

# HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK SUMUT CABANG UTAMA MEDAN

Nasib, S.Pd., M.M

Manajemen Pemasaran, Politeknik Unggul LP3M  
Jln Iskandar Muda No 3 Medan- Sumatera Utara  
+6282304108125 nasibwibowo02@gmail.com

## *Abstract*

*This study aims to determine the relationship of direct evidence to the satisfaction of the customer. To determine the relationship of reliability to customer satisfaction. To determine the relationship of responsiveness to customer satisfaction. To determine the relationship with customer satisfaction guarantee. To determine the relationship of empathy to customer satisfaction. To determine the relationship of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy with customer satisfaction. Population in this research is the customer Deposit Local Development (Simpeda) at PT. Bank Main Branch Medan North Sumatra totaling 7,384 samples of 379 respondents. Data collected through questions to the respondents. The research approach is associative with multiple linear regression analysis, the testing is done with the classical assumption and hypothesis testing.*

*Discussion of the results it is evident that the tangible of significant relations customer satisfaction in PT. Bank Main Branch Medan North Sumatra. There is no significant effect of reliability with customer satisfaction PT. Bank Main Branch Medan North Sumatra. There is no significant effect of Responsiveness to customer satisfaction PT. Bank Main Branch Medan North Sumatra. There is a significant relations customer satisfaction guarantee with PT Bank Main Branch Medan North Sumatra. Significant effect significant empathy with customer satisfaction PT.Bank Main Branch Medan North Sumatra. There is tangible of significant relations, reliability, Responsiveness, Assurance and Empathy with customer satisfaction PT.Bank Main Branch Medan North Sumatra. Taken together there is tangible of significant influence, reliability, responsiveness, assurance and empathy for customer satisfaction in PT Bank Main Branch Medan North Sumatra. Keywords: Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Customer Satisfaction*

## **I. PENDAHULUAN**

Dalam era globalisasi sekarang ini setiap organisasi maupun perusahaan diharapkan untuk dapat mengetahui kondisi pasar dan pelangganya dengan sebaik mungkin agar memenangkan persaingan. Organisasi ataupun perusahaan dalam menghadapi persaingan yang pada masa sekarang bukan hanya dari dalam negeri melainkan

juga persaingan dari perusahaan luar negeri atau dengan kata lain menghadapi persaingan dari perusahaan atau organisasi yang berskala global. Persaingan ini terjadi dimana semakin banyak tumbuhnya organisasi – organisasi atau perusahaan baru yang menawarkan berbagai macam produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang mengakibatkan setiap organisasi wajib

memperioritaskan terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan. Pada dasarnya yang menjadi tujuan perusahaan atau organisasi adalah untuk dapat memperoleh laba ataupun tujuan yang diharapkan oleh manajemen dan para *stakeholder* agar dapat tercapai sesuai dengan target yang telah ditetapkan.

Rasa kepuasan yang dialami oleh pelanggan tentu akan memberikan kontribusi bagi pihak internal suatu organisasi. Hal ini bisa dilihat dari banyaknya keluhan yang dirasakan oleh pelanggan ataupun saran - saran serta kritikan yang menjadikan bahan masukan organisasi dalam menetapkan strategi dalam menghadapi dunia persaingan. Keluhan maupun komplain sebaiknya harus diolah dan dijadikan bahan pertimbangan dalam mengambil sebuah keputusan strategis yang mengarahkan kepada pencapaian dari tujuan organisasi tersebut. Rasa kepuasan yang telah didapatkan oleh pelanggan serta pelayanan yang telah diberikan oleh organisasi merupakan suatu rasa yang diharapkan dengan rasa yang dirasakannya. Apa bila rasa kepuasan melebihi dari apa yang diharapkan inilah yang disebut dengan kepuasan dan sebaliknya apa bila konsumen merasa rasa kepuasan kurang dari yang diharapkannya dinamakan ketidakpuasan (*Situmorong, 2011:206*).

Banyak faktor yang mempengaruhi dari kepuasan pelanggan diantaranya Menurut *Tjiptono* (2007:159) menjelaskan bahwa rasa ketidakpuasan pelanggan diakibatkan oleh faktor internal dan faktor eksternal. Kedua faktor tersebut dianggap kerusial dalam mencapai kepuasan yang dirasakan oleh konsumen ataupun pelanggan. Berikut akan dijabarkan pengertian dari kedua faktor tersebut yakni (1) Faktor internal yakni faktor yang terdapat pada diri pelanggan yang mendapatkan pelayanan dari perusahaan yang terdiri atas : pegawai yang bersikap kasar, jam karet, kesalahan dalam pencatatan transaksi dan

sebaginya. Faktor ini yang menjadikan pihak perusahaan dapat melakukan upaya perbaikan dari dalam organisasi. Hal ini yang menjadikan organisasi maupun perusahaan terus berbenah dalam menciptakan rasa kepuasan yang diharapkan oleh pelanggan, (2) Faktor eksternal yakni faktor yang terdapat diluar dari pelanggan atau konsumen yang terdiri atas : cuaca, gangguan pada infrastruktur umum, tindak kriminal dan sebagainya.

PT.Bank Sumut Cabang Utama Medan adalah salah satu badan usaha milik daerah Sumatera Utara yang bergerak pada jasa perbankan. Dalam persaingan yang begitu tajam PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan dituntut agar dapat mempertahankan para nasabahnya serta berusaha mencari para calon nasabah baru dengan memberikan kualitas pelayanan sebaik mungkin dibandingkan dengan pesaingnya. Rasa kepuasan nasabah adalah modal bagi perbankan dalam mencapai visi dan misinya. Maka sudah selayaknya PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik, agar supaya nasabah tetap setia dan loyal terhadapnya.

Di satu sisi apabila dari awal PT.Bank Sumut Cabang Utama Medan belum maksimal dalam menciptakan pelayanan yang terbaik dalam menumbuhkan rasa kepuasan nasabah maka dapat dipastikan PT.Bank Sumut Cabang Utama Medan tidak akan dapat mencapai dari pada visi dan misi bahkan juga akan mengalami kekalahan dalam persaingan dengan perbankan-perbankan lainnya. Kualitas pelayanan yang diberikan PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan kepada pelanggan atau nasabah memiliki jenis pelayanan yang berbeda dengan bank lain. Perbedaan tersebut biasanya dalam arti keramahan yang diberikan karyawan perbankan serta waktu pelayanan yang tepat tanpa harus menunggu lama untuk dilayani.

Fakta yang terjadi di PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan banyak nasabah yang mengeluhkan dengan kualitas pelayanan pegawai perbankan tersebut. Berdasarkan penelitian pendahuluan yang dilakukan peneliti terhadap 10 nasabah mereka mengeluhkan dengan pelayanan yang ada di PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan yakni : lokasi parkir kendaraan yang kurang nyaman, jam tutup bank kurang tepat dari yang dijadwalkan, karyawan bank kurang tanggap dengan keluhan nasabah, karyawan bank tidak sabar dalam mendengarkan keluhan nasabah, dan karyawan bank membeda-bedakan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Semua kejadian tersebut menimbulkan rasa ketidakpuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan perbankan.

