

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO) TBK CABANG MAKASSAR

Aulia

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar

Email : aulia@unismuh.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar. Metode teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik aksidental yaitu teknik penarikan sampel secara kebetulan. Penelitian ini menggunakan metode Analisis Regresi Linear Berganda dan pengelola data primer menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Pengaruh variabel dari Kualitas Pelayanan yaitu Keandalan (X_1), Bukti Fisik (X_2), Jaminan (X_3), Perhatian (X_4) dan Tanggapan (X_5) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil analisis uji F bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($40,649 > 2,31$) besarnya pengaruh dapat dilihat dari R square yaitu 66,7 % yang menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas tersebut terhadap variabel terikat yakni Kepuasan Nasabah adalah sebesar 82,7 % dan hasil menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel Keandalan (X_1), Perhatian (X_4) dan Tanggapan (X_5) berpengaruh nyata terhadap Kepuasan Nasabah sedangkan variabel Bukti Fisik (X_2) dan Jaminan (X_3) berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar, variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar adalah variabel Keandalan karena mempunyai koefisien tertinggi.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah

THE EFFECT OF QUALITY OF SERVICE TO CUSTOMER SATISFACTION IN BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO) TBK MAKASSAR BRANCH

Aulia

Faculty of Economics and Business Muhammadiyah University Makassar

Email : aulia@unismuh.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction at the Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Makassar Branch. The sampling technique method used is accidental technique that is accidental sampling technique. This study uses the method of Multiple Linear Regression Analysis and primary data manager using the SPSS (*Statistical Package for Social Science*) program. The variable effect of Service Quality, namely Reliability (X_1), Physical Evidence (X_2), Guarantee (X_3), Attention (X_4) and Response (X_5) has a significant effect on Customer Satisfaction at the Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Makassar Branch. This can be proven from the results of the analysis of the F test that $F_{arithmetic} > F_{table}$ ($40,649 > 2,31$) the magnitude of influence can be seen from R square that is 66.7 % which shows that the influence of the independent variable on the dependent variable ie Customer Satisfaction is 82,7 % and the results of using the t test show that the variables Reliability (X_1), Attention (X_4) and Response (X_5) have a significant effect on

Customer Satisfaction while the Physical Evidence (X2) and Guarantee (X3) variables have no significant effect on Customer Satisfaction at the Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Makassar Branch, the variable which has the most dominant influence on Customer Satisfaction at the Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Makassar Branch is the Reliability variable because it has the highest coefficient.

Key Words : Service Quality and Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Kepuasan pelanggan sudah menjadi keharusan bagi perusahaan yang berorientasi pada pasar atau konsumen. Setiap perusahaan pada sektor bisnis tertentu secara terus menerus berupaya agar pelanggan mereka puas, baik puas terhadap perusahaan, pelayanan, maupun terhadap produk atau mereknya.

Oleh karena itu berdasarkan kajian literatur kepuasan pelanggan secara intensif, Gise & Cote (2000) dalam Fandy Tjiptono (2008) mengidentifikasi 20 definisi yang diacu dalam riset kepuasan pelanggan selama periode waktu 30 tahun. Dengan adanya kemudahan yang diperoleh dari komunikasi dan informasi muncul kompetisi yang sangat ketat sehingga berakibat pelanggan atau *customer* semakin banyak pilihan dan sangat sulit untuk dipuaskan karena telah terjadi pergeseran yang semula hanya untuk memenuhi kebutuhan, meningkat menjadi harapan untuk memenuhi kepuasan.

Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan atau nasabah merupakan aspek vital dalam rangka bertahan didalam arena bisnis dan memenangkan persaingan. Meskipun demikian, tidaklah gampang untuk mewujudkan kepuasan pelanggan atau nasabah secara menyeluruh. Dimana pelanggan yang dihadapi pada saat ini berbeda dengan pelanggan pada beberapa dasawarsa lalu. Kini pelanggan semakin terdidik dan menyadari akan hak-haknya.

Karena itu pakar pemasaran yang berpendapat bahwa tidak realistis bila suatu perusahaan mengharapkan tidak ada pelanggan yang tidak puas. Namun, tentu saja setiap perusahaan harus berusaha meminimalkan ketidakpuasan pelanggan dan memberikan pelayanan yang semakin hari semakin baik. Jadi, memang benar adanya bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan atau nasabah berkaitan erat.

