

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk
UNIT NIPAH PANJANG JAMBI**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S1) Pada Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari
Jambi**

OLEH

**Nama : Pamela Delizea
NIM : 1800861201200
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BATANGHARI JAMBI**

TAHUN 2022

TANDA PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Dengan ini Komisi Pembimbing Skripsi dan Ketua Jurusan menyatakan bahwa Skripsi yang di susun oleh :

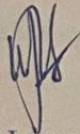
Nama : Pamela Delizea
NIM : 1800861201200
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul : **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Unit Nipah Panjang Jambi.**

Telah disetujui dan disahkan sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang telah berlaku dalam ujian komprehensif dan ujian skripsi pada Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi.

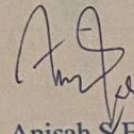
Jambi, Juli 2022

Pembimbing Skripsi I

Pembimbing Skripsi II

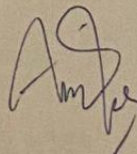


Akhmad Irwansyah S.S.E, M.M



Anisah S.E, M.M

Ketua Program Studi




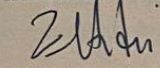
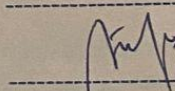
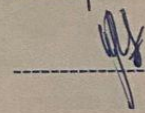
Anisah S.E, M.M

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini dipertahankan dihadapkan panitia penguji skripsi dan komperhensif
Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi pada :

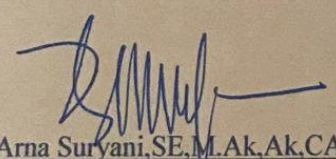
Hari : Sabtu
Tanggal : 06 Agustus 2022
Jam : 10:00 Wib – 12:00 Wib
Tempat : Ruang Sidang Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi

PANTIA PENGUJI

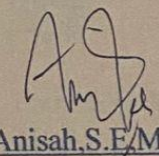
NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN
Hj. Susilawati, S.E , M.Si.	Ketua	
Sakinah AS, S.E , M.M.	Sekretaris	
Pupu Sopiani, S.E , M.M.	Penguji Utama	
Akhmad Irwansyah S, S.E , M.M.	Anggota	

Disahkan Oleh :

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Batanghari Jambi


Dr. Hj. Arna Suryani, SE, M.Ak, Ak, CA, CMA

Ketua Program
Studi Manajemen


Anisah, S.E, M.M.

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Pamela Delizea
NIM : 1800861201200
Program Studi : Manajemen
Dosen Pembimbing : Akhmad Irwansyah S, S.E, M.M
Anisah S.E, M.M
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Unit Nipah Panjang Jambi.

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Bahwa data-data yang saya cantumkan pada skripsi ini adalah benar bukan hasil rekayasa, bahwa skripsi ini adalah karya orisinil bukan hasil plagiarism atau diupahkan pada pihak lain. Jika terdapat karya atau pemikiran orang lain, saya akan cantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lain sesuai dengan peraturan yang berlaku di program studi Manajemen Fakultas Ekonomi. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Jambi, Juli 2022

Pembuat Pernyataan



Pamela Delizea

Nim. 1800861201200

LEMBAR PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim...

Rasa syukur selalu kita ucapkan atas segala nikmat dan karunia yang telah Allah S.W.T berikan serta salam tak lupa kita ucapkan untuk junjungan Nabi besar kita Muhammad S.A.W, yang senantiasa kita nantikan Syafa'atnya di Yaumul akhir kelak. Amin ya robbal ,,alamiin ..

Kupersembahkan sebuah karya sederhana ini kepada orang-orang yang sangat kukasihi dan kusayangi. Terutama untuk **diri sendiri** Terimakasih untuk diri sendiri yang telah kuat hingga dapat menyelesaikan tugas ini dengan baik.

Ibu dan Ayah Terimakasih Ibu untuk pengorbanan, semangat, dan do'a serta dorongan yang telah engkau berikan kepada anak mu ini. Begitu pun juga dengan Ayah, terimakasih atas semua support dan do'a yang telah engkau berikan kepada anak mu ini Ibu dan Ayah terimalah bukti kecil ini sebagai hadiah keseriusanku untuk membalas semua pengorbanan kalian selama ini. Ini merupakan impian kalian untuk membuat anak mu ini mendapatkan pendidikan yang tinggi. Ya Allah terimakasih telah menempatkanku diantara kedua Malaikat Mu, berikan lah balasan yang setimpal untuk orang tua ku .

Dosen Pembimbing Terimakasih kepada para dosen pembimbing 1 dan 2 saya yang telah sabar mendampingi saya, telah mengarahkan dalam menyelesaikan skripsi saya, menyelesaikan skripsi bukanlah hal yang mudah untuk saya jalani berkat penuh kesabaran bapak dan ibu juga banyak meluangkan waktu untuk membimbing saya untuk itu saya mengucapkan banyak terimakasih.

Saya juga mengucapkan banyak Terima Kasih untuk **teman-teman** yang sangat luar biasa menjadi support system, kalian sangat luar biasa.

Akhir kata kepada semua pihak yang telah mendukung karya kecil ini saya ucapkan terima kasih dan skripsi ini saya persembahkan untuk orang-orang yang sangat saya sayangi dan banggakan.

ABSTRACT

Pamela Delizea / 180861201200 / Faculty of Economics / 2022 / The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction at PT Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Nipah Panjang Jambi Unit/1st Supervisor Akhmad Irwansyah S,S.E,M.M/2nd Supervisor Anisah,S.E,M.M

Marketing management is part of a prioritized system for company management performance. For a company, marketing activities are very important, because marketing plays a full role in all company activities.

The focus of this research is to prove the influence of service quality on customer satisfaction because it can be seen that currently rapid economic growth has reached the competition that must be faced by business people so that service quality is the focus of the company today to be able to survive in gaining customer trust, the object of this research is PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Unit Nipah Panjang Jambi.

Service quality is an activity that benefits from providing satisfaction to customers through service, it is hoped that the desires and needs of customers can be fulfilled. Customer satisfaction is a person's feelings of pleasure or disappointment that arise after comparing their perceptions or deviations against the performance (or results) of their expectations The analytical tool used in this study is simple linear regression.

PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Unit Nipah Panjang Jambi is a bank that generally carries out business activities based on conventional principles which in its activities provide services in payment traffic. In accordance with Law no. 7 of 1992 concerning banking. conventional banks, namely banks that carry out conventional business activities which in their activities provide services in payment traffic based on established procedures and provisions.

The results of the questionnaire indicate that the service quality dimension has a category of strongly agree because the average value based on the Likert method is 426.3. Then customer satisfaction is categorized as strongly agree with the average value is 434.3. The regression results with equation $Y = 0,615 + 0,714X$ show that the service quality dimension variable partially (partially) has a significant effect on customer satisfaction. The company is expected to maintain customer satisfaction by providing useful products and providing the best service in serving customers who will entrust their financial system to be managed. by PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Unit Nipah Panjang Jambi. And pay attention to the parking area at Bank Rakyat Indonesia Unit Nipah Panjang Jambi.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah S.W.T atas berkat rahmat dan karunia nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Nipah Panjang Jambi”

Penulis skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana (Strata 1) di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari jambi. Dalam skripsi ini penulis menyadari tanpa bimbingan, pengarahan, dorongan dan petunjuk dari berbagai pihak, kemungkinan skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik.

Dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas pula dari doa restu kedua orang tua, papa H. Zulfindra,S.E, mama Hj. Alawiyah,A.md.K.G, kedua abang ku Theo Mubarak,S.E, Jodie Kurnia,S.E, Keluarga besar Alm Ramli rasyidin, dan Alm Mustafa terimakasih banyak untuk Nasehat dan *support* nya di setiap perjalanan penyelesaian skripsi ini, perhatian dan kasih sayang serta Doa tulus yang diberikan, sehingga penulis tidak pernah merasakan kekurangan satu apapun. Namun selanjutnya penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr Herri, M.B.A Selaku Pj Rektor Universitas Batanghari Jambi.
2. Ibu Dr. Hj. Arna Suryani, SE, M.Ak, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi.

3. Ibu Anisah, SE,MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Batanghari Jambi.
4. Ibu Hj. Reni Devita, S.E, M.M Selaku Dosem pembimbing akademik.
5. Bapak Akhmad Irwansyah S, S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi I yang telah banyak sekali membantu dan meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran untuk memberikan bimbingan serta arahan dalam proses penulisan skripsi.
6. Ibu Anisah, S.E,M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi II yang telah banyak sekali membantu dan meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran untuk memberikan bimbingan serta arahan dalam proses penulisan skripsi.
7. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan selama penulis menjadi mahasiswa dalam kegiatan belajar mengajar serta dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
8. Pimpinan dan seluruh karyawan/ti pada PT. Bank rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Nipah Panjang jambi yang telah banyak memberikan bantuan serta informasi guna terselesainya Skripsi ini.
9. Seluruh Nasabah yang menjadi responden pada PT. Bank rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Nipah Panjang jambi yang telah banyak memberikan bantuan dalam pengisian kuesioner yang telah disiapkan penulis guna terselesainya Skripsi ini.

10. Orang-orang terdekat, Sahabat, teman-teman yang tidak dapat di sebutkan satu persatu, team KKN Posko Desa Markanding, seluruh Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Angkatan 2018

Demikian ucapan terima kasih saya kepada keluarga besar, para Dosen beserta staff ruang lingkup Universitas Batanghari Jambi, sahabat, teman dekat, serta orang-orang yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, terima kasih atas dukungan, semangat sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Jambi, Juli 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN

HALAMAN JUDUL	
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTARL TABLE.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	7
1.3. Rumusan Masalah	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN METODE PENELITIAN	9
2.1. Tinjauan Pustaka	9
2.1.1 Landasan Teori	9
2.1.2 Penelitian Terdahulu	29
2.1.3 Kerangka Pemikiran.....	30
2.1.4 Hipotesis Penelitian.....	30
2.2.1 Metodologi Penelitian	31
2.2.2 Jenis Data dan Sumber data.....	31
2.2.3 Metode Pengumpulan Data	32

2.2.4 Populasi Dan Sampel	33
2.2.5 Metode Analisis	35
2.2.6 Operasional Variabel.....	41
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	43
3.1 Sejarah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk	43
3.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	45
3.3 Logo Bank Rakyat Indonesia	46
3.4 Bank BRI Unit Nipah Panjang Jambi.....	46
3.5 Standar Pelayanan Bank BRI	47
3.6 Struktur Organisasi	50
3.6.1 Bagan Struktur Organisasi Bank BRI Unit Nipah Panjang Jambi.....	51
3.6.2 Tugas dan Tanggung Jawab	51
3.7 Aspek Kegiatan Perusahaan.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Hasil Penelitian	56
4.1.1 Karakteristik Responden	56
4.1.2 Analisis Deskriptif	60
4.1.3 Persamaan Regresi	70
4.2 Analisis dan Pembahasan.....	73
4.2.1 Analisis Kualitas Pelayanan Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Unit Nipah Panjang Jambi.	74
4.2.2 Analisis Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Unit Nipah Panjang Jambi.	74
4.2.3 Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Unit Nipah Panjang Jambi.	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

NO TABEL	KETERANGAN	HALAMAN
1.1	Data Jumlah Nasabah baru	4
1.2	Data Jumlah Keluhan	7
2.1	Penelitian Terdahulu	29
2.2	Operasional Variabel.....	41
4.1	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	55
4.2	Karakteristik Responden Menurut Umur	56
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	57
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	57
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah.....	58
4.6	Tanggapan Responden Terhadap Berwujud Tangibles.....	59
4.7	Tanggapan Responden Terhadap Keandalan (Reability)	60
4.8	Tanggapan Responden Terhadap (Responsiveness)	61
4.9	Tanggapan Responden Terhadap Jaminan dan Kepastian (Assurance).....	62
4.10	Tanggapan Responden Terhadap Empati (Emphaty)	63
4.11	Rekapan Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Kualitas Pelayanan	64
4.12	Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Harapan.....	65
4.13	Tanggapan Responden Terhadap Minat Berkunjung Kembali	66
4.14	Tanggapan Responden Terhadap Kesiediaan Merekomendasikan.....	67
4.15	Rekapan Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Kepuasan.....	68
4.16	Hasil Analisis Regresi	69
4.17	Hasil Korelasi	70

4.18 Hasil Determinasi.....	71
4.19 Hasil Uji t.....	72

DAFTAR GAMBAR

NO GAMBAR	KETERANGAN	HALAMAN
1	Model Perilaku Konsumen	22
2	Model Perilaku Pembeli	23
3	Bagan Kerangka Pemikiran	30
4	Logo BRI	45
5	Bagan Struktur Organisasi	50

DAFTAR LAMPIRAN

KETERANGAN	HALAMAN
1 Surat Permohonan Kuesioner	
2 Daftar Pernyataan.....	
3 Hasil Kuesioner Ordinal.....	
4 Hasil Kuesioner Interval.....	
5 Output SPSS	
6 Tabel distribusi t tabel d.f.....	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini pesatnya pertumbuhan ekonomi dunia telah mencapai pada persaingan yang harus dihadapi oleh para pelaku bisnis. Perubahan pola persaingan suatu perusahaan memerlukan analisis kekuatan yang dapat mempengaruhi perusahaan secara berkesinambungan. Hal ini menuntut para pemasar untuk selalu memahami kondisi pasar dan memikirkan strategi bisnisnya, dimana fokus pada pelanggan menjadi salah satu aspek penting yang harus diperhatikan. Saat ini peningkatan kualitas semakin mendapat perhatian dari konsumen. Konsumen tidak hanya membutuhkan jasa dari suatu badan usaha melainkan juga menginginkan mutu pelayanan yang semakin baik.

