

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *SERVICESCPE* TERHADAP KEPUASAN NASABAH (STUDI KASUS DI BANK BRI KAMPUS FISIP UNSRAT MANADO).

THE INFLUENCE OF SERVICES QUALITY, AND SERVICESCPE ON CUSTOMER SATISFACTION (IN THE BANK OF THE FISIP CAMPUS MANADO UNSRAT).

Oleh :

¹**Pingkan Gosal**

²**Jantje L Sepang**

³**Paulina Van Rate**

¹²³Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen
Universitas Sam Ratulangi

E-Mail:

¹pingkangosal@gmail.com

²jantjesevang@yahoo.co.id

³paulina@gmail.com

Abstrak: Bank perbankan dewasa ini dituntut untuk terus meningkatkan layanannya, karena kebutuhan, keinginan, tren serta gaya hidup dari nasabah, untuk dapat menghadapi kompetisi yang demikian ini hendaknya bank memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan *servicescape* terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Unsrat. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan populasi sebanyak 99 orang dan menggunakan teknik sampling aksidental, dimana saja pun yang kebetulan bertemu dengan peneliti biasa digunakan sebagai sampel. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data statistik menggunakan analisis linear berganda dengan program computer SPSS 23. Berdasarkan uji hipotesis diperoleh kualitas pelayanan dan pelayanan fisik secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sebaiknya Industri perbankan perlu memperhatikan hasil temuan penelitian ini, dimana dalam rangka meningkatkan kepuasan nasabah di industrinya maka industri perbankan perlu memperhatikan beragam faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah.

Kata Kunci : *kualitas pelayanan, servicescape, kepuasan nasabah.*

Abstract: Today's banking banks are required to continue to improve their services, because of the needs, desires, trends and lifestyles of customers, in order to face such competition, banks should provide the best service. The purpose of this study was to determine the effect of service quality and servicescape on customer satisfaction at BRI Bank Unsrat. This research is a quantitative research with a population of 99 people and uses accidental sampling techniques, anywhere that happens to meet ordinary researchers is used as a sample. Data collection using a questionnaire. Statistical data analysis uses multiple linear analysis with SPSS 23. computer program. Based on the hypothesis test, the quality of service and physical services obtained simultaneously have a significant effect on customer satisfaction. Partially, it has a significant effect on customer satisfaction. It is better for the banking industry to pay attention to the findings of this study, where in order to increase customer satisfaction in the industry, the banking industry needs to pay attention to various factors that influence customer satisfaction.

Keywords: *service quality, servicescape, customer satisfacation.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kompetisi perbankan dewasa ini semakin ketat. Di era ini, tumbuh dan berkembangnya bank tidak hanya ditandai dengan banyaknya kantor cabang yang dibuka tetapi dapat dilihat dari munculnya produk-produk dan layanan baru yang inovatif dengan segala macam atribut yang dimiliki oleh setiap bank misalnya bunga yang lebih tinggi, jaminan kredit, hadiah langsung dan hadiah undian, fasilitas daring, phone banking, anjungan tunai mandiri (ATM), serta beragam fasilitas lainnya. Dalam kegiatan pemasarannya, bank harus mengupayakan agar masyarakat tertarik dan memberikan sepenuhnya kepercayaan untuk menggunakan produk-produk atau jasa yang ditawarkan bank tersebut atau minimal masyarakat berkeinginan untuk menyimpan dananya.

Mengingat masyarakat yang hidup di abad ini terdiri dari orang-orang yang dipenuhi dengan kesibukan yang disebabkan oleh tuntutan pekerjaan ataupun profesi mereka masing – masing sehingga mereka hanya mempunyai sedikit waktu sehingga menyerahkan berbagai urusan keuangan mereka kepada bank guna mempermudah segala aktivitasnya. Berdasarkan uraian di atas, maka dunia perbankan memiliki peranan penting bagi masyarakat. Oleh sebab itu maka setiap bank berusaha meningkatkan kinerja (*performance*) pada setiap karyawannya agar mampu memberikan pelayanan jasa yang optimal sesuai dengan keinginan atau kebutuhan nasabah sehingga memberikan kepuasan kepada nasabahnya.

Servicescape meliputi berbagai aktivitas di seluruh area bisnis yang berusaha mengkombinasikan mulai dari pemesanan, pemrosesan, hingga pemberian hasil jasa melalui komunikasi untuk mempererat kerja sama dengan nasabah (pelanggan). Oleh karena itu, hal yang terpenting sebagai Customer service yang baik adalah bagaimana mengerti keinginan pelanggan (nasabah) dan senantiasa memberikan nilai tambah di mata konsumen. Nilai tambah itu antara lain, memberikan informasi yang jelas dan lengkap kepada konsumen, pelayanan yang cepat, tepat dan kenyamanan pelayanan.

Intinya customer service bertanggung jawab dalam melayani segala keperluan nasabah secara memuaskan terutama dalam hal menerima keluhan atau masalah dari nasabah serta berusaha mencari jalan keluar dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh nasabah (pelanggan) dan dilakukan dengan cara mengenali dan memenuhi harapan atau kebutuhan nasabah (pelanggan) secara baik, agar pelayanan jasa terhadap nasabah tidak salah dan pelayanan jasa yang ditawarkan kepada nasabah (pelanggan) dapat optimal.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh :

1. Kualitas Pelayanan, dan *Sercivescape* terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BRI Kampus Fisip Unsrat Manado.
2. Kualitas Pelayanan, dan *Servicescape* Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BRI Kampus Fisip Unsrat Manado.
3. *Servicescape* Terhadap Kepuasan Nasabah pada bank BRI Kampus Fisip Unsrat Manado.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen

Anoraga (2009:92), manajemen merupakan suatu proses yang melibatkan kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian yang dilakukan untuk mencapai sasaran perusahaan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya.

Manajemen Pemasaran

Kotler dan Armstrong (2007: 14), manajemen pemasaran adalah analisis perencanaan, implementasi dan pengendalian program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan tingkat pembeli untuk mencapai objektivitas organisasi.

Kualitas Pelayanan

Wyckof dalam Tjiptono (2008:9), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected services dan perceived services* (Parasuraman,

Zeithaml, Berry, 1998). Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan.

Servicescape

Kotler, (2004), dalam Musriha, (2012: 29), *servicescape* merupakan lingkungan fisik di mana jasa diberikan. Ini berarti bahwa lingkungan fisik juga digambarkan sebagai lingkungan fisik dalam *servicescape*.

Kepuasan Nasabah

Tse dan Wilton (1988:204), kepuasan pelanggan adalah respons pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

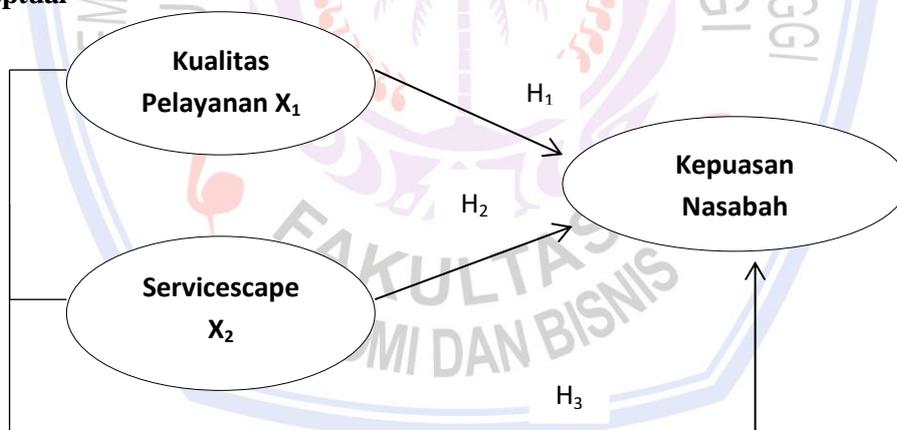
Penelitian Terdahulu

Manoppo (2013) meneliti tentang Kualitas Pelayanan, dan *Servicescape* pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Gran Puri Manado. Tujuannya mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Servicescape* terhadap Kepuasan Konsumen. Teknik yang dipakai adalah Kuantitatif. Hasil penelitian Kualitas Pelayanan dan *Servicescape* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

Tumbelaka (2014) meneliti tentang *Servicescape* dan Personal Selling Pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah tabungan Britama Bank BRI Cabang Manado. Tujuannya adalah untuk mengetahui pengaruh *Servicescape* dan Personal Selling terhadap Kepuasan Konsumen. Teknik yang dipakai adalah Kuantitatif. Hasil penelitian *Servicescape* dan Personal Selling berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah.

Tahalele (2017) meneliti tentang Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Hotel terhadap Kepuasan yang berdampak pada Niat Berperilaku Pelanggan Hotel Amboina di Kota Ambon, tujuannya adalah untuk mengetahui Kualitas Layanan, Citra Hotel terhadap Kepuasan dan Niat. Teknik yang dipakai adalah Kuantitatif. Hasil penelitian adalah Variabel independen berpengaruh terhadap Variabel dependen.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Hipotesis Penelitian

Sumber : *Kajian Teori*, 2018

Hipotesis Penelitian

H₁: Diduga kualitas pelayanan dan *servicescape* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

H₂: Diduga kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah.

H₃: Diduga *Servicescape* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah.

METODE PENELITIAN**Jenis Penelitian**

Penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013: 14).

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi secara universal didefinisikan sebagai keseluruhan obyek yang akan diteliti (Boedijoewono, 2001: 57). Populasi bukan hanya orang, tetapi obyek dan benda-benda alam lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek tersebut (Sugiyono, 2013: 148). Populasi dari penelitian ini nasabah yang berkunjung ke Bank BRI.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut Sugiyono, (2013: 149). Sampel yang diambil sebanyak 99 responden.

Pengukuran Variabel

Skala Likert merupakan skala yang paling sering dan paling luas digunakan dalam penelitian, karena skala ini memungkinkan peneliti untuk mengungkap tingkat intensitas sikap/perilaku atau perasaan responden Mustafa (2009).

Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel atau teknik sampling *sampling technique* dalam penelitian ini menggunakan pengambilan sampel acak sederhana *simple random sampling* Sugiyono, (2010). Metode ini dipakai untuk memperoleh sampel yang benar-benar dengan tingkat probabilitas tinggi sehingga dapat digeneralisir pada populasi.

Data dan Sumber Data

Data adalah sekumpulan informasi, dalam pengertian bisnis, data merupakan sekumpulan informasi dalam pengambilan keputusan (Kuncoro, 2009). Penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder.

Teknik Analisi Data**Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen**

Uji validitas atau kesahihan atau derajat ketepatan mengukur sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya (Sofyan Yamin dan Kurniawan, 2009). Indikator yang valid adalah yang memiliki tingkat kesalahan pengukuran yang kecil. Instrumen dikatakan sah berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, atau mampu mengukur apa yang ingin dicari secara tepat (Sugiyono, 2010). Cara mengukurnya melalui menghitung harga koefisien korelasi sederhana *Pearson Correlation* antara skor masing-masing butir dengan skotr total dari butir-butir tersebut sebagai krietariannya. Reliabilitas/keandalan (derajat konsistensi/keajegan) adalah ukuran yang menunjukkan seberapa tinggi suatu instrument dapat dipercaya atau dapat diandalkan, artinya reliabilitas menyangkut ketepatan (dalam pengertian konsisten) alat ukur (Mustafa, 2009).

Uji Asumsi Klasik**Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2009). Suatu analisis dikatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas jika nilai VIF *Variance Inflation Factor* < 10 (Ghozali, 2009).

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas (Ghozali, 2009). Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas, dengan melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat atau dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2009). Cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.

Uji Autokorelasi

Autokorelasi umumnya terjadi pada data *time series*. Hal ini karena observasi-observasi pada data *time series* mengikuti urutan alamiah antar waktu sehingga observasi-observasi secara berturut-turut mengandung interkorelasi, khususnya jika rentang waktu diantara observasi yang berurutan adalah rentang waktu yang pendek, seperti hari, minggu atau bulan (Gujarati, 2012). Istilah autokorelasi adalah korelasi di antara anggota seri dari observasi-observasi yang diurutkan berdasarkan waktu. Dalam kaitannya dengan asumsi OLS, autokorelasi merupakan korelasi antara satu variabel gangguan dengan variabel gangguan lain.

Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linear berganda adalah metode analisis yang tepat ketika penelitian melibatkan satu variabel terikat yang diperkirakan berhubungan dengan satu atau lebih variabel bebas. Tujuannya adalah untuk memperkirakan perubahan respon pada variabel terikat terhadap beberapa variabel bebas Hair et al, (1995), dalam Yamin dan Kurniawan, (2009). Analisis regresi linear berganda diuji menggunakan program SPSS versi 21. Model analisis regresi linear berganda yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah sebagai berikut:

$$Y = b_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon_t$$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**Hasil Penelitian****Tabel 1. Uji Kualitas Data, Uji Validitas dan Uji Reliabilitas**

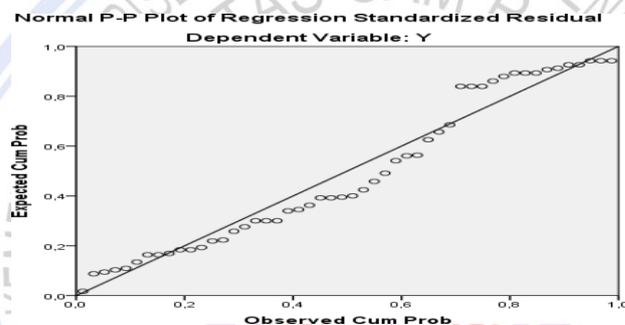
Variabel	Pertanyaan	Pearson Correlation	Sig.	Kriteria	Cronbach Alpha	Kriteria
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,618	0,000	Valid	0,934	Reliabel
	X1.2	0,627	0,000	Valid		
	X1.3	0,550	0,000	Valid		
	X1.4	0,624	0,000	Valid		

	X1.5	0,321	0,000	Valid		
	X2.1	0,534	0,000	Valid		
Pelayanan Fisik (Servicescape) (X2)	X2.2	0,660	0,000	Valid	0,841	Reliabel
	X2.3	0,611	0,000	Valid		
	X2.4	0,554	0,000	Valid		
	X2.5	0,317	0,000	Valid		
Kepuasan Nasabah	Y1.1	0,627	0,000	Valid		
	Y1.2	0,630	0,000	Valid		
					0,953	Reliabel
(Y)	Y1.3	0,708	0,000	Valid		
	Y1.4	0,688	0,000	Valid		

Sumber: Olahan, 2018

Tabel 1 Merupakan rangkuman dari uji validitas dan uji reliabilitas untuk kualitas data yang dikumpulkan dari kuesioner penelitian.

Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas



Gambar 2. Uji Asumsi Klasik Normalitas
Sumber : Data Olahan SPSS, 2018

Gambar 2 Untuk menentukan normal tidaknya data pada variabel dependen dilakukan dengan melihat grafik plot normal. Apabila data distribusi normal, maka penyebaran plot akan berada disepanjang garis 45°. Dari grafik plot normal.

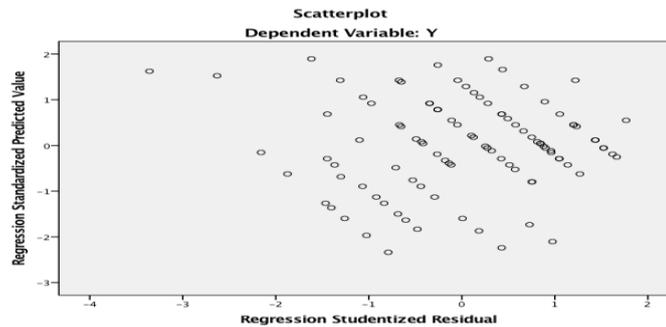
Uji Multikolinearitas

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Pelayanan	,983	1,018
Fisik	,983	1,018

Sumber : Olah Data, 2018

Tabel 2 Menunjukkan hasil tersebut maka variabel rekrutmen karyawan dan pelatihan dalam model regresi di atas tidak terjadi hubungan yang sempurna antar variabel (multikolinearitas) karena $VIF < 10$ dan $Tolerance > 0,1$.

Uji Heteroskedastisita**Gambar 3. Uji Heteroskedastisitas**

Sumber : Data Olahan SPSS, 2018

Gambar 3 grafik *Scatterplot* yang ditampilkan untuk uji heteroskedastisitas menampakkan titik-titik yang menyebar secara acak dan tidak ada pola yang jelas terbentuk serta dalam penyebaran titik-titik tersebut menyebar dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y.

Analisis Regresi Berganda**Tabel 3. Koefisien Regresi Uji t, Uji F**

Model	Unstandardized Coefficients (B)	Std. Error (SE)	t hitung	Sig. T
Kualitas Pelayanan	0,299	0,084	3,572	0,001
Pelayanan Fisik	0,427	0,102	1,617	0,000
(Servicescape)				
Konstanta	= 1,059		t tabel	= 1,683
R Square	= 0,538		F hitung	= 4,689
Multiple R (r)	= 0,289		F tabel	= 19,558
N	= 99		Sig. F	= 0,000

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Dari Tabel 3 Bentuk persamaan regresi dapat di tulis sebagai berikut :

$Y = 1,059 + 0,299X_1 + 0,427X_2 + e$. Hasil persamaan regresi berganda tersebut di atas memberikan pengertian bahwa : Konstanta a sebesar 1,059 memberikan pengertian bahwa

Uji Hipotesis**Uji F****Hipotesis 1**

Dengan menggunakan bantuan *program SPSS* maka hasil Fhitung dapat dilihat pada tabel 4. Dari tabel 4 dapat dilihat hasil Fhitung = 19,588 dan Ftabel = 2,400. Jadi ditemukan bahwa Fhitung > Ftabel dengan tingkat signifikansi sig F = 0,001 < 0,05, ini menunjukkan bahwa H₀ ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian hasil uji F menyatakan bahwa H₀ ditolak dan H_a diterima, artinya Kualitas Pelayanan (X₁), dan *Servicescape* (X₂) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah.

Uji t**Hipotesis 2**

Dari hasil *uji t* pada tabel 4 dapat dilihat bahwa (X₁) thitung = 3,572 > ttabel = 1,683 dan tingkat signifikan 0,001 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H₀ ditolak atau kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hipotesis 3

Dari hasil uji *t* pada tabel 4 dapat dilihat bahwa (X_2) thitung = 4,617 > ttabel = 1,683 dan tingkat signifikan $0,004 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak atau servicescape berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan bantuan program SPSS seperti yang ada pada Tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai (R) yang dihasilkan adalah sebesar 0,538 artinya mempunyai hubungan cukup kuat. Nilai R square adalah 0,275 atau 27,5% Artinya pengaruh semua variable bebas yaitu: (X_1) , dan (X_2) terhadap variable independent kepuasan nasabah ulang adalah sebesar 27,5% dan sisanya sebesar 0,725 atau 72,5% (100%-27,5%) di pengaruhi variabel lain di luar penelitian ini.

Pembahasan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam pemasaran untuk mengukur kinerja pemasaran dari suatu organisasi, semakin baik kualitas pelayanan dalam suatu organisasi maka akan berdampak pada beragam hal seperti peningkatan kinerja, peningkatan kepuasan, serta peningkatan omzet dan pendapatan serta laba suatu organisasi. Dalam industri perbankan kualitas pelayanan memegang peranan penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan yang prima akan berdampak pada kepuasan nasabah. Khususnya karena pelayanan merupakan salah satu bentuk penawaran yang diberikan oleh perbankan dan biasanya dalam bentuk tidak berwujud sehingga seringkali tidak kelihatan maka perbankan harus mampu untuk menciptakan suatu pelayanan yang berkualitas.

Berdasarkan hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa secara statistik ketiga hipotesis terdukung oleh data pada pengujian hipotesis. Disimpulkan bahwa hipotesis yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan dan servicescape secara simultan terhadap kepuasan konsumen, pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, serta pengaruh positif dan signifikan servicescape terhadap kepuasan konsumen dapat diterima atau terbukti.

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Servicescape terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian ini secara bersama-sama atau simultan Kualitas Pelayanan dan Servicescape menjadi faktor utama untuk Kepuasan Nasabah. Penelitian ini di dukung oleh penelitian yang di lakukan Siwi, Supandi dan Loindong (2017) dimana penelitian ini menunjukkan hasil dari variabel Servicescape memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas nasabah

Hasil pengujian regresi berganda diperoleh nilai koefisien regresi kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah, artinya jika kualitas pelayanan di Bank BRI semakin meningkat, maka Kepuasan Nasabah akan meningkat. Penelitian ini di dukung oleh penelitian yang di lakukan Boavida (2017) dimana persamaan penelitian-penelitian tersebut dengan penelitian ini dimana ditemukan bahwa kualitas pelayanan berdampak signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah.

Pengaruh Servicescape terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil pengujian regresi berganda diperoleh nilai koefisien regresi Servicescape berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah, artinya jika kualitas pelayanan di Bank Bri semakin meningkat, maka Kepuasan Nasabah akan meningkat.

Implikasi Hasil Penelitian

Implikasi penelitian ini:

1. Perlu ada penelitian lanjutan untuk menganalisis variabel-variabel lainnya yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada industry perbankan lainnya.
2. Perlu diperhatikan variabel kualitas pelayanan sebagai faktor yang paling mempengaruhi kepuasan nasabah khususnya bagi industri perbankan.

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Kualitas pelayanan dan *servicescape* secara simultan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah perbankan khususnya di Bank BRI cabang Kampus FISIP Unsrat.
2. Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah di industri perbankan khususnya di Bank BRI cabang Kampus FISIP Unsrat. Variabel ini merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling kuat terhadap kepuasan nasabah.
3. Variabel pelayanan fisik atau *servicescape* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah di industri perbankan khususnya di Bank BRI cabang Kampus FISIP Unsrat. Variabel ini merupakan variabel yang memiliki pengaruh kedua paling kuat terhadap kepuasan nasabah.

Saran

Saran yang dapat diberikan adalah:

1. Industri perbankan perlu memperhatikan hasil temuan penelitian ini, dimana dalam rangka meningkatkan kepuasan nasabah di industrinya maka industri perbankan perlu memperhatikan beragam faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan dan pelayanan fisik harus mendapat perhatian yang lebih serius dari industri perbankan agar dapat mempertahankan keunggulan bersaing bank baik dengan para pesaing yang sudah ada maupun yang akan datang seperti industri teknologi finansial atau *financial technology* (fintech).
2. Untuk peneliti selanjutnya perlu meneliti pada bank lain atau objek bank lain dengan variabel yang sama atau perluasan variabel baik variabel independen maupun variabel dependen atau bahkan mereplikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, P. 2009. *Manajemen Bisnis*. Rineka Cipta, Jakarta
- Boavida, I. 207. *Assesment of Instream Structures for Habitas Improvement Fish Species*. *Jurnal Internasional*. Vol.45, Pages 113-124. <http://www.scrip.org>. Tanggal Akses 15 Juni 2018
- Ghozali, I. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gujarati, D. 2012. *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Kuncoro, M. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Erlangga, Jakarta.
- Kotler dan Armstrong . 2007. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Bahasa Indoneia. PT. Prenallindo, Jakarta.
- Musriha. 2012. *Servicescape*. Penerbit Goza Media, Jogjakarta.
- Manoppo, F. 2013. Kualitas Pelayanan, *Servicescape* Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Grand Puri Manado. *Jurnal Emba*. Vol. 1 No.4 Desember 2013, Hal. 1341-1348
<https://ejournal/article/view/2913/2464> . Tanggal Akses 2 juni 2018
- Mustafa,Z. E. 2009.*Mengurai Variabel Hingga Instrummentasi*. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Parasuraman. A., Zheitmal, V. A, dan Berry, LL. 1998. *Servqual : a Multipleitem Scale For Measuring Consumer Percepstions of Service quality*. J Retailing, Jakarta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, Bandung.

- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Siwi, A., Supandi, A.S., dan Loindong, S.R. 2017. Pengaruh Servicescape dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien Instalasi Rawat Jalan Pada Rumah Sakit Prof.Kandou Manado. *Jurnal Emba*. Vol.5 2 juni 2017, Hal 475-486. <https://ejournal.unsrat.ac.id>. akses 22 Maret
- Tse dan Wilton . 1988. *Models Of Consumer Satisfaction Formation*, Bumi Angkasa, Bandung.
- Tahalele, C.2017. Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Hotel terhadap Kepuasan yang berdampak pada Niat Berperilaku Pelanggan Hotel Amboina di Kota Ambon. *Jurnal Emba*. Jilid 2, terbitan 2, Hal.127-142. <https://ejournal.unsrat.ac.id>. tanggal akses 22 juni 2018.
- Tumbelaka, M. 2014. SeVICEScape dan Personal Selling Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Britama Bank BRI Cabang Manado. *Jurnal Emba*. Vol. 2 juni 2014, Hal. 1239-1250 <https://ejournal/emba/article/jview/4708/4232>. tanggal akses 22 juni 2018.
- Yamin, S., dan Kurniawan. 2009. *Spss Complete* Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS. Jakarta, salembaga infotek.

