banking* mesin, SMS banking, dan internet banking. Hasil yang diperoleh oleh Bank Kalteng kembali menorehkan prestasi terbaik dalam ajang [Infobank](#) Banking Service Excellence Awards 2014. Bank kebanggaan Kalimantan Tengah ini meraih peringkat kedua Best Overall Performance, peringkat kedua Performa Terbaik Customer Service, peringkat kedua Performa Terbaik Teller, dan peringkat ketiga Performa Terbaik Satpam dari Majalah [Infobank](#).

Hal ini yang mendorong perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui lebih jauh lagi tentang kepuasan nasabah setelah menerima pelayanan dari Bank Kalteng cabang Muara Teweh dengan ini bisa diketahui dimensi pelayanan manakah yang paling dominan memberikan kepuasan bagi nasabah. Karena keberhasilan suatu bank adalah mendapatkan nasabah yang banyak, dan nasabah harus dipegang jangan sampai pindah ke bank lain

2. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah Untuk menguji dan menganalisis pengaruh signifikan Kualitas pelayanan *Reliability*, *Assurance*, *Tangible*, *Emphathy* dan *Responsiveness* terhadap Kepuasan Nasabah Bank Kalteng Cabang Muara Teweh

3. Tinjauan Teori Kualitas Pelayanan

Pengertian atau makna atas konsep kualitas telah diberikan oleh banyak pakar dengan berbagai sudut pandang yang berbeda, sehingga menghasilkan definisi-definisi yang berbeda pula. Tjiptono (2004:51) menyatakan bahwa kualitas diartikan sebagai suatu kondisi dinamis dimana yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Menurut Riduwan (2007:248) kualitas pada dasarnya dapat mengacu kepada pengertian pokok yaitu :

- a. Kualitas terdiri dari sejumlah keistimewaan produk, baik keistimewaan langsung maupun keistimewaan atraktif yang memenuhi keinginan pelanggan dan dengan demikian memberikan kepuasan atas penggunaan produk ini,
- b. Kualitas terdiri dari segala sesuatu yang bebas dari kekurangan atau kerusakan

Pengertian kualitas tersebut menunjukkan bahwa kualitas itu berkaitan erat dengan pencapaian standar yang diharapkan. Berbeda dengan Lukman (2000:11) yang mengartikan kualitas adalah sebagai janji pelayanan agar yang dilayani itu merasa diuntungkan. Selain itu menurut Kotler dan Keller (2008:181) menyatakan Kualitas merupakan jaminan terbaik atas kesetiaan pelanggan pertahanan terkuat dalam menghadapi persaingan, dan satu-satunya jalur menuju pertumbuhan dan pendapatan yang berkesinambungan.

Pelayanan pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai aktivitas seseorang, sekelompok dan/atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Menurut Pasolong (2011:133) pelayanan yang baik adalah kemampuan seseorang dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang ditentukan. Sedangkan menurut Surjadi (2012:57) bahwa pelayanan merupakan usaha apa saja yang mempertinggi kepuasan pelanggan. Berdasarkan pengertian-pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah kegiatan atau usaha organisasi atau kelompok dalam memenuhi kebutuhan baik dalam bentuk barang atau jasa dengan tujuan memenuhi kebutuhan masyarakat.

Menurut Moenir (2008:128) mengatakan pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Hal ini juga dinyatakan oleh Tjiptono (2008:1) Pelayanan adalah segala sesuatu yang dilakukan pihak tertentu (individu maupun kelompok) kepada pihak lain (individu maupun kelompok).

Menurut Simamora (2001:172) kualitas pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Menurut Lukman (2000:5) kualitas pelayanan merupakan suatu kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara

fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan. Sedangkan definisi yang lebih rinci diberikan oleh Ratminto (2005:2) yaitu kualitas pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hak lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan setiap permasalahan konsumen/pelanggan.

Wyckof (1990) dan Yogiarto (2015) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Parasuraman (1988) dalam Hianggio (2013) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai refleksi persepsi evaluatif konsumen terhadap layanan yang diterima pada suatu waktu tertentu. Berdasarkan dua definisi kualitas pelayanan di atas dapat diketahui bahwa terhadap dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu pelayanan yang diharapkan (*expected service*) konsumen dan pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) oleh konsumen atau hasil yang dirasakan.