Pemasaran sebagai salah satu fungsi operasional dan memiliki peran yang penting bagi suatu perusahaan karena pemasaran sangat menentukan tercapai atau tidaknya suatu tujuan perusahaan. Saat ini perusahaan dalam pemasaran tidak hanya sebatas pada atribut fungsional saja misalnya seperti kegunaan produk tersebut, melainkan sudah dikaitkan dengan kualitas pelayanan yang mampu dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan bagi perusahaan agar mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan dari pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas.

Menurut Kotler dalam Muhtosim (2010:117) mendefinisikan Kualitas adalah keseluruhan ciri serta suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan dinyatakan atau yang tersirat. Suatu barang atau jasa dinilai bermutu apabila dapat memenuhi atau harapan konsumen akan nilai produk tersebut.

Adanya kualitas pelayanan yang baik di suatu perusahaan akan menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Salah satu tindakan untuk memuaskan pelanggan, yaitu dengan memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya. Pelayanan tersebut dapat berupa kecepatan dan ketepatan waktu dalam melayani pelanggan, tanggap terhadap keluhan pelanggan, serta memberikan pilihan solusi yang terbaik. Kenyataan ini bisa dilihat, bahwa ada beberapa hal yang dilakukan perusahaan dengan menaruh perhatian yang lebih pada kepuasan pelanggan. Fokus pada kepuasan pelanggan merupakan salah satu upaya dalam mempertahankan pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2007:177) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Tujuan utama suatu perusahaan pada umumnya adalah mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin. Perusahaan dituntut untuk memberikan kesan yang baik kepada pelanggan untuk mempertahankannya. Salah satu faktor berharga dan meninggalkan kesan mendalam bagi pelanggan adalah pelayanan.

Pelayanan merupakan faktor utama perusahaan baik perusahaan jasa maupun perusahaan manufaktur. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan sangat penting bagi perusahaan karena mampu meningkatkan jumlah konsumen. Konsumen yang merasa puas atas pelayanan perusahaan akan terus membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan sehingga status konsumen akan berubah menjadi sama dengan Pelayanan yang bermutu akan menciptakan kepuasan pelanggan yang akan berpengaruh pada kemajuan produk dan perusahaan. Berbagai pendukung kualitas pelayanan, yaitu berupa bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Kelima variabel tersebut dapat meningkatkan nilai kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan.

Kualitas pelayanan memiliki hubungan erat dengan kepuasan pelanggan dan profitabilitas. Hal itu semakin disadari oleh penyelenggara pelayanan untuk selalu merespon setiap kebutuhan dan keinginan pelanggan. Penerapan lima variabel kualitas pelayanan direalisasikan dengan tercapainya kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan. Kepuasan atau ketidakpuasan merupakan hasil evaluasi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima dibandingkan dengan harapan yang mereka punyai.

Bank adalah sebuah lembaga intermediasi keuangan umumnya didirikan dengan kewenangan menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan menerbitkan promes atau yang dikenal sebagai bank note. Kata bank berasal dari bahasa Italia *banca* yang berarti tempat penukaran uang. Sedangkan menurut undang-undang perbankan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat

dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Industri perbankan telah mengalami perubahan besar dalam beberapa tahun terakhir. Industri ini menjadi lebih kompetitif karena diregulasi peraturan. Saat ini, bank memiliki fleksibilitas pada layanan yang mereka tawarkan, lokasi tempat mereka beroperasi, dan tarif yang mereka bayar untuk simpanan deposit.

Bank dapat diartikan juga sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit ataupun bentuk-bentuk lain nya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Digitalisasi juga mendisrupsi sektor perbankan, di mana kita melihat transisi dari jaringan distribusi: kantor cabang (fisik), layanan telepon perbankan (*analog*) dan layanan internet dan *mobile banking* (digital). Dengan demikian fungsi dasar bank adalah menyediakan tempat untuk menitipkan uang dengan aman dan menyediakan alat perubayaran untuk membeli barang dan jasa.

Penelitian ini penulis tertarik mengambil sampel dari PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk unit nipah panjang Jambi terkait dengan kualitas pelayanan yang diberikan terhadap kepuasan nasabah nya. Dimana yang beralamat di Jln. Agung Rt 03/06 No.02 Desa Nipah Panjang Tanjung Jabung Timur, Jambi - 36771

Berikut data jumlah Nasabah baru yang di peroleh penulis Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Unit Nipah Panjang Jambi, sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data jumlah nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Unit Nipah Panjang Jambi Tahun 2016 – 2020

Tahun	Jumlah Nasabah (account)	Persentase Perkembangan (%)
2016	882	-
2017	920	4,31
2018	965	4,89
2019	1055	9,32
2020	1270	20,38
Rata-rata	1019	7,78

Data diolah : PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Unit Nipah Panjang Jambi

Dari table diatas dapat dijelaskan bahwa setiap tahunnya data nasabah baru yang melakukan pembukaan rekening buku tabungan di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Unit Nipah Panjang Jambi pada lima tahun belakang selalu mengalami peningkatan dimana pada tahun 2016 nasabah baru sebanyak 882 di tahun 2017 mengalami peningkatan sebesar 4,31% secara persentase perkembangan atau sebesar 920 nasabah baru, dan mengalami kenaikan sebesar 0,58% dari tahun sebelumnya di tahun 2018 data nasabah baru sebanyak 965, di tahun 2019 mengalami peningkatan sebesar 9,32% dari tahun sebelumnya sebanyak 1055 nasabah baru serta di tahun 2020 mengalami peningkatan cukup signifikan di angka 20,38% dari tahun sebelumnya atau sebanyak 1270 nasabah baru yang melakukan pembukaan buku rekening tabungan di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Unit Nipah Panjang Jambi.

Selain data nasabah baru berikut penulis merangkum jumlah keluhan nasabah yang terjadi dalam 5 tahun belakang di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Unit Nipah Panjang Jambi.

Tabel 1.2
Data Jumlah Keluhan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk
Unit Nipah Panjang Jambi
Tahun 2016 – 2020

TAHUN	JENIS KELUHAN	JUMLAH KELUHAN
2016	Fasilitas dan Prasarana dalam ruangan	5
	Pemanggilan Nomor Antre	12
	Transfer dan Store Tunai	2
	Prasarana Area Parkir	2
	Total	21
2017	Fasilitas dan Prasarana dalam ruangan	4
	Pemanggilan Nomor Antre	8
	Transfer dan Store Tunai	3
	Prasarana Area Parkir	2
	Total	17
2018	Fasilitas dan Prasarana dalam ruangan	6
	Pemanggilan Nomor Antre	15
	Transfer dan Store Tunai	5
	Prasarana Area Parkir	5
	Total	31
2019	Fasilitas dan Prasarana dalam ruangan	6
	Pemanggilan Nomor Antre	9
	Transfer dan Store Tunai	3
	Prasarana Area Parkir	2
	Total	20
2020	Fasilitas dan Prasarana dalam ruangan	5
	Pemanggilan Nomor Antre	13
	Transfer dan Store Tunai	6
	Prasarana Area Parkir	5
	Total	29

Data diolah : PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Unit Nipah Panjang Jambi

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa setiap tahun nya data rekapan keluhan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Unit Nipah Panjang Jambi masih menjadi permasalahan yang terkadang muncul dimana jumlah angka keluhan nasabah sebanyak 21, menurun 19% dari tahun sebelumnya di tahun 2017 sebanyak 17, dan meningkat kembali sebanyak 8.23% atau sebanyak 31 di tahun 2018, dan pada tahun 2019 sebanyak 20, serta di tahun 2020

meningkat di angka 29 keluhan. Tentunya beberapa faktor yang menjadi keluhan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Unit Nipah Panjang Jambi diantaranya :

Fasilitas ruang tunggu yang kurang luas, pusat layanan bantuan yang terbatas, pemanggilan nasabah berdasarkan nomor antriannya yang cenderung lama, area parkir yang sempit, setor tunai dan juga transfer pada atm yang gagal. Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik melakukan penelitian yang dituangkan dalam bentuk proposal skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada “PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Unit Nipah Panjang Jambi”**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang tersebut, maka dalam penelitian ini ada beberapa faktor yang dijadikan identifikasi masalah yaitu

1. Jumlah nasabah baru setiap tahun nya mengalami peningkatan, akan tetapi masih terdapat keluhan nasabah yang terjadi setiap tahun nya pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Unit Nipah Panjang Jambi.
2. Pelayanan kepada nasabah masih belum optimal hal ini ditandai dengan masih terdapatnya keluhan terhadap pelayanan nasabah yang di jalankan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Unit Nipah Panjang Jambi.
3. Nasabah akan puas apabila pelayanan yang diberikan sangat optimal dan memenuhi keinginan dan harapan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Unit Nipah Panjang Jambi.

1.3. Rumusan Masalah

1. Bagaimana gambaran kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Unit Nipah Panjang Jambi?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Unit Nipah Panjang Jambi ?

1.4. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui dan mendeskripsikan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Unit Nipah Panjang Jambi.
2. Untuk Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Unit Nipah Panjang Jambi.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Diharapkan penelitian ini menjadi salah satu bahan masukan bagi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Unit Nipah Panjang Jambi dalam melakukan strategi yang tepat.
2. Sebagai bahan tambahan pengetahuan bagi penulis khususnya dan umumnya bagi para pembaca serta sebagai bahan acuan bagi penelitian yang ingin melakukan penelitian serupa di masa yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN METODE PENELITIAN

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1 Landasan Teori

2.1.1.1 Konsep Manajemen

Menurut Hasibuan (2009:9) manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber daya lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan tertentu.

Menurut Richard (2002:8) menyatakan bahwa manajemen adalah pencapaian sasaran-sasaran organisasi dengan cara yang efektif dan efisien melalui perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengadiln sumber daya organisasi.

Parker F dalam bukunya Said (2017:4) menyebutkan bahwa pengertian manajemen adalah sebagai suatu seni, tiap tiap pekerjaan bisa diselesaikan dengan orang lain.

Menurut pendapat Hasibuan (2002:21) fungsi-fungsi manajemen antara lain :

a) *Planning* (Perencanaan)

Perencanaan adalah merencanakan tenaga kerja efektif dan efesien agar sesuai dengan kebutuhan perusahaan dalam membantu terwujudnya tujuan.

b) *Organizing* (Pengorganisasian)

Pengorganisasian adalah kegiatan untuk mengorganisasikan semua karyawan dengan menetapkan pembagian kerja, hubungan kerja, delegasi wewenang, integrasi, dan koordinasi dalam bagan organisasi.

c) *Directing* (Pengarahan)

Pengarahan adalah kegiatan mengarahkan semua karyawan, agar mau bekerja sama dan bekerja efektif serta efisien dalam membantu tercapainya tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat. Pengarahan dilakukan pimpinan dengan menugaskan bahwa agar mengerjakan tugasnya dengan baik.

d) *Controlling* (Pengendalian)

Pengendalian adalah kegiatan pengendalian semua karyawan agar menaati semua peraturan-peraturan perusahaan dan bekerja sesuai dengan rencana.

Berdasarkan definisi di atas mengenai pengertian manajemen, dapat disimpulkan bahwa Manajemen adalah proses merencanakan, mengorganisasikan, memimpin dan mengendalikan pekerjaan anggota organisasi dan menggunakan semua sumber daya organisasi untuk mencapai sasaran organisasi yang sudah ditetapkan.

2.1.1.2 Konsep Pemasaran

Kesuksesan finansial sering bergantung pada kemampuan pemasaran. Financial, Operasi, akuntansi, dan fungsi bisnis lainnya tidak akan berarti jika tidak ada cukup permintaan produk dan jasa sehingga perusahaan dapat menghasilkan keuntungan.

Menurut Kotler dan Keller (2008:5) pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat adalah “memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan.

Menurut Meithiana Indrasari (2019:2) pemasaran adalah suatu kegiatan menyeluruh, terpadu dan terencana yang dilakuakn oleh sebuah organisasi atau institusi dalam melakukan usaha agar mampu mengakomodir permintaan pasar dengan cara menciptakan produk bernilai jual, dan saling bertukar tawaran yang bernilai bagi konsumen, klien , mitra dan masyarakat umum.

Menurut Meithiana Indrasari(2019:2) definisi pemasaran lebih diidentifikasi dengan proses pengenalan produk atau servis kepada konsumen yang potensial.

2.1.1.3 Konsep Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam perusahaan. Diantaranya, merencanakan suatu produk baru dan memilih pangsa pasar yang sesuai serta memperkenalkan produk baru kepada masyarakat luas.

