

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH PADA PT. BANK NEGARA INDONESIA
CABANG UTAMA JAMBI**



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar
Sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Batanghari Jambi**

Oleh:

**Nama : Nawang Wulan
Nim : 1900861201202
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran**

**PROGRAM STUDI EKONOMI MANAJEMEN FAKULTAS
EKONOMI UNIVERSITAS BATANGHARI JAMBI
TAHUN 2023**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini komisi Pembimbing Skripsi Menyatakan bahwa Skripsi Sebagai berikut:

Nama : Nawang Wulan
Nim : 1900861201202
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi

Telah memenuhi persyaratan skripsi sesuai dengan prosedur yang berlaku pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi.

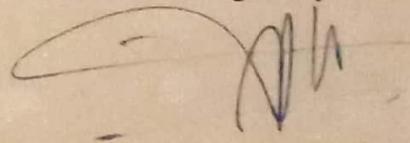
Jambi, 23 Maret 2023

Pembimbing Skripsi I



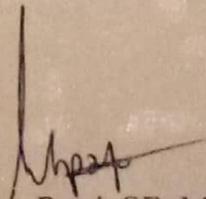
Akhmad Irwansyah S, SE, MM

Pembimbing Skripsi II



Denny Asmas, SE, MSi

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen



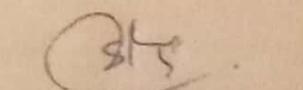
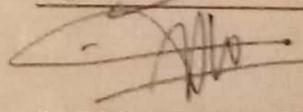
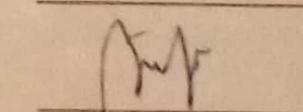
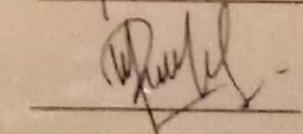
Hana Tamara Putri, SE, MM

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Komperensif dan Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi pada :

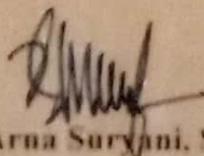
Hari : Jumat
Tanggal : 03 Maret 2023
Jam : 08.00-10.00 Wib
Tempat : Ruang Sidang Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari

PANITIA PENGUJI

NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN
Hj. Susilawati, SE, MSi	Ketua	
Denny Asmas, SE, MSi	Sekretaris	
Pupu Sopini, SE, MM	Penguji Utama	
Akhmad Irwansyah S, SE, MM	Anggota	

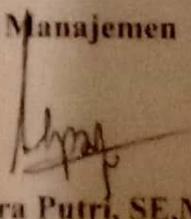
Disahkan Oleh

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Batanghari



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

Ketua Program
Studi Manajemen



Hana Tamara Putri, SE,MM

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nawang Wulan
Nim : 1900861201202
Program Studi : Manajemen Pemasaran / S1
DosenPembimbing : 1. Akhmad Irwansyah S, SE, MM
2. Denny Asmas, SE, Msi
JudulSkripsi : **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan 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 plagiatisme atau diupahkan pada pihak lain. Jika terdapat karya atau pemikiran orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

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

Jambi, 23 Maret 2023

Yang Membuat Pernyataan



Nawang Wulan

NIM. 1900861201202

ABSTRACT

(NAWANG WULAN/ 1900861201202 / 2023 / THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION ON PT. BANK NEGARA INDONESIA CABANG UTAMA JAMBI / SUPERVISOR I AKHMAD IRWANSYAH S, SE, MM / SUPERVISOR II DENNY ASMAS, SE, MSi.)

Service quality plays a very important role in customer satisfaction. Therefore, the purpose of this research is to describe the Service quality and customer satisfaction, and to find out and analyze the effect of service quality on customer satisfaction in PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi.

Research methods in this study is descriptive and quantitative method. Data analyze use SPSS Ver 22 and using models simple linier regression with result of count $Y = 0,676 + 0,567X + e$. The test of determination with R^2 of 39,1%. T test by comparison $t_{count} 4,936 > t_{table} 1,66055$ then H_0 accepted H_1 be. Rejected.

To analyze the effect of consumer service quality on customer satisfaction on PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi. The distribution of questionnaires with a population of 14.014 people in 2022, then the formula used to find samples according to Sugiyono (2013:56) so that the sample in this study amounted to 100 people respondent.

Service quality regression coefficient (X) is 0,567, meaning that service quality(X) has increased by 1%, so customer satisfaction(Y) PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi. The coefficient of determination is known from the value of $R^2 = 0,391$ (39,1%) which means that service quality(X) is able to explain customer satisfaction (Y) at the PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi that is equal to 39,1% and the remaining 60,9% is influenced by other variables. Not investigated in this study.

Based on t-test, t-count value is 4,936 and the t-table is 1,66071. From the comparison results, it can be seen that the test by comparison $t_{count} 4,936 > t_{table} 1,66055$ then H_0 accepted H_1 be. Rejected. Meaning that consumer service quality affect customer satisfaction at PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi.

Keyword : Service Quality, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Saya panjatkan puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi”.

Skripsi ini disusun dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi. Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada Ayah saya Alm. Muhammad Rudi dan Ibu saya Ermala dan saudara kandung saya Ayu Lestari yang selama ini telah memberikan dorongan moril dan material serta do'a yang tulus.

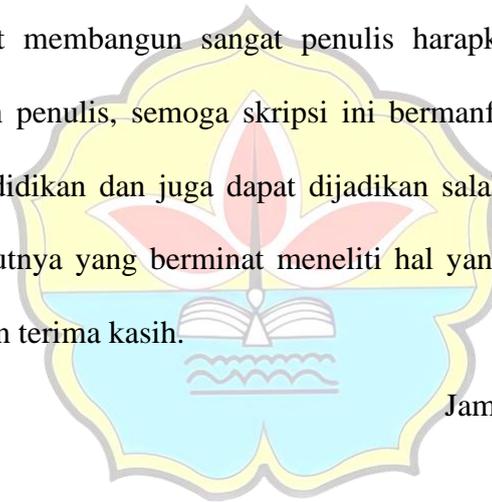
Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini, kepada yang terhormat:

1. Bapak Pj. Prof. Dr. Herri, MBA, selaku Pejabat Rektor Universitas Batanghari Jambi.
2. Ibu Dr. Hj. Arna Suryani, SE, MAk, Ak, CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi.
3. Ibu Hana Tamara Putri, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Batanghari Jambi.
4. Bapak Irwansyah S, SE, MM dan Bapak Denny Asmas, SE, M.Si selaku pembimbing skripsi I dan pembimbing skripsi II yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta pikiran memberikan bimbingan dan pengarahan serta saran

sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

5. Bapak Dr. Yunan Surono, SE, MM., selaku Pembimbing Akademik.
6. Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi yang telah memberikan ilmu dan memperlancar aktivitas penulis selama mengikuti perkuliahan.
7. Kepada pihak perusahaan yang telah memberikan saya izin untuk menjadikan PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi sebagai objek penelitian.

Penulis menyadari Skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh sebab itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan untuk memperbaiki skripsi ini. Harapan penulis, semoga skripsi ini bermanfaat dalam memperkaya khasanah ilmu pendidikan dan juga dapat dijadikan salah satu sumber referensi bagi peneliti selanjutnya yang berminat meneliti hal yang sama serta tidak lupa pula penulis ucapkan terima kasih.



Jambi, 23 Maret 2023

Nawang Wulan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN METODE PENELITIAN	
2.1 Tinjauan Pustaka.....	10
2.1.1 Konsep Ekonomi	10
2.1.2 Konsep Manajemen	11
2.1.3 Konsep Pemasaran.....	12
2.1.4 Konsep Manajemen Pemasaran	13
2.1.5 Konsep Manajemen Pemasaran Jasa	14
2.1.6 Konsep Perbankan	15
2.1.7 Konsep Kualitas Pelayanan	18
2.1.8 Dimensi Kualitas Pelayanan	19

2.1.9	Indikator Kualitas Pelayanan	20
2.1.10	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan .	20
2.1.11	Konsep Kepuasan Konsumen.....	23
2.1.12	Dimensi Kepuasan Konsumen.....	24
2.1.13	Indikator Kepuasan Konsumen	25
2.1.14	Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan konsumen	25
2.1.15	Pengukuran Kepuasan Konsumen	27
2.1.16	Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah...	28
2.1.17	Penelitian Terdahulu.....	28
2.1.18	Kerangka Pemikiran	30
2.1.19	Hipotesis Penelitian	31
2.2	Metode Penelitian	31
2.2.1	Jenis dan sumber data	32
2.2.2	Metode Pengumpulan Data	33
2.2.3	Populasi dan Sampel.....	34
2.2.4	Metode Analisis Data	35
2.2.5	Alat Analisis Data.....	37
2.2.6	Operasional Variabel.....	39
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN		
3.1	Sejarah Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.....	42
3.1.1	Identitas Perusahaan Bank BNI	44
3.1.2	Visi dan Misi, Bank BNI.....	45
3.1.3	Budaya Kerja Bank BNI	47
3.2	Struktur Organisasi PT Bank Negara Indonesia (persero) Tbk Kantor Cabang Sutomo Jambi	47
3.3	Uraian Tugas dan Pokok Fungsi.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Hasil Penelitian.....	55
4.1.1	Karakteristik Responden.....	55
4.1.1.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55

4.1.1.2	Responden Berdasarkan Umur	55
4.1.1.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
4.1.1.4	Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	57
4.1.2	Analisis Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan.....	57
4.1.3	Analisis Deskripsi Variabel Kepuasan Nasabah	63
4.1.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi	67
4.1.4.1	Persamaan Regresi Linier Sederhana.....	67
4.1.4.2	Koefisien Korelasi (r)	68
4.1.4.3	Koefisien Determinasi (R^2).....	69
4.1.4.4	Uji Hipotesis t	70
4.2	Analisis dan Pembahasan	71
4.2.1	Analisis Kualitas Pelayanan PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi	71
4.2.2	Analisis Kepuasan Nasabah PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi	73
4.2.3	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi	74
4.2.4	Pengujian Hipotesis.....	74
4.2.5	Pembahasan	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	78
5.1	Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	82

DAFTAR TABEL

No Tabel	Keterangan	Hal
1.1.	Perkembangan Jumlah Nasabah Berdasarkan Jumlah Account Pada Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi Tahun 2018-2022	6
1.2.	Keluhan Nasabah Pada Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi Tahun 2018-2022	7
2.1.	Penelitian Terdahulu.....	29
2.2	Skor Rentang Skala (Kriteria)	36
2.3	Operasional Variabel.....	40
4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	56
4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
4.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	57
4.5.	Hasil Skor Responden Terhadap Indikator <i>Tangibles</i>	58
4.6.	Hasil Skor Responden Terhadap Indikator <i>Emphaty</i>	59
4.7.	Hasil Skor Responden Terhadap Indikator <i>Reliability</i>	60
4.8.	Hasil Skor Responden Terhadap Indikator <i>Responsiveness</i>	61
4.9	Hasil Skor Responden Terhadap Indikator <i>Assurance</i>	62
4.10	Rekap Jawaban Indikator Kualitas Pelayanan.....	63
4.11.	Hasil Skor Responden Terhadap Indikator Kecepatan Layanan.....	64
4.12	Hasil Skor Responden Terhadap Indikator Fasilitas Layanan	65
4.13.	Hasil Skor Responden Terhadap Indikator Keramahan Staff dan Layanan	66
4.14	Rekap Jawaban Indikator Kepuasan Nasabah.....	66
4.15	Uji Analisis Regresi Linear Sederhana	67
4.16	Uji Koefisien Korelasi (r).....	69
4.17	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	70
4.18	Uji t (Parsial)	70
4.19	Hasil Rekap Jawaban Responden Terhadap 5 Dimensi Kualitas Pelayanan	71
4.20	Hasil Rekap Jawaban Responden Terhadap 3 Dimensi Kepuasan Konsumen	73

DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Keterangan	Hal
2.1	Kerangka Pemikiran.....	31
3.1	Struktur Organisasi.....	48



DAFTAR LAMPIRAN

No Lampiran	Keterangan	Hal
1.	Kuisisioner Penelitian	82
2.	Tabulasi Data.....	87
3.	Output SPSS.....	93



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada saat era globalisasi ini dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin tajam, baik di pasar nasional maupun dipasar internasional. Strategi yang baik dibutuhkan oleh perusahaan untuk menghadapi persaingan yang semakin lama semakin ketat. Dalam mencapai keberhasilan perusahaan terdapat banyak tantangan. Untuk mengatasinya, perusahaan dituntut untuk dapat bekerja dengan baik dengan menggunakan berbagai macam sumber daya yang dimiliki agar dapat diterima pasar. Seseorang dituntut untuk dapat memanfaatkan secara tepat sumber daya ekonomi yang ada dalam perusahaan sehingga dapat menghasilkan pengembalian yang maksimal atas pemakaian sumber daya ekonomi.

Untuk meraih kemenangan di suatu persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada konsumennya, yaitu dengan memberikan produk atau jasa yang berkualitas, terutama untuk sektor jasa yang sangat tergantung terhadap kualitas pelayanannya. Hal ini bertujuan agar jasa yang ditawarkan mendapatkan tempat yang baik di mata masyarakat selaku konsumen dan calon konsumen.

Konsumen akan membandingkan layanan yang diberikan perusahaan dengan layanan yang mereka harap. Jika konsumen merasa puas, maka konsumen akan kembali menggunakan jasa perusahaan dan menjadi nasabah yang setia serta akan menceritakan pengalamannya tersebut kepada orang lain, bahkan memberi rekomendasi kepada orang lain untuk menggunakan jasa di tempat yang sama.

Sebaliknya jika konsumen merasa tidak puas, maka konsumen tersebut juga akan menceritakan pengalaman yang mengecewakan tersebut kepada orang lain, sehingga akan memperburuk citra dan eksistensi perusahaan yang akan berakibat menurunnya jumlah pemakai jasa perusahaan.

Ada lima dimensi kualitas jasa yang digunakan oleh nasabah dalam menilai kualitas pelayanan pada industri jasa, keandalan (*reliability*) yaitu sejauh mana penyedia jasa mampu memberikan apa yang telah dijanjikan secara akurat, terpercaya dan dapat diandalkan kepada konsumen, ketanggapan (*responsiveness*) yaitu menekankan kepada sikap diri penyedia jasa yang penuh perhatian, cepat dan tepat dalam menghadapi permintaan, pertanyaan, dan masalah konsumen jaminan (*assurance*) yaitu pengetahuan dan keramahan serta kemampuan karyawan dalam melaksanakan tugas dengan baik sehingga menimbulkan keyakinan dan kepercayaan dari konsumen, empati (*emphaty*) yaitu kesediaan para karyawan untuk peduli, serta bagaimana karya memberikan perhatian yang bersifat pribadi guna menumbuhkan keakraban yang positif, berwujud (*tangible*) yaitu penampilan fisik, fasilitas petugas, serta materi komunikasi yang disajikan pihak perusahaan untuk melayani para nasabahnya. Menurut Parasuraman, dkk (Lupiyoadi, 2009)

Menurut Kotler dan Keller (2016;156), Kualitas Layanan adalah totalitas fitur dan karakter suatu produk atau pelayanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Kualitas layanan sangat berpengaruh bagi pemasaran yang memiliki nilai di pasar sasaran (target market) dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan yaitu benda, jasa, organisasi, tempat, orang dan ide. Dengan demikian perusahaan memusatkan

perhatian pada usaha untuk menghasilkan pelayanan yang unggul dan terus mengembangkan. Pelayanan yang berkualitas tinggi merupakan kunci sukses suatu perusahaan.

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan bidang jasa sangatlah berpengaruh dan memuaskan dan pelanggan merupakan salah satu cara untuk mencapai tujuan disetiap perusahaan baik jasa maupun perusahaan industri makanan. Dari berbagai produk yang dihasilkan dengan macam jenis, mutu dan kemasan, dimana hal tersebut hanya ditujukan minat pelanggan atau konsumen, sehingga konsumen cenderung akan melakukan aktivitas membeli produk tersebut. Dengan demikian setiap perusahaan dituntut agar mampu menciptakan produk dengan spesifikasi yang terbaik agar kepuasan pelanggan dapat terpenuhi.

Kepuasan nasabah sangat penting bagi perusahaan perbankan, dimana pelayanan yang baik memegang peran utama dalam memberikan kepuasan kepada para nasabahnya. Menurut Masassya (2012:332) kalau hendak mempercayakan pengolahan dana pada bank, maka mesti dilakukan seleksi terhadap bank. Pelayanan yang baik akan timbul suatu tingkat kepuasan pada nasabah baik itu kepuasan positif maupun kepuasan negative sehingga nasabah bank akan dapat menentukan pilihan untuk menyimpan uangnya di bank yang memiliki pelayanan yang baik.

Berkembangnya bisnis perbankan tidak hanya ditandai dengan banyaknya kantor cabang yang dibuka akan tetapi dapat dilihat dari munculnya produk-produk baru dengan segala macam atribut yang dimiliki oleh setiap bank seperti memberikan bunga yang tinggi, jaminan kredit, berbagai hadiah, fasilitas *online*,

phone banking dan anjungan tunai mandiri (ATM). Perkembangan persaingan antar bank telah mendorong bank-bank untuk meningkatkan investasi dalam teknologi perbankan. Hal ini dimaksudkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan menerapkan strategi yang tepat untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Perbankan menurut (Herman Darmawi 2011 : 1) adalah “Segala sesuatu yang menyangkut Bank, mencakup Kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya “

Bank Negara Indonesia (BNI) merupakan Bank BUMN (Badan Usaha Milik Negara) pertama yang menjadi perusahaan publik setelah mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya pada tahun 1996. Untuk memperkuat struktur keuangan dan daya saingnya di tengah industri perbankan nasional, BNI melakukan sejumlah aksi korporasi, antara lain proses rekapitalisasi oleh Pemerintah di tahun 1999, divestasi saham Pemerintah di tahun 2007, dan penawaran umum saham terbatas di tahun 2010.

Bank Negara Indonesia (BNI) cabang utama Jambi merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berbentuk Perseroan terbatas dibidang perbankan yang ada di provinsi Jambi yang dipimpin oleh Amri Hidayat Arief. BNI cabang utama Jambi beralamat di Jl. Dr. Sutomo No. 20 dengan kode bank:009. BNI cabang utama Jambi senantiasa bergerak, bertumbuh positif dan berkembang secara dinamis serta menyadari potensi pertumbuhan perbankan melalui teknologi informasi dalam rangka menjangkau basis pelanggan yang lebih luas serta menunjang pelaksanaan kegiatan usaha.

Pada prinsipnya calon nasabah mempunyai hak untuk mendapatkan pelayanan yang baik dan memuaskan, sehingga bagi karyawan bank, merupakan kewajiban untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan memuaskan namun harus dilakukan secara profesional dan tidak meninggalkan prinsip kehati-hatian. Pelayanan penerimaan nasabah dilakukan khususnya oleh para petugas *front liner* atau para petugas dilini depan dalam hal ini *Customer Service*, *Teller* dan *Security*. Para petugas dilini depan harus bersikap ramah dan murah senyum serta pandai bertutur kata dengan kalimat-kalimat yang sopan yang menyenangkan seperti mengucapkan salam, dan melontarkan kalimat yang bermakna pelayanan.

Selama peneliti melaksanakan observasi di PT. Bank Negara Indonesia Cabang Jambi, peneliti selalu mengamati kegiatan yang ada di Bank tersebut khususnya pelayanan. Pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank cukup baik. Terutama pelayanan *front liner* (*Customer Service*, *Teller* dan *Security*) yang bersentuhan langsung dengan nasabah, seluruh karyawan selalu berusaha menciptakan hubungan yang baik kepada nasabah, cepat tanggap dalam membantu nasabah yang mengalami kesulitan, dan selalu berpenampilan yang rapi serta sopan. Namun terkadang karyawan front liner khususnya *Security* dan *teller* menunjukkan mimik wajah dan intonasi suara yang menggambarkan ketidakramahan kepada nasabah, sehingga nasabah merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan.

Adapun jumlah nasabah berdasarkan jumlah account pada Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi Tahun 2018-2022 sebagai berikut:

Tabel 1.1
Perkembangan Jumlah Nasabah Berdasarkan Jumlah *Account* Pada Bank
Negara Indonesia Cabang Utama Jambi Tahun 2018-2022

Tahun	Giro	Tabungan	Deposito	Total	Persentase
	(<i>Account</i>)	(<i>Account</i>)	(<i>Account</i>)	(Orang)	(%)
2018	623	9.612	151	10.386	-
2019	712	11.129	156	11.997	15,51
2020	947	9.423	161	10.531	(12,21)
2021	955	13.245	156	14.356	36,32
2022	948	12.912	154	14.014	(2,38)

Sumber : Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi Tahun 2023

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dijelaskan bahwa jumlah nasabah berdasarkan jumlah *account* pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Jambi selama 5 tahun terakhir mengalami fluktuasi, dimana pada tahun 2019 jumlah nasabah yaitu 11.997 orang atau sebesar 15,51%, tahun 2020 jumlah nasabah mengalami penurunan yaitu 10.531 orang atau sebesar -12,21%, tahun 2021 jumlah nasabah meningkat yaitu 14.356 atau sebesar 36,32%, kemudian tahun 2022 jumlah nasabah mengalami penurunan kembali yaitu 14.014 orang atau sebesar -2,38%.

Apa yang terjadi jika nasabah tidak puas dengan kualitas pelayanan sebuah bank? Apabila nasabah tidak puas dengan pelayanan, maka dengan otomatis nasabah tersebut akan menceritakan kepada orang lain, dan nama baik bank akan menjadi cacat. Tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan PT. Bank Negara Indonesia Cabang Jambi bisa dijadikan pertimbangan, apakah pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan keinginan nasabah atau belum, sehingga bisa dijadikan pertimbangan bagi pemimpin dalam pengambilan keputusan strategi guna memuaskan nasabahnya.

Adapun keluhan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Jambi dari tahun 2018 sampai tahun 2022 sebagai berikut :

Tabel 1.2
Keluhan Nasabah Pada Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi
Tahun 2018-2022

No	Jenis Keluhan Nasabah	Jumlah Nasabah Komplain Tahun 2018 (Orang)	Jumlah Nasabah Komplain Tahun 2019 (Orang)	Jumlah Nasabah Komplain Tahun 2020 (Orang)	Jumlah Nasabah Komplain Tahun 2021 (Orang)	Jumlah Nasabah Komplain Tahun 2022 (Orang)
1.	Tingkat Pelayanan yang dilakukan oleh satpam BNI Cabang Utama Jambi kurang ramah	9	8	6	11	13
2.	Kurangnya kenyamanan yang dilakukan satpam saat melayani nasabah	7	5	10	8	12
3.	Sifat profesional yang diajukan oleh karyawan BNI Cabang Utama Jambi belum maksimal	3	6	4	4	3
4.	Fasilitas BNI Cabang Utama Jambi seperti ruang tunggu yang kurang	2	3	2	4	6
5.	Kesalahan input yang dilakukan oleh karyawan pada saat bertransaksi	6	8	7	6	9
6.	Cara berkomunikasi yang dilakukan <i>teller</i> kurang ramah serta saat menjelaskan kepada nasabah kurang detail	7	8	7	9	12
	Total	34	38	36	42	55

Sumber : Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi Tahun 2023

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat dijelaskan bahwa keluhan nasabah yang paling dominan yaitu “Tingkat pelayanan yang dilakukan oleh satpam BNI Cabang Utama Jambi kurang ramah”. Dengan total keluhan dari tahun 2018 sampai tahun 2022 berjumlah 47 orang. Artinya nasabah tidak puas terhadap pelayanan dari staf *security* pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi. Menurut Lewis dan Booms dalam Tjiptono (2012:32) Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai ekspektasi pelanggan.

Berdasarkan latar belakang di atas, yang didapatkan peneliti yaitu PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi perlu meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Oleh karena itu penulis mengangkat judul “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank

Negara Indonesia Cabang Utama Jambi”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah seperti berikut:

1. Jumlah nasabah berdasarkan jumlah *account* pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Jambi selama 5 tahun terakhir mengalami fluktuasi.
2. Keluhan nasabah yang paling dominan yaitu “Tingkat pelayanan yang dilakukan oleh satpam BNI Cabang Utama Jambi kurang ramah”. Dengan total keluhan dari tahun 2018 sampai tahun 2022 berjumlah 47 orang. Artinya nasabah tidak puas terhadap pelayanan dari staf *security* pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi.
3. Kualitas pelayanan pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi belum optimal.
4. Kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi belum optimal.

1.2 Batasan Masalah

Adapun peneliti membatasi masalah dalam penelitian ini yaitu : hanya terfokus pada kualitas layanan yang diberikan *Frontliner* kepada nasabah PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi.

1.3 Rumusan masalah

Maka dari identifikasi masalah di atas akan menimbulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas layanan dan kepuasan nasabah pada PT. Bank

Negara Indonesia Cabang Utama Jambi?

2. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan kualitas layanan dan kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi.

1.5 Manfaat Penelitian

Kegunaan yang diperlukan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dapat memberikan informasi dan masukan bagi PT. Bank Negara Indonesia Cabang Jambi dalam mengukur konsekuensi perilaku yang timbul akibat kualitas pelayanan yang diberikan selama ini terhadap kepuasan nasabah.
2. Bagi akademi atau pihak lain adalah menjadikan referensi penelitian selanjutnya mengenai kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan bagi peneliti berikutnya yang berkaitan dengan masalah kualitas pelayanan nasabah.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN METODE PENELITIAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Konsep Ekonomi

Ekonomi atau *economic* dalam banyak literatur ekonomi disebutkan berasal dari bahasa Yunani yaitu kata *Oikos* atau *Oiku* dan *Nomos* yang berarti peraturan rumah tangga. Dengan kata lain pengertian ekonomi adalah semua yang menyangkut hal-hal yang berhubungan dengan perikehidupan dalam rumah tangga dengan perikehidupan sehari-hari. Secara umum, bahwa ekonomi adalah sebuah bidang kajian tentang pengurusan sumber daya material individu, masyarakat, dan negara untuk meningkatkan kesejahteraan hidup manusia. Karena ekonomi merupakan ilmu tentang perilaku dan tindakan manusia untuk memenuhi kebutuhannya yang bervariasi dan berkembang dengan sumber daya yang ada melalui pilihan-pilihan kegiatan produksi, konsumsi dan distribusi.

Menurut Samuelson (Putong, 2013:3), ekonomi adalah suatu studi bagaimana orang-orang dan masyarakat membuat pilihan, dengan atau tanpa penggunaan uang, dengan menggunakan sumber-sumber daya yang terbatas tetapi dapat dipergunakan dalam berbagai cara untuk menghasilkan berbagai jenis barang dan jasa dan mendistribusikannya untuk keperluan konsumsi, sekarang dan di masa datang, kepada berbagai orang dan golongan masyarakat. Menurut Mankiw (Putong, 2013:4), ekonomi adalah studi tentang bagaimana masyarakat mengelola sumber daya-sumber daya yang selalu

terbatas atau langka. Menurut McConnell and Brue (2005:3) definisi dari ekonomi adalah *It is the social science concerned with the efficient use of scarce resources to achieve the maximum satisfaction of economic wants*. Sehingga dari berbagai pengertian atau definisi para ahli dapat disimpulkan bahwa ekonomi adalah suatu ilmu yang mempelajari bagaimana masyarakat mampu mengelola sumber daya yang terbatas tapi mampu menghasilkan berbagai jenis barang dan jasa yang berguna kepada masyarakat itu sendiri.

2.1.2 Konsep Manajemen

Manajemen mempunyai arti secara universal, berkembang, dan berusaha mencari pendekatan dengan mengikuti perkembangan dalam kemajuan ilmu pengetahuan. Manajemen adalah suatu proses kerja antara dua orang atau lebih untuk mencapai tujuan organisasi dengan melakukan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengkoordinasian atau pengendalian untuk mencapai tujuan organisasi efektif dan efisien dengan menggunakan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya Menurut Effendi (2014:5).

Menurut Handoko tahun 2003 dalam buku Effendi (2014:4) pengertian manajemen yang dikemukannya hampir sama dengan yang dikemukakannya hampir sama dengan yang dikemukakan oleh Stoner yang menyangkut perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, personalia, pengarahan, dan pengawasan di mana anggota organisasi bekerja sama untuk mencapai tujuan (*goal*) organisasi.

Selanjutnya menurut Robbins tahun 2005 (dalam Effendi, 2014:4) Mendefinisikan manajemen adalah suatu proses melakukan koordinasi dan integrasi kegiatan-kegiatan kerja agar disesuaikan secara efisien dan efektif dengan melalui orang lain (pengertian menekankan ini pada efisien dan efektif).

Menurut Hasibuan (2010:9) mengatakan Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan Sumber Daya Manusia dan sumber daya lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan tertentu.

2.1.3 Konsep Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu fungsi perusahaan yang tidak kalah pentingnya jika dibandingkan dengan fungsi-fungsi perusahaan lainnya, bahkan keberhasilan perusahaan sering diidentikkan dengan keberhasilan pemasaran yang juga dipergunakan sebagai tolak ukur perusahaan tersebut, namun kegiatan pemasaran tidaklah lengkap tanpa fungsi-fungsi perusahaan yang lain seperti produk, keuangan dan personalia.

Menurut Tjiptono (2016:3) pemasaran adalah aktivitas, serangkaian intitusi, dan proses menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran (*offerings*) yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum. Menurut Abdullah dan tantri (2012:2) pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial. Menurut Kismono (2011:313)

pemasaran adalah sekelompok aktivitas yang saling berkaitan yang dirancang untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumen dan mengembangkan distribusi, promosi, dan penetapan harga serta pelayanan untuk memuaskan kebutuhan konsumen pada tingkat keuntungan tertentu.

2.1.4 Konsep Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2013:27), bahwa manajemen pemasaran adalah suatu gabungan antara seni dengan ilmu mengenai pemilihan target pasar dan membangun hubungan yang menguntungkan dengan mereka. Dalam hal ini, manajemen pemasaran mencakup suatu kegiatan yang lengkap, dimulai dari penganalisaan pasar yang dimaksudkan untuk mencari peluang bisnis yang ada dengan menggunakan perencanaan yang sesuai dengan tujuan organisasi. Rencana yang sudah jadi tersebut selanjutnya dilaksanakan sehingga menghasilkan produksi yang sesuai dengan permintaan pasar.

Menurut Alma (2013:130), juga mengungkapkan bahwa manajemen pemasaran ada kegiatan menganalisa, merencanakan, mengimplementasi, dan mengawasi segala kegiatan (program), guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

Menurut Sumarni (dalam Sunyoto, 2014:221) manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian atas program yang dirancang untuk menciptakan, membentuk, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi.

Menurut Sofian Assauri (2013:12) manajemen pemasaran merupakan kegiatan penganalisisan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun, dan memelihara keuntungan dan pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang. Dapat juga di artikan manajemen pemasaran merupakan sistem sosial dan manajerial pada kegiatan bisnis yang terpadu dan saling berhubungan yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba.

2.1.5 Konsep Manajemen Pemasaran Jasa

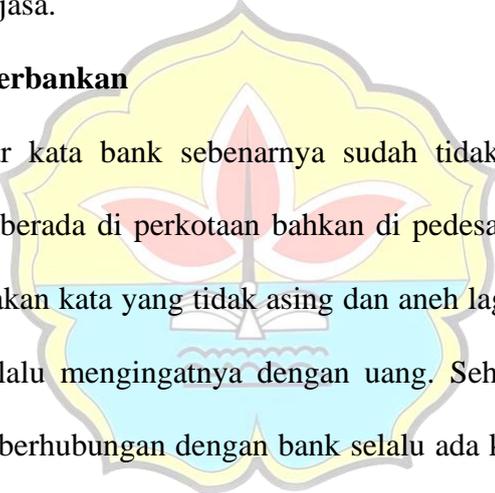
Menurut Adam (2018:10-11) jasa adalah sesuatu yang diberikan oleh suatu pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan terjadinya perpindahan. Menurut Kotler dalam Lupiyoadi (2014:7) “Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak.”

Menurut William, (2016:3) Pemasaran jasa adalah sesuatu yang dapat diidentifikasi secara terpisah/tidak terwujud, yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan. Jasa dapat menghasilkan benda-benda berwujud atau tidak berwujud. Menurut Lovelock & Wright dalam Adam (2015:3) pemasaran jasa adalah suatu bagian suatu bagian sistem jasa yang mencakup keseluruhan dimana penyedia jasa mempunyai bentuk kontak kepada

pelangganya, mulai dari pengiklanan hingga penagihan, saat dilakukannya hal mencakup kontak penyerahan atau penyampain jasa.

Menurut manullang (2016:4) Pemasaran jasa adalah pemasaran jasa yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat diretur dikemudian hari. Jasa tidak dapat disimpan., seperti barang, karena jasa yang diproduksi harus dalam waktu yang bersamaan. Menyalurkan jasa secara tepat sangatlah penting, karena jasa tidak dapat dilihat, dicium maupun memiliki berat dan ukuran, misalnya seperti guru, tukang cukur, hiburan, ahli kecantikan dan lain sebagainya dari jasa.

2.1.6 Konsep Perbankan



Mendengar kata bank sebenarnya sudah tidak asing lagi bagi kita, terutama yang berada di perkotaan bahkan di pedesaan sekalipun pada saat ini bank merupakan kata yang tidak asing dan aneh lagi. Menyebut kata bank setiap orang selalu mengingatnya dengan uang. Sehingga seelalu saja ada anggapan yang berhubungan dengan bank selalu ada kaitannya dengan uang. Hal ini tidak salah, karena bank merupakan lembaga keuangan atau perusahaan yang bergerak di bidang keuangan. Sebagai lembaga keuangan bank menyediakan berbagai jasa keuangan. Di negara – negara maju bank sudah merupakan kebutuhan utama bagi masyarakat setiap kali bertransaksi.

Berdasarkan pengertian tentang Perbankan menurut UU RI Nomor 10 Tahun 1998 dapat dijelaskan bahwa bank merupakan badan usaha yang bergerak dalam bidang keuangan, sehingga aktivitas perbankan selalu berkaitan dengan uang. Aktivitas perbankan yang pertama adalah

menghimpun dana dari masyarakat yang luas yang dikenal dengan istilah *funding*. Pengertian menghimpun dana ialah mengumpulkan atau mencari dana dari masyarakat luas yang memiliki kelebihan dana, yaitu dengan menawarkan berbagai jenis simpanan.

Pengertian bank menurut pendapat dari beberapa para ahli dasarnya tidak berbeda antara satu dengan yang lain. Kalaupun ada perbedaan, hal tersebut hanya sebatas tugas dan usaha bank. Hal ini dapat dilihat dalam pengertian bank menurut G.M. Verryn Stuart dalam bukunya *Bank Politik*, Bank merupakan salah satu badan usaha lembaga keuangan yang bertujuan memberikan kredit, baik dengan alat pembayaran sendiri, dengan uang yang diperolehnya dari orang lain, dengan jalan mengedarkan alat – alat pembayaran baru berupa uang giral. Rindjin, (2012:13) mengemukakan bahwa: Bank dapat diartikan sebagai lembaga keuangan yang usaha pokoknya adalah memberikan kredit dan jasa – jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang.

Definisi atau pengertian bank menurut Kasmir, (2012:3) mengemukakan bahwa : Bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa – jasa bank lainnya. Pengertian perbankan menurut (Herman Darmawi 2011 : 1) adalah “Perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut Bank, mencakup Kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya “

Dalam beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian bank meliputi menghimpun dana, menyalurkan dana, dan memberikan jasa bank lainnya. Kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana merupakan kegiatan pokok bank sedangkan memberikan jasa bank lainnya hanya kegiatan pendukung. Kegiatan menghimpun dana, berupa mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan giro, tabungan dan deposito. Biasanya sambil diberikan balas jasa yang menarik seperti, bunga dan hadiah sebagai rangsangan bagi masyarakat agar lebih senang menabung. Kegiatan menyalurkan dana, berupa pemberian pinjaman kepada masyarakat. Sedangkan jasa – jasa perbankan lainnya diberikan untuk mendukung kelancaran kegiatan utama tersebut.

Bank dalam perkembangannya, selain melakukan kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana, juga berusaha mengembangkan berbagai produk dan penyaluran dan jasa pelayanan yang lain. Produk perbankan yang ditawarkan bisa berupa produk penyimpanan dana (dalam bentuk tabungan, deposito, giro) maupun peminjaman dana (dalam bentuk kredit). Sedangkan jasa perbankan yang bisa dinikmati antara lain jasa tranfer, inkaso, referensi, dan lain – lain. Peningkatan penggunaan jasa perbankan tersebut tumbuh secara proporsional dengan meningkatnya aktivitas keuangan dan perdagangan serta kecenderungan tumbuhnya bank minded di masyarakat. Kecenderungan ini tentunya akan berdampak positif terhadap bank, yaitu meningkatnya pendapatan yang diterima. Sebagaimana diketahui bahwa bank menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk

tabungan dan deposito. Dana tersebut kemudian dipinjamkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan.

Dalam hal ini karena bank menggunakan dana yang dihimpun dari masyarakat, maka masyarakat penabung diberi balas jasa berupa bunga. Balas jasa kepada penabung ini merupakan sumber prngeluaran bank. Di lain pihak, karena bank memberikan jasa peminjaman uang kepada masyarakat kepada peminjam, maka masyarakat yang meminjam tersebut dikenakan jasa berupa bunga yang harus dibayarkan kepada pihak bank. Sebagai bukti bahwa suatu bank layak dipercaya tentunya apabila pihak bank dapat melaksanakan peranannya dengan baik.

2.1.7 Konsep Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yang baik akan sangat berpengaruh dalam dunia bisnis. Setiap pelanggan yang datang pastinya akan senang jika mendapat pelayanan yang sangat baik. Dengan kualitas pelayanan yang baik akan tercipta pelanggan yang loyal yang biasanya akan merekomendasikan bisnis kepada orang lain, sehingga akan tambah lagi para pelanggan-pelanggan baru. Inilah beberapa defenisi tentang kualitas pelayanan menurut para ahli sebagai berikut:

Menurut Parasuraman (2015:29) Kualitas layanan adalah sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima. Menurut Kotler (2013:23) merumuskan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Menurut Lewis dan Booms dalam Tjiptono (2012:32) Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai ekspektasi pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:681) kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Produk jasa yang berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan. Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha tersebut.

2.1.8 Dimensi Kualitas Pelayanan

Dengan memperhatikan akan pentingnya pelayanan konsumen sebagai salah satu alat persaingan, suatu perusahaan harus mampu mengetahui lebih dahulu pengertian dari kualitas jasa atau service quality. Menurut Adam (2018:13) Terdapat dimensi kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut :

- a. Kualitas jasa sangat sulit untuk dievaluasi dibandingkan dengan kualitas barang.
- b. Kualitas jasa merupakan perbandingan hasil dari pandangan konsumen antara harapan dan kenyataan
- c. Evaluasi kualitas tidak dibuat semata-mata untuk menjadikan suatu service, tetapi juga meliputi proses evaluasi jasa pelayanan.

2.1.9 Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Suryani (2017:210-211), menentukan bahwa ada lima

penentu mutu jasa. Kelimanya disajikan secara berurut berdasarkan tingkat kepentingannya, diantaranya :

1. *Tangibles* (Bukti fisik) adalah fasilitas fisik yang ditawarkan kepada konsumen yang meliputi fisik, perlengkapan, pegawai dan saran konsumsi.
2. *Emphaty* (Empati) meliputi kemudahan dalam melakukan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.
3. *Reliability* (Keandalan) adalah konsumsi dan penampilan dan kehandalan pelayanan yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
4. *Responsiveness* (Daya Tanggap) yaitu kesigapan dan kecepatan penyedia jasa dalam menyelesaikan masalah dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
5. *Assurance* (Jaminan) yaitu kemampuan dan keterampilan petugas, keramahan petugas, kepercayaan dan keamanan.

2.1.10 Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan menurut Adam (2018:14-16) diantaranya:

- a. Kriteria *Reliability* atau kehandalan dari sebuah perusahaan penyedia jasa antara lain meliputi faktor-faktor:

1. Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk menepati janji sesuai dengan pelayanan tertentu yang telah di janjikan.
 2. Keinginan perusahaan penyedia jasa untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi pelanggan dengan tulus dan sungguh-sungguh.
 3. Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk memberikan pelayanan yang tepat dan akurat sehingga langsung dapat dirasakan manfaatnya.
- b.** Kriteria *Responsiveness* atau responsivenes dari sebuah perusahaan penyediajasa antara lain meliputi faktor-faktor:
1. Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk memberikan penjelasan yang benar atas pelayanan yang diberikan dan pertanyaan yang dilontarkan oleh pelanggan
 2. Kemampuan perusahaan penyedia jas untuk melakukan pelayanan dengan cepat dan tanggap
 3. Keinginan perusahaan penyedia jasa untuk dapat menolong pelanggan dengan permasalahannya.
- c.** Kriteria *Ansurance* atau jaminan dari sebuah perusahaan penyediajasa antara lain meliputi faktor-faktor:
1. Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk menumbuhkan kepercayaan dan rasa percaya diri pada pelanggannya.
 2. Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk memberikan jaminan atau garansi terhadap pekerjaanya.

3. Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk memberikan pelayanan dengan sopan santun dan ramah.
- d. Kriteria *Empathy* atau empati dari sebuah perusahaan penyedia jasa antara lain meliputi faktor-faktor:
1. Kesiapan perusahaan jasa untuk memberikan perhatian secara individual atau perorangan kepada pelanggannya.
 2. Perusahaan penyedia jasa untuk memiliki jam kerja yang sesuai atau cocok dengan semua pelanggannya
 3. Kesiapan dari perusahaan penyedia jasa untuk memberikan penjelasan atau perhatian secara pribadi kepada pelanggan mengenai pelayanan yang diberikan.
- e. Kriteria *Tangibles* atau berwujud dari sebuah perusahaan penyedia jasa antara lain meliputi faktor-faktor:
1. Peralatan atau mesin-mesin yang digunakan dalam melakukan pelayanan yang cukup modern dan dapat diandalkan.
 2. Penampilan fisik dari bangunan yang menarik dan mampu mendukung proses pelayanan terhadap pelanggan.
 3. Pakaian yang dikenakan karyawan perusahaan penyedia jasa yang cukup rapi, pantas dan sopan untuk digunakan dalam memberikan pelayanan.

2.1.11 Konsep Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dalam Kasmir, (2017:236) kepuasan konsumen adalah penilaian yang diberikan oleh pelanggan dalam penggunaan barang atau jasa,

yang sebelum penggunaannya dibandingkan bersama dengan harapan. Menurut Tjiptono & Diana, (2015:6) Kepuasan konsumen adalah konsep pokok teori dan praktek pemasaran yang kontemporer. Elemen utama yang dipandang dari kepuasan pelanggan yaitu menentukan kesuksesan suatu organisasi pemasaran, baik organisasi pemasaran, baik organisasi bisnis maupun nirlaba. Kasmir, (2017:236) kepuasan konsumen merupakan perasaan atau harapan seorang atas pembelian barang atau jasa.

Bedasarkan pendapat dari beberapa para ahli maka dapat disimpulkan kepuasan konsumen merupakan suatu tanggapan emosional yang di berikan oleh pelanggan sebagai penilaian atas pembelian atau penggunaan barang dan jasa merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kerja dan harapan. Jika kinerja di bawah harapan, pelanggan tidak puas dan sebaliknya jika kinerja memenuhi dan melebihi harapan maka konsumen akan merasa puas. Apabila perusahaan memfokuskan pada kepuasan tinggi maka para konsumen yang kepuasannya hanya pas, akan mudah untuk merubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik. Sedangkan konsumen yang amat puas lebih sukar untuk mengubah pilihanya. Kepuasan tinggi atau kesenangan yang tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap merek tertentu, bukan hanya kesukaan atau preferensi rasional dan hasilnya adalah kesetian konsumen yang tinggi.

2.1.12 Dimensi Kepuasan Konsumen

Konsumen merasa puas bila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas bila harapan konsumen terlampaui. Menurut Irawan (2014 : 37), adalima

dimensi utama kepuasan konsumen, yaitu :

a. *Price* (Harga)

Untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan value for money yang tinggi. Komponen harga ini relatif tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga.

b. *Service Quality* (Kualitas Layanan)

Service quality sangat tergantung dari tiga hal yaitu sistem, teknologi dan manusia. Kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru karena pembentukan attitude dan behaviour yang seiring dengan keinginan perusahaan bukanlah pekerjaan mudah. Pembentukan harus dilakukan mulai dari proses rekrutmen, training dan budaya kerja.

c. *Product Quality* (Kualitas Produk)

Pelanggan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut apabila kualitas produk yang baik.

d. *Emotional Factor*

Emotional Factor ditunjukkan oleh konsumen atas kepuasan yang diperoleh mereka dalam menggunakan suatu produk/jasa yang menimbulkan rasa bangga dan rasa percaya diri.

e. *Efficiency* (Kemudahan)

Kemudahan dalam memperoleh produk atau jasa tersebut dan kemudahan dalam pembayaran dapat membuat pelanggan akan

semakin puas bila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan suatu produk atau pelayanan.

2.1.13 Indikator Kepuasan Konsumen

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat 3 indikator yang dipakai untuk kepuasan konsumen, menurut Tjiptono & Diana (2015:53)

Indikator kepuasan konsumen terdiri dari:

1) Kecepatan layanan

Kecepatan layanan merupakan suatu kemampuan yang memiliki target penyelesaian dalam waktu yang telah ditentukan secara reponsif (cepat) saat operasi layanan.

2) Fasilitas layanan

Fasilitas layanan mengacu pada perlengkapan yang ditunjukkan untuk memfasilitasi pengguna jasa proses pelayanan berlangsung.

3) Keramahan staf layanan

Keramahan staf layanan merupakan performa staf/karyawan yang memiliki sifat ramah dan sopan kepada pengguna jasa saat penyampaian layanan itu terjadi.

2.1.14 Faktor- faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2012:66) yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan puas atau kurang puas. Terdapat lima faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan.

- a. Kualitas produk dan jasa, konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk dan jasa yang digunakan berkualitas.
- b. Kualitas pelayanan, terutama untuk perusahaan jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapat pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan. Dalam dunia persaingan bisnis, para pebisnis terus bersaing untuk mendapatkan konsumen yang loyal terhadap usaha mereka.
- c. Emosional, konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dan jasa dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
- d. Harga, semakin rendah harganya, semakin tinggi harapan pelanggan memakai jasa perusahaan.
- e. Promosi, semakin menarik promosi yang ditawarkan, semakin tinggi minat konsumen untuk memakai jasa atau produk perusahaan tersebut.
- f. Biaya, konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan jasa pelayanan, maka konsumen cenderung puas terhadap jasa pelayanan tersebut.

2.1.15 Pengukuran Kepuasan Konsumen

Ada beberapa metode yang dapat di pergunakan setiap perusahaan

untuk mengukur dan memantau kepuasan konsumennya (juga pelanggan perusahaan pesaing). Menurut Kotler dalam buku Adam (2018:16-17)

Mengemukakan 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

a. *Compalint and Suggestion System* (Sistem keluhan dan saran)

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (*customer oriented*) perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelangganya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan meliputi kotak saran yang di letakan ditempat strategi-strategi , Menyediakan Kartu komentar (yang bisa diisi langsung ataupun yang bisa dikirim via pos kepada perusahaan), menyediakan saluran telepon khusus atau (*Customer hotline*), dan lain-lain.

b. *Customer Satisfaction Survey* (Survei Kepuasan Pelanggan)

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan menggunakan metode survey, baik melalui pos ataupun telepon maupun wawancara pribadi. Melalui survey, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

c. *Ghost Shopping* (Pembeli bayangan)

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan pesaing.

d. *Lost Customer Analysis* (Analisis Pelanggan yang lari)

Perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok. Yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut.

2.1.16 Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah

Hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah adalah dua hal yang terkait erat. Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen yang dihasilkan, yang mendukung harga yang lebih tinggi dan (sering kali) biaya yang lebih rendah. Studi telah memperlihatkan korelasi yang tinggi antara kualitas produk relatif dan profitabilitas perusahaan. Perusahaan yang menurunkan biayanya terlalu jauh akan menerima akibatnya ketika kualitas pengalaman menurun.

Dimana menurut Kotler dan amstrong (2012:681) kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuan nya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung.

2.1.17 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang terlebih dulu melakukan suatu penelitian yang akan menjadi pedoman dalam penelitian ini. Hasil dari

beberapa penelitian ini digunakan sebagai bahan referensi di dalam penelitian ini, antara lain adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

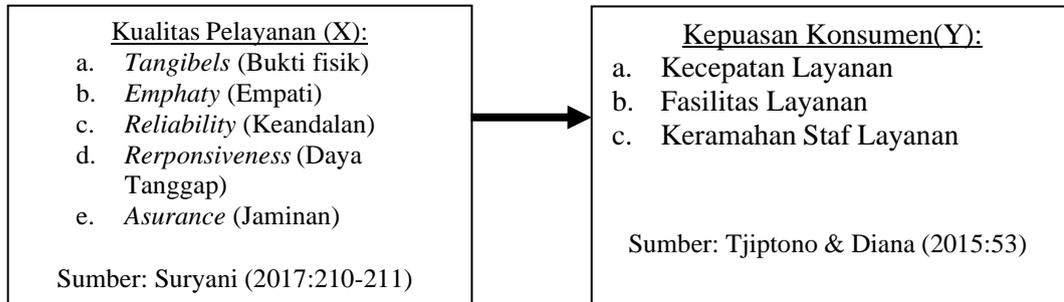
No	Tahun	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	2014	Winter Boroallo	Analisis kualitas pelayanan jasa terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada AHASS Remaja Motor Makasar.	<p>Dalam penelitian ini, variabel Kualitas Pelayanan Jasa (X) menggunakan lima indikator yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Dari perhitungan uji F diperoleh 43,768. Selain itu nilai R Square diketahui sebesar 71,1%. Serta dari hasil uji T diketahui kalau indikator bukti fisik serta jaminan memiliki Dalam penelitian ini peneliti menggunakan lima indikator kualitas jasa pelayanan. Berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Dengan perhitungan t hitung variabel bukti fisik $7,431 = t$ tabel, 9873 serta nilai t hitung jaminan $7,428 = t$ tabel 1, 9873. Variabel yang dominan pengaruhnya merupakan variabel jaminan dengan kontribusi sebesar 49,98%..</p>

2	2015	Suko Amri Wibowo	Pengaruh pelayanan jasa indosat m2 terhadap kepuasan pelanggan (studi pada PT Indosat Tbk. Medan Perjuangan).	Hasil penelitian ini dari hasil uji t hipotesis yang memperoleh nilai t hitung sebesar 6,235 lebih besar dari pada t tabel 1,66388 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dari hasil analisis data dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan.
3	2015	Sandy Damara Putra	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada bengkel mobil montecarlo group Surakarta).	Indikator variabel (X) yang digunakan yaitu (tangible, reliability, responsive, assurance dan emphathy). Dalam penelitian ini nilai R Square (R^2) diperoleh 0,205 atau sebesar 20,5% sedangkan sisanya 79,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal selain variabel independen dalam regresi.

2.1.18 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dibuat untuk mengetahui gambaran tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi. Dimana Menurut Sugiyono (2018:60) mengemukakan bahwa :“Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yangtelah

diidentifikasi sebagai hal yang penting.” Berikut dapat dilihat pada kerangka pemikiran dibawah ini :



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.1.19 Hipotesis Penelitian

Hipotesis deskriptif dapat didefinisikan sebagai dugaan atau jawaban sementara terhadap masalah deskriptif yang berhubungan dengan variabel tunggal/mandiri (Sumanto, 2014:15). Berdasarkan uraian dalam kerangka pemikiran maka disusun hipotesis sebagai berikut:

1. Diduga kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah dalam merasakan pelayanan pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi baik.
2. Diduga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi.

2.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif yaitu dengan mengadakan perbandingan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi. Dimana menurut Bungin (2015:48) penelitian deskriptif kuantitatif

adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan, menjelaskan, atau meringkaskan berbagai kondisi, situasi, fenomena, atau berbagai variabel penelitian menurut kejadian sebagaimana adanya yang dapat dipotret, diwawancara, diobservasi, serta yang dapat diungkapkan melalui bahan-bahan dokumenter.

2.2.1 Jenis dan Sumber Data

Berdasarkan tinjauan pustaka dan latar belakang yang dilakukan untuk memperoleh data data dan informasi menggunakan dua metode yaitu sebagai berikut :

a. Data Primer

Menurut (Sugiyono,2010: 137) yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Maka data primer penelitian ini adalah data-data PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi yang saya dapat langsung data nasabah dari perusahaan tersebut.

b. Data Skunder

Data yang didapat digunakan untuk selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literature, skripsi, artikel, jurnal serta situs internet yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Dalam penelitan ini PT. Bank Negara

Indonesia Cabang Utama Jambi juga menjadi data sekunder dan data-data pendukung lainnya.

2.2.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah :

a. Metode Wawancara

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara langsung dengan responden. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan langsung dengan pegawai yang bekerja pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi yang langsung tatap muka untuk memberikan pertanyaan yang ingin ditanyakan, dengan wawancara pada masyarakat sekitar maka peneliti bisa secara langsung mendapat informasi tentang kualitas pelayanan pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi yang diberikan pada masyarakat atau konsumen apakah ada keluhan dan mereka merasa puas atau tidak dengan pelayanan yang diberikan perusahaan kepada nasabah.

b. Angket (*questionnaire*)

Yaitu metode pengumpulan data melalui pemberian kuisisioner kepada responden yang berisi masalah-masalah yang sedang di teliti. Kuisisioner itu dibuat guna mengetahui apa pendapat nasabah mengenai baik atau tidak kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Maka dari itu peneliti memberikan kuisisioner kepada para

nasabah, dan didalam kuisisioner tersebut berisikan beberapa pertanyaan yang harus dijawab oleh masyarakat tentang kualitas pelayanan menurut responden apakah merasa puas atau tidak.

2.2.3 Populasi dan Sampel

Adapun dalam penelitian ini terdapat Populasi dan sampel yang digunakan untuk metode yang digunakan terhadap objek yang diteliti yaitu PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi.

1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2013 : 56) “Populasi adalah keseluruhan dari objek yang akan diteliti “. Adapun yang menjadi populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah berdasarkan jumlah *account* pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi pada tahun 2022 sebanyak 14.014 orang.

2. Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2013: 56)”Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut “. Besarnya jumlah sampel dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan rumus Slovin untuk memperkecil jumlah populasi, hal tersebut dikarenakan keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga peneliti, berikut adalah rumus yang digunakan, yaitu :

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

Dimana :

N = Jumlah Populasi

n = Sampel-sampel

e = 10%

$$n = \frac{14.014}{1 + 14.014 \cdot 0,1^2} = 99,29$$

Di bulatkan menjadi 100 orang

Dengan menggunakan rumus sugiyono dengan cara profesional maka jumlah sampel yang di bulatkan sebanyak 100 orang

2.2.4 Metode Analisis Data

Untuk menganalisis permasalahan di atas di gunakan skala penelitian dengan menghitung frekuensi skor setiap item pertanyaan. Seperti yang di kemukakan Husein (2011:225) bahwa perhitungan skor setiap komponen yang diteliti dengan mengalikan seluruh frekuensi data dengan nilai bobot. Rumus yang digunakan yaitu :

Penelitian dilakukan di PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi dengan menggunakan Skala Likert dimana :

Nilai 5 = Sangat Setuju

Nilai 4 = Setuju

Nilai 3 = Netral

Nilai 2 = Tidak Setuju

Nilai 1 = Sangat Tidak Setuju

Sementara itu untuk menghitung indikator Kualitas Pelayanan serta Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi

dengan menggunakan rumus sebagai berikut: Durianto (2014:23).

$$\text{Skor Terendah} = \text{Bobot Terendah} \times \text{Jumlah Sampel}$$

$$\text{Skor Tertinggi} = \text{Bobot Tertinggi} \times \text{Jumlah}$$

$$\begin{aligned} \text{Skor Terendah} &= 1 \times 100 \\ &= 100 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Skor Tertinggi} &= 5 \times 100 \\ &= 500 \end{aligned}$$

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

Dimana : n = Jumlah Sampel

m = Nilai Skor Tertinggi

Perhitungan Rentang Skala :

$$\begin{aligned} \text{Rentang Skala} &= \frac{100 (5-1)}{5} \end{aligned}$$

$$\text{RS} = 80$$

Maka :

Tabel 2.2
Skor Rentang Skala (Kriteria)

100 – 179	Sangat Tidak Setuju
180 – 259	Tidak Setuju
260 – 339	Netral
340 – 419	Setuju
420 – 500	Sangat Setuju

Sumber : Olah Data Tahun 2023

2.2.5 Alat Analisis

a. Analisis Regresi

Uji regresi untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi digunakan rumus regresi linier sederhana yang diolah dengan menggunakan alat bantu program SPSS. Menurut Syekh (2011:63) rumus persamaan regresi sederhana adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b.X$$

Keterangan :

Y = Variabel *Dependen*

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X = Variabel *Independen*

Dalam penelitian ini variabel *Independen* adalah Kualitas Pelayanan (X) dan variabel *Dependen* adalah Kepuasan Nasabah (Y)

b. Koefisien Korelasi (r)

Untuk mengetahui korelasi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah, maka korelasi dilambangkan dengan $r =$ koefisien korelasi jika nilai r tidak lebih dari harga $(-1 < r < +1)$, apabila $r = -1$ artinya korelasinya sempurna positif. Selanjutnya nilai r akan dikonsultasikan dengan table interpretasi nilai r Supardi (2013:229)

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-0,100	Sangat Kuat

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Supardi (2013:220) Persamaan regresi yang diperoleh dalam suatu proses perhitungan tidak selalu untuk mengestimasi nilai variabel terikat (Y), sehingga diperlukan perhitungan koefisien determinasi. Koefisien determinasi disimbolkan dengan R^2 ini adalah sebuah besaran yang mengukur ketepatan garis regresi. Maksimum nilai R^2 adalah 100% dan minimal nilai 0, jika R^2 kecil maka keeratan hubungan antara X dan Y kuat dan jika $R^2 = 0$ menunjukkan bahwa X tidak memiliki hubungan dengan Y. Model umum persamaan regresi adalah sebagai berikut :

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

Dimana R^2 = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

d. Uji t

Pengujian ini bertujuan untuk menguji bagaimana pengaruh secara parsial dari variabel bebas (Kualitas Pelayanan) terhadap variabel terikat (Kepuasan Nasabah) yaitu dengan membandingkan t_{tabel} dan t_{hitung} . Langkah-langkah pengujian t adalah :

1. Rumusan Hipotesis

Ho : Tidak ada pengaruh signifikan (nyata) Kualitas pelayanan (X) terhadap variabel terikat Kepuasan Nasabah (Y).

Hi : Ada pengaruh signifikan (nyata) Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel terikat Kepuasan Nasabah (Y).

2. Tentukan tingkat signifikan dengan $\alpha = 5\%$

3. Kriteria Keputusan

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ artinya Ho ditolak Hi diterima terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah

Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ artinya Ho diterima Hi ditolak tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah

2.2.6 Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari *independen* yaitu kualitas pelayanan dan variabel *dependen* yaitu kepuasan nasabah. operasional variabel sebagai berikut :

Tabel 2.3
Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Sub Indikator	Ukuran
Kualitas Pelayanan (X)	Kualitas pelayanan adalah berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampainnya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Suryani, 2017 : 210-211)	Tangible (Bukti Fisik)	1. Karyawan berpenampilan menarik 2. Ruang kantor nyaman 3. Fasilitas diruangan rapi 4. Ruang terlihat bersih 5. Lokasi strategis	Ordinal
		Emphaty (Empati)	1. Bank memahami kegiatan usaha nasabahnya 2. Bank berupaya memenuhi harapan nasabahnya 3. Pegawai memberikan perhatian kepada nasabah 4. Bank memberikan solusi bagi nasabah ketika mengalami kesulitan dalam mengangsur pembiayaan 5. Bank membuka akses untuk mendekati nasabahnya 6. Bank memberikan akses mudah untuk nasabah menyampaikan keluhan	Ordinal
		Reliability (Keandalan)	1. Pegawai melayani sesuai dengan yang dijanjikan 2. Jam buka layanan sesuai dengan jadwal 3. Layanan diberikan sesuai dengan prosedur 4. Jenis layanan yang diberikan sesuai dengan yang ditawarkan	Ordinal
		Responsiyeness (Daya Tanggap)	1. Pegawai tanggap dalam memenuhi kebutuhan nasabah 2. Pegawai cepat tanggap dalam membantu nasabah 3. Pegawai ramah ketika melayani 4. Pegawai cekatan dalam menangani keluhan nasabah	Ordinal
		Assurance (jaminan) (Suryani, 2017: 210-211)	1. Pegawai mampu menjelaskan produk perbankan 2. Pegawai memiliki pengetahuan tentang prinsip perbankan 3. Bank menjaga rasa aman nasabah 4. Pegawai bank menguasai pekerjaannya 5. Bank memiliki reputasi yang baik	Ordinal
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen adalah penilaian yang diberikan oleh pelanggan dalam penggunaan barang atau jasa, yang sebelum penggunaannya dibandingkan bersama dengan harapan.	Kecepatan Layanan	1. Customer service memeberikan pelayanan yang cepat dan akurat 2. Ketepatan dalam melaksanakan janji terhadap konsumen	Ordinal
		Fasilitas Layanan	1. Peralatan dan teknologi canggih yang dimiliki 2. Kemampuan customer	Ordinal

	(Tjiptono & Diana 2015:53)		service selalu siap dalam memenuhi kebutuhan nasabah	
		Keramahan Staf Layanan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Customer service selalu baik dalam berkomunikasi dengan nasabah 2. Menjamin keamanan nasabah dalam melakukan setiap transaksi 	Ordinal



BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.

Didirikan pada tanggal 5 Juli 1946, PT Bank Negara Indonesia (persero) Tbk atau BNI menjadi bank pertama milik negara yang lahir setelah kemerdekaan Indonesia. Lahir pada masa perjuangan kemerdekaan Republik Indonesia. BNI sempat berfungsi sebagai bank sentral dan bank bank umum sebagaimana tertuang dalam Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No. 2/1946. Bank Negara Indonesia mempunyai alat pembayaran resmi pertama Orang Republik Indonesia atau ORI pada tanggal 30 Oktober 1946 dicetak dan diedarkan oleh Bank Negara Indonesia. Pengusul dibentuknya sebuah Bank Sentral atau Bank Sirkulasi, serta sekaligus juga adalah sebagai pendiri dan Direktur Utama Bank Negara Indonesia yang pertama adalah Raden Mas (R.M.) Margono Djojohadikusumo. Menyusul penunjukan De Javaneche Bank yang merupakan warisan dari Pemerintah Belanda sebagai bank sentral pada tahun 1949, Pemerintah membatasi peran BNI sebagai bank sentral.

BNI lalu ditetapkan sebagai bank pembangunan dan diberikan hak untuk bertindak sebagai bank devisa pada tahun 1950 dengan akses langsung untuk transaksi luar negeri. Kantor cabang BNI pertama diluar negeri yang dibuka di Singapura. Pada 1955, Peran Bank Negara Indonesia beralih menjadi bank pembangunan dan kemudian mendapat hak untuk bertindak sebagai bank devisa. Sejalan dengan penambahan modal pada tahun 1955, status Bank Negara Indonesia beralih menjadi bank umum dengan penetapan secara yuridis melalui

Undang-Undang Darurat nomor 2 tahun 1955 Dengan adanya keinginan untuk melayani seluruh lapisan masyarakat dari Sabang sampai Merauke pada tahun 1960-an Bank Negara Indonesia memperkenalkan berbagai layanan perbankan seperti Bank Terapung, Bank Keliling, Bank Bocah dan Bank Sarinah. Tujuan utama dari pembentukan Bank Terapung adalah untuk melayani masyarakat yang tinggal di kepulauan seperti di Kepulauan Riau atau daerah yang sulit dijangkau dengan transportasi darat seperti Kalimantan. Selain itu juga meluncurkan Bank Keliling, yaitu jasa layanan perbankan di mobil keliling sebagai upaya proaktif untuk mendorong masyarakat menabung. Hal itu dilakukan Bank Negara Indonesia untuk mendukung perekonomian Indonesia semakin strategis.

Bank Negara Indonesia ditingkatkan ke Persero dengan nama PT Bank Negara Indonesia sesuai dengan UU No.17 Tahun 1968. Perubahan ini menjadikan Bank Negara Indonesia lebih dikenal dengan sebagai “ BNI 46 “. Kemudian karena ingin menggunakan nama panggilan yang lebih mudah diingat maka dirubah menjadi “ Bank BNI” bersamaan dengan perubahan identitas perusahaan tahun 1988. Tahun 1992, status hukum dan nama BNI berubah menjadi PT Bank Negara Indonesia (Persero), sementara keputusan untuk menjadi perusahaan publik diwujudkan melalui penawaran saham perdana di pasar modal pada tahun 1996 dan PT Bank Negara Indonesia (Persero), kini berubah menjadi PT Bank Negara Indonesia, Tbk.

PT Bank Negara Indonesia, Tbk ada di seluruh Indonesia dan salah satunya di Kota Jambi yaitu PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Utama Jambi yang berlokasi di Pasar Jambi, Jambi, Jambi City, Jambi 36123. PT

Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Utama Jambi menjadi salah satu Bank ternama di Kota Jambi dan memiliki nasabah yang lumayan banyak dari berbagai profesi. Tak hanya itu PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Utama Jambi juga bekerja sama dalam sistem penggajian dari instansi pemerintah dan juga perusahaan swasta. Produk dan Jasa yang ditawarkan oleh PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Utama Jambi kepada nasabah berupa : BNI Giro, BNI Dollar, BNI Taplus Anak & Co-Brand, BNI Taplus Muda & Co-Brand, BNI Haji, BNI Simpanan Pelajar, Layanan Asuransi, Layanan Buka Rekening, Layanan Setoran Tunai, Layanan Deposito, Layanan BNI Pinjaman, Layanan Jasa Transfer ke Rekening Bank tujuan jika tidak memiliki kartu ATM BNI dan Tabunganku .

3.1.1 Identitas Perusahaan Bank BNI

Pada tahun 2004, identitas perusahaan yang diperbaharui mulai digunakan untuk menciptakan suatu identitas yang tampak lebih segar, lebih modern, lebih dinamis, serta menggambarkan prospek masa depan yang baik setelah keberhasilan mengarungi masa-masa yang sulit. Identitas tersebut merupakan perwujudan brand baru yang tersusun dari angka “46” dan huruf “BNI”. Kedua bagian tersebut selanjutnya dikombinasikan dalam suatu logo baru BNI

a. Huruf BNI

Huruf BNI dibuat dalam nuansa turquoise, namun agak berbeda dengan sebelumnya. Hal ini untuk mencerminkan kekuatan, otoritas, kekukuhan dan keunikan dan citra yang lebih modern.

Sedangkan huruf “ BNI “ dibuat secara khusus untuk menghasilkan struktur yang orisinal.

b. Angka 46

Merupakan simbolis kelahiran BNI. Angka “ 46 ” sekaligus mencerminkan kebanggaan sebagai warisan bank pertama di Republik Indonesia dalam logo ini, angka “ 46 “ diletakan secara diagonal dari kiri bawah ke kanan atas, menembus kotak warna jingga. Desain ini untuk menggambarkan BNI baru lebih modern.

c. Warna

Warna korporat telah di desain ulang namun tetap mempertahankan warna korporat yang lama yakni turquoise dan jingga. Warna turquoise digunakan pada logo baru ini lebih gelap, lebih kuat/tegas mencerminkan citra yang lebih stabil dan kokoh. Sementara warna jingga yang baru lebih cerah dan kuat, mencerminkan citra yang lebih percaya diri dan segar. Logo “ 46 “ dan “ BNI “ mencerminkan tampilan yang modern dan dinamis. Sedangkan penggunaan warna korporat baru memperkuat identitas tersebut. Hal ini akan membantu BNI melakukan diferensiasi di pasar perbankan melalui identitas yang unik, segar dan modern.

3.1.2 Visi dan Misi Bank BNI

Setiap perusahaan memiliki visi dan misi agar tercapai apa yang diinginkan. Begitupula PT Bank Negara Indonesia (persero) sebagai salah satu

lembaga perbankan di Indonesia memiliki visi dan misi yang jelas demi kepuasan nasabah.

A. Visi Bank BNI

Menjadi bank yang unggul, terkemuka, dan terdepan dalam layanan dan kinerja. BNI berupaya menjadi bank yang “ unggul “ dalam bidang human kapital dan berkualitas, proses bisnis internal yang memberi nilai bagi nasabah melalui improvement dan inovasi melalui produk/jasa yang beragam dan terpadu, serta pengelolaan perbankan berkualitas dengan resiko terukur. “ Terkemuka “ adalah menjadi bank pilihan utama dengan kualitas layanan terbaik yang pada akhirnya akan menjadikan BNI “ terdepan “ dalam hal kinerja keuangan yang berkualitas dibandingkan peers sehingga memberikan kualitas investasi yang memuaskan bagi pemangku kepentingan.

B. Misi Bank BNI

1. Memberikan layanan prima dan solusi yang bernilai tambah kepada seluruh nasabah, dan selaku mitra pilihan utama.
2. Meningkatkan nilai investasi yang unggul bagi investor.
3. Menciptakan kondisi terbaik bagi karyawan sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi.
4. Meningkatkan kepedulian dan tanggungjawab terhadap lingkungan dan komunitas.
5. Menjadi acuan pelaksanaan kepatuhan dan kata kelola perusahaan yang baik.

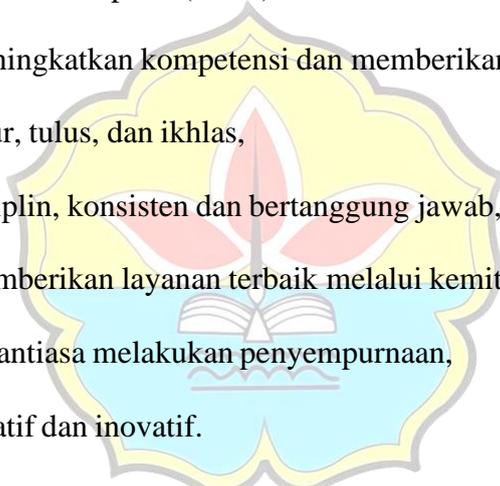
3.1.3 Budaya Kerja Bank BNI

Budaya kerja Bank BNI yang disebut dengan “PRINSIP 46” merupakan tuntutan perilaku insan BNI, terdiri dari 4 (empat) nilai budaya kerja yaitu :

- a. Profesionalisme,
- b. Integritas,
- c. Orientasi pelanggan,
- d. Perbaikan tiada henti.

Selain itu terdapat 6 (enam) “Nilai Perilaku Utama Insan BNI “, yaitu:

- a. Meningkatkan kompetensi dan memberikan hasil terbaik,
- b. Jujur, tulus, dan ikhlas,
- c. Disiplin, konsisten dan bertanggung jawab,
- d. Memberikan layanan terbaik melalui kemitraan yang sinergis,
- e. Senantiasa melakukan penyempurnaan,
- f. Kreatif dan inovatif.

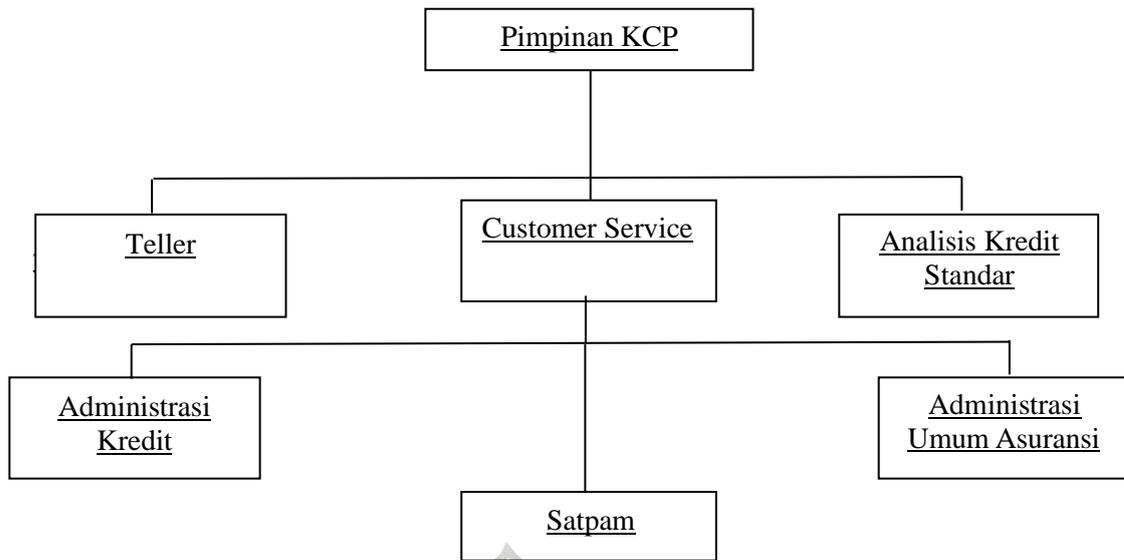


3.2 Struktur Organisasi PT Bank Negara Indonesia (persero) Tbk. Kantor Cabang Sutomo Jambi

Setiap perusahaan pada umumnya mempunyai struktur organisasi. Untuk mengantar kegiatan-kegiatan dengan baik , manajer harus menentukan komposisi stuktur organisasi. Dengan demikian stuktur organisasi adalah pola formal tentang bagaimana orang dan pekerjaan dikelompokan.

Adapun struktur organisasi PT. Bank Negara Indonesia (persero) Tbk. Kantor Cabang Sutomo Jambi dapat dilihat pada Gambar berikut ini :

Struktur
PT. Bank Negara Indonesia (persero) Tbk. Kantor Cabang Sutomo Jambi



Gambar 3.1
Struktur Organisasi PT. Bank Negara Indonesia (persero) Tbk. Kantor Cabang Sutomo Jambi

Sumber PT. BNI Kantor Cabang Sutomo Jambi Tahun 2023

Dalam stuktur organisasi PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Sutomo Jambi dapat dijelaskan wewenang dari tanggung jawab masing-masing bagian secara singkat adalah sebagai berikut :

3.3 Uraian Pokok Tugas dan Fungsi PT Bank Negara Indonesia (persero) Tbk. Kantor Cabang Sutomo Jambi

Adapun uraian tugas dan fungsi PT Bank Negara Indonesia (persero) Tbk. Kantor Cabang Sutomo Jambi Dapat dilihat sebagai berikut :

1. Head of KCP BNI Cabang Sutomo (Pemimpin KCP)

Tugas dan wewenang Pimpinan KCP :

- a. Mempersiapkan, mengusulkan, melakukan negoisasi, merivisi rencana kerja dan anggaran (RKA) dalam rangka mencapai target bisnis yang diterapkan,
- b. Membina dan mengkoordinasikan unit-ini kerja bawahnya untuk mencapai target yang telah ditetapkan,
- c. Memfungsikan semua unit kerja dibawahannya dan pekerja binaanya melaksanakan tugas atau pekerjaan sesuai dengan strategi yang telah ditetapkan guna mewujudkan pelayanan yang sebaik baiknya bagi nasabahnya,
- d. Mengawasi semua bawahnya dan unit-unit kerja dibawahnya dalam rangka melaksanakan dan mencapai sasaran dari kerja yang telah ditetapkan,
- e. Melaksanakan kegiatan pemasaran dana, jasa serta kredit dalam rangka memperluas pangsa pasar, dan
- f. Berperan sebagai Top Management dalam skala unit dalam menjalankan koodinasinasi dengan unit organisasi yang berada di lingkungan area kerjanya.

2. Customer Service

Customer service adalah pelayan yang disediakan oleh bank untuk melayani dan memberikan kepuasan kepada nasabah. Merupakan suatu bagian dari unit organisasi yang berada di front office yang berfungsi

sebagai sumber informasi dan perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan jasa – jasa pelayanan dan produk – produk perbankan.

Berikut adalah tugas, tanggung jawab dan wewenang customer service:

A. Tugas Customer Service:

- a. Memberikan pelayanan terhadap nasabah mengenai pembukaan tabungan, giro, Deposito dan permohonan lainnya,
- b. Memberikan informasi tentang berbagai produk jasa,
- c. Menerima, melayani dan mengatasi keluhan nasabah sehubungan dengan ketidakpuasan atas pelayanan yang diberikan oleh bank,
- d. Memberikan informasi tentang saldo dan mutasi nasabah,
- e. Mendata kartu ATM ke dalam buku register,
- f. Memperkenalkan dan menawarkan produk, dan jasa yang ada sesuai keinginan dan kebutuhan nasabah,
- g. Mengadministrasikan daftar hitam Bank Indonesia dan daftar rehabilitasi nasabah serta file nasabah,
- h. Mengadministrasikan buku cek, bilyet giro dan buku tabungan, dan
- i. Mengadministrasikan resi permintaan dan pengembalian buku cek, bilyet giro, serta surat kuasa.

B. Tanggung Jawab

Dalam menjalankan tugasnya seorang petugas customer service bertanggung jawab secara penuh untuk melayani nasabah sehingga nasabah

merasa puas terhadap hasil kerja customer service. Berikut tanggung jawab petugas customer service:

1. Pengenalan nasabah,
2. Pelayanan nasabah,
3. Kerahasiaan bank dan nasabah, dan
4. Kepatuhan terhadap peraturan perusahaan.

C. Wewenang

Wewenang petugas customer service adalah sebagai berikut:

1. Melakukan penolakan permintaan pembukaan rekening apabila tidak memenuhi persyaratan atau prosedur yang telah ditetapkan oleh bank,
2. Melakukan penolakan permintaan buku bilyet giro atau cek apabila tidak memenuhi persyaratan,
3. Melakukan penutupan rekening bank atas permintaan nasabah maupun karena sebab lainnya berdasarkan prosedur internal bank, dan
4. Melakukan pemblokiran rekening nasabah baik atas permintaan nasabah ataupun pihak lain yang berwenang.

3. Teller

Teller merupakan seorang petugas dari pihak bank yang berfungsi melayani nasabah dalam hal transaksi keuangan nasabah. Tugas, tanggung jawab dan wewenang Teller yaitu:

A. Tugas Teller

- a. Menerima setoran tabungan, deposito berjangka dan angsuran kredit,

- b. Membayar pencairan kredit, deposito berjangka dan kredit atas persetujuan Direksi,
- c. Menyetorkan uang setoran kredit, tabungan dan deposito ke bank,
- d. Mencatat transaksi penerimaan dan mengeluarkan kas dalam buku kas Teller Harian, dan
- e. Membayarkan pengeluaran kas atas biaya-biaya atau pembelian barang atas persetujuan Head Marketing and Finance atau Direksi.

B. Tanggung Jawab Teller

1. Melayani nasabah yang ingin menyertorkan, mengambil atau mentransfer uang dan lain – lain dengan teliti dan cepat,
2. Menjaga kerahasiaan bank dan nasabah,
3. Menjaga kebersihan dan kerapian ruang kerja,
4. Menjaga keamanan alat – alat identitas teller yaitu user ID, password, anak kunci cash box dan laci, dan Patuh terhadap peraturan perusahaan.

C. Wewenang Teller

Wewenang Teller meliputi hal – hal berikut ini :

1. Menerima setoran baik tunai maupun nontunai dari nasabah untuk diproses sesuai permintaan nasabah,
2. Melakukan pembayaran atas transaksi yang dilakukan nasabah sesuai dengan prosedur dan kebijakan bank,
3. Memproses penukaran uang kecil dari nasabah, dan

4. Melakukan verifikasi terhadap nasabah dengan melakukan pengecekan pada dokumen dan formulir sesuai dengan kebijakan, sistem dan prosedur bank.

4. Analisa Kredit Standar/ Junior Relationship Manager (JRM)

Tugas Analisa Kredit Standar/Junior Relationship Manager(JRM)

- a. Memonitor pemakaian fasilitas pinjaman debitur secara periodic dan konsisten,
- b. Memonitor jalanya usaha dan kelangsungan usaha debitur secara periodik dan konsisten, dan
- c. Menjaga komunikasi dengan debitur terutama yang usahanya sangat rentan dengan kondisi makro/mikro ekonomi, kebijakan pemerintah.

5. Administrasi Kredit

Tugas Administrasi Kredit yaitu:

- a. Melakukan pengadministrasian dokumen-dokumen kredit atau memfile dokumen-dokumen kredit, dan
- b. Memelihara dokumen-dokumen seluruh debitur, memonitor kredit jatuh tempo (expired).

6. Administrasi Umum Asuransi

Tugas Administrasi Umum Asuransi yaitu:

- a. Memberikan jaminan perlindungan dari resiko-resiko kerugian yang di derita satu pihak, dan

- b. Dasar bagi pihak bank untuk memberikan kredit karena bank memerlukan jaminan, perlindungan atas agunan yang diberikan oleh peminjam uang.

7. Satpam

Tugas Satpam Bank yaitu:

- a. Membantu informasi transaksi di ATM,
- b. Mendatangi nasabah dan membantu bertransaksinya,
- c. Mengarahkan mobil ke tempat parkir yang kosong,
- d. Membukakan pintu ketika nasabah datang,
- b. Memberikan pertanyaan tentang tujuan nasabah,
- c. Menjelaskan tentang cara melakukan transaksi kemana tujuannya nasabah,
- d. Mengarahkan nasabah ketempat transaksinya,
- e. Menanyakan apa yang terjadi masalah nasabah,
- f. Mengarahkan kemana nasabah bisa menyelesaikan masalahnya,
- g. Memberikan nomor antrian kepada nasabah, dan
- h. Membantu mengingatkan nasabah ketika mendapat panggilan antrian.

3.3 Tata Letak Perusahaan

PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Utama Jambi berlokasi di Pasar Jambi, Jambi, Jambi City, Jambi 36123.

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Hasil Penelitian

Dari kuesioner peneliti telah disebarkan sebanyak 100 orang pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi di dapat karakteristik responden sebagai berikut :

4.1.1 Karakteristik Responden

4.1.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari hasil penelitian responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat di tabel berikut :

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin (L/P)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Laki-laki	65	65
Perempuan	35	35
Jumlah	100	100

Sumber : Hasil Olah Data Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.1 diatas diketahui bahwa berdasarkan jenis kelamin yang menjadi responden penelitian ini di dominasi laki-laki yaitu sebanyak 65% sedangkan perempuan sebanyak 35%.

4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Karakteristik responden berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Menurut Umur

Umur Responden (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
< 20	6	6
20-30	44	44
31-40	32	32
41-50	10	10
> 50	8	8
Jumlah	100	100

Sumber : Hasil Olah Data Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.2 diatas proporsi responden menurut usia yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah responden yang berumur antara 20-30 tahun yaitu sebesar 44 orang atau 44%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi adalah berumur 20-30 tahun.

4.1.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Mahasiswa/Pelajar	10	10
Karyawan Swasta	23	23
Pengusaha	21	21
PNS	26	26
Polri / ABRI	20	20
Jumlah	100	100

Sumber : Hasil Olah Data Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.3 diatas proporsi responden menurut jenis pekerjaan yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah 26 orang atau sebesar 26% yang memiliki pekerjaan sebagai karyawan swasta. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi adalah lebih banyak didominasi oleh PNS.

4.1.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan

Karakteristik responden berdasarkan tingkat penghasilan perbulan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Penghasilan Perbulan

Penghasilan Perbulan (Rp Juta)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
< 3 Juta	35	35
3-5 Juta	23	23
5-7 Juta	20	20
> 7 Juta	22	22
Jumlah	100	100

Sumber : Hasil Olah Data Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.4 yaitu proporsi persentase pengelompokkan responden menurut penghasilan perbulan maka sebagian besar responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah responden yang berpenghasilan kecil dari 3 juta yaitu sebesar 35 orang atau 35%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar penghasilan perbulan nasabah PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi adalah kecil dari 3 juta.

4.1.2 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan pada nasabah PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi dapat terlihat dari hasil jawaban responden yaitu sebagai

berikut:

1. *Tangibles* (Bukti Fisik)

Dimana *tangibles* (Bukti Fisik) berpengaruh dalam memberikan kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi yang dapat dilihat melalui tabel berikut ini :

Tabel 4.5
Deskripsi Jawaban Responden Mengenai *Tangibles* (Bukti Fisik)

Item	Pertanyaan	Tanggapan Responden					Skor	Ket
		STS	TS	N	S	SS		
		1	2	3	4	5		
1.	Karyawan PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi berpenampilan menarik	-	8	30	36	26	380	Setuju
2.	Ruang kantor PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi nyaman	-	6	31	35	28	385	Setuju
3.	Fasilitas diruangan PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi tertata rapi	-	8	20	46	26	390	Setuju
4.	Ruangan PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi terlihat bersih	-	5	30	43	22	382	Setuju
5.	Lokasi PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi strategis	-	2	38	30	30	388	Setuju
	Total						1.925	
	Rata-rata						385	Setuju

Sumber : Hasil olah data Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat diketahui bahwa secara keseluruhan rata-rata nasabah PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi menilai *Tangibles* (Bukti Fisik) berada pada skor 385 artinya Setuju karena berada pada rentang skala 340 – 419. Maka dari itu *Tangibles* (Bukti Fisik) dikategorikan Baik pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi.

2. *Emphaty* (Empati)

Dimensi *emphaty* (Empati) berpengaruh dalam memberikan kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi yang dapat dilihat melalui tabel berikut ini :

Tabel 4.6
Deskripsi Jawaban Responden Mengenai *Emphaty* (Empati)

Item	Pertanyaan	Tanggapan Responden					Skor	Ket
		STS	TS	N	S	SS		
		1	2	3	4	5		
1.	PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi memahami kegiatan nasabahnya	-	4	30	40	26	388	Setuju
2.	PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi melakukan berupaya memenuhi harapan nasabahnya	-	6	27	34	33	394	Setuju
3.	Staf PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi memberikan perhatian kepada nasabah	-	7	30	37	26	382	Setuju
4.	PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi memberikan solusi bagi nasabah ketika mengalami kesulitan dalam mengangsur pembiayaan	-	3	25	45	27	396	Setuju
5.	PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi membuka akses untuk mendekati nasabahnya	-	9	30	40	21	373	Setuju
6.	PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi memberikan akses yang mudah bagi nasabah untuk menyampaikan keluhan	-	5	30	35	30	390	Setuju
Total							2.323	
Rata-rata							387	Setuju

Sumber : Hasil olah data Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat diketahui bahwa secara keseluruhan rata-rata nasabah PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi menilai

Emphaty (empati) berada pada skor 387 artinya Setuju karena berada pada rentang skala 340 – 419. Maka dari itu Emphaty (empati) dikategorikan Baik pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi.

3. *Reliability* (Kehandalan)

Dimensi *reliability* (Kehandalan) berpengaruh dalam memberikan kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi yang dapat dilihat melalui tabel berikut ini :

Tabel 4.7
Deskripsi Jawaban Responden Mengenai *Reliability* (Kehandalan)

Item	Pertanyaan	Tanggapan Responden					Skor	Ket
		STS	TS	N	S	SS		
		1	2	3	4	5		
1.	Pegawai PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi melayani sesuai dengan yang dijanjikan	-	-	29	38	33	404	Setuju
2.	Jam buka layanan PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi sesuai dengan yang di informasikan	-	-	27	37	36	409	Setuju
3.	Di PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi dipenuhi sesuai dengan ketentuan yang disampaikan kepada nasabah	-	-	24	46	30	406	Setuju
4.	Jenis layanan yang diberikan PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi sesuai dengan yang ditawarkan	-	-	25	47	28	403	Setuju
Total							1.622	
Rata-rata							405,5	Setuju

Sumber : Hasil olah data Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.7 diatas dapat diketahui bahwa secara keseluruhan rata-rata nasabah PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi menilai *Reliability* (Kehandalan) berada pada skor 405,5 artinya Setuju karena berada pada rentang skala 340 – 419. Maka dari itu *Reliability* (Kehandalan)

dikategorikan Baik pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi.

4. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Dimensi *responsiveness* (Daya Tanggap) berpengaruh dalam memberikan kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi yang dapat dilihat melalui tabel berikut ini :

Tabel 4.8
Deskripsi Jawaban Responden Mengenai *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Item	Pertanyaan	Tanggapan Responden					Skor	Ket
		STS	TS	N	S	SS		
		1	2	3	4	5		
1.	Pegawai PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi tanggap dalam memenuhi kebutuhan nasabah	-	6	30	38	26	384	Setuju
2.	Pegawai PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi cepat tanggap dalam membantu nasabah	-	12	28	32	28	376	Setuju
3.	Pegawai PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi ramah ketika melayani	-	8	27	39	26	383	Setuju
4.	Pegawai PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi cekatan dalam menangani keluhan nasabah	-	4	33	35	28	387	Setuju
Total							1.530	
Rata-rata							382,5	Setuju

Sumber : Hasil olah data Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.8 diatas dapat diketahui bahwa secara keseluruhan rata-rata nasabah PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi menilai *Responsiveness* (Daya Tanggap) berada pada skor 382,5 artinya Setuju karena berada pada rentang skala 340 – 419. Maka dari itu *Responsiveness* (Daya Tanggap) dikategorikan Baik pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi.

5. Assurance (Jaminan)

Dimensi *assurance* (Jaminan) berpengaruh dalam memberikan kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi dapat dilihat melalui tabel berikut ini :

Tabel 4.9
Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Assurance (Jaminan)

Item	Pertanyaan	Tanggapan Responden					Skor	Ket
		STS	TS	N	S	SS		
		1	2	3	4	5		
1.	Pegawai PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi meyakinkan dalam menjelaskan tentang produk perbankan.	-	8	27	35	30	387	Setuju
2.	Pegawai PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi memiliki pengetahuan tentang prinsip-prinsip dalam perbankan	-	6	27	37	30	391	Setuju
3.	PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi menjaga rasa aman nasabah	-	4	32	35	29	389	Setuju
4.	Karyawan PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi memiliki pengetahuan yang luas tentang produk perbankan	-	5	26	43	26	390	Setuju
5.	PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi memiliki reputasi sebagai bank yang menjalankan prinsip perbankan.	-	9	25	35	31	388	Setuju
	Total						1.945	
	Rata-rata						389	Setuju

Sumber : Hasil olah data Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat diketahui bahwa secara keseluruhan rata-rata nasabah PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi menilai Assurance (Jaminan) berada pada skor 395 artinya Setuju karena berada pada rentang skala 340 – 419. Maka dari itu Assurance (Jaminan)

dikategorikan Baik pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi.

Adapun rekap rata-rata skor untuk masing-masing indikator kualitas pelayanan pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi adalah sebagai berikut :

Tabel 4.10
Rekap Jawaban Indikator Kualitas Pelayanan

No	Dimensi	Skor Rata-Rata	Ket
1.	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	385	Setuju
2.	<i>Emphaty</i> (Empati)	387	Setuju
3.	<i>Reliability</i> (Kehandalan)	405,5	Setuju
4.	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	382,5	Setuju
5.	<i>Assurance</i> (Jaminan)	389	Setuju
Rata-rata		389,8	Setuju

Sumber : Hasil olah data Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.10 diatas diketahui bahwa konsumen menempatkan dimensi kualitas pelayanan yaitu *Reliability* (Kehandalan) sebagai yang tertinggi dengan rata-rata skor sebesar 405,5. Sedangkan dimensi *Responsiveness* (Daya Tanggap) dinilai sebagai yang terendah dengan skor 382,5. Dan rata-rata dari jawaban indikator kualitas pelayanan sebesar 389,8.

4.1.3 Deskripsi Variabel Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah dapat dilihat dari hasil jawaban responden sebagai berikut :

1. Kecepatan Layanan

Hasil jawaban responden terhadap indikator kecepatan layanan dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.11
Jawaban Responden Terhadap Kecepatan Layanan

Item	Pertanyaan	Tanggapan Responden					Skor	Ket
		STS	TS	N	S	SS		
		1	2	3	4	5		
1.	PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi memberikan pelayanan yang cepat dan akurat kepada nasabahnya	-	12	33	35	20	363	Setuju
2.	PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi memberikan ketepatan dalam melaksanakan janji terhadap nasabah	-	10	30	35	25	375	Setuju
	Total						738	
	Rata-rata						369	Setuju

Sumber : Hasil olah data Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.11 diatas dapat diketahui bahwa secara keseluruhan rata-rata nasabah PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi menilai kecepatan layanan berada pada skor 369 artinya Setuju karena berada pada rentang skala 340 – 419. Maka dari itu kecepatan layanan dikategorikan Puas pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi.

2. Fasilitas Layanan

Hasil jawaban responden terhadap indikator fasilitas layanan dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.12
Jawaban Responden Terhadap Fasilitas Layanan

Item	Pertanyaan	Tanggapan Responden					Skor	Ket
		STS	TS	N	S	SS		
		1	2	3	4	5		
1.	Peralatan dan teknologi canggih yang dimiliki oleh PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi	-	8	27	35	30	387	Setuju
2.	Kemampuan customer service PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi selalu siap dalam memenuhi kebutuhan nasabah	-	6	32	40	22	378	Setuju
	Total						765	
	Rata-rata						382,5	Setuju

Sumber : Hasil olah data Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.12 diatas dapat diketahui bahwa secara keseluruhan rata-rata nasabah PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi menilai fasilitas layanan berada pada skor 382,5 artinya Setuju karena berada pada rentang skala 340 – 419. Maka dari itu fasilitas layanan dikategorikan Puas pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi.

3. Keramahan Staff dan Layanan

Hasil jawaban responden terhadap indikator keramahan staff dan layanan dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.13
Jawaban Responden Terhadap Keramahan Staff dan Layanan

Item	Pertanyaan	Tanggapan Responden					Skor	Ket
		STS	TS	N	S	SS		
		1	2	3	4	5		
1.	Customer service PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi selalu baik dalam berkomunikasi dengan nasabah	-	11	29	35	25	374	Setuju
2.	PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi menjamin keamanan nasabah dalam melakukan setiap transaksi	-	9	31	30	30	381	Setuju
Total							755	
Rata-rata							377,5	Setuju

Sumber : Hasil olah data Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.13 diatas dapat diketahui bahwa secara keseluruhan rata-rata nasabah PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi menilai keramahan staff dan layanan berada pada skor 377,5 artinya Setuju karena berada pada rentang skala 340 – 419. Maka dari itu keramahan staff dan layanan dikategorikan Puas pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi.

Adapun rekap rata-rata skor untuk masing-masing indikator kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi adalah sebagai berikut :

Tabel 4.14
Rekap Jawaban Indikator Kepuasan Nasabah

No	Dimensi	Skor Rata-Rata	Ket
1.	Kecepatan Layanan	369	Setuju
2.	Fasilitas Layanan	382,5	Setuju
3.	Keramahan Staff dan Layanan	377,5	Setuju
Rata-rata		376,3	Setuju

Sumber : Hasil olah data Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.14 diatas diketahui bahwa nasabah menempatkan

dimensi kepuasan nasabah yaitu Fasilitas Layanan sebagai yang tertinggi dengan rata-rata skor sebesar 382,5. Sedangkan dimensi kecepatan layanan dinilai sebagai yang terendah dengan skor 369. Dan rata-rata dari jawaban indikator kepuasan nasabah sebesar 376,3 yaitu setuju.

4.1.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi

4.1.4.1 Persamaan Regresi Linier Sederhana

Untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi Tahun 2018-2022 digunakan rumus regresi linear sederhana yang diolah menggunakan alat bantu program SPSS 20. Rumus regresi linear sederhana adalah sebagai berikut (Syekh, 2011:94):

$$Y = a + b.X$$

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah berdasarkan perhitungan SPSS 22 dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.15
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,676	,325		12,012	,000
1 Kualitas Pelayanan	,567	,101	,305	4,936	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan keterangan diatas diketahui persamaan regresinya

adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,676 + 0,567X$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Nasabah

0,676 = Konstanta

0,567 = Koefisien Regresi

X = Kualitas Pelayanan

Berdasarkan persamaan regresi linier sederhana diatas, terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi.

Diketahui nilai konstanta sebesar 0,676 artinya apabila variabel independen (X) Kualitas Pelayanan (0), maka variabel dependen (Y) yaitu Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi tetap sebesar 0,676.

Koefisien regresi Kualitas Pelayanan bernilai positif sebesar 0,567. artinya apabila kualitas pelayanan PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi meningkat 1 satuan maka kepuasan nasabah PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi akan meningkat sebesar 0,567.

4.1.4.2 Koefisien Korelasi (r)

Untuk mengetahui korelasi keeratan hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah, maka korelasi dilambangkan dengan $r =$ koefisien korelasi jika nilai r tidak lebih dari harga $(-1 < r < +1)$, apabila $r =$

-1 artinya korelasinya sempurna positif. Selanjutnya nilai r akan dikonsultasikan dengan *table* interpretasi nilai r Supardi (2013:229)

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-0,100	Sangat Kuat

Tabel 4.16
Koefisien Korelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,501 ^a	,391	,281	,41304

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Koefisien korelasi (r) antara kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan nasabah (Y) adalah 0,501 artinya terdapat hubungan yang sedang antara variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan nasabah (Y) dilihat dari nilai r *table* interpretasi menurut Supardi (2013:229) .

4.1.4.3 Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi disimbolkan dengan R² ini adalah sebuah besaran yang mengukur ketepatan garis regresi. Maksimum nilai R² adalah 100% dan minimal nilai 0, jika R² kecil maka keeratan hubungan antara X dan Y kuat dan jika R² = 0 menunjukkan bahwa X tidak memiliki hubungan dengan Y. Model umum persamaan regresi adalah sebagai berikut :

$$R^2 = R^2 \times 100\%$$

Dimana R^2 = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

Tabel 4.17
Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,501 ^a	,391	,281	,41304

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Dari hasil pengujian SPSS maka diperoleh nilai koefisien determinasi =R square (R^2) sebesar 0,391 angka ini menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) mampu menjelaskan variabel kepuasan nasabah (Y) sebesar 39,1% dan sisanya sebesar 60,9% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

4.1.4.4 Uji Hipotesis t

Menghitung t_{tabel} (Sarwono,2012 :191) , menggunakan ketentuan berikut : $\alpha = 0,05$ (5%) dan Degree of Freedom (DF) = (N-2) atau 100-2=98 dan $t_{tabel} = 1,66055$

Tabel 4.18
Uji Hipotesis
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,676	,325		12,012	,000
1 Kualitas Pelayanan	,567	,101	,305	4,936	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh angka t_{hitung} 4,936 > 1,66055 (t_{tabel}) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi.

4.2 Analisis dan Pembahasan

4.2.1 Analisis Kualitas Pelayanan PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi

Adapun hasil rekap jawaban responden secara keseluruhan berdasarkan urutan prioritas terhadap kualitas pelayanan pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.19
Hasil Rekap Jawaban Responden Terhadap 5 Dimensi Kualitas Pelayanan

No	Indikator	Skor	Ket
	Dimensi <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)		
1	Karyawan PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi berpenampilan menarik	380	Setuju
2	Ruang kantor PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi nyaman	385	Setuju
3	Fasilitas diruangan PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi tertera rapi	390	Setuju
4	Ruangan PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama	382	Setuju

	Jambi terlihat bersih		
5	Lokasi PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi strategis	388	Setuju
	Skor rata-rata	385	Setuju
	Dimensi <i>Emphaty</i> (Empati)		
6	PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi memahami kegiatan nasabahnya	388	Setuju
7	PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi melakukan berupaya memenuhi harapan nasabahnya	394	Setuju
8	Staf PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi memberikan perhatian kepada nasabah	382	Setuju
9	PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi memberikan solusi bagi nasabah ketika mengalami kesulitan dalam mengangsur pembiayaan	396	Setuju
10	PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi membuka akses untuk mendekati nasabahnya	373	Setuju
11	PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi memberikan akses yang mudah bagi nasabah untuk menyampaikan keluhan	390	Setuju
	Skor rata-rata	387	Setuju
	Dimensi <i>Reliability</i> (Kehandalan)		
12	Pegawai PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi melayani sesuai dengan yang dijanjikan	404	Setuju
13	Jam buka layanan PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi sesuai dengan yang diinformasikan	409	Setuju
14	Di PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi dipenuhi sesuai dengan ketentuan yang disampaikan kepada nasabah	406	Setuju
15	Jenis layanan yang diberikan PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi sesuai dengan yang ditawarkan	403	Setuju
	Skor rata-rata	405,5	Setuju
	Dimensi <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)		
16	Pegawai PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi tanggap dalam memenuhi kebutuhan nasabah	384	Setuju
17	Pegawai PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi cepat tanggap dalam membantu nasabah	376	Setuju
18	Pegawai PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi ramah ketika melayani	383	Setuju
19	Pegawai PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi cekatan dalam menangani keluhan nasabah	387	Setuju
	Skor rata-rata	382,5	Setuju
	Dimensi <i>Assurance</i> (Jaminan)		
20	Pegawai PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi meyakinkan dalam menjelaskan tentang produk perbankan.	387	Setuju
21	Pegawai PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi memiliki pengetahuan tentang prinsip-prinsip	391	Setuju

	dalam perbankan		
22	PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi menjaga rasa aman nasabah	389	Setuju
23	Karyawan PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi memiliki pengetahuan yang luas tentang produk perbankan	390	Setuju
24	PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi memiliki reputasi sebagai bank yang menjalankan prinsip perbankan.	388	Setuju
	Skor rata-rata	389	Setuju
	Total	1.949	
	Rata-Rata	389,8	Setuju

Sumber : Hasil Olah Data Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.19 diatas diketahui rata-rata skor jawaban sebesar 389,8. Jawaban nasabah tertinggi yaitu berkaitan dengan Jam buka layanan PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi sesuai dengan yang di informasikan yaitu sebesar 409. Sementara itu, jawaban terendah berkaitan dengan PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi membuka akses untuk mendekati nasabahnya yaitu sebesar 373.

4.2.2 Analisis Kepuasan Nasabah PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi

Adapun hasil rekap jawaban responden secara keseluruhan berdasarkan urutan prioritas terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.20
Hasil Rekap Jawaban Responden Terhadap 3 Dimensi Kepuasan Nasabah

No	Indikator	Skor	Ket
1.	Dimensi Kecepatan Layanan Customer service PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi memberikan pelayanan yang cepat dan akurat kepada nasabahnya	363	Setuju
2.	PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi memberikan ketepatan dalam melaksanakan janji terhadap nasabah	375	Setuju

	Skor rata-rata	369	Setuju
3.	Dimensi Fasilitas Layanan Peralatan dan teknologi canggih yang dimiliki oleh PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi	387	Setuju
4.	Kemampuan customer service PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi selalu siap dalam memenuhi kebutuhan nasabah	378	Setuju
	Skor rata-rata	382,5	Setuju
5.	Dimensi Keramahan Staff dan Layanan Customer service PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi selalu baik dalam berkomunikasi dengan nasabah	374	Setuju
6.	PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi menjamin keamanan nasabah dalam melakukan setiap transaksi	381	Setuju
	Skor rata-rata	377,5	Setuju
	Total	1.129	
	Rata-Rata	376,3	Setuju

Sumber : Hasil Olah Data Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.20 diatas diketahui rata-rata skor jawaban sebesar 376,3. Artinya kepuasan nasabah dinilai setuju oleh nasabah. Jawaban nasabah tertinggi yaitu berkaitan dengan Peralatan dan teknologi canggih yang dimiliki oleh PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi. Yaitu sebesar 387. Sementara itu, jawaban terendah berkaitan dengan Customer service PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi memberikan pelayanan yang cepat dan akurat kepada nasabahnya yaitu sebesar 363. Dapat disimpulkan bahwa puas atau tidaknya nasabah tergantung dari pelayanan yang cepat dan akurat dari staf PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi kepada nasabah sebagai perusahaan perbankan di Kota Jambi. Perbankan menurut (Herman Darmawi 2011 : 1) adalah segala sesuatu yang menyangkut Bank, mencakup Kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya “

4.2.3 Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan

Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi

Koefisien regresi kualitas pelayanan (X) sebesar 0,567 artinya jika kualitas pelayanan (X) mengalami peningkatan 1 satuan maka kepuasan nasabah (Y) PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi naik sebesar 0,567.

Koefisien korelasi dari nilai $r = 0,501$ artinya kualitas pelayanan (X) memiliki hubungan yang sedang dengan kepuasan konsumen (Y) Pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi yang sebesar 0,501.

Koefisien determinasi diketahui dari nilai $R^2 = 0,391$ (39,1%) yang artinya kualitas pelayanan (X) mampu menjelaskan kepuasan nasabah (Y) pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi yaitu sebesar 39,1% dan sisanya 60,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.2.4 Pengujian Hipotesis

Dari pengujian diatas dapat dipaparkan secara rinci pengujian hipotesis kualitas pelayanan yang akan dibahas secara bertahap sesuai dengan hipotesis yang diajukan pada kualitas pelayanan ini diajukan 2 hioptesis yang selanjutnya pembahasan sebagai berikut :

a. Uji Hipotesis 1

Karakteristik kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen diduga setuju dari hasil kualitas pelayanan yang dilakukan. Adapun karakteristik kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah adalah sebagai

berikut :

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan dengan nilai rata-rata 389,8, jika dilihat pada rentang skala yaitu 340 – 419 artinya kualitas pelayanan pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi adalah setuju/baik.

2. Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah dengan rata-rata 376,3 berada pada rentang skala 340 – 419 artinya kepuasan konsumen pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi adalah setuju/baik. Dari paparan diatas dapat disimpulkan bahwa variabel dalam kualitas pelayanan ini berada pada kinerja sangat baik. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis 1 dalam kualitas pelayanan nasabah ini diterima.

b. Uji Hipotesis 2

Hipotesis 2 dalam kualitas pelayanan (X) ini berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Berdasarkan dari pengolahan data dan hasil perhitungan regresi linier pengaruh kualitas pelayanan sebesar 0,567. Artinya kualitas pelayanan sedang.

4.2.5 Pembahasan

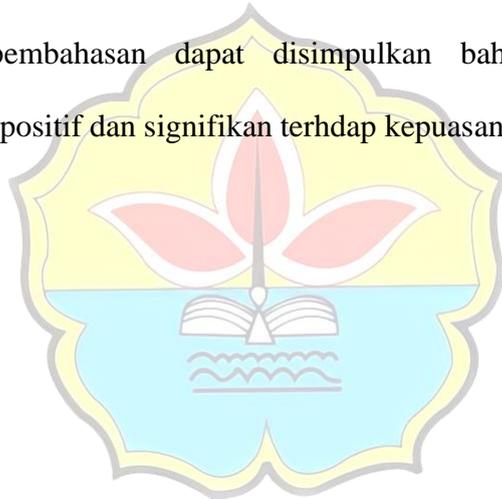
Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi. Ini menggambarkan bahwa

semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan nasabah maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah terhadap jasa keuangan pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana variabel (X) Kualitas Pelayanan terhadap variabel (Y) Kepuasan Nasabah yaitu $Y = 0,676 + 0,567X$, artinya terdapat hubungan yang positif jika kualitas pelayanan meningkat satuan maka akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,567. Hal ini sejalan dengan teori kepuasan nasabah.

Koefisien korelasi dari nilai $r = 0,501$ artinya kualitas pelayanan (X) memiliki hubungan yang sedang dengan kepuasan nasabah (Y) Pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi yang sebesar 0,501%. Koefisien determinasi diketahui dari nilai $R^2 = 0,391$ (39,1%) yang artinya kualitas pelayanan (X) mampu menjelaskan kepuasan nasabah (Y) pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi yaitu sebesar 39,1% dan sisanya 60,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah diantaranya : harga dari jasa perusahaan tersebut, Promosi, dan lain-lain. Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Sandy Damara Putra (2015) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Bengkel Mobil Montecarlo Group Surakarta). Dimana ia juga menjelaskan nilai R Square (R^2) diperoleh 0,205 atau sebesar 20,5% sedangkan sisanya 79,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal selain variabel *independen* dalam regresi.

Berdasarkan hasil perhitungan uji hipotesis (t) diperoleh angka t_{hitung} 4,936 > 1,66055 (t_{tabel}) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi. Hasil penelitian sejalan dengan yang dilakukan oleh Suko Amri Wibowo (2015) berjudul Pengaruh Pelayanan Jasa Indosat M2 Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada PT Indosat Tbk. Medan Perjuangan). Hasil penelitian ini dari hasil uji t hipotesis yang memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 6,235 lebih besar dari pada t_{tabel} 1,66388 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dari hasil analisis data dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

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

1. Kualitas layanan kurang baik. Berdasarkan data primer yang diolah, variabel (X) kualitas layanan dan variabel (Y) kepuasan nasabah berpengaruh. Dimana Kualitas Pelayanan nilai rata-rata 389,8, jika dilihat pada rentang skala yaitu 340 – 419 artinya kualitas pelayanan pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi berkategori baik. Kepuasan nasabah nilai rata-rata 376,3 berada pada rentang skala 340 – 419 artinya kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi berkategori baik.
2. Berdasarkan uji statistik persamaan regresi linier sederhana sebesar $Y = 0,676 + 0,567X$. Koefisien determinasi (R^2) = 0,391 (39,1%) yang artinya kualitas pelayanan mampu menjelaskan kepuasan nasabah (Y) pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi yaitu sebesar 39,1% dan sisanya 60,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji hipotesis t dapat diketahui t_{hitung} 4,936 lebih besar dari t_{tabel} 1,66055, maka H_0 ditolak H_1 diterima artinya Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi.

5.2 Saran

Bagi pihak PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi penulis memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Skor terendah dari kualitas pelayanan yaitu dalam hal PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi kurang membuka akses untuk mendekati nasabahnya. Disarankan bagi pihak atasan perusahaan harus lebih mengontrol kinerja karyawannya serta melatih karyawannya agar dapat membuka akses dalam berinteraksi dengan para nasabah secara elektronik sehingga staf mampu untuk mendekati nasabahnya serta menawarkan jasa layanan dari perbankan tersebut.
2. Skor terendah dari kepuasan nasabah pada penelitian ini yaitu dalam hal Customer service PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi kurang memberikan pelayanan yang cepat dan akurat kepada nasabahnya. Maka dari itu disarankan bagi pihak atasan perusahaan harus lebih mengontrol kinerja karyawannya serta melatih karyawannya agar dapat memberikan pelayanan yang cepat dan akurat kepada nasabah.
3. Berdasarkan hasil penelitian, hasil kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Dari hasil pengujian SPSS maka diperoleh nilai koefisien determinasi =R square (R^2) sebesar 0,391 angka ini menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) mampu menjelaskan variabel kepuasan nasabah (Y) sebesar 39,1% dan sisanya sebesar 60,9% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini. Akan tetapi penulis memberi saran kepada peneliti lain, untuk meneliti faktor-

faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah diantaranya : harga dari jasa perusahaan tersebut, Promosi, dan lain-lain.



DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Penerbit Alfabeta Bandung.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan ke-11. Jakarta: PTRajagrafindo Persada.
- Bungin, Burhan. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Effendi, Usman. 2014. *Asas Manajemen*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hardiansyah. 2018. *Kualitas Pelayanan Publik* (edisi revisi). Yogyakarta : Gava Media.
- Hardiyansyah, 2011. *Kualitas Pelayanan Publik: Konsep, Dimensi, Indikator, dan Implementasi*. Yogyakarta: Gava Media.
- Hasibuan, Malayu S. P. 2010. *Pengantar Manajemen* . Jakarta. PT Bumi Aksara
- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent*. PT Raja Grafindo Persada. Depok
- Kismono, Gugup 2011. *Manajemen Pengantar*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UGM.
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, Keller, & Kevin L. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi ke-3. Jakarta: Salemba Empat.
- M. Mursid, 2013, *Manajemen Pemasaran*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Manullang, 2016, *Dasar-Dasar Manajemen*, Gadjah Mada University Press.P.O.BOX 14, Bulaksumur, Yogyakarta.
- Putong, Iskandar. 2013. *Economics Pengantar Mikro dan Makro*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Putra, Damara Sandy. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pada Bengkel Mobil Montercarlo Group. di Surakarta*. Jurnal Eko dan Bisnis, vol 16, no 8.

- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Edisi pertama. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Setiadi, Nugroho J. 2008. *Perilaku Konsumen (Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran)*. Edisi Pertama, cetakan Ke-3. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sumanto. (2014). *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Sunardi. 2012. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel AHASS PT. Rahayu Abadi di Gresik*. Jurnal Eko dan Bisnis, vol 11, no 3
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Cetakan ke-1. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Suryani, Tatik. 2017. *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global (Menciptakan Nilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah)*. Edisi Pertama. Prenadamedia Group.
- Tjiptono, F, Diana. 2015. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: C. V Andi OFFSET Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Umar, Husein. 2013. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi ke2. Jakarta: PT Raja Garfindo Persada.
- Wahab, W. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Toyota di kota Pekanbaru*. Jurnal Kajian Ekonomi Islam, vol 2, no 1
- Wibowo, Amri Suko. 2015. *Pengaruh Pelayanan Jasa Indosat m2 Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Pada PT. Indosat Tbk. di Medan Perjuangan*. Jurnal Eko dan Bisnis, vol 10, no 6.

**LAMPIRAN
KUESIONER PENELITIAN**

Kepada:

Yth: Bapak/Ibu/Saudara/i

Di Tempat

Saya adalah Mahasiswa Universitas Batanghari Jambi yang saat ini sedang melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi" Penelitian ini merupakan syarat untuk kelulusan dijenjang pendidikan Strata Satu(S1).

Adapun identitas saya adalah sebagai berikut:

Nama : Nawang Wulan

Nim 1900861201202

Judul : "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi"

Berkaitan dengan hal tersebut, saya mohon bantuan kepada Bapak/Ibu/Saudara/i untuk bersedia mengisi kuesioner sesuai dengan pernyataan-pernyataan yang tertera berikut ini. Bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i sangat saya harapkan demi terselesaikannya penelitian ini. Jawaban dan identitas responden akan terjamin kerahasiaannya.

Atas bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini, dengan rendah hati saya ucapkan terima kasih.

Peneliti

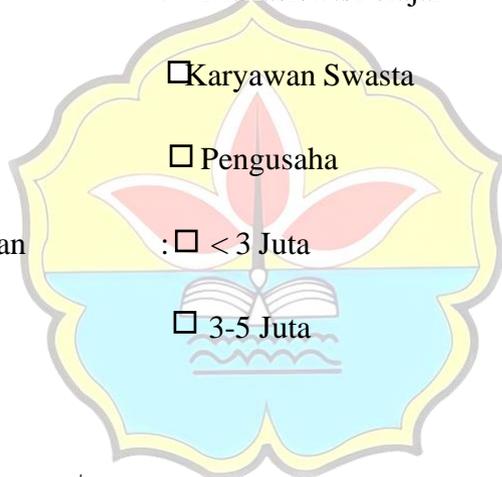
Nawang Wulan

DAFTAR PERTANYAAN

Karakteristik Responden

Mohon diisi semua pertanyaan dibawah ini dengan memberi tanda (√) pada jawaban yang paling sesuai.

1. No Responden :
2. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
3. Umur : < 20 Tahun 20-30 Tahun
 31-40 Tahun 41-50 Tahun
 > 50 Tahun
4. Pekerjaan : Mahasiswa/Pelajar PNS
 Karyawan Swasta Polri/ABRI
 Pengusaha
5. Penghasilan : < 3 Juta 5-7 Juta
 3-5 Juta > 7 Juta



Isilah tanda conteng (√) pada jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i anggap paling cocok. (satu jawaban saja)

Keterangan :

- STS** : Sangat Tidak Setuju
TS : Tidak Setuju
N : Netral
S : Setuju
SS : Sangat Setuju

ITEM PERNYATAAN :
Kualitas Pelayanan

1. Tangibles (Bukti Fisik)

No	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	Karyawan PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi berpenampilan menarik					
2.	Ruang kantor PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi nyaman					
3.	Fasilitas diruangan PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi tertera rapi					
4.	Ruangan PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi terlihat bersih					
5.	Lokasi PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi strategis					

2. Emphaty (Empati)

No	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi memahami kegiatan nasabahnya					
2.	PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi melakukan berupaya memenuhi harapan nasabahnya					
3.	Staf PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi memberikan perhatian kepada nasabah					
4.	PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi memberikan solusi bagi nasabah ketika mengalami kesulitan dalam mengangsur pembiayaan					
5.	PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi membuka akses untuk mendekati nasabahnya					
6.	PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi memberikan akses yang mudah bagi nasabah untuk menyampaikan keluhan					

3. Reliability (Keandalan)

No	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	Pegawai PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi melayani sesuai dengan yang dijanjikan					
2.	Jam buka layanan PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi sesuai dengan yang di informasikan					
3.	Di PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi dipenuhi sesuai dengan ketentuan yang disampaikan kepada nasabah					
4.	Jenis layanan yang diberikan PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi sesuai dengan yang ditawarkan					

4. Responsiveness (Daya Tanggap)

No	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	Pegawai PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi tanggap dalam memenuhi kebutuhan nasabah					
2.	Pegawai PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi cepat tanggap dalam membantu nasabah					
3.	Pegawai PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi ramah ketika melayani					
4.	Pegawai PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi cekatan dalam menangani keluhan nasabah					

5. Assurance (Jaminan)

No	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	Pegawai PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi meyakinkan dalam menjelaskan tentang produk perbankan.					
2.	Pegawai PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi memiliki pengetahuan tentang prinsip-prinsip dalam perbankan					

3.	PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi menjaga rasa aman nasabah					
4.	Karyawan PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi memiliki pengetahuan yang luas tentang produk perbankan					
5.	PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi memiliki reputasi sebagai bank yang menjalankan prinsip perbankan.					

Kepuasan Nasabah :

No	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	Kecepatan Layanan Customer service PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi memberikan pelayanan yang cepat dan akurat kepada nasabahnya					
2.	PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi memberikan ketepatan dalam melaksanakan janji terhadap nasabah					
3.	Fasilitas Layanan Peralatan dan teknologi canggih yang dimiliki oleh PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi					
4.	Kemampuan customer service PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi selalu siap dalam memenuhi kebutuhan nasabah					
5.	Keramahan Staff dan Layanan Customer service PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi selalu baik dalam berkomunikasi dengan nasabah					
6.	PT. Bank Negara Indonesia Cabang Utama Jambi menjamin keamanan nasabah dalam melakukan setiap transaksi					

Tabulasi Data Ordinal

No	KUALITAS PELAYANAN (X)																								
	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	X.10	X.11	X.12	X.13	X.14	X.15	X.16	X.17	X.18	X.19	X.20	X.21	X.22	X.23	X.24	Total
1	5	2	4	5	3	5	4	5	2	4	3	4	5	4	2	5	5	2	4	5	4	2	5	5	94
2	2	4	5	2	5	5	3	4	5	5	3	4	4	4	3	5	2	4	5	2	4	3	5	2	90
3	4	2	5	2	2	5	2	2	5	5	3	4	5	4	3	5	4	2	5	2	4	3	5	4	87
4	2	2	4	3	5	2	2	4	5	5	3	4	4	4	3	5	2	2	4	3	4	3	5	2	82
5	4	2	3	5	4	4	4	2	5	5	3	4	4	4	3	5	4	2	3	5	4	3	5	4	91
6	2	4	2	3	2	2	5	4	4	5	3	4	5	4	3	5	2	4	2	3	4	3	5	2	82
7	2	2	5	2	4	5	2	4	5	4	3	4	4	4	4	5	2	2	5	2	4	4	5	2	85
8	2	5	2	2	3	4	5	4	5	5	3	4	4	4	3	5	2	5	2	2	4	3	5	2	85
9	2	5	2	3	5	3	2	3	5	5	3	4	4	4	3	5	2	5	2	3	4	3	5	2	84
10	4	4	2	2	3	3	5	3	5	5	3	4	5	4	4	5	4	4	2	2	4	4	5	4	90
11	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	3	4	4	4	3	5	4	4	4	3	4	3	5	4	94
12	4	4	3	3	5	3	5	3	5	5	3	4	4	4	3	5	4	4	3	3	4	3	5	4	93
13	4	4	3	3	3	3	5	3	5	4	3	4	4	4	3	5	4	4	3	3	4	3	5	4	90
14	4	4	3	2	5	4	4	3	5	5	3	4	5	5	3	5	4	4	3	2	5	3	5	4	94
15	2	4	3	3	3	3	3	4	5	4	3	4	4	4	3	5	2	4	3	3	4	3	5	2	83
16	4	4	4	3	3	3	5	3	5	3	3	4	4	3	4	5	4	4	4	3	3	4	5	4	91
17	4	4	3	3	5	4	3	3	5	3	3	4	4	4	3	5	4	4	3	3	4	3	5	4	90
18	4	4	3	2	3	3	4	5	5	4	3	5	4	5	3	5	4	4	3	2	5	3	5	4	92
19	4	4	3	5	3	4	3	4	5	4	3	4	4	4	3	5	4	4	3	5	4	3	5	4	94
20	4	4	4	3	3	3	3	5	4	3	3	4	2	4	5	5	4	4	4	3	4	5	5	4	92
21	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	5	4	4	3	3	4	3	5	4	87
22	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	4	3	5	3	4	3	3	4	3	5	3	83
23	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	5	4	4	3	5	4	4	3	4	4	3	5	4	90
24	3	4	4	3	3	5	3	3	4	5	3	4	4	4	5	5	3	4	4	3	4	5	5	3	93
25	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	5	4	4	3	3	4	3	5	4	86
26	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	5	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	86
27	4	4	3	5	3	3	5	3	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4	3	5	4	5	4	4	93
28	4	4	4	3	3	5	3	3	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	91
29	4	4	3	3	5	3	5	3	5	3	3	4	3	4	5	4	4	4	3	3	4	5	4	4	92
30	4	4	3	5	3	4	3	3	5	3	3	4	3	4	5	4	4	4	3	5	4	5	4	4	93
31	3	3	3	3	5	2	5	3	5	4	3	4	4	4	5	4	3	3	3	3	4	5	4	3	88
32	3	5	4	3	4	4	2	3	5	5	5	4	4	3	5	4	3	5	4	3	3	5	4	3	93
33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	4	4	5	4	3	3	3	3	4	5	4	3	84
34	2	4	4	4	5	5	3	3	3	3	5	4	4	4	5	4	2	4	4	4	4	5	4	2	91
35	3	4	3	4	3	3	4	3	5	5	5	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	5	4	3	93
36	3	4	5	4	3	4	4	3	5	5	5	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	3	98

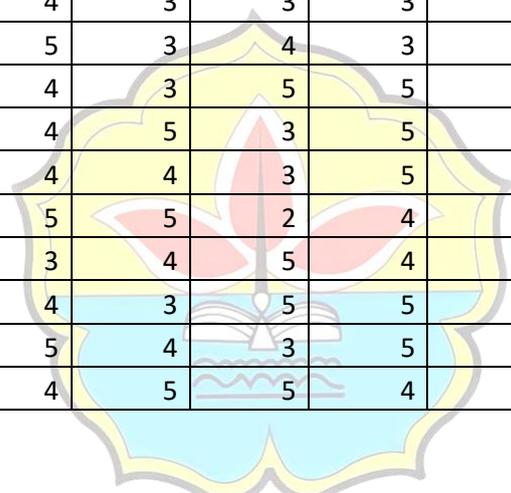
37	2	5	3	5	3	4	4	3	5	5	5	3	4	4	5	4	2	5	3	5	4	5	4	2	94	
38	3	3	3	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	3	3	4	4	5	4	3	95	
39	3	3	5	4	3	3	4	4	2	3	5	4	4	4	5	4	3	3	5	4	4	5	4	3	91	
40	3	3	3	4	3	3	5	4	3	3	5	4	4	3	5	4	3	3	3	4	3	5	4	3	87	
41	3	5	3	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	5	3	4	4	5	4	3	98	
42	3	3	5	5	3	4	4	4	3	3	5	4	4	5	5	4	3	3	5	5	5	5	4	3	97	
43	3	3	3	4	3	2	5	4	3	5	5	4	4	5	5	4	3	3	3	4	5	5	4	3	92	
44	2	3	3	4	3	4	4	4	3	3	5	5	4	5	5	4	2	3	3	4	5	5	4	2	89	
45	3	3	4	4	3	4	3	5	4	3	5	5	4	5	5	4	3	3	4	4	5	5	4	3	95	
46	3	3	3	5	3	5	4	4	3	3	5	5	4	3	5	4	3	3	3	5	3	5	4	3	91	
47	3	3	3	4	4	4	2	4	3	3	5	5	5	5	5	4	3	3	3	4	5	5	4	3	92	
48	3	3	5	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	4	3	3	5	4	5	5	4	3	99	
49	2	3	3	4	4	4	3	5	4	2	5	5	5	5	5	4	2	3	3	4	5	5	4	2	91	
50	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	3	3	4	4	4	5	4	3	94	
51	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	3	4	4	5	5	4	3	98	
52	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	3	3	4	5	5	4	3	95	
53	3	3	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	3	3	4	5	5	5	4	3	100	
54	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3	3	4	4	5	5	4	3	97
55	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3	3	4	4	5	5	4	3	98
56	2	3	3	5	4	5	4	5	4	3	4	5	5	5	5	4	2	3	3	5	5	5	4	2	95	
57	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	3	3	4	4	4	5	4	3	95
58	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	3	4	4	5	4	4	3	95
59	3	3	4	3	4	5	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	3	4	3	5	4	4	3	93
60	3	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	3	5	4	4	3	3	4	4	5	4	4	3	95	
61	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	105
62	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	106
63	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	3	5	5	4	4	5	4	3	5	98
64	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	3	3	3	4	3	4	5	4	4	3	4	3	4	92	
65	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	5	5	5	5	3	4	3	5	99
66	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	5	5	4	4	3	4	3	5	95
67	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	3	3	4	3	5	5	4	4	3	4	3	5	95
68	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	3	5	5	4	4	5	4	3	5	99
69	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	3	5	3	5	5	5	4	3	5	3	5	101
70	5	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	3	3	3	4	3	5	5	4	4	3	4	3	5	96	
71	3	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	5	3	3	5	4	3	3	5	3	3	88	
72	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	5	4	3	5	5	4	4	5	4	3	5	101	
73	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	5	5	4	4	3	4	3	5	95
74	5	5	2	3	4	3	5	4	4	4	4	4	3	5	3	5	3	5	5	2	3	3	5	3	5	93
75	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	3	4	5	5	5	4	4	3	4	5	5	100	

76	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	3	4	5	5	5	4	4	3	4	5	5	101	
77	3	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	3	5	4	3	3	4	3	3	89		
78	5	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3	3	3	4	3	5	5	4	4	3	4	3	5	95	
79	5	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	3	5	3	4	5	5	5	3	4	3	4	5	5	100	
80	5	5	4	4	4	4	3	4	4	3	5	4	5	3	4	3	5	5	4	4	3	4	3	5	97	
81	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	5	4	3	5	5	4	4	5	4	3	5	100	
82	3	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	5	3	4	5	3	5	4	4	3	4	5	3	93	
83	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	5	5	4	5	3	4	3	5	100	
84	5	5	3	4	4	4	5	4	3	4	4	3	4	3	4	3	5	5	3	4	3	4	3	5	94	
85	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	5	5	4	4	3	4	3	5	94	
86	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	4	3	5	5	4	5	3	4	3	5	99	
87	5	5	4	4	4	4	2	4	5	3	4	3	3	5	4	3	5	5	4	4	5	4	3	5	97	
88	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	3	5	4	4	3	4	4	3	92	
89	5	5	3	5	4	4	5	4	3	5	5	3	3	3	4	3	5	5	3	5	3	4	3	5	97	
90	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	3	4	5	5	5	4	4	3	4	5	5	101	
91	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	5	5	5	5	4	3	4	5	5	99	
92	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	5	5	5	3	3	3	4	5	5	97
93	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	3	5	5	5	4	5	4	3	5	103
94	3	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	3	5	4	4	3	5	5	4	5	4	4	3	101	
95	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	5	5	5	3	5	4	3	5	100	
96	2	3	4	5	2	5	3	2	5	3	5	5	2	4	5	4	2	3	4	5	4	5	4	2	88	
97	4	4	3	4	3	4	3	3	3	2	3	4	5	4	3	5	4	4	3	4	4	3	5	4	88	
98	3	5	4	2	5	5	4	3	4	5	4	3	5	5	3	4	3	5	4	2	5	3	4	3	93	
99	4	5	3	5	3	3	2	5	5	4	5	4	3	5	4	5	4	5	3	5	5	4	5	4	100	
100	5	2	4	5	2	5	5	4	2	3	4	5	5	4	5	4	5	2	4	5	4	5	4	5	98	

No	KEPUASAN NASABAH (Y)						Total
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	
1	3	4	5	4	2	5	23
2	3	4	4	4	3	5	23
3	3	4	5	4	3	5	24
4	3	4	4	4	3	5	23
5	3	4	4	4	3	5	23
6	3	4	5	4	3	5	24
7	3	4	4	4	4	5	24
8	3	4	4	4	3	5	23
9	3	4	4	4	3	5	23
10	3	4	5	4	4	5	25
11	3	4	4	4	3	5	23
12	3	4	4	4	3	5	23
13	3	4	4	4	3	5	23
14	3	4	5	5	3	5	25
15	3	4	4	4	3	5	23
16	3	4	4	3	4	5	23
17	3	4	4	4	3	5	23
18	3	5	4	5	3	5	25
19	3	4	4	4	3	5	23
20	3	4	2	4	5	5	23
21	3	4	4	4	3	5	23
22	3	4	5	4	3	5	24
23	3	5	4	4	3	5	24
24	3	4	4	4	5	5	25
25	3	4	4	4	3	5	23
26	3	4	5	4	3	4	23
27	3	4	4	4	5	4	24
28	3	4	4	4	5	4	24
29	3	4	3	4	5	4	23
30	3	4	3	4	5	4	23
31	3	4	4	4	5	4	24
32	5	4	4	3	5	4	25
33	5	4	4	4	5	4	26
34	5	4	4	4	5	4	26
35	5	4	4	4	5	4	26
36	5	4	4	4	5	4	26
37	5	3	4	4	5	4	25

38	5	4	4	4	5	4	26
39	5	4	4	4	5	4	26
40	5	4	4	3	5	4	25
41	5	4	4	4	5	4	26
42	5	4	4	5	5	4	27
43	5	4	4	5	5	4	27
44	5	5	4	5	5	4	28
45	5	5	4	5	5	4	28
46	5	5	4	3	5	4	26
47	5	5	5	5	5	4	29
48	5	5	5	5	5	4	29
49	5	5	5	5	5	4	29
50	5	5	5	4	5	4	28
51	5	5	5	5	5	4	29
52	5	5	5	5	5	4	29
53	5	5	4	5	5	4	28
54	4	5	5	5	5	4	28
55	4	5	5	5	5	4	28
56	4	5	5	5	5	4	28
57	4	5	5	4	5	4	27
58	4	5	5	5	4	4	27
59	4	5	5	5	4	4	27
60	4	5	3	5	4	4	25
61	4	5	3	5	4	4	25
62	4	5	3	5	4	4	25
63	4	3	3	5	4	3	22
64	4	3	3	3	4	3	20
65	4	3	3	3	4	3	20
66	4	3	3	3	4	3	20
67	4	3	3	3	4	3	20
68	4	3	3	5	4	3	22
69	4	3	5	3	5	3	23
70	4	3	3	3	4	3	20
71	4	3	3	3	5	3	21
72	4	4	3	5	4	3	23
73	4	3	3	3	4	3	20
74	4	3	5	3	5	3	23
75	4	3	5	3	4	5	24
76	4	3	5	3	4	5	24

77	4	3	4	3	4	3	21
78	4	3	3	3	4	3	20
79	4	3	5	3	4	5	24
80	5	4	5	3	4	3	24
81	4	3	3	5	4	3	22
82	4	3	5	3	4	5	24
83	5	4	4	3	4	3	23
84	4	3	4	3	4	3	21
85	4	3	3	3	4	3	20
86	3	5	4	3	4	3	22
87	4	3	3	5	4	3	22
88	4	3	5	3	4	4	23
89	5	3	3	3	4	3	21
90	4	3	5	3	4	5	24
91	4	3	3	3	4	5	22
92	5	3	4	3	4	5	24
93	4	3	5	5	4	3	24
94	4	5	3	5	4	4	25
95	4	4	3	5	4	3	23
96	5	5	2	4	5	4	25
97	3	4	5	4	3	5	24
98	4	3	5	5	3	4	24
99	5	4	3	5	4	5	26
100	4	5	5	4	5	4	27



OUTPUT SPSS

A. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Reliability

a. Reliability Variabel (X) Kualitas Pelayanan

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Cronbach's Alpha	N of Items
.632	24

b. Reliability Variabel (Y) Kepuasan Nasabah

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

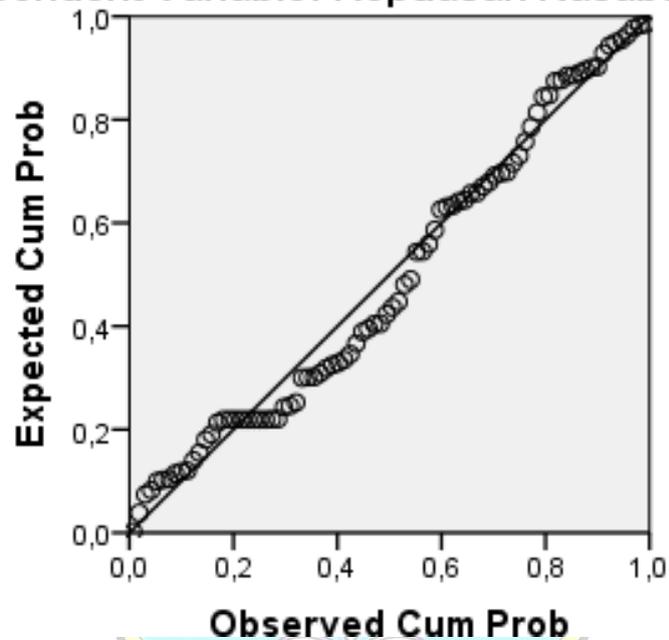
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Cronbach's Alpha	N of Items
.708	6

2. Uji Normalitas
 - a. Grafik

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Kepuasan Nasabah



Berdasarkan hasil uji normalitas, dapat dilihat gambar 4.1 diatas (*Normal P-Plot Of Regression Standardized Residual*) terlihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal (tidak berpencar jauh dari garis lurus), hal ini menunjukkan model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas data berdistribusi secara normal, karena titik dalam gambar menyebar di sekitar garis diagonal dan arahnya mengikuti garis diagonal.

b. Statistik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Nasabah
N		100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	3,1915	2,6338
	Std. Deviation	,44409	,43124
	Absolute	,094	,122
Most Extreme Differences	Positive	,066	,122
	Negative	-,094	-,101
Kolmogorov-Smirnov Z		,869	1,130
Asymp. Sig. (2-tailed)		,435	,453

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,32182082
	Absolute	,105
Most Extreme Differences	Positive	,105
	Negative	-,078
Test Statistic		,105
Asymp. Sig. (2-tailed)		,694 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

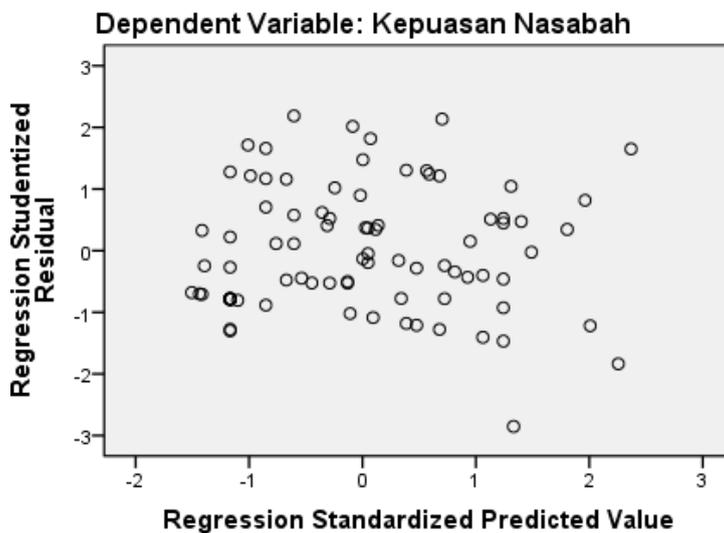
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot



Tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik data menyebar dan tidak membentuk pola tertentu. Dari gambar diatas bahwa titik-titik sumbu Y tidak membentuk pola tertentu dan titik-titik data menyebar. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

B. Persamaan Regresi

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Pelayanan ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,501 ^a	,391	,281	,41304

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,473	1	1,473	18,640	,000 ^b
	Residual	2,330	98	,169		
	Total	3,804	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,676	,325		12,012	,000
	Kualitas Pelayanan	,567	,101	,305	4,936	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

$$Y = a + b \cdot x + e$$

$$Y = 0,676 + 0,567X + e$$

Dari model regresi tersebut dapat dijelaskan :

1. Nilai konstanta sebesar 0,676 artinya apabila variabel independen yaitu (X) kualitas pelayanan bernilai nol (0), maka variabel dependen (Y) yaitu kepuasan nasabah akan bernilai tetap sebesar 0,676
2. Koefisien Regresi Variabel (X) bernilai Positif sebesar 0,567 artinya apabila variabel (X) kualitas pelayanan mengalami peningkatan sebesar 1 (satu) satuan sedangkan variabel lainnya dianggap konstan, maka variabel Y yaitu kepuasan nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,567