

## **Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis**

Available online <http://jurnal.polsri.ac.id/index.php/jtiemb>

---

### **Analisis Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Kayuagung**

#### ***Analysis of Customer Satisfaction at The PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kayuagung Branch***

**Intan Sila<sup>1)</sup>, Purwati<sup>2)</sup>, Syahirman Yusi<sup>3)</sup>**

Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya, Indonesia  
[Intansila31@gmail.com](mailto:Intansila31@gmail.com)<sup>1)</sup>, [purwati65@gmail.com](mailto:purwati65@gmail.com)<sup>2)</sup>, [msyusi@gmail.com](mailto:msyusi@gmail.com)<sup>3)</sup>

---

#### **Abstrak**

Penelitian ini menganalisis kepuasan nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Kayuagung. Variabel independen dalam penelitian ini adalah variabel kualitas layanan customer service yang terdiri dari 5 dimensi yaitu bukti fisik, keandalan, jaminan dan kepastian, serta empati sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang nasabah dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu sampling insidental. Teknik analisis menggunakan analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, uji F serta uji t. Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara parsial menunjukkan bahwa variabel bukti fisik dan jaminan dan kepastian yang berpengaruh signifikan, sedangkan keandalan, ketanggapan dan empati tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

**Kata kunci:** *Kualitas Layanan, Bukti Fisik, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan dan Kepastian, Empati, Kepuasan Nasabah*

#### **Abstract**

*This study analyzes customer satisfaction at PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kayuagung Branch. The independent variable in this study is the variable of customer service quality which consists of 5 dimensions, namely physical evidence, reliability, assurance and certainty, and empathy, while the dependent variable in this study is customer satisfaction. The sample in this study amounted to 100 customers using a sampling technique, namely incidental sampling. The analysis technique uses multiple linear regression analysis, the coefficient of determination test, the F test and the t test. This study found that the independent variables simultaneously have a significant effect on customer satisfaction. Partially it shows that the variables of physical evidence and assurance and certainty have a significant effect, while reliability, responsiveness and empathy do not have a significant effect on customer satisfaction.*

**Keywords:** *Service Quality, Physical Evidence, Reliability, Responsiveness, Assurance and Assurance, Empathy, Customer Satisfaction*

## PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang Masalah

Bank ialah suatu perusahaan bisnis yang beroperasi di dalam bidang jasa keuangan. Selain itu juga Bank merupakan institusi keuangan yang mempunyai usaha pokok untuk menampung dana dari masyarakat serta menyalurkannya kembali kepada masyarakat. Selain mencari keuntungan, perbankan juga sangat mengharapkan adanya suatu kepuasan dari nasabah-nasabah yang sudah menggunakan jasa yang telah disediakan oleh suatu Bank.

Kepuasan nasabah adalah prioritas yang paling diutamakan pada dunia perbankan karena merupakan salah satu indikator kunci suksesnya sebuah perusahaan. Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang mengedepankan kepuasan nasabah ke dalam visi organisasi dan menuangkannya ke dalam sebuah misi yang selanjutnya diubah menjadi standar operasional pelayanan.

Dalam dunia perbankan, *customer service* merupakan bagian terpenting dalam sebuah perusahaan, khususnya di bidang perbankan. Para *customer service* diharuskan untuk dapat memberikan kualitas layanan yang sangat baik terhadap para nasabah, agar dapat memberikan layanan yang baik kepada nasabahnya,

*customer service* diharuskan bisa mengetahui karakteristik seorang nasabah dengan baik. Karakteristik seorang nasabah ada berbagai tipe, antara lain yaitu pendiam, penyabar dan lain sebagainya. Seorang *customer service* juga berperan aktif di dalam suatu pelayanan di Bank, mengingat bahwa *customer service* merupakan karyawan bank yang memiliki tanggung jawab terhadap lalu lintas pelayanan.