Menurut Sofjan Assauri (2013:12) manajemen pemasaran adalah kegiatan analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian berbagai program yang disusun dalam pembentukan, pembangunan, dan pemeliharaan laba hasil/ pertukaran melalui sasaran pasar untuk mencapai tujuan perusahaan dalam jangka panjang.

Menurut George R. Terry dalam Afifudin (2013:5) mendefinisikan manajemen pemasaran bahwa manajemen sebagai suatu proses khas yang terdiri atas tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lain.

Menurut Dharmmesta dan Handoko (2011:49) manajemen pemasaran merupakan proses manajemen yang meliputi penganalisisan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan.

Dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah proses penetapan tujuan-tujuan pemasaran produk bagi suatu organisasi, tujuan-tujuan tersebut, dan mengukur kemajuan kearah pencapaiannya.

2.1.1.4 Konsep Jasa

Apabila kita menggunakan database seperti *ABI Inform* atau *Proquest* untuk mencari artikel yang mengandung kata kunci '*service*', maka akan muncul ratusan ribu entri. Disatu sisi hal ini menggambarkan dinamika dan signifikansi peran *service*, khususnya dalam beberapa dekade terakhir. Disisi lain, apabila kita telusuri satu persatu entri bersangkutan, definisi *service* yang diacu pada masing-masing artikel bisa berbeda-beda. (Tjiptono,2011).

Dalam bahasa Indonesia saja, *service* bisa diterjemahkan sebagai jasa, layanan dan servis : tergantung pada konteksnya. Keanekaragaman makna dalam hal pemakaian istilah *service* juga jumpai dalam literatur manajemen. Kendati demikian secara garis besar konsep "*service*" mengacu pada tiga lingkup definisi

utama: industri, output atau penawaran dan proses (John dalam Tjiptono, 2011). Meskipun dalam kenyataannya banyak pula jasa yang melibatkan produk fisik. Sebagai proses jasa mencerminkan penyampaian jasa inti, interaksi personal, kinerja (*performances*) dalam arti luas serta pengalaman layanan.

Lebih lanjut menurut Kotler & Keller (2012) Jasa merupakan setiap kegiatan, manfaat atau *performance* yang ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang bersifat *intangible* serta tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun yang mana dalam produksinya terikat maupun tidak dengan produk fisik.

Menurut Valerie A. Zeithaml dan Mary Jo Bitner (2000:3) Jasa adalah suatu kegiatan ekonomi yang outputnya bukan produk dikonsumsi bersama dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah (seperti kenikmatan, hiburan, santai, sehat), bersifat tidak berwujud.

Menurut Lovelock (2007:5) Jasa adalah layanan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak yang lain. Adapun proses ini tidak terkait dengan produk fisik, jasa tidak berwujud, Umumnya tidak menyebabkan kepemilikan dari faktor produksi.

Dapat disimpulkan dari pengertian para ahli di atas bahwa jasa adalah pemberian suatu kinerja atau tindakan tidak berwujud dari pihak satu kepada pihak lainnya.

2.1.1.5 Konsep Manajemen Pemasaran Jasa

Pemasaran jasa merupakan suatu tindakan yang ditawarkan oleh pihak produsen kepada konsumen berupa jasa yang tidak dapat dilihat, dirasakan,

didengarkan atau diraba, namun dapat dirasakan manfaatnya oleh konsumen. Sementara jasa merupakan tindakan atau kegiatan yang mencakup semua aktivitas yang output-nya berupa kinerja atau hasil yang diterima oleh para konsumen.

Antara pelanggan atau konsumen dan produsen atau pihak pemberi jasa mempunyai keterkaitan satu sama lain. Hal tersebut dapat terlihat di dalam nilai tambah diberikan oleh produsen atau pihak pemberi jasa kepada konsumen dalam bentuk kenyamanan, hiburan, kecepatan dan kesehatan.

Lebih lanjut Menurut Payne yang dikutip oleh Hurriyati (2010) bahwa pemasaran jasa merupakan suatu proses mempersepsikan, memahami, menstimulasi dan memenuhi kebutuhan pasar sasaran yang dipilih secara khusus dengan menyalurkan sumber-sumber sebuah organisasi untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Dengan demikian, manajemen pemasaran jasa merupakan proses penyaluran sumber-sumber sebuah organisasi terhadap kebutuhan pasar.

Menurut Lupiyoadi (2006) pemasaran jasa adalah setiap tindakan yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain yang secara prinsip *intangible* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun.

Dengan demikian, manajemen pemasaran jasa merupakan proses penyaluran sumber-sumber sebuah organisasi terhadap kebutuhan pasar. Pemasaran memberi perhatian pada hubungan timbal balik yang dinamis antara produk dan jasa perusahaan, keinginan dan kebutuhan pelanggan serta kegiatan-kegiatan para pesaing.

2.1.1.6 Karakteristik Pemasaran Jasa

Menurut Berry dalam Nasution (2004:8 10), jasa memiliki 4 (empat) karakteristik utama, yaitu sebagai berikut:

1. Tidak berwujud (*Intangibility*)

Jasa bersifat tidak berwujud (*intangibility*), artinya tidak dapat melihat, mencium, meraba, mendengar dan merasakan hasilnya sebelum mereka membelinya. Nilai tidak berwujud dari jasa dapat berupa kenikmatan, rasa aman, serta kepuasan. Untuk mendapat semua itu biasanya konsumen akan mencari terlebih dahulu informasi dari jasa yang akan digunakannya seperti lokasi, harga, serta bentuk pelayanan yang akan diberikan.

2. Tidak Terpisah (*Inseparability*)

Tidak Dapat Dipisahkan (*Inseparability*) artinya jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, yaitu perusahaan jasa yang menghasilkannya dengan konsumen yang menggunakan jasa tersebut. Interaksi antara penyedia jasa dengan konsumen terjadi ketika jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Jika konsumen membeli suatu jasa maka ia akan berhadapan langsung dengan sumber atau penyedia jasa.

3. Keanekaragaman (*Variability*)

Jasa yang diberikan sering kali berubah ubah tergantung siapa yang menyajikannya, kapan dan dimana penyaji jasa tersebut dilakukan. Konsumen sebelum mengambil keputusan untuk menggunakan suatu jasa biasanya akan meminta pendapat orang lain, oleh karena itu penyedia jasa

akan terus berlomba lomba menawarkan bervariasi jasa dengan kualitas yang baik guna menciptakan kepuasan dari konsumennya.

4. Tidak Tahan Lama (*Perishability*)

Jasa tidak dapat disimpan sehingga tidak dapat dijual pada masa yang akan datang. Dalam hal ini jasa berbeda dengan barang, karena biasanya barang dapat disimpan dan digunakan berulang-ulang kali maka tidak demikian dengan jasa, apabila jasa tidak langsung digunakan maka jasa tersebut akan ebrlalu begitu saja. Suatu jasa yang diberikan oleh penyedia jasa tergantung dari permintaan pasar yang berubah-ubah.

2.1.1.7 Konsep Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan atau *customer service* ini dapat dibedakan ke dalam dua kriteria yaitu jenis kualitas pelayanan yang baik dan kualitas pelayanan yang buruk. Kualitas pelayanan ini bukanlah suatu hal yang permanen atau kaku, melainkan fleksibel dan dapat dirubah. Perubahan ini tentunya berupa peningkatan kualitas pelayanan agar semakin lebih baik lagi. Dalam proses perubahan kualitas pelayanan tersebut diperlukan beberapa hal untuk menunjang prosesnya. Misalnya survei atau observasi kepada pelanggan, termasuk didalamnya berupa masukan, pendapat maupun feedback tentang pelayanan yang telah diberikan dikutip dalam buku Meithiana (2019:61)

Menurut Tjiptono dalam buku Meithiana Indrasari (2007:61) kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi kualitas pelayanan yang di harapan, definisi kualitas ini adalah upaya pemenuhan

kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut, dikatakan bahwa *service quality* adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Menurut Lupiyoadi dalam Meithiana Indrasari (2011:62) *Service quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima.

Menurut Kotler dalam buku Metithiana Indrasari (2011:62) Menjelaskan karakteristik layanan yang diperlu diperhatikan seperti :

a. Akses

Yaitu layanan tersebut harus menjangkau keseluruhan tempat dan waktu secara tepat.

b. Komunikasi

Yaitu bahwa dalam memberikan layanan perlu dilakukan komunikasi yang efektif, efisien dan jelas serta akurat.

c. Kompetensi

Yaitu terkait dengan pegawai atau karyawan yang memiliki keahlian dan keterampilan serta pengetahuan yang diperlukan berdasarkan layanan yang di berikan.

d. Kesopanan

Yaitu bahwa pegawai harus ramah cepat tanggap dan tenang untuk memberikan layanan yang memuaskan.

e. Kredibilitas

Yaitu perusahaan dan pegawai dapat dipercaya dan mempunyai tempat di hati pelanggan.

f. Keandalan

Yaitu bahwa layanan yang di berikan secara konsisten dan tepat.

g. Responsif

Yaitu terkait dengan layanan dan respon yang cepat dan kreatif terhadap permintaan pelanggan atau permasalahan yang di hadapi pelanggan.

h. Keamanan

Yaitu layanan yang di berikan harus bebas resiko, bahaya dan keraguan serta kerugian.

i. Nyata

Yaitu layanan tersebut harus bisa dicerminkan dalam bentuk fisik yang benar-benar mencerminkan kualitas layanan.

j. Memahami konsumen

Yaitu pegawai benar benar membuat usaha untuk memenuhi kebutuhan konsumendan memberikan perhatian secara individu.

2.1.1.7.1 Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut lupiyodi dan hamdani (2009:182) terdapat beberapa dimensi atribut yang perlu diperhatikan dalam kualitas pelayanan yaitu :

1. Berwujud (*tangibles*)

Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

2. Keandalan (*reliability*)

Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Keinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

3. Ketanggapan (*responsiveness*)

Yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

4. Jaminan dan Kepastian (*assurance*)

Yaitu pengetahuan, kesopan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).

5. Empati (*emphaty*)

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan.

2.1.1.8 Bank

Dalam pembicaraan sehari-hari, bank dikenal sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menerima simpanan giro, tabungan dan deposito. Kemudian bank juga dikenal sebagai tempat untuk meminjam uang (kredit) bagi masyarakat yang membutuhkannya. Di samping itu, bank juga dikenal sebagai tempat untuk menukar uang, memindahkan uang atau menerima segala macam bentuk pembayaran dan setoran seperti pembayaran listrik, telepon, air, pajak, uang kuliah, dan pembayaran lainnya.

Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang Perbankan, yang dimaksud dengan Bank adalah “badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.”

Dari pengertian di atas dapat dijelaskan secara lebih luas lagi bahwa bank merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan, artinya aktivitas perbankan selalu berkaitan dalam bidang keuangan. Sehingga berbicara mengenai bank tidak terlepas dari masalah keuangan. Dikutip dalam buku Kasmir (2014:24)

dilihat dari segi fungsinya :

Menurut Undang-Undang Pokok Perbankan Nomor 14 Tahun 1965 jenis perbankan menurut fungsinya terdiri dari :

- a. Bank Umum
- b. Bank Pembangunan
- c. Bank Tabungan
- d. Bank Pasar
- e. Bank Desa bumbung Desa
- f. Bank Pegawai
- g. dan bank lainnya

Namun setelah keluar UU Pokok Perbankan Nomor 7 Tahun 1992 dan ditegaskan lagi dengan keluarnya Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 maka jenis perbankan terdiri dari:

- a. Bank Umum
- b. Bank Perkreditan Rakyat (BPR)

Di mana Bank Pembangunan dan Bank Tabungan berubah fungsinya menjadi Bank umum sedangkan Bank Desa, Bank Pasar, Lumbung Desa dan Bank Pegawai menjadi Bank Perkreditan Rakyat (BPR).

Adapun pengertian Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat sesuai dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 adalah sebagai berikut :

a. Bank Umum

Bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan/atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sifat jasa yang diberikan adalah umum, dalam arti dapat memberikan seluruh jasa perbankan yang ada. Begitu pula dengan wilayah operasinya dapat dilakukan di seluruh wilayah. Bank umum sering disebut bank komersil (*commercial bank*).

b. Bank Perkreditan Rakyat (BPR)

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Artinya di sini kegiatan BPR jauh lebih sempit jika dibandingkan dengan kegiatan bank umum.

2.1.1.9 Model Perilaku Konsumen

Perilaku membeli konsumen (*consumer buying behavior*) merujuk pada perilaku membeli yang dilakukan oleh konsumen akhir atau individu dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi secara pribadi seluruh konsumen akhir tersebut bila digabungkan akan membentuk pasar konsumen (*consumer market*). Kotler dan Armstrong (2001)

Dalam menentukan keputusan pembelian ini, para konsumen mempunyai pertimbangan yang sangat berbedda dalam hal umur, pendapatan, tingkat pendidikan, dan selera, baik itu membeli suatu barang ataupun jasa. Keputusan

konsumen yang berbeda menimbulkan susunan faktor yang menarik bagi produsen untuk memnenukan produk jasa apa saja yang merak tawrakan kepada konsumen.

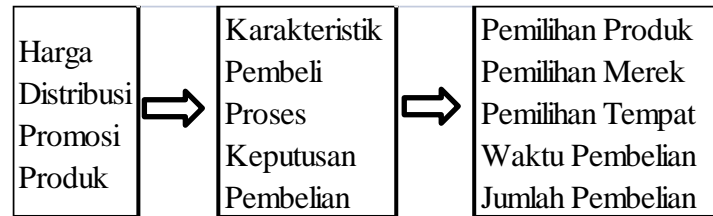
Setiap harinya konsumen menentukan berbagai pilihan pembelian baik itu pembelian produk atau jasa. Perusahaanperusahaan besar menyelidiki keputusan pembelian konsumen dengan begitu rincinya untuk mengetahui apa yang dibeli konsumen, kapan mereka membeli, dimana mereka membeli dan mengapa mereka membeli. Para pemasar harus mempelajari pembelian konsumen tersebut. Agar barang dan jasa yang mereka tawarkan dapat diterima dengan baikoleh konsumen. Salah satu model perilaku konsumen diantaranya adalah model perilaku konsumen (Kotler dan Amstrong).

Stimulus	Stimulus		Karakteristik	Prosses		Keputusan Pembelian
Pemasaran	Lain		Pembeli	Keputusan Pembelian		
Produk	Ekonomi		Budaya	Pengenalan Masalah		Pilihan Produk
Harga	Teknologi	→	Solusi	Pencarian Informasi	→	Pilihan Merek
Saluran Pemasaran	Politik		Pribadi	Evaluasi		Pilihan Saluran Penetapan Waktu Pembelian
Promosi			Psikologi	Keputusan		Jumlah Pembelian

Gambar 1
Model Perilaku Konsumen Kotler dan Amstrong

Menurut tabel diatas memperlihatkan bahwa ada tiga faktor utama yang mempengaruhi pengambilan keputusan Seseorang konsumen dalam kaitannya keputusan pembelian, faktor-faktor tersebut meliputi. Pertama faktor internal tersebut berasal dari lingkungan dalam pelaku konsumen sendiri yang meliputi budaya, sosial, pribadi, psikoogis. Kedua faktor eksternal, faktor eksternal

sendirimeliputt ekonomi, teknologi, politik, budaya dan yang ketiga adalah faktor dari perilaku pemasar kepada konsumen.



Gambar 2 Model Perilaku Pembeli

sumber : Kotler dan Amstrong, (2001)

Dimana perusahaan yang benar-benar ingin memahami tanggapan konsumen atas sifat-sifat produk, harga dan pendekatan iklan yang berbeda memiliki keunggulan yang besar atas pesaingnya beli merupakan model rangsangan tanggapan perilaku membeli. Dari skema gambar diatas dijelaskan bahwa pemasaran tera dari 4P yaitu *Price* (harga), *Place* (saluran distribusi), *Promotion* (promosi), *Product* (produk). Tidak hanya 4P, rangsangan lainnya yaitu mencakup kekuatan dan peristiwa besar dalam lingkungan pembeli, yaitu teknologi, politik, ekonomi, dan budaya. Dan seluruh masukan ini memasuki kotak hitam pembeli, kemudian diubah menjadi satu susunan tanggapan pembeli yang diantaranya ialah pilihan produk, pilihan merek, pilihan tempat, waktu pembelian, jumlah pembelian.

2.1.1.10 Konsep Kepuasan Nasabah

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang

puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Menurut Kotler dan Keller (2012:177) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.

Menurut Tjiptono (2013:301) kepuasan adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang di harapkan serta terpenuhi secara baik.

Menurut J Supratno (2011:35) kepuasan nasabah adalah dimana seseorang menyatakan hasil pendapatnya atas kinerja/jasa/produk yang diterima dan yang diharapkan.

Menurut Tjiptono (2003:104) mengemukakan 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer orientasi*) perlu memberikan kesempatan yang sangat luas kepada para pelanggannya untuk memberikan saran, pendapat dan keluhan media yang dapat digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis (yang mudah dijangkau atau yang sering dilewati pelanggan)

2. *Ghost shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam membeli produk -produk tersebut.

3. *Lost customer analysis*

Perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.

4. *Survey kepuasan pelanggan*

Umum nya sebagian besar penelitian mengenai kepuasan pelanggan menggunakan metode survei, via pos, telepon ,email, *web site*, maupun wawancara langsung . Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik langsung dari pelanggan dan juga memberikan sinyal positif bahwa perusahaan perhatian terhadap mereka.

Menurut Fandy Tjiptono (2019:143) riset kepuasan pelanggan selama ini mengindikasikan sebagai berikut:

1. Niat beli ulang

Pelanggan yang puas cenderung berminat melakukan pembelian ulang produk / jasa yang sama, berbelanja di tempat yang sama, atau menggunakan penyedia layanan jasa yang sama lagi di kemudian hari.

2. Loyalitas pelanggan

Sudah banyak yang menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan berdampak positif bagi terciptanya loyalitas pelanggan.

3. Perilaku komplain

Pelanggan yang puas lebih kecil kemungkinannya melakukan komplain. Sebaliknya jika konsumen tidak puas akan ada kemungkinan ia akan melakukan komplain.

4. Getok tular positif

Kepuasan pelanggan berdampak positif pada kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk atau perusahaan kepada orang lain (getok tular positif)

2.1.1.10.1 Dimensi Kepuasan Nasabah

Menurut Tjiptono (2009) beberapa Dimensi pembentuk Kepuasan Konsumen terdiri dari :

1. Kesesuaian harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen.

2. Minat berkunjung kembali

Merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa terkait.

3. Kesediaan merekomendasikan.

Merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan jasa yang telah dirasakan kepada teman dan keluarga.

2.1.1.11 Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah

Menurut Tjiptono dan Diana (2016:58) kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen berkaitan erat. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat kepada perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan konsumen serta membutuhkan mereka. Serta pada akhirnya kepuasan konsumen dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas pelayanan memuaskan.

Harapan pelanggan dapat bersumber dari berbagai hal, seperti dari pengalaman layanan sebelumnya, teman, dan informasi layanan. Kepuasan pelanggan dapat menciptakan loyalitas atau citra yang tinggi pelanggan. Dalam konteks kualitas dan kepuasan, telah tercapai konsensus bahwa harapan pelanggan memiliki peranan besar sebagai standar perbandingan dalam evaluasi kualitas maupun kepuasan (Tjiptono 2016:14)

Kualitas layanan adalah salah satu penentu keberhasilan perusahaan untuk menarik konsumen baru atau mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Dalam

bisnis perbankan, kualitas pelayanan, sangat penting untuk mempertimbangkan dengan baik sebagai referensi bagi konsumen dalam memilih bank yang : berkualitas dan layanan yang baik menurut Ririn Wulandari (2020:74).

2.1.2 Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan perbandingan dan acuan dalam melakukan penelitian ini, maka peneliti menelaah beberapa penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu, yaitu sebagai berikut :

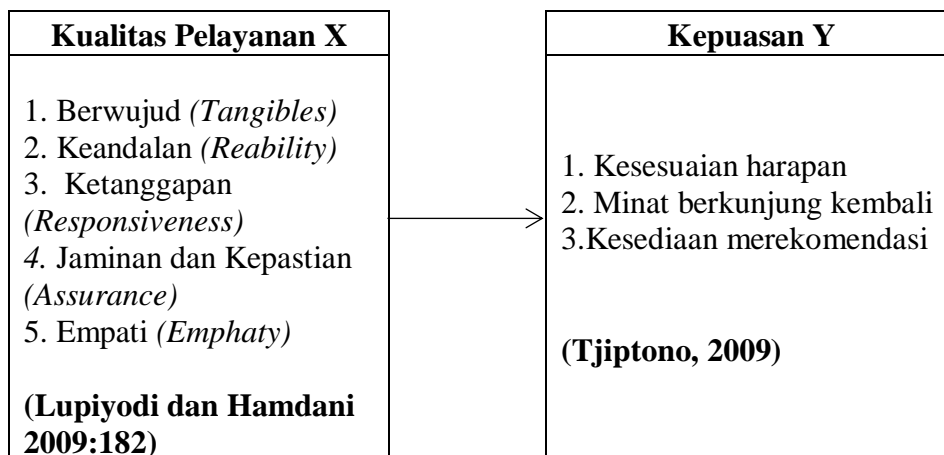
Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu		
Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Feni Jeni Wardani (2020) Jurnal manajemen Universitas batanghari jambi	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PDAM (Perusahaan Daerah Air Minum) Tirta Mayang Kota Jambi	Hasil Penelitian menunjukkan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan
Feny Anggraini (2021) Jurnal manajemen Universitas Batanghari Jambi	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi	Hasil Penelitian menunjukkan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan
Catur Prasetyo, Oktori Kiswati Zaini Yuany Farradia Manajemen Fakultas Ekonomi 2017	Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Djuanda, Bogor	Hasil Kualitas pelayanan merupakan variabel yang mempengaruhi (x) dan kepuasan nasabah adalah variabel yang mempengaruhi (y). Hasil penelitian menunjukkan fakta melalui tanggapan responden bahwa kualitas pelayanan yang ada pada bank BNI cabang Djuanda dinilai baik dan kepuasan nasabah dinilai cukup memuaskan

2.1.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dimaksudkan untuk menggambarkan paradigma penelitian sebagai jawaban atas masalah penelitian. Menurut Sugiyono (2017:60) kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Dalam penelitian variabel independennya adalah kualitas pelayanan. Sedangkan variable dependennya adalah kepuasan nasabah.

Untuk lebih spesifikasi kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat di gambarkan sebagai berikut :



Bagan kerangka pemikiran

2.1.4 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:63), Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang di berikan baru didasarkan pada teori yang relavan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan, teori, penelitiai terdahulu dan Kerangka pemikiran yang telah dikemukakan maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Diduga Kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Unit Nipah Panjang Jambi baik dan dinilai sangat tinggi.
2. Diduga Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Unit Nipah Panjang Jambi.

2.2.1 Metodologi Penelitian

2.2.1.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:7). Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, kerana metode ini sudah cukup lama di gunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian .

2.2.2 Jenis Data dan Sumber data

Jenis data yang diperlukan dan dikumpulkan dalam penelitian ini ialah data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:244) Analisis data kuantitatif bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dicarikan data lagi secara berulangulang sehingga selanjutnya dapat disampaikan apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak berdasarkan data yang terkumpul.

Objek penelitian ini mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank rakyat Indonesia (persero) tbk unit nipah panjang jambi.

- a. Data primer Menurut Sugiyono (2017:137) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.
- b. Data sekunder Menurut Sugiyono (2017:137) merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Selanjutnya bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari :

1. PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Unit Nipah Panjang Jambi
2. Para Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Unit Nipah Panjang Jambi

2.2.3 Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2017:224) pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Dalam melakukan penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut:

1. Observasi

Menurut Sugiyono (2017:145) adalah teknik pengumpulan data yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Yaitu wawancara dan kuesioner

2. Kuesioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2017:142) teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

3. Pengukuran variabel

Menurut Sugiyono angket yang diberikan kepada responden merupakan instrumen penelitian, yang digunakan untuk mengukur variabel yang akan diteliti. Oleh karena itu instrumen angket tersebut harus dapat digunakan untuk mendapatkan data yang valid dan reliabel yang diukur.

2.2.4 Populasi Dan Sampel

Seperti menurut Sugiyono (2017:80). Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan” populasi dari penelitian adalah jumlah account nasabah PT. Bank rakyat Indonesia (Persero), Tbk unit nipah panjang Jambi pada tahun 2020 yang berjumlah 1.270 nasabah dalam penelitian ini di asumsikan 1 orang nasabah memiliki 1 account.

Menurut Sugiyono (2017:80). Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk melakukan sebuah penelitian, tidak harus diteliti keseluruhan anggota populasi yang ada. Sampel adalah subset dari populasi atau beberapa anggota dari populasi yang diamati. Dengan meneliti sebagian populasi, diharapkan dapat memperoleh hasil yang dapat menggambarkan sifat populasi yang bersangkutan. Maka dari populasi tersebut ditetapkan sampel dengan menggunakan metode slovin.

Rumus tersebut digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang telah diketahui jumlahnya yaitu sebanyak 1.270 nasabah menurut Sugiyono (2017:81). Untuk tingkat presepsi ditetapkan dalam penentuan sampel adalah 10%.

Rumus Slovin :

$$n = N / (1+(N \times e^2))$$

Dimana :

n = Ukuran atau jumlah sampel

N = Jumlah Populasi (Jumlah Nasabah)

e = Kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolelir, kemudian di kuadratkan.

Berdasarkan rumus Slovin, maka besarnya penarikan jumlah sampel penelitian adalah :

$$n = N / (1+(1.270 \times 0,10))$$

$$n = 1.270 / (1+(1.270 \times 0,01))$$

$$n = 1.270 / (1+12,7)$$

$$n = 1.270 / 13,7$$

$$n = 92,700729927$$

Dari perhitungan diatas didapat jumlah sampel yang akan diambil adalah sebanyak 93 orang responden (dibulatkan). Teknik penarikan sampel dilakukan secara non *probability* sample random sampling. Dimana sampel diambil dengan di berikan ke pada para nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk unit nipah panjang Jambi.

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk unit nipah panjang Jambi dengan menggunakan skala Likert dimana :

Jawaban Responden	Nilai
Sangat Tidak Puas (STP)	1
Tidak Puas (TP)	2
Cukup Puas (CP)	3
Puas (P)	4
Sangat Puas (SP)	5

2.2.5 Metode Analisis

2.2.5.1 Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini penulis akan menganalisis data yang diperoleh secara deskriptif kuantitatif. Analisis dilakukan berdasarkan teori yang mempunyai

kaitan erat dengan aspek yang diteliti. Menurut Sugiyono (2017:2) metode penelitian dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan Kegunaan tertentu. Metode Deskriptif kuantitatif yaitu penelitian yang bertujuan menjelaskan fenomena yang ada dengan menggunakan angka-angka untuk menjabarkan karakteristik individu atau kelompok.

Seperti yang dikemukakan oleh sugiyono (2017 : 225) bahwa perhitungan skor setiap komponen yang diteliti dengan mengalikan seluruh frekuensi data dengan nilai bobot rumus yang digunakan adalah :

Skor terendah = Bobot terendah x jumlah sampel

Skor tertinggi = Bobot tertinggi x jumlah sampel

$$\begin{aligned}\text{Skor terendah} &= 1 \times 93 \\ &= 93\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Skor tertinggi} &= 5 \times 93 \\ &= 465\end{aligned}$$

Sedangkan untuk mencari rentang skala menurut Sugiyono (2017:58) digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Rentang skala (RS)} = \frac{n(m-1)}{m}$$

Dimana :RS Rentang Skala

n = Jumlah sampel

m = Jumlah alternatif item

$$\begin{aligned}\text{rentang skala} &= \frac{93(5-1)}{5} \\ &= 74,4\end{aligned}$$

Maka :

Rentangan skala

Skor	Kategori
93-166,4	Sangat Tidak Puas (STP)
167,4-240,8	Tidak Puas (TP)
241,8-315,2	Cukup Puas (CP)
316,2-389,6	Puas (P)
390,6-465	Sangat Puas (SP)

Menurut Sugiyono (2017:92) skala pengukuran kesepakatan yang di gunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila di gunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Penelitian ini menggunakan kuesiner dengan skala likert. Menurut Sugiyono (2017:93) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah di tetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Alasan menggunakan metode pengukuran skala likert karena peneliti menggunakan sistem penyebaran angket atau kuisiner, sehingga hasilnya digolongkan dalam skala data ,yaitu ordinal interval. Selanjutnya metode yang paling efektif untuk ordinal interval adalah skala *likert*.

2.2.5.2 Analisis Regresi Linier Sederhana

Regresi Linier Sederhana merupakan suatu proses untuk mendapatkan hubungan matematis dalam bentuk suatu persamaan antara variabel tak bebas tunggal dengan variabel bebas tunggal dengan kata lain, regresi linier yang hanya melibatkan satu variabel bebas X yang di hubungkan dengan satu variabel terikat

Y, Menurut Sugiyono (2017: 188) rumus persamaan regresi sederhana adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan :

- Y = Variabel terikat
- a = Konstanta
- b = Koefisien regresi
- X = Variabel bebas
- e = eror

2.2.5.3 Analisis Korelasi

Korelasi adalah suatu teknik statistik yang dipergunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara 2 variabel dan juga untuk mengetahui bentuk hubungan keduanya dengan hasil yang bersifat kuantitatif. Kekuatan antara 2 variabel yang dimaksud adalah apakah hubungan tersebut erat, lemah atau tidak erat. Sedangkan bentuk hubungannya adalah apakah bentuk korelasinya positif atau linier negatif. Adapun interpretasi koefisien korelasi adalah sebagai berikut :

Interval Koefisien	Tingkat hubungan
0,80 – 1	Sangat kuat
0,60 - 0,799	Kuat
0,04 - 0,599	Sedang
0,020 - 0,399	Rendah
0,00 - 0,199	Sangat Rendah

Sumber : Sugiyono (2012:144)

2.2.5.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh

variable bebas secara bersama-sama terhadap variable tergantung. Koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel bebas yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel tergantung. Besarnya koefisien determinasi dari 0 sampai dengan 1. Semakin mendekati 0 besarnya koefisien determinasi suatu persamaan regresi, maka semakin kecil pula pengaruh semua variabel independen terhadap nilai variabel dependen. Sebaliknya, semakin mendekati 1 besarnya koefisien determinasi suatu persamaan regresi, maka semakin besar pula pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. (Priyanto,2013:13).

2.2.5.5 Uji t

Uji t digunakan untuk menguji apakah variable bebas kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap variable terikat kepuasan nasabah (Y), Priyanto (2013:37), signifikan pengaruh tersebut dapat didefinisikan dengan membandingkan antara nilai t hitung dengan nilai t tabel. Apabila nilai t hitung \gg t tabel maka variable independen secara individual mempengaruhi variable dependen, sebaliknya jika t hitung \ll t tabel maka variable independen secara individual tidak mempengaruhi variable dependen.

a) Rumus hipotesis

Ho : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk unit nipah panjang Jambi.

H_a : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk unit nipah panjang Jambi.

b) Tingkat signifikan 5% ($\alpha = 0,05$)

c) Kriteria keputusan

$t_{hitung} > t_{table}$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima

$t_{hitung} < t_{table}$ berarti H_0 diterima dan H_a ditolak

Keterangan kriteria Keputusan Jika t_{hitung} besar dari t_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh Signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah.

Jika t_{hitung} kecil dari t_{tabel} maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah.

d) Uji t juga bisa dilihat pada tingkat signifikan :

Jika tingkat signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika tingkat signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Menghitung t_{tabel} (Supardi, 2013:233) menentukan nilai t_{tabel} yaitu didapat dari membaca tabel distribusi t untuk taraf signifikan (α tertentu) dan $dk = n-k-1$. Dalam hal ini = banyak pasang data (sampel unit analisis) dan $lc =$ banyaknya variable bebas, atau $93-1-1= 91$

2.2.6 Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan definisi atau uraian-uraian yang menjelaskan dari suatu variabel-variabel yang akan diteliti dan mencakup indikator-indikator yang ada pada masing-masing variabel. Dengan adanya uraian tersebut maka peneliti akan lebih mudah mengukur variabel yang ada penjabaran operasional variabel dalam penelitian ini secara singkat sebagai berikut:

Tabel 2.2

Operasional Variabel				
Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran
Kualitas Pelayanan (X) Lupiyodi dan hamdani (2009)	Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima	1. Berwujud (<i>tangibles</i>)	1. Ruang tunggu yang disediakan luas dan nyaman. 2. Kebersihan dan kerapihan Karyawan sangat baik.	Ordinal
		2. Keandalan (<i>Reliability</i>)	1. <i>Teller</i> dapat memberikan pelayanan yang cepat dan tepat. 2. <i>Customer Service</i> dapat berkomunikasi dengan baik dengan nasabah	Ordinal
		3. Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)	1. <i>Customer service</i> cepat tanggap dalam memberikan pelayanan 2. <i>Teller</i> cepat tanggap dalam menyelesaikan transaksi	Ordinal
		4. Jaminan dan Kepastian (<i>Assurance</i>)	1. Petugas <i>Security</i> dapat memberikan kenyamanan dan keamanan saat berada di area BANK. 2. <i>Customer service</i> dapat memberikan kenyamanan secara keseluruhan saat melayani nasabah	Ordinal
		5. Empati (<i>Emphaty</i>)	1. <i>Customer service</i> dapat memberikan perhatian secara personal dalam menangani keluhan nasabah. 2. <i>Customer service</i> dapat mengetahui apa yang di inginkan nasabah.	Ordinal
Kepuasan Nasabah (Y) Tjiptono (2009)	kepuasan adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginanya sesuai dengan yang di harapkan serta terpenuhi secara baik.	1. Kesesuaian harapan.	1. <i>Customer service</i> , memberikan pelayanan yang baik sesuai harapan 2. Fasilitas penunjang yang disediakan sangat memadai, misalnya kursi tempat menunggu	Ordinal
		2. Minat berkunjung kembali.	1. Jika ada keluhan atau masalah Saya berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan oleh <i>customer service</i> memuaskan 2. Saya berminat untuk berkunjung kembali karena suasana area gedung nyaman	Ordinal
		3. Kesiediaan merekomendasikan.	1. Saya merekomendasikan Bank BRI Unit Nipah Panjang sebagai salah satu tempat penyimpanan/peminjaman karena pelayanan Karyawan nya memuaskan 2. Saya merekomendasikan Bank BRI Unit Nipah Panjang karena akses mudah di jangkau 3. Saya merekomendasikan Bank BRI unit Nipah Panjang karena pelayanan secara keseluruhan memuaskan	Ordinal

BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk merupakan bank pemerintahan yang beroperasi pertama kali di Indonesia. Dalam perkembangannya BRI sudah mengalami beberapa kali perubahan nama dan status yang memiliki kaitan erat dengan sejarah perjuangan bangsa Indonesia. perubahan-perubahan yang dilakukan BRI tentunya mengandung arti penting bagi perkembangan dan pertumbuhan BRI. Hal ini sejalan dengan cita-cita dan tujuan BRI yang tertuang dalam visi dan misi BRI dalam melayani nasabah. Dalam pelaksanaan operasionalnya PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Nipah Panjang Jambi oleh para pegawai yang memiliki kesadaran akan tanggung jawab yang besar sesuai yang telah ditentukan dalam job description masing-masing bagian sesuai dengan struktur organisasi perusahaan. Penjelasan mengenai gambaran umum perusahaan secara lebih lengkap dan jelas adalah sebagai berikut.

Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Pada awalnya Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja dengan nama De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden atau "Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi Purwokerto", suatu lembaga keuangan yang melayani orang-orang berkebangsaan Indonesia (pribumi). Lembaga tersebut berdiri tanggal 16 Desember 1895, yang kemudian dijadikan sebagai hari kelahiran BRI.

Pada periode setelah kemerdekaan RI, berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 1 tahun 1946 Pasal 1 disebutkan bahwa BRI adalah sebagai Bank Pemerintah pertama di Republik Indonesia. Dalam masa perang mempertahankan kemerdekaan pada tahun 1948, kegiatan BRI sempat terhenti untuk sementara waktu dan baru mulai aktif kembali setelah perjanjian Renville pada tahun 1949 dengan berubah nama menjadi Bank Rakyat Indonesia Serikat. Pada waktu itu melalui PERPU No. 41 tahun 1960 dibentuklah Bank Koperasi Tani dan Nelayan (BKTN) yang merupakan peleburan dari BRI, Bank Tani Nelayan dan Nederlandsche Maatschappij (NHM). Berdasarkan Penetapan Presiden (Penpres) No. 9 tahun 1965, BKTN diintegrasikan ke dalam Bank Indonesia dengan nama Bank Indonesia Urusan Koperasi Tani dan Nelayan. Setelah berjalan selama satu bulan, keluar Penpres No. 17 tahun 1965 tentang pembentukan bank tunggal dengan nama Bank Negara Indonesia.

Dalam ketentuan baru itu, Bank Indonesia Urusan Koperasi, Tani dan Nelayan (eks BKTN) diintegrasikan dengan nama Bank Negara Indonesia unit II bidang Rural, sedangkan NHM menjadi Bank Negara Indonesia unit II bidang Ekspor Impor (Exim). Berdasarkan Undang-Undang No. 14 tahun 1967 tentang Undang-undang Pokok Perbankan dan Undang-undang No. 13 tahun 1968 tentang Undang-undang Bank Sentral, yang intinya mengembalikan fungsi Bank Indonesia sebagai Bank Sentral dan Bank Negara Indonesia Unit II Bidang Rular dan Ekspor Impor dipisahkan masing-masing menjadi dua Bank yaitu Bank Rakyat Indonesia dan Bank Ekspor Impor Indonesia. Selanjutnya berdasarkan

Undang-undang No. 21 tahun 1968 menetapkan kembali tugas-tugas pokok BRI sebagai bank umum.

Sejak 1 Agustus 1992 berdasarkan Undang-Undang Perbankan No. 7 tahun 1992 dan Peraturan Pemerintah RI No. 21 tahun 1992 status BRI berubah menjadi perseroan terbatas. Kepemilikan BRI saat itu masih 100% di tangan Pemerintah Republik Indonesia. Pada tahun 2003, Pemerintah Indonesia memutuskan untuk menjual 30% saham bank ini, sehingga menjadi perusahaan publik dengan nama resmi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., yang masih digunakan sampai dengan saat ini.

3.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah “Bank terkemuka dan terbuka yang selalu mengutamakan kepuasan semua para nasabah yang ada diseluruh Indonesia”.

Misi Bank BRI:

1. Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada usaha mikro, kecil dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat.
2. Memberikan pelayanan prima kepada nasabah melalui jaringan kerja yang tersebar luas dan didukung oleh sumber daya manusia yang profesional dan teknologi informasi yang handal dengan melaksanakan manajemen risiko serta praktek Good Corporate Governance (GCG) yang sangat baik.

3. Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan (stakeholders).

3.3 Logo Bank Rakyat Indonesia

Logo merupakan salah satu symbol yang ada dalam suatu usaha atau perusahaan yang merupakan ciri khas atau pembeda dari usaha atau perusahaan lainnya. Dibawah ini adalah logo Bank Rakyat Indonesia.



Gambar 3.1 Logo Bank BRI

Sumber : Website Bank BRI, 2022

Filosofi gambar logo Bank Rakyat Indonesia :

- Warna biru berarti sportifitas dan professional
- Huruf B merupakan singkatan dari kata Bank
- Huruf R merupakan singkatan dari kata Rakyat
- Huruf I merupakan singkatan dari kata Indonesia

3.4 Bank BRI Unit Nipah Panjang Jambi

BRI Unit Nipah Panjang Jambi merupakan salah satu Unit yang ada di provinsi Jambi. BRI Unit Nipah panjang dibangun untuk membantu masyarakat yang membutuhkan peran lembaga keuangan di wilayah tempat tinggalnya, sehingga memudahkan masyarakat yang ingin melakukan penyimpanan dana atau peminjaman dana kepada bank.

3.5 Standar Pelayanan Bank BRI

Customer Service mempunyai peranan yang sangat penting dalam kegiatan perbankan, terutama di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Nipah Panjang Jambi karena *Customer Service* langsung berkaitan dengan nasabah, dan memiliki tanggung jawab yang tinggi terhadap loyalitas nasabah. Oleh karena itu *Customer Service* harus mempunyai standar pelayanan, berikut adalah standar pelayan *Customer Service* :

a. Standar Menyambut Nasabah (*Greeting*)

Ketika menyambut nasabah, *Customer Service* Profesional akan melakukan :
Berdiri menyambut nasabah dengan mengangkat tangan kanan keatas dengan lima jari Tersenyum dan menatap mata nasabah.

- Menyapa nasabah dengan salam (Selamat pagi/siang/sore)
- Menyapa nasabah, berjabat tangan, memperkenalkan diri dan menanyakan nama nasabah
- Mempersilahkan nasabah duduk
- Menawarkan bantuan
- Menyebut nama nasabah minimal 3 kali selama dalam proses transaksi
Memberikan pelayanan kepada nasabah dengan bersikap antusias yang ditunjukkan dengan psisi duduk yang tegap dan sedikit condong ke depan nasabah.

b. Standar Melayani Nasabah

Ketika telah mempersilahkan nasabah duduk dan menawarkan bantuan, *Customer Service* Profesional akan melakukan:

- Selalu TERSENYUM ketika melayani nasabah
- Menyebut nama nasabah sesering mungkin ketika berkomunikasi dengan nasabah
- Menatap mata nasabah. Tatapan mata anda akan menunjukkan apakah anda peduli terhadap nasabah
- Mendengarkan pembicaraan nasabah dengan serius
- Menyelesaikan layanan yang diminta oleh nasabah dengan cepat dan tulus (mencetak transaksi, informasi suku bunga, saldo , produk, membuka rekening, mengambil bunga, dll)
- Minta izin kepada nasabah bila harus ke ruang belakang untuk menyelesaikan permintaan nasabah (interupsi). Interupsi Kepada nasabah saat melayani nasabah (maksimal 2 kali)
- Mengatakan terimakasih kepada nasabah bila anda telah kembali
- Bila telah selesai, jelaskan bahwa permintaannya telah selesai.
- Bila telah selesai, jelaskan bahwa permintaannya telah selesai.
- Menawarkan bantuan berikutnya
- Bila nasabah tidak memerlukan bantuan lainnya, ucapkan terimakasih
- Memberikan informasi suku bunga kepada nasabah dengan jelas dan tidak meminta nasabah untuk melihat sendiri di papan *kurs valas*
- Menjajaki/ menanyakan kebutuhan dari nasabah

- Mengarahkan nasabah dalam pengisian formulir
- Menjelaskan beberapa produk bank, fitur dan benefit produk menjelaskan fasilitas ATM, SMS *banking*, call BRI, fasilitas internet *banking*, dan setor tunai (CDM)
- Menggunakan sales kit dan brosur saat memberikan penjelasan mengenai produk kepada nasabah
- Menerangkan jaringan kerjasama ATM dan biaya administrasi yang harus dikeluarkan jika melakukan transaksi di ATM
- (Bila sedang sibuk) Berhentilah sejenak dari pekerjaan anda, berdiri dan sambutlah terlebih dahulu nasabah yang sudah datang ke meja anda, dan tawarkan
- Meminta ijin atau maaf kepada nasabah yang baru datang dan belum bisa dilayani (bila anda sedang melayani nasabah lain) Dengan sopan meminta nasabah menunggu giliran (antri) bila nasabah tersebut belum saatnya untuk dilayani atau anda sedang melayani nasabah lain
- Pada saat mengakhiri layanan, berdiri, tersenyum tulus, menawarkan bantuan akhir mengucapkan terimakasih dan salam.

c. Hal hal yang tidak boleh dilakukan oleh *Customer Service*.

Berikut ini adalah hal hal yang tidak boleh dilakukan oleh seorang *Customer Service Profesional* :

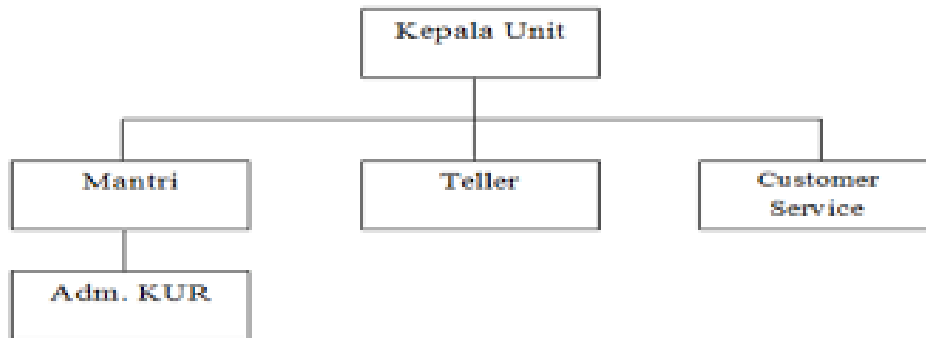
- Menyebut nama nasabah yang baru dikenal dengan mas/mbak

- Merespon nasabah diawali dengan kata kata : “ya?, Kenapa?, ada apa?”
Pasif/diam saja saat menyambut nasabah
- Melayani nasabah dengan duduk bersandar
- Melayani pembukaan rekening dengan langsung memberikan/
menawarkan satu produk tertentu
- Pasif dan tidak memberikan informasi terkait dengan produk BRI sama
sekali Pasif, tidak mengarahkan nasabah dalam mengisi formulir Mengisi
kolom KYC nasabah tanpa melakukan konfirmasi kepada nasabah
- Membawa HP ke ke counter CS bukan untuk kepentingan yang
mendukung pekerjaan.

3.6 Struktur Organisasi

Struktur organisasi dan manajemen perusahaan merupakan elemen penting yang sangat menentukan dalam menjalankan aktivitas perusahaan untuk mencapai tujuan dasar kerjasama yang mempunyai bentuk atau susunan yang jelas dalam tiap-tiap tugasnya serta untuk menegaskan hubungan antara satu sama lain agar terciptanya pengorganisasian yang maksimal.

3.6.1 Bagan Struktur Organisasi Bank BRI Unit Nipah Panjang Jambi



Bagan di olah

3.6.2 Tugas dan Tanggung Jawab

1. Kepala Unit

Kepala unit mempunyai tugas mengawasi pegawai-pegawai dalam melakukan tugasnya, menerima laporan dan melakukan analisis atas kredit yang disampaikan oleh unit kerja terkait, menyusun target anggaran kredit bulanan dan tahunan, meninjau dan mengawasi jalannya pelaksanaan dari perencanaan dan strategi pemasaran yang telah ditentukan, memberikan keputusan dan kebijakan dalam proses kredit dan juga membina hubungan baik dengan nasabah, khususnya nasabah potensial yang dapat memberikan keuntungan dan perkembangan yang baik bagi usaha bank.

2. Mantri

Mantri berperan penting dalam proses pemasaran produk kredit yaitu bertugas mencari nasabah yang mempunyai usaha dan memerlukan dana untuk memajukan usahanya seperti untuk modal kerja atau stok barang

dagangannya, selain itu. Mantri bertugas mencari informasi nasabah yang dibutuhkan dengan cara melakukan survei kepada nasabah yang selanjutnya menganalisis dan mengevaluasi calon nasabah dan perkembangan usaha nasabah, melayani kebutuhan dan keluhan nasabah dalam perkembangan usaha nasabah yang terkait dengan bank.

3. *Customer Service*

Customer service bertugas melayani dan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh calon nasabah atau nasabah yang datang ke Bank dan juga menawarkan produk-produk yang dihasilkan oleh Bank agar nasabah mengetahui dan mengerti dari kegunaan produk yang ditawarkan.

4. *Teller*

Teller mempunyai tugas untuk melayani nasabah yang akan melakukan setoran atau penarikan uang dan juga setoran cicilan kredit. Selain itu teller juga melakukan pencairan untuk kredit, stock opname anjungan tunai mandiri (ATM) dan mengisi uang ATM

5. ADM KUR

Memiliki tugas menginput data peminjam dari Kredit Usaha Rakyat (KUR) ini untuk UMKM, berhubungan dengan program pemerintah langsung di bawah pengawasan mantra.

3.7 Aspek Kegiatan Perusahaan

Berdiri dan mulai beroperasi pada tahun 1989 dengan akta pendirian Nomor 026/KM/12/1989. Produk-produk perbankan yang ditawarkan antara lain :

1. Simpedes

Simpedes merupakan simpanan yang termasuk dalam kelompok tabungan. Simpedes adalah simpanan masyarakat pedesaan di BRI, termasuk dalam kelompok tabungan yang pengambilan maupun penyetorannya tidak dibatasi dalam jumlah maupun frekuensi sepanjang saldo mencukupi. Simpedes mulai diperkenalkan kepada masyarakat pada November 1984, dimaksudkan untuk menghimpun dana masyarakat guna menunjang sumber dana Kupedes. Dengan adanya fasilitas online dan sebagian besar BRI Unit telah terhubung dengan jaringan online, masyarakat dapat menikmati transaksi online maupun melakukan transaksi melalui ATM. Ketentuan saldo mengendap sebesar Rp. 50.000, bila selama tiga bulan berturut-turut tidak ada transaksi dan rekening tersebut kosong, rekening Simpedes akan tertutup secara otomatis.

2. Britama

Britama merupakan simpanan masyarakat dalam bentuk tabungan yang dilayani di Kanca dan BRI Unit yang sudah online, yang pengambilan maupun penyetorannya tidak dibatasi selama saldo masih mencukupi. Saldo mengendap sebesar Rp. 50.000 agar tabungan tetap aktif. Tidak ada transaksi selama tiga bulan berturut-turut dan tidak ada saldo mengendap, rekening Britama akan tertutup secara otomatis.

3. Deposito BRI (DepoBRI)

Deposito BRI adalah simpanan berjangka yang dikeluarkan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk yang penarikannya hanya dapat

dilakukan dalam jangka waktu yang telah diperjanjikan antara penyimpan dengan bank. Tanda bukti atas simpanan deposito di BRI Unit adalah Bilyet DepoBRI yang resmi diterbitkan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk atas nama pemiliknya dan tidak dapat diperjualbelikan seperti halnya sertifikat deposito maupun dipindahtangankan kepada orang lain tanpa surat kuasa pemiliknya.

4. Kupedes

Kupedes adalah Kredit Umum Pedesaan yang diberikan oleh BRI Unit kepada masyarakat yang bersifat individual, selektif dan berbungan wajar untuk mengembangkan atau meningkatkan usaha kecil yang layak. Kupedes yang diberikan kepada masyarakat ada beberapa jenis, antara lain Kupedes Komersil untuk pedagang atau usaha dan Kupedes Golbertap (Golongan Masyarakat Berpenghasilan Tetap), yang termasuk dalam Golbertap menurut Surat Edaran Kanpus BRI S.112-DIR/BUD/8/89 yaitu :

- Semua Pegawai Negeri Sipil
- Pensiunan dari Gobeltrap
- Pegawai tetap dari perusahaan swasta
- Pegawai BUMN

5. KUR Mikro

KUR merupakan singkatan dari Kredit Usaha Rakyat yaitu kredit/pembiayaan kepada Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Koperasi (UMKM-K) dalam bentuk pemberian modal kerja dan investasi yang

didukung fasilitas penjaminan untuk usaha produktif. KUR merupakan program yang dicanangkan oleh pemerintah namun sumber dananya sepenuhnya berasal dari dana bank. Penyaluran KUR diatur oleh pemerintah melalui Peraturan Menteri Keuangan No. 135/PMK.05/2008 tentang fasilitas Penjaminan Kredit Usaha Rakyat yang telah diubah dengan Peraturan Menteri Keuangan No. 10/PMK.05/2009. Pemerintah memberikan penjaminan terhadap resiko KUR sebesar 70% sementara sisanya sebesar 30% ditanggung oleh pihak bank. Bank BRI menyediakan fasilitas penyaluran KUR yang hanya ditujukan untuk usaha yang termasuk golongan usaha mikro, kemudian program itu disebut KUR Mikro. Program KUR Mikro ini diberikan dalam rangka meningkatkan akses UMKM dan Koperasi pada sumber pembiayaan dalam rangka mendorong pertumbuhan ekonomi nasional.

6. Penerimaan Pembayaran

Disamping menyediakan jasa-jasa perbankan seperti diatas, BRI Unit Dipatiukur juga melayani penerimaan pembayaran, seperti penerimaan pembayaran PBB, penerimaan pembayaran pendaftaran Universitas, dan pembayaran dari leasing.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Karakteristik Responden

Metode pengumpulan data yang peneliti lakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara langsung melalui aplikasi Google Formulir kepada 93 orang nasabah yang menjadi responden. Responden yang dijadikan sampel dalam penulisan ini adalah Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Unit Nipah Panjang Jambi yang merupakan nasabah yang aktif. Karakteristik responden terdiri dari komposisi Jenis kelamin, Rentang Umur, Pendapatan, dan Tingkat Pendidikan, dan masa Bekerja.

1) Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin dapat dilihat pada table dibawah ini :

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Laki-Laki	40	43,01
Perempuan	53	56,99
Jumlah	93	100

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan table diatas diketahui yang menjadi responden dalam penelitian ini di dominasi oleh Perempuan dengan komposisi sebanyak 53 orang atau jika di presentase kan sebesar 56,99% sedangkan Laki-laki sebanyak 40 orang atau secara presentase sebesar 43,01%.

2) Karakteristik Responden Menurut Umur

Karakteristik responden menurut umur menyebar dari 17 tahun hingga besar dari 53 Tahun untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada table berikut :

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Menurut Umur

Umur Responden	Jumlah (orang)	Persentase %
17-25	30	32,26
26-34	26	27,96
35-44	18	19,36
45-53	15	16,12
>53	4	4,30
Jumlah	93	100

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan table di atas diketahui bahwa komposisi usia responden terbanyak pada usia 17-25 Tahun dengan jumlah 30 responden secara persentase 32,26, diurutkan ke 2 pada rentang usia 26-34 selisih 4 orang sebanyak 26 dengan persentase 27,96, serta responden terkecil di rentang usia >53 sebanyak 4 responden dengan persentase 4,30%.

3) Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Karakteristik responden menurut Tingkat pendidikan dapat dilihat pada table berikut ini :

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Menurut Tingkat Pendidikan

Pendidikan Terakhir	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
SMP Sederajat	10	10,75
SMA Sederajat	54	58,06
Diploma	9	9,68
S1/S2	20	21,51
Jumlah	93	100

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan table di atas diketahui bahwa pendidikan terakhir responden tertinggi ada pada status SMA Sederajat dengan jumlah 54 responden lebih dari setengah jumlah responden dengan persentase 58,06%, dan terendah pada tingkatan SMP Sederajat dengan total 9 responden secara persentase sebesar 9,68%.

4) Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

Karakteristik ristik responden berdasarkan Status Pekerjaan dapat dilihat pada table berikut :

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

Status Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	14	15,05
Karyawan Swasta	25	26,89
Wirausaha	40	43,01
Pegawai Negeri Sipil	10	10,75
TNI/POLRI	4	4,30
Jumlah	98	100

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan table diatas diketahui bahwa responden paling banyak dengan status pekerjaan Wirausaha sebanyak 40 responden dengan persentase sebesar 43,01%, dilanjut karyawan swasta dengan persentase 26,89%,

pelajar/mahasiswa 15,05%, pegawai negeri sipil 10,75%, dan terakhir TNI/POLRI 4 responden dengan persentase 4,30%.

5) Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah BRI

Karakteristik ristik responden berdasarkan Lama Menjadi Nasabah BRI dapat dilihat pada table berikut :

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Lama Bekerja	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
< 1 Tahun	8	8,61
1-2 Tahun	23	24,73
3-4 Tahun	33	35,48
> 5Tahun	29	31,18
Jumlah	93	100

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan table diatas diketahui bahwa responden paling banyak dengan status lama mejadi nasabah ada di range 3-4 Tahun dengan jumlah 33 orang atau secara persentase 35,48%, dan yang paling sedikit ada range kurang dari 1 Tahun sebanyak 8 orang dengan persentase 8,61%.

Untuk dapat mengidentifikasi tanggapan responden mengenai Kuaitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Unit Nipah Panjang, maka penulis menyajikan hasil jawaban dari kuesioner yang disebarkan kepada responden sebagai berikut.

4.1.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif pada penelitian ini menggunakan metode penetapan skor dengan menggunakan skala likert

1) Kualitas Pelayanan Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Unit Nipah Panjang Jambi

Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Nasabah, maka dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden dibawah ini. Kompensasi Karyawan pada PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Unit Nipah Panjang Jambi.

Hasil analisis deskriptif data variable adalah Kualitas Pelayanan sebagai salah satu variabel yang di ukur melalui analisis deskriptif dengan menggunakan skala likert yang dilihat dari tujuan dan kemampuan.

a. Berwujud (*Tangibles*)

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Berwujud (*Tangibles*)

No	Pernyataan	STP	TP	CP	P	SP	Skor	Keterangan
		1	2	3	4	5		
1	Ruang tunggu yang disediakan luas dan nyaman.	-	-	8	43	42	406	Sangat Puas
2	Kebersihan dan kerapihan Karyawan sangat baik	-	-	2	39	52	422	Sangat Puas
Total							828	
Rata-Rata							414	Sangat Puas

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan keterangan diatas diketahui bahwa menurut responden terhadap indikator berwujud (*Tangibles*) dalam pernyataan Ruang tunggu yang disediakan luas dan nyaman mendapatkan skor **406** dengan keterangan **Sangat Puas**, dan untuk pernyataan Kebersihan dan kerapihan Karyawan sangat baik mendapatkan skor **422** dengan keterangan **Sangat Puas**, dapat disimpulkan bahwa Indikator kualitas pelayanan terhadap berwujud (*Tangibles*) **Sangat Puas** dengan nilai rata-rata **414**.

b. Keandalan (*Reability*)

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Keandalan (*Reability*)

No	Pernyataan	STP	TP	CP	P	SP	Skor	Keterangan
		1	2	3	4	5		
1	<i>Customer service</i> cepat tanggap dalam memberikan pelayanan	-	-	1	32	60	431	Sangat Puas
2	<i>Customer Service</i> dapat berkomunikasi dengan baik dengan nasabah	-	-	2	33	58	428	Sangat Puas
Total							859	
Rata-Rata							643,5	Sangat Puas

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan keterangan di atas diketahui bahwa menurut responden terhadap Keandalan (*reability*) **Sangat Puas**. Teller dapat memberikan pelayanan yang cepat dan tepat dengan skor **431**.

Berdasarkan keterangan diatas diketahui pula bahwa menurut responden **Sangat Puas** terhadap Customer Service dapat berkomunikasi dengan baik dengan nasabah total skor sebesar **428**.

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa menurut responden Indikator Kualitas Pelayanan terhadap Kenadalan (*reability*) **Sangat Puas** dengan Rata-rata skor sebesar **643,5**.

c. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Tabel 4.8
Tanggapan Responden terhadap Ketanggapan (*responsiveness*)

No	Pernyataan	STP	TP	CP	P	SP	Skor	Keterangan
		1	2	3	4	5		
1	<i>Customer service</i> cepat tanggap dalam memberikan pelayanan	-	-	1	29	63	434	Sangat Puas
2	<i>Teller</i> cepat tanggap dalam menyelesaikan transaksi	-	-	2	34	57	427	Sangat Puas
Total							861	
Rata-Rata							430,5	Sangat Puas

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan keterangan diatas diketahui bahwa menurut responden pernyataan terhadap Ketanggapan (*responsiveness*) **Sangat Puas**. Untuk Customer service cepat tanggap dalam memberikan pelayanan dengan total skor **434**.

Berdasarkan keterangan diatas diketahui bahwa menurut responden terhadap Ketanggapan (*responsiveness*) **Sangat Puas**. Teller cepat tanggap dalam menyelesaikan transaksi dengan total skor **427**.

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa menurut responden Indikator kualitas pelayanan terhadap Ketanggapan (*responsiveness*) **Sangat Puas**, dengan Rata-rata total skornya sebesar **430,5**.

d. Jaminan dan kepastian (*assurance*)

Tabel 4.9
Tanggapan Responden Terhadap Jaminan dan kepastian (*assurance*)

No	Pernyataan	STP	TP	CP	P	SP	Skor	Keterangan
		1	2	3	4	5		
1	Petugas <i>Security</i> dapat memberikan kenyamanan dan keamanan saat berada di area BANK	-	-	3	31	59	428	Sangat Puas
2	<i>Customer service</i> dapat memberikan kenyamanan secara keseluruhan saat melayani nasabah	-	-	2	31	60	430	Sangat Puas
Total							858	
Rata-Rata							429	Sangat Puas

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan keterangan diatas diketahui bahwa menurut responden terhadap Jaminan dan kepastian (*assurance*) **Sangat Puas** terhadap Petugas *Security* dapat memberikan kenyamanan dan keamanan saat berada di area Bank

mendapatkan total skor sebesar **428**. Sedangkan *Customer service* dapat memberikan kenyamanan secara keseluruhan saat melayani nasabah mendapatkan total skor sebesar **430**.

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa menurut responden Indikator Kualitas pelayanan terhadap Jaminan dan kepastian (*assurance*) **Sangat Puas**. Dengan Rata-rata skornya sebesar **429**.

e. Empati (*Emphaty*)

Tabel 4.10
Tanggapan Responden Terhadap Empati (*emphaty*)

No	Pernyataan	STP	TP	CP	P	SP	Skor	Keterangan
		1	2	3	4	5		
1	<i>Customer service</i> dapat memberikan perhatian secara personal dalam menangani keluhan nasabah	-	-	4	22	67	435	Sangat Puas
2	<i>Customer service</i> dapat mengetahui apa yang diinginkan nasabah	-	-	1	21	71	442	Sangat Puas
Total							877	
Rata-Rata							438,5	Sangat Puas

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan keterangan diatas diketahui bahwa menurut responden terhadap Empati (*Emphaty*) **Sangat Puas** diantaranya *Customer service* dapat memberikan perhatian secara personal dalam menangani keluhan nasabah

mendapatkan total skor sebesar **435**. *Customer service* dapat mengetahui apa yang di inginkan nasabah mendapatkan total skor sebesar **442**.

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa menurut responden Indikator Kualitas pelayanan terhadap Empati (*Emphaty*) **Sangat Puas**. Rata-rata skornya sebesar **438,5**.

Adapun hasil rekapitan jawaban reasponden terhadap komponen pernyataan variabel bebas kualitas pelayanan pada PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Unit Nipah Panjang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.11

Rekapitan Jawaban Responden Terhadap Variabel X Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	Skor	Keterangan
1	Berwujud (<i>Tangibles</i>)	414	Sangat Puas
2	Keandalan (<i>Reability</i>)	429,5	Sangat Puas
3	Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)	430,5	Sangat Puas
4	Jaminan dan kepastian (<i>Assurance</i>)	429	Sangat Puas
5	Empati (<i>Emphaty</i>)	438,5	Sangat Puas
Total		2141,5	
Rata-rata		428,3	Sangat Puas

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan keterangan diatas diketahui bahwa tanggapan respoden terhadap 10 item pernyataan seputar Kualitas Pelayanan dengan berbagai indikator pernyataan dapat di lihat bahwa total Skor sebesar **2141,5** dengan Rata-rata skor **428,3** dengan keterangan **Sangat Puas**.

2. Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Unit Nipah Panjang Jambi

Hasil analisis deskriptif data variable adalah Kepuasan sebagai salah satu variabel yang diukur melalui analisis deskriptif dengan menggunakan skala likert yang dilihat dari tujuan dan kemampuan.

a. Kesesuaian harapan

Tabel 4.12
Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian harapan

No	Pernyataan	STP	TP	CP	P	SP	Skor	Keterangan
		1	2	3	4	5		
1	<i>Customer service</i> , memberikan pelayanan yang baik sesuai harapan	-	-	1	21	71	442	Sangat Puas
2	Fasilitas penunjang yang disediakan sangat memadai, misalnya : kursi tempat menunggu, AC, Toilet dalam keadaan baik	-	-	8	25	60	424	Sangat Puas
Total							866	
Rata-Rata							433	Sangat Puas

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan keterangan diatas diketahui bahwa menurut responden terhadap Kesesuaian harapan **Sangat Puas**. Terhadap *Customer service*, memberikan pelayanan yang baik sesuai harapan total skor sebesar **442**.

Berdasarkan keterangan diatas diketahui bahwa menurut responden Kesesuaian harapan **Sangat Puas**. Terhadap Fasilitas penunjang yang disediakan

sangat memadai, misalnya : kursi tempat menunggu, AC, Toilet dalam keadaan baik dengan total skor sebesar **424**.

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa menurut responden Indikator Kepuasan terhadap Kesesuaian harapan **Sangat Puas**. Rata-rata skornya sebesar **433**.

b. Minat berkunjung kembali

Tabel 4.13
Tanggapan Responden Terhadap minat berkunjung kembali

No	Pernyataan	STP	TP	CP	P	SP	Skor	Keterangan
		1	2	3	4	5		
1	Jika ada keluhan atau masalah saya berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan oleh customer service memuaskan	-	-	2	32	59	429	Sangat Puas
2	Saya berminat untuk berkunjung kembali karena suasana area gedung nyaman	-	-	1	28	64	435	Sangat Puas
Total							864	
Rata-Rata							432	Sangat Puas

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan keterangan diatas diketahui bahwa menurut responden pernyataan Minat berkunjung kembali **Sangat Puas**. Terhadap Jika ada keluhan atau masalah saya berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan oleh customer service memuaskan dengan total skor sebesar **429**.

Berdasarkan keterangan diatas diketahui bahwa menurut responden Minat berkunjung kembali **Sangat Puas**. Terhadap Saya berminat untuk berkunjung kembali karena suasana area gedung nyaman dengan total skor sebesar **435**.

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan diketahui bahwa menurut responden Indikator Minat berkunjung kembali **Sangat tinggi**. Rata-rata skornya sebesar **432**.

c. Kesiediaan merekomendasikan

Tabel 4.14
Tanggapan Responden Terhadap kesiediaan merekomendasikan

No	Pernyataan	STP	TP	CP	P	SP	Skor	Keterangan
		1	2	3	4	5		
1	Saya merekomendasikan Bank BRI Unit Nipah Panjang sebagai salah satu tempat penyimpanan/peminjaman karena pelayanan Customer Service, Staf nya baik	-	-	-	34	59	431	Sangat Puas
2	Saya merekomendasikan Bank BRI Unit Nipah Panjang karena akses mudah di jangkau	-	-	-	25	68	440	Sangat Puas
3	Saya merekomendasikan Bank BRI unit Nipah Panjang karena pelayanan secara keseluruhan memuaskan	-	-	2	22	69	439	Sangat Puas
Total							1310	
Rata-Rata							436,6	Sangat Puas

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan keterangan diatas diketahui bahwa menurut responden terhadap Kesiediaan merekomendasikan **Sangat Puas**. Terhadap pernyataan Saya merekomendasikan Bank BRI Unit Nipah Panjang sebagai salah satu tempat penyimpanan/peminjaman karena pelayanan *Customer Service*, Staf nya baik dengan total skor sebesar **431**.

Berdasarkan keterangan diatas diketahui bahwa menurut responden Kesiediaan merekomendasikan **Sangat Puas**. Saya merekomendasikan Bank BRI Unit Nipah Panjang karena akses mudah di jangkau, dan dengan total skor sebesar **440**. Dan Saya merekomendasikan Bank BRI unit Nipah Panjang karena pelayanan secara keseluruhan memuaskan dengan total skor sebesar **439**.

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa menurut responden Indikator Kesiediaan merekomendasikan **Sangat Puas**. Rata-rata total skornya sebesar **436,6**.

Adapun hasil rekap jawaban Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Unit Nipah Panjang Jambi dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Table 4.15

Rekapan Jawaban Responden Terhadap Variabel Y Kepuasan

No	Pernyataan	Skor	Keterangan
1	Kesesuaian harapan	433	Sangat Puas
2	Minat berkunjung kembali	432	Sangat Puas
3	Kesiediaan merekomendasikan	436,6	Sangat Puas
Total		1301,6	
Rata-rata		433,9	Sangat Puas

Sumber: Data Primer diolah tahun 2022

Berdasarkan keterangan diatas diketahui bahwa menurut responden terhadap 7 item pernyataan Kepuasan Nasabah secara akumulasi dapat di simpulkan **Sangat Puas** dengan Rata-rata skor sebesar **433,9**.

4.1.3 Persamaan Regresi

a) Regresi Linier Sederhana

Pengaruh Kompensasi terhadap Kinerja karyawan pada PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Unit Nipah Panjang Jambi berdasarkan perhitungan SPSS 23 dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.16
Hasil Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,615	,251		2,455	,016
KUALITAS PELAYANAN	,714	,073	,715	9,743	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Dalam penelitian ini digunakan hasil uji regresi yang standardized dikarenakan untuk menyamakan ukuran variabel independen (Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah) yang tidak sama. Keuntungan menggunakan hasil regresi yang standardized yaitu mampu mengeliminasi perbedaan unit ukuran pada variabel independen. Selain itu hasil Uji regresi yang standardized digunakan karena ingin melihat tingkat prioritas.

Berdasarkan pada hasil analisis yang telah dilakukan tersebut, maka persamaan regresi yang berbentuk adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,615 + 0,714X$$

Keterangan :

Y = Kualitas Pelayanan

X = Kepuasan Nasabah

Dari persamaan regresi diatas dapat diketahui bahwa koefisien dari persamaan regresinya adalah Positif. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

Variabel independen Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah (Y) dengan nilai konstanta sebesar 0,615 artinya jika Kualitas Pelayanan tidak diperhatikan maka skor kepuasan nasabah adalah 0,615. Nilai koefisien sebesar 0,714. Artinya, jika semakin baik Kualitas pelayanan maka semakin tinggi Kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Unit Nipah Panjang Jambi.

b. Koefisien Korelasi dan Determinasi

Hasil perhitungan SPSS 23 untuk melihat koefisien korelasi determinasi dapat dilihat pada model summary sebagai berikut :

Tabel 4.17
Correlations

		KEPUASAN	KUALITAS PELAYANAN
Pearson Correlation	KEPUASAN	1,000	,715
	KUALITAS PELAYANAN	,715	1,000
Sig. (1-tailed)	KEPUASAN	.	,000
	KUALITAS PELAYANAN	,000	.
N	KEPUASAN	93	93
	KUALITAS PELAYANAN	93	93

Koefisien korelasi antara Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Nasabah dapat dilihat dari tabel di atas adalah 0,715, dari *range* korelasi menunjukkan pengertian hubungan yang **KUAT** antara Variabel Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Nasabah (Y).

Tabel 4.18
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,715 ^a	,511	,505	,41198

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN

Sedangkan Dari hasil pengujian Hipotesis maka diperoleh nilai determinasi = r^2 . Sebesar 0,511 angka ini menyatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) mampu menjelaskan variabel Kepuasan (Y), Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Unit Nipah Panjang Jambi jika di persentasekan sebesar 51,1% sedangkan sisanya 48,9% dipengaruhi variabel lain diluar yang diteliti.

c. Hasil Uji t

Uji t digunakan untuk melihat tingkat signifikansi pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dengan kriteria sebagai berikut.

H_0 = tidak ada pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah, sedangkan H_a = adanya pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah. Taraf signifikan 0,05 dan $df = n - k - 1$ atau $93 - 1 - 1 = 91$. Dari ketentuan tersebut diperoleh angka t_{tabel} sebesar = **1,986**.

Tabel 4.19

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,615	,251		2,455	,016
KUALITAS PELAYANAN	,714	,073	,715	9,743	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Berdasarkan hasil uji hipotesis t pada model regresi, hasil perbandingan antara t_{hitung} dan t_{tabel} yang menunjukkan t_{hitung} sebesar **9,743**. Sedangkan t_{tabel} sebesar **1,986**. dari hasil tersebut terlihat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $9,743 > 1,986$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

4.2 Analisis dan Pembahasan

Secara rinci bahasan ini merupakan kajian bidang antara pendekatan teoritis yang sudah diuraikan pada bab II dengan kondisi empirik yang terjadi di lapangan, sesuai hasil analisis berupa kuesioner sebagai berikut :

4.2.1 Analisis Kualitas Pelayanan Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Unit Nipah Panjang Jambi.

Kualitas Pelayanan Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Unit Nipah Panjang Jambi.dengan skor rata-rata 426,3 jika dilihat pada rentang skala 390,6-465 artinya sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa Kualitas Pelayanan Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Unit Nipah Panjang Jambi telah memberikan Kualitas Pelayanan yang sangat tinggi.

4.2.2 Analisis Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Unit Nipah Panjang Jambi.

Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Unit Nipah Panjang Jambi.dengan skor 433,9 jika dilihat pada rentang skala 390,6-465 artinya sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Unit Nipah Panjang Jambi dapat merasakan adanya kesesuaian antara harapan dan kenyataan terhadap bukti fisik yang diberikan perusahaan.

4.2.3 Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Unit Nipah Panjang Jambi.

Pada bagian ini akan dipaparkan pembahasan mengenai hasil analisis yang telah dilakukan. Analisis tersebut dijelaskan sebagai berikut : Berdasarkan uraian diatas dan hasil analisa penulis pada Bab II, hipotesis dalam penelitian ini, yaitu

Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Unit Nipah Panjang Jambi.

Hasil perhitungan SPSS 22 mendapatkan persamaan regresi linear sederhana yaitu $Y = 0,615 + 0,714X$. Koefisien regresi Kualitas Pelayanan sebesar 0,615 menunjukkan bahwa jika terjadi kenaikan 1% Kualitas Pelayanan maka Kepuasan Nasabah akan mengalami kenaikan sebesar 0,615%. Maka dengan demikian kualitas pelayanan merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi kepuasan nasabah untuk dapat melakukan transaksi maupun menggunakan produk jasa yang di tawarkan. Hal ini sependapat dengan hasil penelitian Feni jeni wardani (2020), Feni angraini (2021) dimana hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, serta penelitian dari Catur Prasetio dan kawan-kawan (2017) menyatakan kualitas pelayanan baik dan kepuasan nasabah dinilai cukup memuaskan.

Analisis diatas dapat diterima karena Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,715 menunjukkan hubungan yang kuat antar variabel. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil analisis uji t yang menunjukkan nilai t hitung 9,743 nilai t tabel 1,986 dan tingkat signifikansi $0,000 < \text{probabilitas signifikansi } \alpha = 0,1$. Hasil tersebut juga menunjukkan bahwa H_0 ditolak karena t hitung $>$ t tabel. Hal ini sependapat dengan penelitian Feni jeni wardani (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah, kemudian penelitian , Feni angraini (2021) dimana hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, serta

penelitian dari Catur Prasetio dan kawan-kawan (2017) menyatakan kualitas pelayanan baik dan kepuasan nasabah dinilai cukup memuaskan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab-bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan yang diterima Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Unit Nipah Panjang Jambi dikategorikan Sangat Puas dengan skor rata-rata 428,3, dan Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Unit Nipah Panjang Jambi dikategorikan Sangat Puas dengan rata-rata skor 433,9.
2. Ada pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Unit Nipah Panjang Jambi Hasil tersebut diperoleh dari analisis regresi liner, Secara uji hipotesis t terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Unit Nipah Panjang Jambi, ditunjukkan dengan Nilai t_{hitung} sebesar 9,743 dan t_{table} sebesar 1,986 dari hasil perbandingan maka dapat diketahui t_{hitung} lebih besar dari t_{table} .

5.2 Saran

1. Bagi PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Unit Nipah Panjang Jambi disarankan untuk melanjutkan kegiatan evaluasi tahunan untuk mengoptimalkan standar kualitas pelayanan agar tercapainya kepuasan nasabah yang diharapkan.
2. Bagi PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Unit Nipah Panjang Jambi disarankan untuk lebih sering melakukan *voice of customer* dengan

membuat kuesioner secara *sampling* kepada nasabah untuk meninjau kepuasan nasabah.

3. Bagi Akademis disarankan untuk menjadikan hasil penelitian ini sebagai bahan tambahan maupun pembelajaran kurikulum manajemen Pemasaran. Bagi peneliti disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Unit Nipah Panjang Jambi

DAFTAR PUSTAKA

- Bustari Muchtar, Rose Rahmidani dan Menik Kurnia, 2016. **Bank dan lembaga keuangan lain**, jakarta. Kencana.
- Hasibuan , Melayu.2014. **Manajemen dasar pengertian dan masalah**. Cetakaf Kesepuluh Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Hutahaean, Sepmady Wendy. 2008. **Dasar Manajemen**. Malang: Ahlimedia Press.
- Ikatan Bankir Indonesia, 2017 Mengclola Bank Komersial. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Indrasari, Meithiana. 2019.**Pemasaran & kepuasan Pelanggan**: Jawa Timur. UP Unitomo Pres.
- Keller, Kotler 2018 **Manajemen Pemasaran jilid 1, dan Poweer Macpro**: Erlangga.
- Khusaini, Muhammad. 2013. **Ekonomi Mikro**, Malang UB Press.
- Kotler,Philip. 2015. **Manajemen Pemasaran**. Jilid , Edisi Kesebelas. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta :Indeks. Tahun.
- Rimsky K. Judisseno. 2005. **Sistem Moncter dan Perbankan** di Indonesia. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Siswanto. 2014. **Pengaantar Manajemen**. Jakarta : Bumi Aksara.
- Sugiyono, 2017. **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif** dan R&D, PT Alfabet: Yogyakarta.
- Suryani, Tatik, 2017.**Strategi Bank di Era Global**. Kencana.
- Tjiptono Fandy , 2018,**Strategi Pemasaran edisi ketiga** CV. Andi offse Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2014. **Strategi Pemasaran** . Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy.2019. **Kepuasan Pelanggan**. Yogyakarta penerbit Andi. Tjiptono,Fandy & Yanto,Marketing Scales, Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono. 2012. **Manajemen Pemasaran Edisi Keempat** . Yogyakarta : Andi Offset.