Tabel 1.1 Hasil Observasi Tentang Keluhan Nasabah

Responden	Pertanyaan No				
	1 Lokasi parkir kendaraan di bank Sumut	2 Jam tutup bank tepat waktu	3 Respon petugas Bank Sumut atas keluhan nasabah	4 Karyawan bank tidak sabar dalam mendengarkan keluhan nasabah	5 Karyawan bank membeda-bedakan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah
1	Luas	Tepat waktu	Sangat merespon	Lancar	Tidak membedakan
2	Kurang luas	Tidak Tepat waktu	Sangat merespon	Kurang lancar	Tidak membedakan
3	Kurang luas	Tidak Tepat waktu	Sangat merespon	Lancar	Tidak membedakan
4	Kurang luas	Tidak Tepat waktu	Kurang respon	Kurang lancar	Tidak membedakan
5	Luas	Tepat waktu	Sangat merespon	Lancar	Tidak membedakan
6	Kurang luas	Tidak Tepat waktu	Sangat merespon	Kurang lancar	Membedakan
7	Kurang luas	Tidak Tepat waktu	Sangat merespon	Lancar	Tidak membedakan
8	Kurang luas	Tidak Tepat waktu	Kurang respon	Lancar	Membedakan
9	Luas	Tepat waktu	Sangat merespon	Kurang lancar	Tidak membedakan
10	Luas	Tidak Tepat waktu	Sangat merespon	Kurang lancar	Membedakan
Rata-rata	Kurang luas	Tidak Tepat waktu	Sangat merespon	Sedang	Tidak membedakan

Tabulasi jawaban nasabah di atas menunjukkan adanya kekurangan dalam hal melayani nasabah. Sebagian besar responden menyatakan lokasi parkir yang masih kurang luas, dan jam tutup tidak tepat waktu, dimana menurut prosedur operasional, bank tutup jam 17.<sup>00</sup> sore sedangkan sering kali pintu bank tertanda *close* tepat pada jam 15.<sup>00</sup> sore atau 15.30 WIB sore, karyawan kurang respon dengan keluhan nasabah dan karyawan bank kurang sabar dalam mendengarkan keluhan nasabah serta karyawan bank selalu membeda-bedakan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah

sehingga banyak nasabah yang merasa kecewa dengan kualitas pelayanan dari Bank Sumut.

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang terjadi dimana terjadi suatu perbedaan antara sesuatu yang semestinya diharapkan dengan apa yang dirasakan atau kenyataan yang diterima oleh nasabah. Hal inilah yang mendorong peneliti tertarik untuk mengadakan suatu penelitian yang berjudul “Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Nasabah Pada PT .Bank Sumut Cabang Utama Medan”.

## II. DASAR TEORI

### Kepuasan Nasabah

### Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan hal yang penting untuk ditingkatkan dari waktu ke waktu. Disebabkan rasa kepuasan yang dirasakan oleh setiap nasabah dinamis yang mesti disesuaikan dengan lingkungan perbankan serta kondisi pasar saat ini. Karena boleh jadi rasa kepuasan yang ada sekarang tentunya berbeda dengan rasa kepuasan pada masa mendatang.

Menurut *Tjiptono* (2008:169) mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah evaluasi purnabeli keseluruhan yang membandingkan persepsi terhadap kinerja produk dengan ekspektasi pra - pembelian.

Sedangkan *Garpesz* didalam *Laksana* (2008:96) mengartikan kepuasan yaitu sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan keinginan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.

Kemudian *Oliver* didalam *Supranto* (2006:233) mendefinisikan kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya.

Selain itu menurut *Yuri et.al* (2013:114) kepuasan didefinisikan sebagai tingkat pernyataan perasaan

seseorang terhadap kinerja produk yang dirasakan jika dibandingkan dengan yang diharapkan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah adalah suatu proses membandingkan pelayanan yang diterima nasabah dengan persepsi nasabah akan pelayanan yang telah diberikan oleh perbankan.

### **Manfaat Kepuasan Nasabah**

Perusahaan yang bergerak pada bidang jasa yang dapat memberikan *value* kepada pelanggan akan memberikan kepuasan serta loyalitas yang baik kepada perusahaan. Menurut riset *Bain & Company* didalam Tjiptono (2008:203) ada enam faktor dalam mempertahankan pelanggan diantaranya:

- 1) Biaya akuisisi pelanggan baru. Meskipun bervariasi antar industri dan antar situasi, umumnya biaya mendapatkan pelanggan baru lebih mahal 5 - 6 kali lipat dibandingkan biaya mempertahankan pelanggan yang *puas* (*Gronroos, 2000; Vavra, 1994a, 1994b*). Biaya – biaya tersebut dikeluarkan untuk beriklan, mengontak calon pelanggan (biaya memprospek calon pelanggan), menyediakan informasi tentang produk atau jasa perusahaan, dan seterusnya.
- 2) Profit dasar. Pada banyak industri jasa, harga yang dibayarkan pelanggan selama tahun pertama atau bahkan beberapa tahun pertama belum bisa menutupi biaya - biaya menghasilkan jasa. Pada kasus lainnya, harga menutupi biaya dan menghasilkan profit per pelanggan pada tahun pertama. Profit ini disebut profit dasar. Setelah beberapa tahun, tergantung pada tipe industri dan faktor lainnya, akumulasi profit dasar bisa menutupi biaya pemasaran awal dalam rangka mendapatkan pelanggan.
- 3) Pertumbuhan pendapatan. Dalam kebanyakan situasi, pelanggan lama bisa memberikan bisnis lebih banyak bagi penyedia jasa yang sama. Ini berarti secara rata - rata pelanggan berkontribusi

besar bagi profit perusahaan seiring dengan bertumbuhnya relasi antara perusahaan dan pelanggan. Pendapatan tahunan per pelanggan meningkat sepanjang waktu, sehingga berkontribusi pada pertumbuhan laba.

4) Penghematan biaya. Seiring berjalannya waktu, penyedia jasa dan pelanggan saling mempelajari satu sama lain tentang apa yang diharapkan dan bagaimana mewujudkannya, sehingga proses layanan menjadi lebih lancar, hemat waktu, dan relatif bebas dari kesalahan - kesalahan yang tidak perlu. Implikasinya, biaya operasi rata-rata per pelanggan akan turun, yang pada gilirannya berdampak positif pada profit.

5) *Referrals*. Pelanggan lama yang puas bisa menyampaikan komunikasi getok tular positif dan merekomendasikan penyedia jasa kepada teman, tetangga, saudara, rekan kerja, dan pihak lain. Pelanggan mengambil ahli peranan sebagai pemasar tanpa biaya tambahan bagi perusahaan. Kondisi seperti ini menyebabkan pelanggan baru bisa didapatkan dengan biaya lebih rendah dibanding biaya akuisisi normal, sehingga berdampak positif pada profit.

6) Harga premium. Dalam sejumlah kasus, diskon harga diperkenalkan ditawarkan dalam rangka merayu pelanggan baru agar bersedia pindah pemasok dan membeli produk/jasa perusahaan. Sementara pelanggan lama biasanya membayar harga yang lebih mahal dibandingkan pelanggan baru. Bagi pelanggan lama, mereka merasa bahwa nilai atau manfaat yang didapatkan dari penyedia layanan yang mereka kenal jauh lebih besar dibandingkan berganti - ganti pemasok. Dengan kata lain, pelanggan lama memiliki toleransi harga lebih besar dan tidak mudah dirayu diskon harga pesaing.

## **Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah**

Menurut *Tjiptono* (2007:159) menjelaskan bahwa rasa ketidakpuasan pelanggan diakibatkan oleh faktor internal dan faktor eksternal. Kedua faktor tersebut dianggap krusial dalam mencapai kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Berikut akan dijabarkan definisi dari kedua faktor tersebut yakni:

1) Faktor internal yakni faktor yang terdapat pada diri pelanggan yang mendapatkan pelayanan dari perusahaan yang terdiri atas : pegawai yang bersikap kasar, jam karet, kesalahan dalam pencatatan transaksi dan sebagainya. Faktor ini yang menjadikan pihak perusahaan dapat melakukan upaya perbaikan dari dalam organisasi. Hal ini yang menjadikan organisasi maupun perusahaan terus berbenah dalam menciptakan rasa kepuasan yang diharapkan oleh pelanggan.

2) Faktor eksternal yakni faktor yang terdapat diluar dari pelanggan atau konsumen yang terdiri atas : cuaca, gangguan pada infrastruktur umum, tindak kriminal dan sebagainya. Pada pelanggan yang merasakan rasa ketidakpuasan ada beberapa hal yang mungkin dapat dilakukannya misalnya tidak melakukan apa - apa, berdiam diri, tidak melakukan komplain, melakukan komplain, akan tetapi di dalam diri tidak akan membeli atau melakukan transaksi di tempat tersebut. Pada faktor eksternal sebuah organisasi maupun perusahaan tidak dapat memperbaiki segala permasalahan yang ada, karena pada hakekatnya faktor eksternal terdapat di luar jangkauan dari perusahaan. Hal ini menjadikan sinyal bagi perusahaan kiranya dalam merumuskan sebuah kebijakan mesti memperhatikan juga faktor eksternal yang terdapat di sekeliling perusahaan tersebut.

## **Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah**

Menurut *Tjiptono* (2008:175) ada empat metode yang sering digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, yakni (1) sistem keluhan dan saran, seperti kotak saran di lokasi - lokasi strategis, kartu pos berprangko, saluran telepon bebas pulsa, website, email, fax, blog dan lain-lain; (2) *ghost shopping* (*mystery shopping*), yaitu salah satu bentuk riset observasi partisipatoris yang memakai jasa orang - orang yang menyamar sebagai pelanggan perusahaan dan pesaing sembari mengamati secara rinci aspek - aspek layanan kualitas produk; (3) *lost customer* analisis, yakni menghubungi atau mewawancarai para pelanggan yang beralih pemasok dalam rangka memahami penyebabnya dan melakukan perbaikan layanan; serta (4) *survey* kepuasan pelanggan, baik via pos, telepon, email, website, blog, maupun tatap muka langsung.

## **Indikator Kepuasan Nasabah**

Menurut *Windarti* (2012:12) ada empat indikator dari kepuasan nasabah, yaitu:

1. Kenyamanan saat berada di ruang tunggu, seperti : udara bersih, suara tidak berisik.
2. Pelayanan yang diberikan secara baik kepada nasabah.
3. Kemampuan karyawan yang memberikan pelayanan dengan baik kepada nasabah.
4. Perasaan baik yang dirasakan nasabah atas pelayanan yang diberikan.

## **Kualitas Pelayanan Pengertian Kualitas Pelayanan**

Menurut *Jasfar* (2005:17) mendefinisikan jasa atau pelayanan adalah setiap tindakan atau aktivitas dan

bukan benda, yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *tangible* (tidak berwujud fisik), konsumen terlibat secara aktif dalam proses produksi dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Kemudian *Kotler* di dalam *Laksana* (2008:85) pelayanan atau jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan aktivitas yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Selain itu *Zeithaml et.al* didalam *Daryanto* (2011:237) jasa adalah seluruh aktivitas ekonomi dengan output selain produk dalam pengertian fisik, dikonsumsi dan diproduksi pada saat bersamaan, memberikan nilai tambah dan secara prinsip tidak berwujud bagi pembeli pertamanya.

Berdasarkan pengertian di atas maka dapat disimpulkan pelayanan merupakan suatu proses memberikan *service* kepada pelanggan yang disertai dengan pemenuhan kebutuhan dan keinginannya guna memenuhi sesuai dengan harapan dan persepsi pelanggan.

### **Dimensi Kualitas Pelayanan**

Menurut *Parasuraman* didalam *Tjiptono* (2008:108) mengidentifikasi 10 dimensi kualitas pelayanan, yaitu:

1. *Reliabilitas*, mencakup dua aspek utama, yaitu konsistensi kinerja (*performance*) dan sikap dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan mampu menyampaikan layanannya secara benar sejak awal (*right the first time*), memenuhi janjinya secara akurat dan andal (misalnya, memberikan layanan sesuai dengan jadwal yang disepakati), menyimpan data (*record*) secara tepat, dan mengirimkan tagihan yang akurat.
2. *Responsivitas* atau daya tanggap, yaitu kesiapan dan kesiapan para karyawan untuk membantu dan melayani para pelanggan dengan segera. Beberapa

contoh diantaranya: ketepatan waktu layanan, pengiriman slip transaksi secepatnya, kecepatan menghubungi kembali pelanggan, dan penyampaian layanan secara cepat.

3. *Kompetensi*, yaitu penguasaan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat melayani sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Termasuk didalamnya adalah pengetahuan dan keterampilan karyawan kontak, pengetahuan dan keterampilan personal dukungan operasional, dan kapabilitas riset organisasi.

4. *Akses*, meliputi kemudahan untuk dihubungi atau ditemui (*approachability*) dan kemudahan kontak. Hal ini berarti lokasi fasilitas layanan mudah dijangkau, waktu mengantri atau menunggu tidak terlalu lama, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi (contohnya, telepon, surat, email, fax, website, dan seterusnya) dan jam operasi.

5. *Kesopanan* (*courtesy*), meliputi sikap santun, respek, atensi, dan keramahan para karyawan kontak (seperti resepsionis, operator telepon, bell personal, teller bank, dan lain-lain).

6. *Komunikasi*, artinya menyampaikan informasi kepada para pelanggan dalam bahasa yang mudah mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan. Termasuk didalamnya adalah penjelasan mengenai jasa/layanan yang ditawarkan, biaya layanan, *trade-off* antara layanan dan biaya, serta proses penanganan masalah potensial yang mungkin timbul.

7. *Kredibilitas*, yaitu sikap jujur dan dapat dipercaya. Kredibilitas mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakter pribadi karyawan kontak, dan interaksi dengan pelanggan (*hard selling versus soft selling approach*).

8. *Keamanan* (*security*) yaitu bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Termasuk didalamnya adalah keamanan

secara fisik (*phisikal safety*), keamanan financial (*financial security*), privasi, dan kerahasiaan (*confidentiality*).

9. Kemampuan memahami pelanggan, yaitu berupaya memahami pelanggan dan kebutuhan spesifik mereka, memberikan perhatian individual, dan mengenal pelanggan reguler.

10. Bukti fisik (*tangible*), meliputi penampilan fisik, peralatan personel, dan bahan-bahan komunikasi perusahaan (seperti kartu bisnis, kop surat dan lain-lain).

Menurut Gronroos didalam Jasfar (2005:53), pada dasarnya kualitas jasa dari sudut penilain pelanggan dibedakan atas tiga dimensi berikut:

1) *Technical atau outcome dimension*, yaitu berkaitan dengan apa yang diterima konsumen. Dimensi ini sama artinya dengan apa yang disebut dengan kompetensi (*competence*) dari *parasuraman* (1985).

2) *Functional atau proses related dimension*, yaitu berkaitan dengan cara jasa disampaikan atau disajikan.

3) *Corporate image*, yaitu berkaitan dengan citra perusahaan di mata konsumen. Dimensi ini sama pengertiannya dengan kredibilitas (*credibility*) dalam pengertian *parasuraman* (1985).

### Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2008:96) ada tujuh penyebab baik buruknya kualitas layanan, yaitu:

1. Produksi dan konsumsi yang terjadi secara simultan.
2. Intensitas tenaga kerja yang tinggi.
3. Dukungan terhadap pelanggan internal kurang memadai
4. Gap komunikasi
5. Memperlakukan semua pelanggan dengan cara yang sama

6. Perluasan atau pengembangan layanan secara berlebihan
7. Visi bisnis jangka pendek

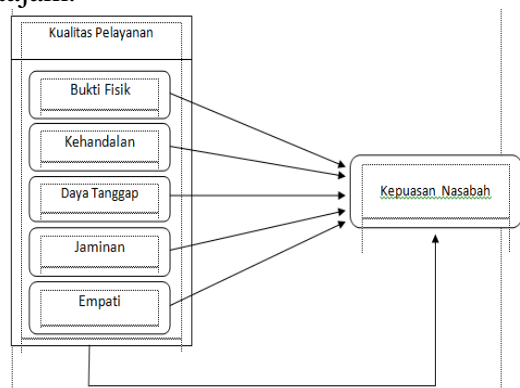
### Indikator Kualitas Pelayanan

Dari uraian teori di atas maka dapat dirumuskan indicator kualitas pelayanan yaitu:

1. Bukti fisik (*tangible*)
2. Keandalan (*Reliability*)
3. Tanggap Daya (*Responsiveness*)
4. Jaminan (*Assurance*)
5. Empati

### Kerangka Konseptual

Pada hakekatnya kepuasan nasabah merupakan suatu hal yang harus ditingkat dari waktu ke waktu, hal ini disebabkan bahwa rasa kepuasan yang dirasakan oleh setiap nasabah bersifat dinamis yang semua tersebut dapat berubah sesuai dengan faktor internal ataupun faktor eksternal yang ada pada diri nasabah. Sebuah layanan yang memiliki layanan diferensial diantara para pesaing jelaslah perusahaan tersebut dapat tumbuh ditengah-tengah persaingan yang begitu tajam.



**Gambar I.1**  
**Kerangka Konseptual**

### Hipotesis

Berdasarkan pemaparan landasan teoritis serta kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis dalam penelitian adalah :

1. Terdapat hubungan bukti fisik dengan kepuasan nasabah

2. Terdapat hubungan kehandalan dengan kepuasan nasabah
3. Terdapat hubungan daya tanggap dengan kepuasan nasabah
4. Terdapat hubungan jaminan dengan kepuasan nasabah
5. Terdapat hubungan empati dengan kepuasan nasabah
6. Terdapat hubungan bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati dengan kepuasan nasabah

- 3) Kemampuan karyawan yang memberikan pelayanan dengan baik kepada nasabah.
- 4) Perasaan baik yang dirasakan nasabah atas pelayanan yang diberikan.

## METODOLOGI PENELITIAN

### Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kausal (*causal*), Umar (2008) menyebutkan desain kausal berguna untuk menganalisis bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lain, dan juga berguna pada penelitian yang bersifat eksperimen dimana variabel independennya diperlakukan secara terkendali oleh peneliti untuk melihat dampaknya pada variabel dependennya secara langsung.

### Definisi operasional

Definisi operasional merupakan penjabaran akan definisi variabel dan indikator pada penelitian ini. Selanjutnya definisi operasional menggambarkan pula pengukuran atas variabel dan indikator yang dikembangkan pada penelitian ini.

### Kepuasan Nasabah

Menurut Oliver didalam Supranto (2006:233) mendefinisikan kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Adapun indikator dari kepuasan nasabah (Windarti, 2012:12) yaitu:

- 1) Kenyamanan saat berada di ruang tunggu, seperti : udara bersih, suara tidak berisik.
- 2) Pelayanan yang diberikan secara baik kepada nasabah.

### Bukti Fisik (*tangible*)

*Tangible* merupakan bukti langsung yang dapat ditunjukkan atau diberikan oleh perbankan dalam memberikan rasa kepuasan kepada nasabah. Sehingga dimensi dari *tangible* adalah: gedung, perlengkapan bank dan lokasi. Adapun indikator dari bukti fisik yaitu:

- 1) Bangunan gedung dan interior bangunan (tata ruang tunggu perbankan, kebersihan gedung, bentuk dan warna perbankan).
- 2) Penampilan karyawan perbankan (kerapian karyawan perbankan, keseragaman pakaian karyawan perbankan).
- 3) Peralatan teknologi yang dimiliki perbankan (mesin ATM, telepon, komputer).
- 4) Sarana dan prasarana yang disediakan oleh perbankan (tersedianya AC, toilet, parkir kendaraan, pulpen, blanko, papan info, kursi, dll)

### Kehandalan (*Reliability*)

*Reliability* merupakan kemampuan dari perbankan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. *Reliability* merupakan suatu proses pemberian pelayanan dengan kemampuan secara tepat dan memuaskan nasabah, sehingga dapat dimensi dari *reliability* adalah: pelayanan tepat waktu. Adapun indikator *reliability* adalah:

- 1) Berusaha agar tidak melakukan kesalahan
- 2) Kecepatan dan ketepatan dalam memberikan pelayanan.
- 3) Jam operasional tepat sesuai yang dijadwalkan



## Tanggap Daya (*Responsiveness*)

*Responsiveness* (daya tanggap) adalah rasa keinginan pegawai perbankan dalam membantu nasabah dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan nasabah, sehingga dapat dimensi dari *responsiveness* adalah : Keinginan karyawan perbankan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Adapun indikator dari *responsiveness* (daya tanggap) adalah:

- 1) Keterampilan *Customer Service* dalam merespons dan menangani keluhan nasabah.
- 2) Kesiediaan karyawan dalam membantu menyelesaikan keluhan nasabah.
- 3) Kemudahan dalam menghubungi karyawan.
- 4) Kemampuan karyawan melayani nasabah dengan cepat dan tanggap.

## Jaminan (*Assurance*)

*Assurance* merupakan kemampuan karyawan dalam memiliki kemampuan, kesopanan, pengetahuan serta sikap yang dapat dipercaya, sehingga dimensi dari *assurance* adalah: Pengetahuan, kemampuan dan kesopanan yang dimiliki pegawai perbankan. Adapun indikator dari *assurance* yaitu:

- 1) Karyawan ramah dan sopan terhadap nasabah.
- 2) Sikap sopan santun pegawai terhadap pelayanan jasa kepada nasabah
- 3) Kesabaran para pegawai dalam menerima keluhan nasabah
- 4) Sikap menghormati dari karyawan pada nasabah
- 5) Pengetahuan yang dimiliki karyawan dalam melayani kebutuhan nasabah.

## Empati

*Empati* merupakan sikap karyawan dalam memberikan perhatian pribadi,

memahami keluhan nasabah, sehingga dimensi dari empati adalah : perhatian karyawan perbankan terhadap nasabah dan memahami kebutuhan pelanggan. Adapun dimensi dari empati yaitu:

- 1) Pemahaman yang baik dari karyawan terhadap kebutuhan nasabah
- 2) Perhatian yang tulus dari pegawai terhadap nasabah
- 3) Pengertian dari pegawai terhadap nasabah
- 4) Perasaan baik yang dirasakan nasabah atas pelayanan yang diberikan.

## Lokasi dan Waktu Penelitian

### Lokasi penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan yang beralamat di Jl. Imam Bonjol No. 18 Medan. Alasan peneliti memilih bank PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan karena peneliti menilai bahwa banyak sekali masalah atau keluhan nasabah simpeda yang dirasakan sangat penting untuk dilakukan sebuah penelitian.

### Waktu penelitian

Waktu penelitian dimulai dari penelitian sejak bulan Mei 2013 sampai dengan Agustus 2013.

**Table I.2**  
**Waktu Penelitian**

NO	KEGIATAN	Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Judul																
2	Perizinan																
3	Kunjungan ke tempat penelitian																
4	Penyebaran alat ukur																
5	Analisa Data																
6	Laporan hasil penelitian																
7	Seminar																

## Populasi dan Sampel Penelitian

### 1. Populasi

Menurut Sugiono (2009:215) mendefinisikan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk

dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Simpanan Pembangunan Daerah (Simpeda) pada PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan berjumlah 7.384.

## 2. Sampel

Menurut Sugiono (2009:215) mendefinisikan sampel merupakan sebagian dari populasi. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel secara Non probability sampling dengan cara Accidental Sampling. Dengan teknik penentuan sampel bagi responden yang kebetulan ditemui oleh peneliti pada saat pengumpulan data. Cara pengambilan sampel dengan menggunakan rumus Slovin dalam Umar (2007,hal.79), sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + (N(e)^2)}$$

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = tingkat kesalahan.

Tingkat kesalahan ditetapkan 5%.

Berikut perhitungannya ukuran sampelnya :

$$n = \frac{7.384}{1 + (7.384 \times 0.05^2)}$$

$$n = \frac{7.384}{1 + (7.384 \times 0,0025)}$$

$$n = \frac{7.384}{1 + 18.46}$$

$$n = \frac{7.384}{19.46}$$

n = 379.4450154162384, dibulatkan menjadi 379. Jadi penelitian ini mengambil 379 responden.

## Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data peneliti melakukan metode pengumpulan dengan sumber data primer. Menurut Supranto (2006:239) data primer adalah data yang diperoleh langsung dari pelanggan/penumpang berupa jawaban terhadap pertanyaan dan kuesioner.

### Teknik pengumpulan data

Pengumpulan data dilakukan melalui angket. Menurut Santoso dan Tjiptono (2001:71) mendefinisikan kuesioner suatu daftar yang berisi serangkaian pertanyaan tentang suatu hal atau suatu bidang. Sedangkan menurut Nazir (2009:203) mendefinisikan kuesioner adalah sebuah set pertanyaan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian, dan tiap pertanyaan merupakan jawaban-jawaban yang mempunyai makna dalam menguji hipotesis. Sedangkan skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan skala likert. Menurut Sugiono (2009:96) skala pengukuran yang berbentuk likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini skala likert mempergunakan skala 5 tingkat yang memungkinkan responden dalam memberikan jawaban kuesioner penelitian yang menguraikan lima dimensi kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan nasabah. Kuesioner secara personal digunakan untuk mendapatkan data tentang dimensi-dimensi dari konstruk-konstruk yang sedang dikembangkan dalam penelitian ini. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Menurut Imam Ghozali (2006), skala Likert adalah skala yang berisi 5 tingkat preferensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut .

**Tabel I.3**  
**Skor dan Penilaian**

5 = Sangat setuju (SS)
4 = Setuju (S)
3 = Ragu – ragu (R)
2 = Tidak setuju (TS)
1 = Sangat Tidak Puas (STS)

**PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN**

**1. Uji Validitas dan Reliabilitas Uji Validitas**

Uji validitas merupakan uji sah atau tidaknya kuesioner. Untuk mengetahui skor masing – masing item pertanyaan valid atau tidak, maka ditetapkan kriteria statistik sebagai berikut :

- Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid.
- Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka variabel tersebut tidak valid.
- Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel tetapi bertanda negatif, maka  $H_0$  akan tetap ditolak dan  $H_1$  diterima.

Menurut Helmi (2011:79) jika nilai *Corrected Item – Total Correlation* lebeih besar dari 0,361 maka butir dinyatakan valid. Data penelitian dinyatakan valid jika memiliki kriteria dengan membandingkan nilai *Corrected Item – Total Correlation* dengan  $r$  tabel.

**Tabel I.4**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Bukti Fisik (X<sub>1</sub>)**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Validitas	Keterangan
Butir 1	30.8391	6.781	.436	Valid
Butir 2	30.7757	6.836	.492	Valid
Butir 3	30.8127	6.581	.608	Valid
Butir 4	30.7810	6.505	.612	Valid
Butir 5	30.8813	6.502	.664	Valid
Butir 6	30.8496	6.356	.689	Valid
Butir 7	30.9103	6.854	.567	Valid
Butir 8	30.8681	6.718	.544	Valid

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS (lampiran)

Dari Tabel IV.4 di atas diketahui, diketahui nilai validitas pertanyaan untuk bukti fisik seluruhnya sudah valid karena nilai validitas seluruhnya lebih besar dari  $r$

tabel ( $n-2=379-2= 0,284$ ) dan bisa digunakan dalam perhitungan selanjutnya karena seluruhnya dinyatakan valid.

**Tabel I.5**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Kehandalan (X<sub>2</sub>)**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Validitas	Keterangan
Butir 1	22.3826	3.321	.463	Valid
Butir 2	22.2375	3.806	.354	Valid
Butir 3	22.3298	3.396	.570	Valid
Butir 4	22.2955	3.563	.473	Valid
Butir 5	22.2850	3.183	.677	Valid
Butir 6	22.2427	3.412	.586	Valid

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS (lampiran)

Dari Tabel IV.5 di atas diketahui, diketahui nilai validitas pertanyaan untuk kehandalan seluruhnya sudah valid karena nilai validitas seluruhnya lebih besar dari  $r$  tabel ( $n-2=379-2= 0,284$ ) dan bisa digunakan dalam perhitungan selanjutnya karena seluruhnya dinyatakan valid.