Dalam lalu lintas pelayanan, ditemukan sejumlah dimensi yang berpengaruh pada kualitas dari pelayanan itu sendiri. Beberapa dimensi itu dapat berdiri sendiri, akan tetapi saling berkaitan erat sehingga memerlukan sinergi dan kombinasi yang tepat agar Bank dapat memaksimalkan pelayanan terhadap *customer*. Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengidentifikasi pengaruh dimensi-dimensi kualitas pelayanan secara simultan dan secara parsial, dan juga mengukur dimensi apa yang sudah dicapai oleh Bank secara baik dan dimensi mana yang memerlukan perbaikan agar dapat memaksimalkan pelayanan. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Kayuagung”.

## 2. Rumusan Masalah

1. Apakah layanan *customer service* dapat berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Kayuagung?
2. Apakah layanan *customer service* dapat berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Kayuagung?

## 3. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui secara simultan dan secara parsial pengaruh kualitas layanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah di Bank Rakyat Indonesia Cabang Kayuagung.

## KAJIAN PUSTAKA

### 1. Kualitas Pelayanan

Zitham dan Bitner dalam Adam (2015) menyatakan bahwa kualitas pelayanan artinya suatu penyampaian yang sangat baik atau unggul sesuai dengan harapan pelanggan dengan menaruh pelayanan yang terbaik sesuai dengan kebutuhan dan keinginan, pelanggan akan menilai hasil dari pelayanan yang didapatkan.

Tjiptono (2016) menyatakan bahwa kualitas pelayanan artinya suatu taraf keunggulan yang diperlukan dan pengendalian atas taraf keunggulan

tadi guna memenuhi harapan pelanggan.

Kasmir (2017) menyatakan bahwa kualitas pelayanan di definisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan.

## 2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Lupiyoadi (2014) menyatakan bahwa terdapat 5 jenis dimensi utama yang dikenal dengan SERVQUAL (*Service Quality*) yang dipakai oleh pelanggan untuk menilai status kualitas pelayanan antara lain yaitu:

### 1. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Bukti fisik yaitu bisa mencakup fasilitas fisik seperti gedung, meja, kursi serta yang lainnya, teknologi seperti peralatan serta perlengkapan yang digunakan dan juga penampilan para pegawai.

### 2. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan.

### 3. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Ketanggapan merupakan kemauan para pegawai dalam membantu pelanggan serta memberikan jasa

dengan cepat dan tepat dengan memberikan penyampaian informasi yang jelas.

4. Jaminan dan kepastian (*Assurance*)  
Jaminan dan kepastian merupakan pengetahuan, kesopan-santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan pada perusahaan yang meliputi komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi serta sopan santun.
5. Empati (*Emphaty*)  
Empati meliputi perhatian terhadap nasabah serta pemahaman akan kebutuhan nasabah.

### 3. Kepuasan Pelanggan

Kotler (2014) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan ialah perasaan bahagia atau kecewa yang timbul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.

Windasuri dan Hyacintha (2016) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan ialah suatu tanggapan emosional dalam penilaian terhadap pengalaman konsumsi produk atau jasa.

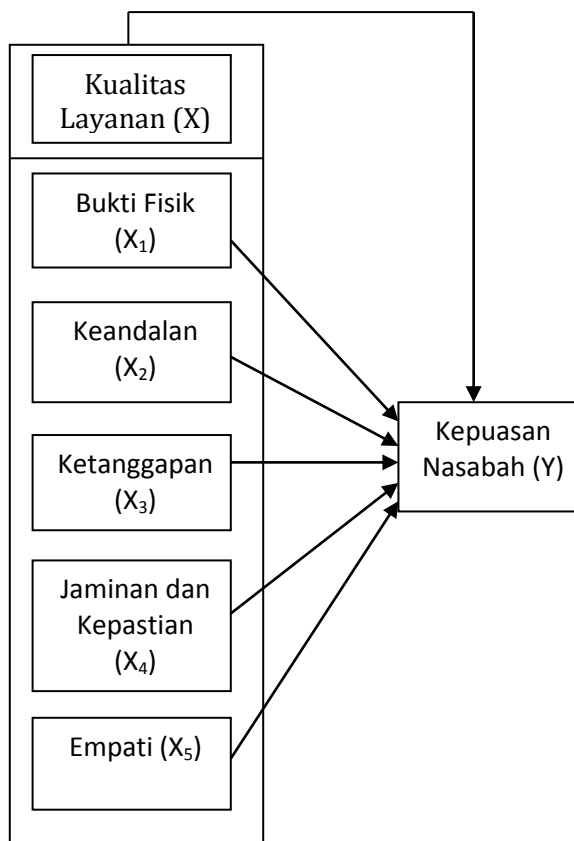
Sedangkan menurut Danang (2015) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan ialah salah satu alasan