Kualitas pelayanan merupakan suatu pembahasan yang sangat kompleks karena penilaian kualitas pelayanan berbeda dengan kualitas produk, terutama sifatnya yang tidak nyata (*intangible*) dan produksi serta konsumsi berjalan secara simultan. Sehingga, kualitas pelayanan adalah bagaimana tanggapan pelanggan terhadap jasa yang dikonsumsi atau dirasakannya (Jasfar, 2005:47 dalam Sudartik, 2009).

Menurut Garvin yang dikutip Tjiptono (2011:143) menyatakan bahwa terdapat lima perspektif mengenai kualitas, salah satunya yaitu bahwa kualitas dilihat tergantung pada orang yang menilainya, sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas paling tinggi.

Berdasarkan pengertian di atas terlihat bahwa kualitas adalah kinerja yang berdasarkan standar keahlian untuk memenuhi kebutuhan pelanggan artinya kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan antara persepsi (kenyataan) dengan ekspektasi (harapan) pelanggan atas satu pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dan jasa.

Dalam rangka menciptakan gayamanajemen dan lingkungan yang kondusif bagi organisasi untuk menyempurnakan kualitas, organisasi bersangkutan harus mampu mengimplementasikan enam prinsip utama yang berlaku bagi perusahaan. Keenam prinsip ini sangat bermanfaat dalam membentuk mempertahankan lingkungan yang tepat untuk melaksanakan penyempurnaan kualitas secara berkesinambungan dengan didukung oleh para pemasok, karyawan, dan pelanggan. Menurut Saleh (2010:105) keenam prinsip tersebut terdiri atas:

1) Kepemimpinan

Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin dan mengarahkan organisasinya dalam upaya peningkatan kinerja kualitas. Tanpa adanya kepemimpinan dari manajemen puncak, usaha peningkatan kualitas hanya akan berdampak kecil.

2) Pendidikan

Semua karyawan perusahaan, mulai dari manajer puncak sampai karyawan operasional, wajib mendapatkan penekanan dalam pendidikan tersebut antara lain konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat, teknik implementasi strategi kualitas, dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas.

3) Perencanaan Strategik

Proses perencanaan strategi harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang digunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visi dan misinya.

4) Review

Proses review merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasi. Proses ini menggambarkan mekanisme yang menjamin adanya perhatian terus-menerus terhadap upaya mewujudkan sasaran-sasaran kualitas.

5) Komunikasi

Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi organisasi, baik dengan karyawan, pelanggan, maupun dengan stakeholder lainnya.

6) Total Human Reward

Reward dan *recognition* merupakan aspek krusial dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan berprestasi perlu diberi

imbangan dan prestasinya harus diakui. Dengan cara seperti ini, motivasi, semangat kerja, rasa bangga dan rasa memiliki (*sense of belonging*) setiap anggota organisasi dapat meningkat, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan produktifitas dan profitabilitas bagi perusahaan, serta kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1988) dalam Tjiptono dan Candra (2011:198), kualitas pelayanan memiliki 5 (lima) indikator yaitu sebagai berikut:

1. *Reliability*

Reliability merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati serta memberikan informasi-informasi yang terkait dengan bank melalui berbagai media. *Reliability* dalam hal ini memiliki 3 (tiga) indikator yaitu sebagai berikut:

- 1) Janji ditepati sesuai jadwal
- 2) Menyediakan Informasi
- 3) Pelayanan yang cepat dan tepat

2. *Assurance*

Assurance merupakan perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggan. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan. *Assurance* dalam hal ini memiliki 3 (tiga) indikator yaitu sebagai berikut:

- 1) Pengetahuan dan Keterampilan
- 2) Kepercayaan
- 3) Kesopanan Santunan/Kesopanan

3. *Tangible*

Tangible daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan dalam menunjang segala sesuatu dalam melakukan pekerjaan, baik sarana ataupun prasarana. *Tangible* dalam hal ini memiliki 3 (tiga) indikator yaitu sebagai berikut:

- 1) Fasilitas Fisik
- 2) Perlengkapan Kantor
- 3) Penampilan Karyawan

4. *Emphathy*

Emphathy ialah dimana perusahaan memahami masalah para pelanggan dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman bahkan melayani dengan penuh kesabahan pada saat nasabah mengalami kebingungan atau masalah. *Emphathy* dalam hal ini memiliki 3 (tiga) indikator yaitu sebagai berikut:

dalam hal ini yaitu sebagai berikut:

- 1) Memahami keinginan/masalah nasabah
- 2) Melakukan sesuatu/tindakan demi kepentingan nasabah
- 3) Memberikan perhatian kepada nasabah

5. *Responsiveness*

Responsiveness yaitu berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat. *Responsiveness* dalam hal ini memiliki 2 (dua) indikator yaitu sebagai berikut:

- 1) Kemampuan perusahaan (Karyawan) membantu dan merespon permintaan nasabah
- 2) Menginformasikan jasa secara cepat

Kepuasan Nasabah

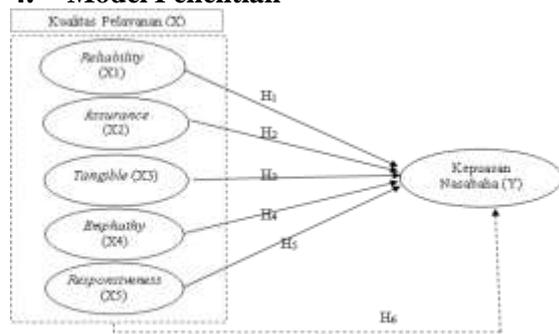
Banyak pakar memberikan definisi mengenai kepuasan nasabah. Day dalam Nasution (2004) menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan nasabah adalah respon nasabah terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskoransi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau normal kinerja sebelumnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Engel et al. (1990) mengungkapkan, bahwa kepuasan nasabah merupakan evaluasi pembeli, dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan nasabah, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak sesuai dengan keinginan nasabah

Kepuasan nasabah dapat didefinisikan sebagai evaluasi kesadaran dan kecintaan pelanggan terhadap barang atau jasa yang telah sampai kepadanya oleh produsen tertentu (Oliver pada Birgelen et. al., 2000). Kepuasan dipengaruhi oleh tingkat harapan atas kualitas jasa (Cronin dan Taylor pada Birgelen et. al., 2000). Kepuasan pelanggan sebagai hasil dari perbandingan antara harapan produk atau

jasadan kenyataan yang diterima seseorang maka memunculkan dua kemungkinan yang pertama adalah bila penjual memberikan informasi yang berlebihan terhadap nasabah, maka nasabahkan mempunyai pengharapan yang terlalu tinggi, sehingga berakibat ketidakpuasan jika penjual tidak dapat memenuhi informasinya. Kemungkinan kedua adalah bila penjual tidak dapat memenuhi informasi kepada nasabah, maka nasabahkan kurang tertarik (harapannya rendah) pada produk atau pelayanan tersebut, sehingga transaksi tidak akan terjadi.

Menurut Kotler (1994) kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapan. Howard & Sheth (1969) mengungkapkan bahwa kepuasan nasabah adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau tidak kesepadanan antara hasil yang didapatkan di banding dengan pengorbanan yang dilakukan. Wilkie (1990) mendefinisikan kepuasan nasabah sebagai tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa

4. Model Penelitian



Gambar 2.1 Model Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang diuji kebenarannya, berdasarkan model penelitian di atas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

- H.1. Terdapat pengaruh signifikan secara parsial *Reliability* terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Kalteng Cabang Muara Teweh
- H.2. Terdapat pengaruh signifikan secara parsial *Assurance* terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Kalteng Cabang Muara Teweh
- H.3. Terdapat pengaruh signifikan secara parsial *Tangible* terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Kalteng Cabang Muara Teweh

- H.4. Terdapat pengaruh signifikan secara parsial *Emphathy* terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Kalteng Cabang Muara Teweh
- H.5. Terdapat pengaruh signifikan secara parsial *Responsiveness* terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Kalteng Cabang Muara Teweh
- H.6. Terdapat pengaruh signifikan secara simultan *Reliability, Assurance, Tangible, Emphathy* dan *Responsiveness* terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Kalteng Cabang Muara Teweh

5. Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuantitatif yakni proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui (Moh. Kasiram, 2010). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah bersifat *eksplanatory* yaitu penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara satu variabel dengan variabel yang lain (Sugiyono, 2012:11). Tipe penelitian yang digunakan adalah tipe asosiatif kausal. Penelitian asosiatif menurut Sugiyono (2012:11) yaitu suatu pertanyaan penelitian yang bersifat menanyakan pengaruh antara dua variabel atau lebih dalam bentuk sebab akibat. Dalam hal ini untuk menguji pengaruh *Reliability* (X_1), *Assurance* (X_2), *Tangible* (X_3), *Emphathy* (X_4), *Responsiveness* (X_5) terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah analisis Regresi Linier Berganda, dimana analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh perubahan suatu variabel terhadap variabel lainnya. Dalam penelitian ini dimana variabel *Reliability* (X_1), *Assurance* (X_2), *Tangible* (X_3), *Emphathy* (X_4), *Responsiveness* (X_5) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) dengan menggunakan program SPSS Versi 21.00

6. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Responden yang dipilih sebagai responden dalam penelitian ini adalah Nasabah Bank Kalteng Cabang Muara Teweh yang berjumlah 98 orang. Adapun karakteristik responden akan di jelaskan di bawah ini.

Uji validitas diketahui bahwa hasil item untuk variabel *Reliability* (X_1), *Assurance* (X_2), *Tangible* (X_3), *Empathy* (X_4), dan *Responsiveness* (X_5) dan Kepuasan Nasabah (Y) dari seluruh item memiliki nilai $r > 0,3$. Sehingga dapat di katakan bahwa semua itu di nyatakan falit Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa seluruh item dinyatakan valid. Sedangkan uji reliabilitas dapat disimpulkan bahwa bahwa instrumen dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel. Hal ini dikarenakan instrumen memiliki nilai *cronbach alpha* $> 0,60$ yaitu karakteristik *Reliability* (X_1) sebesar 0,748, karakteristik *Assurance* (X_2) sebesar 0,857, karakteristik *Tangible* (X_3) sebesar 0,834, karakteristik

Empathy (X_4) sebesar 0,785, karakteristik *Responsiveness* (X_5) sebesar 0,810 dan Kepuasan Nasabah (Y) sebesar 0,880.

Uji Regresi Secara Parsial (Uji t)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui mengetahui variabel independen dengan dependen secara varsial Variabel *Reliability* (X_1), *Assurance* (X_2), *Tangible* (X_3), *Empathy* (X_4), dan *Responsiveness* (X_5) terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Kalteng Cabang Muara Teweh yaitu dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel dengan signifikansi 95% ($\alpha=0,05$). Jika t hitung $> t$ tabel maka H_0 ditolak dan sebaliknya jika t hitung $< t$ tabel maka H_0 diterima. Hasil uji t dapat dilihat pada Tabel 5.17 berikut.

Tabel 5.17 Hasil uji t hitung

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.677	3.618		2.127	.036
	Reliability	.478	.549	.311	3.220	.002
	Assurance	.161	.155	.118	2.044	.003
	Tangible	.045	.323	.035	5.366	.000
	Empaty	.034	.124	.027	2.271	.017
	Responsiveness	.973	.228	.502	4.263	.024

Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

Sumber: Hasil pengolahan data, SPSS 23.00, 2017

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai signifikansi t untuk variabel independen yaitu:

- Variabel *Reliability* (X_1) nilai t hitung sebesar 3,320 sedangkan t tabel sebesar 1.66055 dengan signifikansi sebesar 0,002. Karena t hitung $> t$ tabel ($3,320 > 1.66055$) atau sig $t < 5\%$ ($0,002 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial variabel *Reliability* (X_1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada Bank Kalteng Cabang Muara Teweh.
- Variabel *Assurance* (X_2) nilai t hitung sebesar 2,044 sedangkan t tabel sebesar 1.66055 dengan signifikansi sebesar 0,003. Karena t hitung $> t$ tabel ($2,044 > 1.66055$) atau sig $t < 5\%$ ($0,003 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial variabel *Assurance* (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada Bank Kalteng Cabang Muara Teweh.

- Variabel *Tangible* (X_3) nilai t hitung sebesar 5,366 sedangkan t tabel sebesar 1.66055 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena t hitung $> t$ tabel ($5,366 > 1.66055$) atau sig $t < 5\%$ ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial variabel *Tangible* (X_3) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada Bank Kalteng Cabang Muara Teweh.
- Variabel *Empathy* (X_4) nilai t hitung sebesar 2,271 sedangkan t tabel sebesar 1.66055 dengan signifikansi sebesar 0,017. Karena t hitung $> t$ tabel ($2,271,915 > 1.66055$) atau sig $t < 5\%$ ($0,017 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial variabel *Empathy* (X_4) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada Bank Kalteng Cabang Muara Teweh.
- Variabel *Responsiveness* (X_5) nilai t hitung sebesar 4,263 sedangkan t tabel

sebesar 1.66055 dengan signifikansi sebesar 0,024. Karena t hitung $>$ t tabel ($4,263 > 1.66055$) atau $\text{sig } t < 5\%$ ($0,024 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial variabel *Responsiveness* (X_5) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada Bank Kalteng Cabang Muara Teweh.

Dari hasil pengujian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial variabel *Reliability* (X_1), *Assurance* (X_2), *Tangible* (X_3), *Empathy* (X_4), dan *Responsiveness* (X_5) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada Bank Kalteng

Cabang Muara Teweh. Pengaruh dominan dan nilai koefisien regresi yang paling besar adalah variabel *Responsiveness* (X_5) yang dapat dilihat dari koefisien regresi sebesar 0,937.

Uji Regresi Secara Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui semua variabel bebas *Reliability* (X_1), *Assurance* (X_2), *Tangible* (X_3), *Empathy* (X_4), dan *Responsiveness* (X_5) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel terikat Kepuasan Nasabah pada Bank Kalteng Cabang Muara Teweh. Pengujian ini dilakukan dengan uji F, dengan tingkat signifikansi sebesar 95% ($\alpha = 0,05$). Hasil uji F dapat dilihat pada Tabel 5.18 berikut

Tabel 5.18 Hasil uji F hitung

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	666.928	5	133.386	15.093	.000 ^b
	Residual	813.031	92	8.837		
	Total	1479.959	97			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

b. Predictors: (Constant), Responsiveness, Tangible, Reliability, Assurance, Empaty

Sumber: Hasil pengolahan data, SPSS 23.00, 2017

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai signifikansi pada F ($0,000 <$ signifikansi α ($0,05$), yaitu ($0,000 < 0,05$) atau dengan membandingkan F hitung dengan F tabel dengan nilai F tabel sebesar 92. Dimana dari hasil perhitungan diperoleh nilai F hitung $>$ F tabel ($15,093 > 2,31$). Berdasarkan perhitungan tersebut maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_3 diterima, yang artinya secara statistik dapat dibuktikan bahwa semua variabel independen yang terdiri *Reliability* (X_1), *Assurance* (X_2), *Tangible* (X_3), *Empathy* (X_4),

dan *Responsiveness* (X_5) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada Bank Kalteng Cabang Muara Teweh.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu (Ghozali, 2006:83). Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 5.19 berikut

Tabel 5.19 Nilai koefisien determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.671 ^a	.445	.421	2.973	.451	15.093	5	92	.000	1.394

a. Predictors: (Constant), *Reliability*, *Assurance*, *Tangible*, *Empathy*, *Responsiveness*

b. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

Sumber: Hasil pengolahan data, SPSS 23.00, 2017

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan program SPSS 23 pada Tabel

5.19 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang diperoleh

sebesar 0,421. Hal ini berarti 42,1% Kepuasan Nasabah dapat dijelaskan oleh variabel *Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, dan Responsiveness* sedangkan sisanya yaitu 57,9% Kepuasan Nasabah dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

7. Keterbatasan Penelitian

Peneliti mengakui secara pribadi bahwa dalam penelitian ini terdapat keterbatasan yang dialami oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu:

1. Adanya keterbatasan peneliti dalam menambah variabel penelitian selain variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah pada Bank Kalteng Muara Teweh. Seperti budaya organisasi, loyalitas kerja, stress kerja, motivasi kerja, pengembangan organisasi, produktivitas organisasi, produktivitas karyawan, kepuasan karyawan, tingkat *turn-over* karyawan dan sebagainya untuk penelitian selanjutnya.
2. Penelitian ini hanya dilakukan pada Bank Kalteng Muara Teweh, sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisasikan pada perusahaan lain.

8. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dikemukakan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial *Reliability* terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Kalteng Cabang Muara Teweh.
2. Terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial *Assurance* terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Kalteng Cabang Muara Teweh.
3. Terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial *Tangible* terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Kalteng Cabang Muara Teweh.
4. Terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial *Empathy* terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Kalteng Cabang Muara Teweh.
5. Terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial *Responsiveness* terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Kalteng Cabang Muara Teweh.
6. Terdapat pengaruh positif yang signifikan secara simultan *Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, dan*

Responsiveness terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Kalteng Cabang Muara Teweh.

Daftar Pustaka

- Ancok, Djamaluddin. 2000. *Manajemen Sumber Daya Manusia, Hand Out Perkuliahan Manajemen SDM*, Yogyakarta : MAP UGM.
- Bryant, C & White, LG. 1982. *Managing Development in the third World*, West View Press, Mc, diterjemahkan oleh Rustyanto, L. 1987.
- Dwiyanto, Agus. 1995. "Penilaian Kinerja Organisasi Publik". Seminar Kinerja Organisasi Sektor Publik, Kebijakan dan Penerapannya, Jurusan Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, 20 Mei.
- Dwiyanto, Agus. 2001. "Budaya Paternalisme Dalam Birokrasi Pelayanan Publik", Policy Brief, Center For Population and Policy Studies, UGM, Yogyakarta.
- Gibson, James L. 1984. *Organisasi dan Manajemen, Perilaku, Struktur, Proses*, Jakarta : Erlangga
- Handoko, Hani, T. 1984. *Manajemen*, Edisi ke II, Yogyakarta : BPFE.
- Hasibuan, Malayu S. P. 1994. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta : Haji Masagung.
- Irawan, Prasetya, 2000, *Pengembangan Sumber Daya Manusia*, Rineka Cipta, Jakarta
- Kartasasmita, Ginanjar. 1997. "Membangun Sumber Daya Sosial Profesional", Bappenas, Jakarta.
- Katz, E. F and Lazar Feld, P. F. 1969. *Personal Influence, the free press of Glencoe, Illinois, In Second, P. F. & Backman, C. W. 1974. Social Psychology, Mc. Graw-Hill*, Tokyo : Kogakusha.
- Keban, Jeremias. T. 1995. "Indikator Kinerja Pemerintah Daerah : pendekatan Manajemen dan Kebijakan", Makalah, Seminar Sehari, Fisipol UGM, Yogyakarta.
- Nasir, Moh. 1988. *Metode Penelitian*, Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Robbins, P. Stephen. 1994. *Teori Organisasi, Struktur, Desain dan Aplikasi*, Jakarta : Arcan (Terjemahan).

- , 2001. *Perilaku Organisasi, Konsep Kontroversi, Aplikasi*, Jakarta : Prenhalindo (Terjemahan).
- Siagian, Sondang , 1994, *Pengembangan Sumber Daya Manusia*, PT Sumber Bahagia Jakarta
- Simamora, Henry, 2004 *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Ke 3 Penerbit STIE YKPN, Yogyakarta
- Soekanto, Soejono. 1990. *Kamus Sosiologi*, Jakarta : Rajawali.
- Steers, R. M. 1997. *Organization Effectiveness, A Behavioral View*, Good Year Publishing Company, Terjemahan oleh Magdalena Jamin. 1980. Jakarta : Erlangga.
- Stoener, James. A. F. 1986. *Manajemen Jilid 2*, Jakarta : Erlangga.
- Stoener, James. A. F. And Freeman, Edward R. 1992. *Manajemen*, Edisi ke Empat, Jilid I, Jakarta : Intermedia.
- Suradinata, Ermaya. 1995. *Psikologi Kepegawaian dan Peranan Pimpinan dalam Motivasi Kerja*, Bandung : Ramadan.
- Sunyoto, Danang 2012, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Cetakan 1, Yogyakarta : CAPS
- Sutarto. 2000. *Dasar-Dasar Organisasi*, Yogyakarta : Gajah Mada University press.
- Syamsi, Ibnu. 1983. *Pokok-Pokok Organisasi dan Manajemen*, Jakarta : Bina Aksara.
- Umar Husein, 1998, *Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Wibowo, 2007 *Manajemen Kinerja* Edisi Ketiga, PT. Grafindo Perkasa, Jakarta