**Tabel I.6**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Daya Tanggap (X<sub>3</sub>)**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Validitas	Keterangan
Butir 1	17.5515	2.624	.689	Valid
Butir 2	17.5409	2.799	.587	Valid
Butir 3	17.5567	2.634	.654	Valid
Butir 4	17.5699	2.494	.694	Valid
Butir 5	17.5699	2.785	.599	Valid

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS (lampiran)

Dari Tabel IV.6 di atas diketahui, diketahui nilai validitas pertanyaan untuk daya tanggap seluruhnya sudah valid karena nilai validitas seluruhnya lebih besar dari  $r$  tabel ( $n-2=379-2= 0,284$ ) dan bisa digunakan dalam perhitungan selanjutnya karena seluruhnya dinyatakan valid.

**Tabel I.7**  
**Hasil Uji Validitas Variabel**  
**Jaminan (X<sub>4</sub>)**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Validitas	Keterangan
Butir 1	30.9314	6.720	.618	Valid
Butir 2	30.9261	6.841	.591	Valid
Butir 3	31.0053	6.730	.697	Valid
Butir 4	30.9525	6.977	.554	Valid
Butir 5	31.0053	6.714	.618	Valid
Butir 6	30.9815	6.701	.657	Valid
Butir 7	31.0132	6.950	.563	Valid
Butir 8	31.0290	6.975	.598	Valid

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS (lampiran)

Dari Tabel IV.7 di atas diketahui, diketahui nilai validitas pertanyaan untuk jaminan seluruhnya sudah valid karena nilai validitas seluruhnya lebih besar dari r tabel ( $n-2=379-2= 0,284$ ) dan bisa digunakan dalam perhitungan selanjutnya karena seluruhnya dinyatakan valid.

**Tabel I.8**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Empati**  
**(X<sub>5</sub>)**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Validitas	Keterangan
Butir 1	30.8443	6.391	.710	Valid
Butir 2	30.8865	6.810	.507	Valid
Butir 3	30.9024	6.930	.462	Valid
Butir 4	30.8470	6.537	.611	Valid
Butir 5	30.8760	6.411	.711	Valid
Butir 6	30.8734	6.566	.640	Valid
Butir 7	30.8496	6.514	.621	Valid
Butir 8	30.8602	6.390	.677	Valid

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS (lampiran)

Dari Tabel IV.8 di atas diketahui, diketahui nilai validitas pertanyaan untuk empati seluruhnya sudah valid karena nilai validitas seluruhnya lebih besar dari r tabel ( $n-2=379-2= 0,284$ ) dan bisa digunakan dalam perhitungan selanjutnya karena seluruhnya dinyatakan valid.

**Tabel I.9**  
**Hasil Uji Validitas Variabel**  
**Kepuasan Nasabah (Y)**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Validitas	Keterangan
Butir 1	30.6438	6.595	.411	Valid
Butir 2	30.6121	6.423	.531	Valid
Butir 3	30.7599	5.744	.754	Valid
Butir 4	30.7150	6.374	.517	Valid
Butir 5	30.7230	6.180	.653	Valid
Butir 6	30.7177	6.383	.576	Valid
Butir 7	30.7414	6.134	.656	Valid
Butir 8	30.6781	6.367	.568	Valid

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS (lampiran)

Dari Tabel IV.8 di atas diketahui, diketahui nilai validitas pertanyaan untuk empati seluruhnya sudah valid karena nilai validitas seluruhnya lebih besar dari r tabel ( $n-2=379-2= 0,284$ ) dan bisa digunakan dalam perhitungan selanjutnya karena seluruhnya dinyatakan valid.

**Tabel I.10**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Nilai Cronbach Alpha
Bukti fisik	0.841
Kehandalan	0.770
Daya tanggap	0.840
Jaminan	0.864
Empati	0.846

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS (lampiran)

Berdasarkan tabel I.10 di atas diketahui nilai Cronbach Alpha untuk seluruh variabel melebihi angka 0,6 sehingga variabel dikatakan sudah handal.

**Tabel I.11**  
**Analisis Regresi Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.275	1.651		1.984	.048
Bukti fisik	.136	.052	.140	2.594	.010
Kehandalan	.008	.048	.007	.178	.859
Daya tanggap	.093	.075	.066	1.230	.219
Jaminan	.358	.044	.374	8.179	.000
Empati	.342	.041	.350	8.261	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan Tabel I.11 di atas, maka persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah :

$$Y = 3,275 + 0,136X_1 + 0,008X_2 + 0,093X_3 + 0,358X_4 + 0,342X_5$$

1. Pada model regresi ini, nilai konstanta yang tercantum sebesar 3,275 dapat diartikan jika variabel bebas dalam model diasumsikan sama dengan nol, secara rata-rata variabel diluar model tetap akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 3,275 satu-satuan. Atau dengan kata lain jika Bukti fisik, kehandalan, Daya tanggap, Jaminan dan Empati tidak ditingkatkan, maka kepuasan nasabah masih sebesar 3,275 satuan.

2. Nilai besaran koefisien regresi  $\beta_1$  sebesar 0,136 pada penelitian ini dapat diartikan bahwa variabel Bukti fisik ( $X_1$ ) berpengaruh positif dengan kepuasan nasabah di PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan. Hal ini menunjukkan bahwa ketika Bukti fisik mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka kepuasan nasabah di PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,136 satuan.
3. Nilai besaran koefisien regresi  $\beta_2$  sebesar 0,008 pada penelitian ini dapat diartikan bahwa variabel kehandalan ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan. Hal ini menunjukkan bahwa ketika Daya tanggap mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka kepuasan nasabah di PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,008 satuan.
4. Nilai besaran koefisien regresi  $\beta_3$  sebesar 0,093 pada penelitian ini dapat diartikan bahwa variabel Daya tanggap ( $X_3$ ) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan. Hal ini menunjukkan bahwa ketika Daya tanggap mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka kepuasan nasabah di PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,093 satuan.
5. Nilai besaran koefisien regresi  $\beta_4$  sebesar 0,358 pada penelitian ini dapat diartikan bahwa variabel jaminan ( $X_4$ ) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan. Hal ini menunjukkan bahwa ketika Jaminan mengalami

peningkatan sebesar satu satuan, maka kepuasan nasabah di PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,358 satuan.

6. Nilai besaran koefisien regresi  $\beta_5$  sebesar minus 0,342 pada penelitian ini dapat diartikan bahwa variabel Empati ( $X_5$ ) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan. Hal ini menunjukkan bahwa ketika Empati mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka kepuasan nasabah di PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan mengalami penurunan sebesar 0,342 satuan.

**Tabel I.12**  
**Hasil Uji Normalitas**

		Unstandardized Residual
N		379
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.85245722
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.050
	Negative	-.068
Kolmogorov-Smirnov Z		1.324
Asymp. Sig. (2-tailed)		.060
a. Test distribution is Normal.		

Berdasarkan hasil uji normalitas data untuk uji *Kolmogrov Smirnov Test* diketahui bahwa data dikatakan berdistribusi normal. Nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* untuk semua variable sebesar 0,06 melebihi probabilitas 0,05.

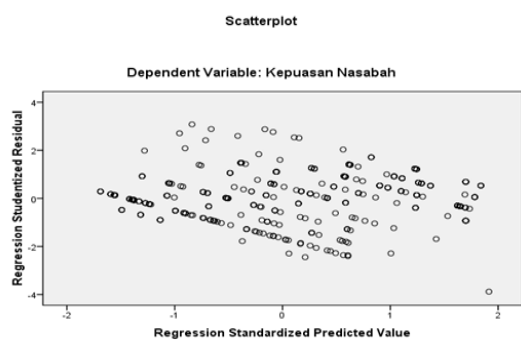
**Tabel I.13**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Correlations			Collinearity Statistics	
	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)					
Bukti fisik	.470	.133	.088	.395	2.533
Kehandalan	.270	.009	.006	.846	1.182
Daya tanggap	.443	.064	.042	.404	2.478
Jaminan	.668	.390	.277	.548	1.826
Empati	.643	.379	.280	.638	1.567

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil pengolahan pada table I.13 menunjukkan nilai VIF dan

tolerance semua variabel dalam penelitian ini tidak mengalami multikolinearitas. Hal ini ditunjukkan oleh nilai VIF ketiga variabel tersebut yang besarnya kurang dari 10, dan nilai *tolerance* jauh melebihi angka 0,1 (Ghozali, 2005). Hasil tersebut menunjukkan bahwa dalam model regresi ini seluruh variable bebas tidak terjadi masalah multikolinearitas.



**Gambar I.2**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Gambar di atas menunjukkan bahwa titik-titik yang dihasilkan menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola atau trend garis tertentu. Gambar di atas juga menunjukkan bahwa sebaran data ada di sekitar titik nol. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa model regresi ini bebas dari masalah heteroskedastisitas, dengan perkataan lain: variabel-variabel yang akan diuji dalam penelitian ini bersifat homokedastis.

**Tabel I.14**  
**Hasil Uji Parsila (Uji t)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.275	1.651		1.984	.048
Bukti fisik	.136	.052	.140	2.594	.010
Kehandalan	.008	.048	.007	.178	.859
Daya tanggap	.093	.075	.066	1.230	.219
Jaminan	.358	.044	.374	8.179	.000
Empati	.342	.041	.350	8.261	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Dari Tabel I.14 di atas diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Nilai Signifikansinya untuk variabel Bukti fisik (0,010) lebih kecil dibandingkan dengan dari alpha 5% (0,05) atau  $t_{hitung} = 2,594$  ( $n-2=379-2=377$ )  $> t_{table} 1,55$ . Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$  untuk variable Bukti fisik. Dengan demikian, secara parsial bahwa variabel Bukti fisik berhubungan signifikan dengan kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan. Hal ini memberi arti bahwa Bukti Fisik sangat penting dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan.
2. Nilai Signifikansinya untuk variabel kehandalan sebesar 0,859 lebih besar dari alpha 5% (0,05)  $t_{hitung} = 0,178 < t_{table} 1,55$ . Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menerima  $H_0$ , dan menolak  $H_a$  untuk variabel kehandalan. Dengan demikian, secara parsial kehandalan berhubungan tidak signifikan dengan kepuasan nasabah. Hal ini memberi arti bahwa kehandalan juga penting dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan walaupun secara parsial nilai sigfikansinya kecil.
3. Nilai Signifikansinya untuk variabel Daya tanggap sebesar 0,219 lebih besar dari alpha 5% (0,05)  $t_{hitung} = 1,230 < t_{table} 1,55$ . Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menerima  $H_0$ , dan menolak  $H_a$  untuk variabel Daya tanggap. Hal ini memberi arti bahwa daya tanggap juga penting dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan walaupun secara parsial nilai sigfikansinya kecil.
4. Nilai Signifikansinya untuk variabel Jaminan sebesar 0,000 lebih kecil dari alpha 5% (0,05)  $t_{hitung} = 8,179 > t$

table 1,55. Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menerima  $H_a$ , dan menolak  $H_0$  untuk variabel Jaminan. Dengan demikian, secara parsial Jaminan berhubungan signifikan dengan kepuasan nasabah. Hal ini memberi arti bahwa Jaminan sangat penting dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan.

5. Nilai Signifikansinya untuk variabel Empati sebesar 0,000 lebih kecil dari alpha 5% (0,05)  $t$  hitung = 8,261 >  $t$  table 1,55. Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menerima  $H_a$ , dan menolak  $H_0$  untuk variabel Empati. Dengan demikian, secara parsial Empati berhubungan signifikan dengan kepuasan nasabah. Hal ini memberi arti bahwa Empati sangat penting dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan.

**Tabel I.15**  
**Hasil Uji Simultan (Uji F)**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1734.154	5	346.831	99.733	.000 <sup>a</sup>
	Residual	1297.144	373	3.478		
	Total	3031.298	378			

a. Predictors: (Constant), Empati, Kehandalan, Daya tanggap, Jaminan, Bukti fisik

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Pada hasil uji regresi dalam penelitian ini, diketahui nilai signifikansi 0,000. Dimana disyaratkan nilai signifikansi  $F$  lebih kecil dari 5% atau 0,05 atau nilai  $F$  hitung = 99,733 >  $F$  table 2,122 ( $n-k=379-5=374$ ). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen yaitu Bukti fisik, kehandalan, Daya tanggap, Jaminan dan Empati dalam penelitian ini secara bersama-sama (simultan) berhubungan dengan kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan, dengan tingkat hubungan yang sangat signifikan.

Hal tersebut berarti jika Bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara bersama-sama mengalami kenaikan maka akan berdampak pada kenaikan kepuasan nasabah ( $Y$ ), demikian sebaliknya.

**Tabel I.16**  
**Hasil Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.756 <sup>a</sup>	.572	.566	1.86483	1.530

a. Predictors: (Constant), Empati, Kehandalan, Daya tanggap, Jaminan, Bukti fisik

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan Tabel IV.15 diperoleh nilai regresi korelasi sebesar 0,756, artinya secara bersama-sama Bukti fisik, Kehandalan, Daya tanggap, Jaminan dan Empati mampu menjelaskan dengan kepuasan nasabah pada taraf yang erat dan positif. Kemudian koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0.566 (56,6%). Sehingga dapat dikatakan bahwa 56,6% variasi variabel terikat yaitu kepuasan nasabah pada model dapat diterangkan oleh variabel bebas yaitu Bukti fisik, kehandalan, Daya tanggap, Jaminan dan Empati sedangkan sisanya sebesar 43,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model.

## PEMBAHASAN

Hasil signifikan bukti fisik diketahui dari banyaknya jawaban responden yang berkaitan dengan pertanyaan bukti fisik seperti adanya kebersihan ruang bank baik dan keindahan interior ruangan transaksi nyaman, adanya keberadaan mesin ATM perbankan dalam kondisi baik serta lokasi area parkir aman dan lancar. Hal ini memberi arti bahwa bukti fisik sangat penting dalam upaya mempengaruhi

kepuasan nasabah PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan.

Hasil tidak signifikan kehandalan diketahui dari adanya sebagian jawaban responden yang menjawab ragu terhadap pertanyaan jam operasional perbankan tidak tepat pada waktu yang dijadwalkan meskipun secara keseluruhan dari analisis deskriptif kehandalan penting dalam upaya meningkatkan rasa kepuasan kepada nasabah. Hal ini memberi arti bahwa kehandalan juga penting dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan walaupun secara parsial nilai signifikansinya kecil.

Hasil tidak signifikan daya tanggap diketahui dari sebagian responden memberikan jawaban ragu-ragu yang berkaitan dengan karyawan mudah dihubungi untuk membantu keluhan nasabah meskipun secara keseluruhan dari hasil analisis deskriptif bahwa daya tanggap penting dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah. Hal ini memberi arti bahwa daya tanggap juga penting dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan walaupun secara parsial nilai signifikansinya kecil.

Hasil signifikan jaminan diketahui dari banyaknya jawaban responden yang berkaitan dengan pertanyaan jaminan seperti Karyawan bank sangat sopan dan ramah dalam melayani kebutuhan nasabah dan Keterampilan karyawan bank tidak perlu diragukan lagi. Hal ini memberi arti bahwa jaminan sangat penting dalam upaya mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan.

Hasil signifikan empati diketahui dari banyaknya jawaban responden yang berkaitan dengan pertanyaan empati seperti karyawan bank tidak membedakan dalam memberikan perhatian terhadap kebutuhan nasabah dan karyawan bank mudah berinteraksi dalam memberikan pelayanan dengan perhatian yang cukup. Hal ini memberi arti bahwa

empati sangat penting dalam upaya mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan.

Berdasarkan hasil analisa data diketahui bahwa semua variabel independen yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati dalam penelitian ini secara bersama-sama (simultan) berhubungan dengan kepuasan nasabah PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan, dengan tingkat hubungan yang sangat signifikan.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa jika bukti fisik dapat dirasakan oleh nasabah maka nasabah merasa puas dengan pelayanan dari karyawan bank. Kemudian jika pelayanan sudah dirasakan handal maka nasabah merasa sangat puas atas pelayanan yang diberikan tersebut. Jika pelayanan dari karyawan bank sangat tanggap terhadap keluhan nasabah maka kepuasan nasabah juga akan meningkat. Jika jaminan atas pelayanan yaitu ketepatan nilai yang dilakukan oleh karyawan bank maka kepuasan nasabah akan meningkat dan jika empati dari karyawan bank sangat tinggi maka nasabah merasa senang dan puas atas pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank.

## **KESIMPULAN**

Dari hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Terdapat hubungan signifikan bukti fisik dengan kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan. Hal tersebut berarti bahwa bukti fisik merupakan hal yang sangat penting dalam upaya meningkatkan rasa kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan.
2. Terdapat hubungan tidak signifikan kehandalan dengan kepuasan nasabah PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan. Berdasarkan analisis deskriptif jika pelayanan diberikan karyawan bank dapat dipertahankan



maka kepuasan nasabah selama ini sudah dapat dirasakan, sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa kehandalan juga penting dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan.

3. Terdapat hubungan tidak signifikan daya tanggap dengan kepuasan nasabah PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan. Hal tersebut menunjukkan bahwa daya tanggap juga penting dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan. Berdasarkan analisis deskriptif jika pelayanan diberikan karyawan perbankan dapat dipertahankan maka kepuasan nasabah selama ini sudah dapat dirasakan.
4. Terdapat hubungan signifikan jaminan dengan kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan. Hal tersebut berarti bahwa jaminan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya meningkatkan rasa kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan.
5. Terdapat hubungan signifikan empati dengan kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan. Hal tersebut berarti bahwa empati merupakan hal yang sangat penting dalam upaya meningkatkan rasa kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan.
6. Terdapat hubungan signifikan bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati dengan kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa jika bukti fisik ditingkatkan maka rasa kepuasan nasabah akan meningkat. Kemudian jika pelayanan sudah dirasakan handal maka nasabah merasa sangat puas atas pelayanan yang diberikan tersebut. Jika pelayanan dari karyawan bank sangat tanggap

terhadap keluhan nasabah maka kepuasan nasabah juga akan meningkat. Jika jaminan atas pelayanan yaitu ketepatan nilai yang dilakukan oleh karyawan bank maka kepuasan nasabah akan meningkat dan jika empati dari karyawan bank sangat tinggi maka nasabah merasa senang dan puas atas pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank.

## SARAN

1. Kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan sudah baik dimana sebagian besar variabel signifikan.
2. Variabel bukti fisik, jaminan dan empati yang signifikan dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah sebaiknya ditingkatkan. Karena ketiga variabel tersebut memiliki hubungan yang kuat dalam upaya meningkatkan rasa kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan.
3. Kehandalan dan daya tanggap yang tidak signifikan dalam upaya meningkatkan rasa kepuasan nasabah sebaiknya dipertahankan. Karena kedua variabel tersebut merupakan faktor pendukung dari variabel lainnya dalam upaya meningkatkan rasa kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Daryanto, 2011, *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*, PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, Bandung.
- Ghozali, Imam. 2006, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Ketiga, BP-Universitas Diponegoro, Semarang.
- Jasfar, Farida, 2005, *Manajemen Jasa*, PT. Ghalia Indonesia, Bandung.

- Laksana, Fajar, 2008, *Manajemen Pemasaran*, PT. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Nazir, Moh, 2009, *Metode Penelitian*, PT. Ghalia Indonesia, Bandung.
- Parasuraman, A, V.A. Zeithami and L.L Berry, 1988, “ *A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Consumer Perceptions of Service Quality*,” *Journal of Retailing*, vol.64,p.12-40.
- Riduan, 2009, *Statistik*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Santoso, Singgih dan Tjiptono, Fandy, 2001, *Riset Pemasaran*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Siahaan, Anton Luvi, 2012, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Tabungan Britama Pada PT.Bank BRI Cabang Sidikalang*, Program Pasca Sarjana Pengembangan Ilmu Manajemen, Universitas Sumatera – Utara, Medan.
- Siregar, Azmi Habibie, 2012, *Pengaruh Motivasi, Komitmen Organisasi dan Insentif Terhadap Kinerja Pegawai Pada Bank BRI Cabang Medan Sisingamangaraja*, Program Pengembangan MSDM, UMSU, Medan.
- Situmorang, Safrizal Helmi, 2011, *Bisnis dan Konsep*, USU, Medan.
- Sudjana, 2005, *Metoda Statistika*, Penerbit Tarsito, Bandung.
- Supranto, 2006, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Sugiono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, Fandi, 2007, *Manajemen Jasa*, CV. Andi, Yogyakarta.
- ....., 2008, *Service Manajemen*, CV. Andi, Yogyakarta.
- Umar, Husein. 2007. *Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*. Cetakan Keenam, PT SUN, Jakarta.
- Windarti Gst Ayu Oka, 2012, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia (persero) tbk Kantor Cabang Utama (KCU) Palembang*”, *Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntansi (JENIUS)*. Volume 2 Nomor 1.
- Yuliarmi dan Riyasa (2012), “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan PDAM Kota Denpasar*”, *Buletin Studi Ekonomi* Volume 12 Nomor 1 Tahun 2007.
- Yunita, 2012, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah PT.Bank SUMUT Cabang Utama*, Magister Sains dalam Program Studi Ilmu Manajemen pada Sekolah Pascasarjana Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Yuri dan Nurcahyo, Rahmat, 2013, *TQM Manajemen Kualitas Total dalam Perspektif Teknik Industri*, PT Indeks, Jakarta.