dimana konsumen memutuskan untuk menggunakan suatu produk pada suatu tempat. Apabila pelanggan merasa puas mereka cenderung akan terus menggunakannya.

### 4. Customer Service

Secara umum, pengertian *customer service* yaitu setiap aktivitas yang ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang diberikan seseorang. Jadi intinya *customer service* melayani seluruh keperluan nasabah secara memuaskan. Layanan yang diberikan yaitu termasuk menerima keluhan ataupun masalah yang sedang dihadapi oleh nasabah. *Customer service* diharuskan mampu dalam mencari jalan keluar untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh nasabahnya.

## Kerangka Pikir



**Gambar 1. Kerangka Pikir**  
(Sumber: Diolah Dari Berbagai Sumber)

## METODOLOGI

### 1. Jenis dan Sumber Data

Untuk dapat mengolah dan mencari pemecahan masalah, maka penulis melakukan pengambilan data, dalam penelitian ini data yang digunakan yaitu bersumber dari:

- a. Data primer, menurut Sugiyono (2015) data primer merupakan data yang langsung diberikan oleh pemilik data kepada pengumpul data secara langsung. Data primer tersebut

dikumpulkan dengan membuat kuesioner.

- b. Data sekunder, menurut Wardiyanta dalam Sugiarto (2017) data sekunder merupakan informasi yang di dapat secara tidak langsung dari narasumber. Misalnya yang di dapatkan dari buku serta dokumen lainnya yang mempunyai hubungan dengan permasalahan yang sedang diteliti.

### 2. Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini ialah nasabah pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Kayuagung.

Sampel yang akan diambil jumlahnya 100 orang nasabah. Dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu sampling insidental. Sampling insidental ialah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti bisa digunakan sebagai sampel, apabila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2018).

## HASIL

### Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil pada analisis regresi linear berganda yaitu sebagai berikut:

**Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12,585	3,640		3,457	0,001
Buktifisik	0,283	0,083	0,290	3,399	0,001
Keandalan	0,091	0,080	0,093	1,143	0,256
ketanggapan	-0,154	0,073	-0,170	-2,107	0,038
Jaminan	0,511	0,094	0,468	5,456	0,000
Empati	-0,195	0,060	-0,248	-3,240	0,002

a. Dependent Variable: Kepuasan nasabah

(Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2020)

Berdasarkan hasil Tabel 1 di atas maka dapat dirumuskan:

$$Y = 12,585 + 0,283 X_1 - 0 + 0,091 X_2 - 0,154 X_3 + 0,511 X_4 - 0,195 X_5 + e$$

Persamaan regresi yang diperoleh dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta pada persamaan ini bernilai 12,585 yang menjelaskan bahwa nilai rata-rata kepuasan nasabah (Y) pada pengaruh pelayanan *customer service* dalam variabel independen konstan (tidak berubah) atau sama dengan 12,585.
2. Nilai koefisien bukti fisik ( $X_1$ ) sebesar 0,283. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan bukti fisik bersama satu satuan maka variabel Kepuasan Nasabah (Y) akan naik sebesar 0,283

dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

3. Nilai koefisien Keandalan ( $X_2$ ) sebesar 0,091. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan keandalan bersama satu satuan maka variabel Kepuasan Nasabah (Y) akan naik sebesar 0,091 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
4. Nilai koefisien Ketanggapan ( $X_3$ ) sebesar -0,154. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan Ketanggapan satu satuan maka variabel Kepuasan Nasabah (Y) akan turun sebesar -0,154 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