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan atau nasabah untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan atau nasabah serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan atau nasabah dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan atau nasabah yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Perusahaan yang gagal memuaskan pelayanannya akan menghadapi masalah yang kompleks. Umumnya pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan suatu perusahaan memuaskan pelanggan.

Sebagaimana diketahui, bahwa dalam rangka pencapaian laba yang optimal, tentunya terlebih dahulu perusahaan harus mampu merebut pangsa pasar (*market share*) lebih besar dan ini hanya mungkin tercapai bila perusahaan cukup jeli melihat *needs and wants* (kebutuhan dan keinginan) dari calon konsumen, selain jangkauan tingkat ekonomi masyarakat juga perlu diperhatikan. Berdasarkan latar belakang penulis tertarik mengangkat judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Tabungan Negara (Persero)Tbk Cabang Makassar.

Rumusan Masalah

Adapun permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Penilaian akan kualitas layanan dikembangkan oleh Leonard L. Barry, A. Parasuraman dan Zeithaml yang dikenal dengan *Service Quality (Servqual)*, yang berdasarkan pada lima dimensi kualitas yaitu *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati) (Rambat Lupiyoadi : 182). Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Kepuasan pelanggan dalam bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuh kembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan, masalah kualitas layanan (*service quality*) menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan bisnis ini.

Pelayanan adalah suatu upaya yang diberikan oleh perusahaan dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen untuk mencapai kepuasan (Wijaya, 2003). Sedangkan yang dimaksud dengan pelayanan menurut Sugiarto (2002), adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain (konsumen, pelanggan, klien, tamu, dan lain-lain) yang tingkat pemuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani maupun yang dilayani. Menurut Tjiptono (2000), pelayanan adalah suatu sikap atau cara dalam melayani pelanggan supaya pelanggan mendapatkan kepuasan yang meliputi kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan. Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan atau dikerjakan oleh Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar dalam rangka memikat para nasabah agar mereka mau menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan dengan tujuan akhir terjadinya transaksi.

Dimensi *Service Quality (Servqual)* Zeithaml, Parasuraman dan Berry telah mengidentifikasi lima dimensi pelayanan yang berkualitas, (Rambat Lupiyoadi, 2001) yaitu :

1. Bukti Langsung (*tangibles*)

Definisi bukti langsung dalam Rambat Lupiyoadi (2001) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

2. Kehandalan (*reliability*)

Kehandalan dalam Rambat Lupiyoadi (2001) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama, untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

3. Daya Tanggap (*responsiveness*)

Menurut Rambat Lupiyoadi (2001) daya tanggap adalah suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

4. Jaminan (*assurance*)

Definisi jaminan dalam Rambat Lupiyoadi (2001) yaitu pengetahuan, kesopan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain : komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).

5. Empati (*empathy*)

Rambat Lupiyoadi (2001) menerangkan empati adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Dimensi ini menunjukkan derajat perhatian yang diberikan kepada setiap pelanggan. Dimensi ini juga merefleksikan kemampuan pekerja untuk menyelami perasaan pelanggan sebagaimana jika pekerja itu sendiri mengalaminya.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen menurut Irawan (2002), dalam konteks teori *Consumer Behavior*, kepuasan lebih banyak didefinisikan dari perspektif penilaian konsumen setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa. Sebagai mana yang disebutkan oleh Richard Oliver : kepuasan adalah respon dari pemenuhan dari konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang.

Menurut Rangkuti (2004), kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara pengalamannya atas kinerja suatu produk dan harapan-harapannya. Sedangkan Wilkie (Tjiptono, 2001), mengatakan kepuasan pelanggan adalah sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap penilaian konsumsi suatu produk atau jasa. Sedangkan pengertian lain menyebutkan bahwa kepuasan pelanggan adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (*perceived*) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan.

Jadi dapat disebutkan bahwa kepuasan merupakan sebuah fungsi dari kinerja dan harapan. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan merasa tidak puas. Tetapi, sebaliknya apabila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan merasa puas.

Menurut (Tjiptono, 2001), untuk mewujudkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan, perusahaan harus melakukan empat hal, yaitu :

- a. Mengidentifikasi siapa pelanggannya.
- b. Memahami tingkat harapan pelanggan akan kualitas.
- c. Memahami strategi kualitas layanan pelanggan.
- d. Memahami siklus pengukuran dan umpan balik dari kepuasan pelanggan.

Pengukuran Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler (2005), ada empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Sistem Keluhan dan Saran Perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (*Customer-Oriented*) menyediakan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, kritik dan keluhan mereka.
2. *Ghost Shopping*. Mempekerjakan beberapa orang yang berperan sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Kemudian melaporkan hal-hal yang berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan produk, mengamati dan menilai cara penanganan yang lebih baik.

3. *Lost Customer Analysis*. Perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau beralih ke perusahaan. Perusahaan berusaha untuk mengamati apa yang menyebabkan pelanggan bisa berpindah ke produk atau jasa lain.
4. *Survei Kepuasan Pelanggan*. Survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya. Pengukuran kepuasan melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai macam cara, sebagai berikut :
 - a. *Derived Dissatisfaction*. Pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yakni besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.
 - b. *Problem Analysis*. Pelanggan diminta untuk mengungkapkan masalah yang dihadapi berkaitan dengan produk atau jasa dan memberikan saran-saran perbaikan.
 - c. *Importance-Performance Analysis*. Responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan dan tingkat kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen/atribut tersebut.

Kualitas

Terdapat beberapa pendapat mengenai definisi dari kualitas antara lain, menurut Fandy Tjiptono (2002) dalam memberikan definisi mengenai kualitas, yaitu suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi standar (harapan) yang telah ditetapkan. Sedangkan menurut Philip Kotler (2002), kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/tersirat. Kualitas baik itu produk maupun pelayanan merupakan hal yang perlu mendapatkan perhatian utama dari sebuah perusahaan, mengingat kualitas berkaitan erat dengan masalah keputusan konsumen yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh sebuah perusahaan.

Persepsi Terhadap Kualitas

Perspektif kualitas yaitu pendekatan yang digunakan untuk mewujudkan kualitas suatu produk/jasa. Garvin dalam Fandy Tjiptono (2008), mengidentifikasi adanya lima alternatif perspektif kualitas yang biasa digunakan, yaitu :

1. *Transcendental Approach*. Kualitas dalam pendekatan ini, dimana kualitas dapat dirasakan atau diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalkan. Sudut pandang ini biasanya diterapkan dalam dunia seni, misalnya seni musik, seni drama, seni tari dan seni rupa. Meskipun demikian suatu perusahaan dapat mempromosikan produknya melalui pernyataan-pernyataan maupun pesan-pesan komunikasi seperti tempat berbelanja yang menyenangkan (supermarket), elegan (mobil), kecantikan wajah (kosmetik), kelembutan dan kehalusan kulit (sabun mandi), dan lain-lain. Dengan demikian fungsi perencanaan, produksi dan pelayanan suatu perusahaan sulit sekali menggunakan definisi seperti ini sebagai dasar manajemen kualitas.
2. *Product-based Approach*. Pendekatan ini menganggap bahwa kualitas merupakan karakteristik atau atribut yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur. Perbedaan dalam kualitas mencerminkan perbedaan dalam jumlah beberapa unsur atau atribut yang dimiliki produk. Karena pandangan ini sangat objektif, maka tidak dapat menjelaskan perbedaan dalam selera, kebutuhan, dan preferensi individual.
3. *User-based Approach*. Pendekatan ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, sehingga produk yang paling

memuaskan preferensi seseorang (misalnya *perceived quality*) merupakan produk yang berkualitas paling tinggi. Perspektif yang subjektif dan *demand-oriented* ini juga menyatakan bahwa pelanggan yang berbeda memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda pula, sehingga kualitas bagi seseorang adalah sama dengan kepuasan maksimum yang dirasakannya.

4. *Manufacturing-based Approach*. Perspektif ini bersifat *supply-based* dan terutama memperhatikan praktik-praktik perkerajaan dan pemanufakturan, serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian dengan persyaratan (*conformance to requirements*). Dalam sektor 27 jasa, dapat dikatakan bahwa kualitasnya bersifat *operations-driven*. Pendekatan ini berfokus pada penyesuaian spesifikasi yang dikembangkan secara internal, yang seringkali didorong oleh tujuan peningkatan produktivitas dan penekanan biaya. Jadi yang menentukan kualitas adalah standar-standar yang ditetapkan perusahaan, bukan konsumen yang menggunakannya.
5. *Value-based Approach*. Pendekatan ini memandang kualitas dari segi nilai dan harga. Dengan mempertimbangkan *trade-off* antara kinerja dan harga, kualitas didefinisikan sebagai *affordable excellence*, dalam artian produk dengan kualitas yang dapat diterima pada tingkat harga yang wajar.

Hipotesis

Berdasarkan masalah pokok yang telah dikemukakan, maka diajukan hipotesis sebagai jawaban atau dugaan sementara atas permasalahan yang telah dikemukakan adalah : diduga Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar. Sedangkan waktu penelitian diperkirakan kurang lebih 2 bulan (Maret-Mei 2019).

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

1. Observasi
Pengumpulan data melalui pengamatan langsung atau peninjauan secara cermat dan langsung di lapangan atau lokasi penelitian. Dalam hal ini, peneliti dengan berpedoman pada desain penelitiannya, mengunjungi lokasi penelitian untuk mengamati langsung berbagai hal atau kondisi yang ada di lapangan.
2. Kuesioner
Adalah teknik pengumpulan data dengan cara menggunakan daftar pertanyaan untuk diisi responden. Dalam penelitian ini, peneliti mengedarkan kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan kepada responden yaitu nasabah Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar.
3. Dokumentasi
Merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan buku-buku dan penelitian terdahulu yang sama.

Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer
Merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau pihak pertama. Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan riset atau peneliti (Umar, 2004). Data primer dapat berupa pendapat subjek riset (orang) baik secara individu maupun kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian, atau kegiatan dan hasil pengujian.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pada Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar. Menurut data Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar bahwa nasabah Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar sebesar 1000 orang, sehingga sampel penelitian dapat ditentukan dengan rumus Slovin yaitu :

$$N = \frac{N_0}{1 + N_0(e)^2}$$

$$1 + 58.086 (0,10)^2 = 99,82 \text{ atau dibulatkan menjadi } 100 \text{ responden}$$

Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah teknik aksidental, dimana menurut Sugiyono (2009), bahwa teknik penarikan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dapat dijadikan sebagai responden.

Metode Analisis

Terdapat dua metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. Analisis Statistik Deskriptif

Digunakan untuk mendeskripsikan tentang data variabel penelitian dalam bentuk tampilan yang lebih bermakna dan mudah dipahami, misalnya nilai rata-rata dan persentase.

2. Analisis Statistik Inferensial

Digunakan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Analisis inferensial yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan Pelanggan

b₀ = Konstanta

b₁-b₃ = Koefisien Regresi

E = error

Definisi Operasional Variabel

Dalam penulisan digunakan beberapa istilah sehingga didefinisikan secara operasional agar menjadi petunjuk dalam penelitian ini. Definisi operasional tersebut adalah :

1. Nasabah adalah masyarakat yang memanfaatkan jasa Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar.
2. Pelayanan adalah setiap kegiatan yang dilakukan oleh Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar.
3. Pelayanan prima (kualitas pelayanan) adalah pelayanan berkualitas yang bertujuan untuk memuaskan pelanggan, sehingga pelanggan sering datang berkunjung.
4. Keandalan adalah suatu kemampuan Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar untuk memberikan pelayanan yang akurat kepada pelanggan.
5. Ketanggapan adalah suatu kebijaksanaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) kepada pelanggan, memberikan konsumen menunggu tanpa alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif terhadap kualitas pelayanan.
6. Jaminan adalah pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuan untuk melaksanakan tugas secara spontan yang dapat menunjang kinerja yang baik

sehingga menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan (bebas dari keraguan).

7. *Empathy* adalah memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada pelanggan dan berupaya untuk memahami keinginan konsumen.
8. Bukti fisik adalah penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik harus dapat diandalkan, keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Pendapatan adalah hasil yang dicapai oleh Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Hasil Penelitian

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan, maka yang pertama akan dianalisis ada tidaknya pengaruh secara signifikan baik secara menyeluruh atau serentak maupun parsial variabel Kehandalan, Bukti Fisik, Jaminan, Perhatian dan Tanggapan terhadap Kepuasan Nasabah. Selain itu dilanjutkan lagi dengan analisis untuk mengetahui variabel mana dari lima variabel bebas yang dominan mempengaruhi variabel terikat.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis linear berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya serta seberapa besar pengaruh variabel-variabel independen Kehandalan (X_1), Bukti Fisik (X_2), Jaminan (X_3), Perhatian (X_4) dan Tanggapan (X_5) terhadap variabel dependen Kepuasan Nasabah (Y).

Tabel 1.
Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.423	1.024		.413	.681
1	2.590	.145	2.559	17.884	.000
	-3.517	.412	-3.907	8.529	.000
	-.727	.168	-.767	4.320	.000
	.212	.060	.214	3.541	.001
	2.740	.300	2.555	9.122	.000
a. Dependent Variabel : VAR00006					

Model persamaan regresi linear yang terbentuk adalah :

$$Y = 423 + 2.590X_1 + -3.517X_2 + -727X_3 + 212X_4 + 2.740X_5 + e$$

Koefisien regresi merupakan angka yang menunjukkan besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Besarnya pengaruh masing-masing variabel tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Variabel *reliability* (layanan kehandalan) (X_2) mempunyai koefisien regresi sebesar 2.590 dan berpengaruh secara signifikan. Hal ini berarti variabel *reliability* mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah yang tercermin dalam Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar melayani dengan tepat waktu, melayani tanpa kesalahan dan dalam melayani tidak membedakan nasabah.
2. Variabel *assurance* (layanan jaminan) (X_3) mempunyai koefisien regresi sebesar -3,517, tetapi tidak berpengaruh secara signifikan. Hal ini berarti variabel *assurance* tidak mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah. Variabel *assurance* mempunyai koefisien regresi sebesar -727, tetapi tidak berpengaruh

- secara signifikan. Hal ini berarti variabel *assurance* tidak mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah.
3. Variabel perhatian (X_4) mempunyai koefisien regresi sebesar 212 dan berpengaruh secara signifikan. Hal ini berarti variabel perhatian mempunyai pengaruh yang positif, karyawan Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar memperlakukan nasabah dengan baik saat transaksi dan karyawan memberikan perhatian pada nasabah yang mengeluh.
 4. Variabel *responsiveness* (layanan tanggapan) (X_5) mempunyai koefisien regresi sebesar 2.740 dan berpengaruh secara signifikan. Hal ini berarti variabel *responsiveness* mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah yang tercermin dalam karyawan Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar ramah dan komunikatif dalam melayani, karyawan menangani masalah yang disampaikan dengan cepat, dan karyawan senantiasa mempersiapkan administrasi maupun dana yang diperlukan nasabah.

Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil hipotesis yang telah diolah, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah di Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar, sangat dipengaruhi oleh Keandalan, Perhatian, Tanggapan, Bukti Fisik dan Jaminan masih kurang berpengaruh dengan berdasarkan hipotesis dan hasil analisis yang dilakukan, seperti analisis regresi linear berganda : Keandalan (X_1), Bukti Fisik (X_2), Jaminan (X_3), Perhatian (X_4) dan Tanggapan (X_5) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar. Berdasarkan analisis regresi linear berganda, maka penulis melakukan pembahasan sebagai berikut :

Variabel yang mempengaruhi kualitas pelayanan berdasarkan perhitungan pada uji F yang dihasilkan nilai F hitung (41,184) lebih besar dari F tabel (2,31) menunjukkan bahwa pengaruh variabel Keandalan, Bukti Fisik, Jaminan, Perhatian dan Tanggapan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar berarti hipotesis yang menyatakan bahwa variabel Keandalan, Bukti Fisik, Jaminan, Perhatian dan Tanggapan dengan demikian kelima variabel tersebut diperhatikan dan perlu diadakan suatu perubahan agar pada masa yang akan datang dapat meningkatkan kepuasan nasabah di Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar.

Variabel yang mempengaruhi kepuasan nasabah pengujian untuk mengetahui tingkat signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara statistik, dapat dilihat pada pembahasan di bawah ini :

1. Keandalan (X_1)

Hasil pengujian membuktikan bahwa variabel Keandalan (X_1) mempunyai angka t_{hitung} adalah sebesar 17.884 dan t_{tabel} adalah sebesar 1,9855, sehingga t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($17.884 > 1,9855$). Variabel keandalan mempunyai pengaruh tingkat signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar. Berdasarkan hasil ini, maka hipotesis yang menyatakan variabel keandalan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar dapat diterima.

Hasil analisis data untuk variabel keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar, dalam memberikan kepuasan kepada nasabah, salah satu pertimbangan adalah keandalan yang membuat orang paham akan kehebatan atau keandalan Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar baik dari segi karyawan maupun perusahaan. Hasil data untuk variabel keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar. Karena

ada kesesuaian antara keinginan dan harapan nasabah, kehandalan mempengaruhi minat nasabah untuk melakukan transaksi, Oleh karena itu, perusahaan harus pandai menerapkan kehandalan yang sesuai dengan keinginan nasabah.

2. Bukti Fisik (X_2)

Hasil pengujian membuktikan bahwa variabel Bukti Fisik (X_2) mempunyai angka t_{hitung} adalah sebesar -8.529 dan t_{tabel} adalah sebesar 1,9855, sehingga t_{hitung} lebih kecil dari pada t_{tabel} ($-8.529 < 1,9855$). Variabel Bukti Fisik mempunyai pengaruh tingkat signifikannya kecil terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil ini, maka hipotesis yang menyatakan variabel Bukti Fisik tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah tidak dapat diterima.

Hasil analisis data untuk variabel bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Karena tidak ada kesesuaian antara keinginan dan harapan nasabah. Bukti fisik seperti penampilan dan kelengkapan tidak mempengaruhi minat nasabah, mungkin mereka merasa kepuasan dengan faktor-faktor lain yang lebih besar pengaruhnya seperti kehandalan, tanggapan dan perhatian ataupun faktor lain, nasabah sendiri mungkin melihat apabila mereka sudah merasa cocok dengan Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar mengesampingkan bukti fisik yang kurang memadai.

3. Jaminan (X_3)

Hasil pengujian membuktikan bahwa variabel jaminan mempunyai angka t_{hitung} variabel jaminan (X_3) adalah sebesar 4.320 dan t_{tabel} adalah sebesar 1,9855, sehingga t_{hitung} lebih kecil dari pada t_{tabel} ($4.320 > 1,9855$). Variabel jaminan mempunyai pengaruh tingkat signifikannya kecil terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil ini, maka hipotesis yang menyatakan variabel jaminan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah tidak dapat diterima.

Hasil analisis data untuk variabel jaminan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Karena tidak ada kesesuaian antara keinginan dan harapan nasabah. Jaminan seperti keamanan dan kemampuan teknis pelayanan tidak mempengaruhi minat nasabah, mungkin mereka merasa puas dengan faktor-faktor lain yang lebih besar pengaruhnya seperti kehandalan, perhatian dan tanggapan ataupun faktor lain, konsumen sendiri mungkin memandang apabila mereka sudah merasa cocok dengan Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar, mengesampingkan jaminan yang kurang memadai.

4. Perhatian (X_4)

Hasil pengujian membuktikan bahwa variabel Perhatian (X_4) mempunyai angka t_{hitung} adalah sebesar 3.541 dan t_{tabel} adalah sebesar 1,9855, sehingga t_{hitung} lebih besar dari pada t_{table} ($3.541 > 1,9855$). Variabel Perhatian mempunyai pengaruh tingkat signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassa. Berdasarkan hasil ini, maka hipotesis yang menyatakan variabel Perhatian memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar dapat diterima.

Hasil analisis data untuk variabel perhatian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar, dalam memberikan kepuasan nasabah, salah satu pertimbangan adalah perhatian yang membuat orang memahami akan pelayanan di Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar, melayani dengan baik. Hasil data untuk variabel perhatian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar. Karena ada kesesuaian antara keinginan dan harapan nasabah. Perhatian mempengaruhi minat nasabah untuk melakukan

transaksi, Oleh karena itu, perusahaan harus pandai menerapkan perhatian yang sesuai dengan keinginan nasabah.

5. Tanggapan (X5)

Hasil pengujian membuktikan bahwa variabel tanggapan mempunyai angka t_{hitung} adalah sebesar 2.740 dan t_{tabel} adalah sebesar 1,9855, sehingga t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($9.122 > 1,9855$) variabel tanggapan mempunyai pengaruh tingkat signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar. Berdasarkan hasil ini, maka hipotesis yang menyatakan variabel tanggapan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar, dapat diterima.

Hasil analisis data untuk variabel tanggapan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar, dalam memberikan kepuasan nasabah, salah satu pertimbangan adalah tanggapan yang membuat orang mengerti akan ramah tamah dan kesiapan Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar, baik dari segi karyawan maupun perusahaan. Hasil data untuk variabel tanggapan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar. Karena ada kesesuaian antara keinginan dan harapan nasabah. Tanggapan mempengaruhi minat nasabah untuk melakukan transaksi. Oleh karena itu, perusahaan harus pandai menerapkan tanggapan yang sesuai dengan keinginan nasabah.

Berdasarkan hasil di atas, variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan Kehandalan, Bukti fisik, Jaminan, Perhatian dan Tanggapan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi $F 0,00 < 0,5$.

Sebagaimana diketahui bahwa keberhasilan suatu perusahaan bukan saja terletak pada banyaknya nasabah yang diperoleh perusahaan, namun juga bagaimana cara mempertahankannya agar nasabah tersebut tetap loyal kepada perusahaan dan tidak ingin pindah ke perusahaan lainnya. Ditengah persaingan bisnis yang semakin ketat, mempertahankan nasabah merupakan suatu langkah yang tetap agar bertahan dalam persaingan tersebut.

Untuk mempertahankan nasabah agar tetap puas terhadap kualitas pelayanan kepada perusahaan, maka perusahaan harus mempertahankan kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan. Rasa puas dan tidak puas nasabah terletak pada hubungan antara harapan nasabah dengan kenyataan yang diberikan oleh produk/jasa tersebut. Apabila kenyataan lebih besar dari harapan nasabah, maka nasabah akan merasa puas, sebaliknya apabila kenyataan yang diterima nasabah tidak seperti yang di harapkan, maka nasabah tersebut akan merasa tidak puas.

Apabila nasabah merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan, maka nasabah tersebut akan datang kembali menggunakan produk/jasa tersebut, sebaliknya apabila nasabah merasa tidak puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan maka nasabah tersebut tidak akan datang kembali, bahkan akan beralih ke produk/jasa ditempat lain.

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan nilai *adjusted R square* sebesar 911 yang berarti diketahui 91,1 % yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Nilai 91,1 % diperoleh dari persentase berdasarkan kualitas pelayanan yaitu Kehandalan, Bukti Fisik, Jaminan, Perhatian dan Tanggapan. Indikator dari variabel-variabel tersebut yaitu pelayanan, penampilan, kelengkapan, keamanan, kemampuan teknis pelayanan, ramah tamah kesiapan dan perlakuan. Sedangkan sisa 7,9 % dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari penelitian ini seperti lokasi perusahaan yang strategis, program promosi dan lain-lain.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah adanya pengaruh antara Kualitas Pelayanan dengan indikator Keandalan, Perhatian dan Tanggapan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, sedangkan indikator Bukti Fisik dan Jaminan berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar, dan keandalan menjadi indikator yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka diharapkan agar perusahaan perlu mempertahankan, meningkatkan dan juga perlu untuk memperhatikan indikator pada variabel yang tidak signifikan agar nasabah tetap memutuskan untuk melakukan transaksi pada Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Makassar.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Sipahutar, Mangasa. 2002. *Customer Focus dalam Industri Perbankan*. Bandung : C.V. Alfabeta.
- Alma, Buchari. 2005. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung, Alfabeta, Edisi Revisi.
- Barata, Atep Adya. 2003. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta : P.T. Elex Media Komputindo.
- Dendawijaya, Lukman. 2001. *Manajemen Perbankan*, Edisi Pertama. Jakarta : P.T. Ghalia Indonesia.
- Hasibuan, Malayu S. P. 2001. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta : P.T. Bumi Aksara.
- Kasmir, MM. 2004. *Pemasaran Bank*. Jakarta : P.T. Raja Grafindo.
- Kasmir, MM. 2012. *Manajemen Perbankan*. Edisi Revisi. Jakarta : P.T. Raja Grafindo Persada.
- Kotler dan Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Lee, Nancy. 2007. *Pemasaran Di Sektor Publik*, P.T. Manca Jaya Cemerlang.
- Sulistyo Jati Nugroho, Heri. 2008. *Modul Etika Perbankan dan Pelayanan Prima*. Surakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Bisnis*, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta. Gema Insani press.
- Umar. 2005. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Waworuntu, Bob. 1997. *Dasar-Dasar Keterampilan Melayani Nasabah Bank*. Jakarta : Gramedia Pustaka.