5. Nilai koefisien Jaminan dan Kepastian ( $X_4$ ) sebesar 0,511. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan Jaminan dan Kepastian bersama satu satuan maka variabel Kepuasan Nasabah (Y) akan naik sebesar 0,511 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
6. Nilai koefisien Empati ( $X_5$ ) sebesar -0,195. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan Empati satu satuan maka variabel Kepuasan Nasabah (Y) akan turun sebesar -0,195 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

### Koefisien Determinasi

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,685 <sup>a</sup>	0,469	0,441	1,482
a. Predictors: (Constant), Empati, Ketanggapan, Jaminan, Keandalan, Bukti Fisik				

(Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2020)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi di dapatkan nilai *R Square* yaitu 0,469. Dengan demikian besarnya pengaruh yang diberikan oleh variabel independen adalah sebesar 46,9%, sisanya sebesar 53,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

### Uji Simultan (Uji F)

Tabel 3. Hasil Uji Simultan (Uji F)

	F	Sig.
Regression	16.589	0.000 <sup>b</sup>

(Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2020)

Hasil dari perhitungan pada Tabel 3 di atas diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 16,589 dengan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Jika nilai signifikansi di bawah 0,05 artinya secara bersama-sama variabel independen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

### Uji Parsial (Uji t)

Tabel 4. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Dependent	T	Sig
(Constant)	3,457	0.001
Bukti Fisik	3,399	0.001
Keandalan	1,143	0.256
Ketanggapan	-2,107	0.038
Jaminan dan Kepastian	5,456	0.000
Empati	-3,240	0.002

(Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2020)

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis pada Tabel 4 maka diperoleh hasil sebagai berikut:

#### 1. Variabel Bukti Fisik ( $X_1$ )

Hasil pengujian pada hipotesis pertama diperoleh nilai t hitung  $>$  t tabel atau  $3,339 > 1,986$ , artinya hipotesis pertama diterima, menandakan bahwa bahwa bukti fisik secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

## 2. Variabel Keandalan ( $X_2$ )

Hasil pengujian pada hipotesis kedua diperoleh nilai t hitung < t tabel atau  $1,143 < 1,986$ , artinya hipotesis kedua ditolak, menandakan bahwa keandalan secara parsial tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

## 3. Variabel Ketanggapan ( $X_3$ )

Hasil pengujian pada hipotesis ketiga diperoleh nilai t hitung < t tabel atau  $-2,107 < 1,986$ , artinya hipotesis ketiga ditolak, menandakan bahwa ketanggapan secara parsial tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

## 4. Variabel Jaminan dan Kepastian ( $X_4$ )

Hasil pengujian pada hipotesis keempat diperoleh nilai t hitung > t tabel atau  $5,456 > 1,986$ , artinya hipotesis keempat diterima, menandakan bahwa jaminan dan kepastian secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

## 5. Variabel Empati ( $X_5$ )

Hasil pengujian pada hipotesis kelima diperoleh nilai t hitung < t tabel atau  $-3,240 < 1,986$ , artinya hipotesis kelima ditolak, menandakan bahwa empati secara parsial tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

## SIMPULAN

1. Secara simultan menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Rakyat Indonesia Cabang Kayuagung dengan nilai F hitung sebesar 16,589.
2. Secara parsial yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah yaitu variabel bukti fisik dan jaminan dan kepastian. Dan pada variabel keandalan, ketanggapan dan empati tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Rakyat Indonesia Cabang Kayuagung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Danang, Sunyoto. 2015. *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (Cetakan Pertama)*. Yogyakarta: CAPS.
- Kasmir. 2017. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Kotler, Philip dan Gerry Armstrong. 2014. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 14. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. Edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- . 2018. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiarto, Eko. 2017. *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Suaka Media.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI



Windasuri, Heria, Hyacintha Susanti dan Business  
Growth Team. 2017. *ExcellentService*.  
Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama