

ANALISIS KUALITAS LAYANAN, CITRA PERUSAHAAN SERTA PERAN INTERNET BANKING BAGI KEPUASAN NASABAH (STUDI KASUS PADA BANK BRI UNIT TOMBATU)

ANALYSIS SERVICE QUALITY, COMPANY IMAGE AND THE ROLE OF INTERNET BANKING FOR CUSTOMER SATISFACTION (CASE STUDY AT BANK BRI UNIT TOMBATU)

Oleh:

Herlina Efrilia Seke¹

James D. D. Massie²

Ferdy Roring³

¹²³Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail:

¹efriliaseke@gmail.com

²jamesmassie@unsrat.ac.id

³ferdyroring@gmail.com

Abstrak: Di era yang semakin maju ini, banyak orang yang mulai menggunakan teknologi untuk berinteraksi salah satunya bertransaksi. Bertansaksi dalam perbankan kini dilakukan dengan mudah salah satunya menggunakan smartphone. Oleh sebab itu, perusahaan harus mampu bersaing dengan meningkatkan kualitas layanan untuk reputasi citra perusahaan yang baik di mata nasabah dengan dukungan peran Internet Banking demi terwujudnya kepuasan nasabah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Kualitas Layanan, Citra Perusahaan serta peran Internet Banking bagi kepuasan nasabah Bank BRI Unit Tombatu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan diantaranya kuesioner serta studi kepustakaan. Objek dalam penelitian ini Bank BRI Unit Tombatu, yang diambil sebanyak 100 responden. Teknik sampling yang digunakan yaitu teknik purposive sampling. Hasil dari penelitian ini berdasarkan hasil uji F diketahui artinya variabel kualitas layanan, citra perusahaan dan Internet Banking secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil olah data, Variabel kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, kemudian Variabel Citra perusahaan secara parsial berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah dan yang terakhir variabel Internet Banking secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kata Kunci: kualitas layanan, citra perusahaan, internet banking, kepuasan nasabah

Abstract: In this increasingly advanced era, many people are starting to use technology to interact, one of which is to make transactions. Transactions in banking are now done easily, one of which is using a smartphone. Therefore, companies must be able to compete by improving service quality for a good corporate image reputation in the eyes of customers with the support of the role of Internet Banking in order to achieve customer satisfaction. The purpose of this study was to determine Service Quality, Corporate Image and the role of Internet Banking for customer satisfaction at Bank BRI Unit Tombatu. The method used in this research is a quantitative method. Data collection was carried out including questionnaires and literature studies. The object in this study was Bank BRI Unit Tombatu, which was taken by 100 respondents. The sampling technique used is purposive sampling technique. The results of this study based on the results of the F test are known to mean that the variables of service quality, corporate image and Internet Banking simultaneously have a significant effect on purchasing decisions. Based on the results of data processing, the service quality variable partially has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions, then the company image variable partially has a negative and insignificant effect on customer satisfaction and finally the Internet Banking variable partially has a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords: service quality, company image, internet banking, customer satisfaction.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perekonomian di kondisi sekarang ini telah berada dalam era globalisasi, dimana sebagai pelaku bisnis merasakan adanya persaingan bisnis yang semakin ketat. kondisi sosial masyarakat yang membuat banyak orang menggunakan teknologi untuk berinteraksi salah satunya bertransaksi. Bertansaksi dalam perbankan kini

dilakukan dengan mudah salah satunya menggunakan smartphone. Oleh sebab itu, perusahaan harus mampu bersaing dengan meningkatkan kualitas layanan untuk reputasi citra perusahaan yang baik di mata nasabah dengan dukungan peran Internet Banking demi terwujudnya kepuasan nasabah. Kepuasan Nasabah akan menjadi pedoman untuk mengarahkan seluruh perusahaan ke arah pemenuhan kebutuhan nasabah sehingga menjadi sumber keunggulan daya saing berkelanjutan hingga pengaruhnya ke proses pelayanan yang di berikan perusahaan kepada customer/nasabah. Kondisi persaingan yang semakin kompetitif seperti sekarang ini, menampilkan jasa yang memiliki kualitas pelayanan yang dapat membentuk citra positif dan mendorong nasabah hingga mampu merasakan kepuasan, merupakan salah satu hal yang menjadi tujuan bagi setiap perusahaan. Pernyataan tentang pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Warouw, Mandey dan Roring (2021) yang menyebutkan bahwa Kualitas Layanan menjadi faktor yang meningkatkan kepuasan konsumen terhadap perusahaan.

Digitalisasi yang sedang terjadi di seluruh dunia termasuk Indonesia, telah mengubah banyak tatanan kehidupan. Berbagai sektor, kesehatan, transportasi, sosial, budaya, politik telah diubah. Sektor ekonomi pun tak luput dari digitalisasi ini. Semua orang terkena dampaknya, baik kelompok maupun individu. Kelompok ekonomi dalam masyarakat pun tidak ketinggalan, masyarakat dengan ekonomi menengah ke bawah maupun ekonomi menengah ke atas. Digitalisasi telah menciptakan suatu fenomena yang populer disebut distrupsi digital. Fenomena ini memberi isyarat bahwa adaptasi perilaku kegiatan ekonomi tidak bisa hanya sekedar bertahan, tetapi juga perlu berkembang. Fenomena ini juga terjadi dalam di industri jasa keuangan yang telah mendistrupsi landscape Industri Jasa Keuangan (IJK) secara global, contohnya seperti internet banking yang beradaptasi ke tatanan kehidupan masyarakat terkini dengan perubahan di kondisi serba digital.

Perbankan adalah salah satu sektor ekonomi yang bergerak dalam bidang keuangan. Perusahaan perbankan mempunyai peranan penting, yaitu menyediakan dan menyalurkan dana pembangunan ekonomi masyarakat. Hal itu sesuai dengan dengan UU RI No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan, bahwa yang dimaksud dengan Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat Indonesia. Kegiatan usaha di bidang perbankan semakin terbantu dengan adanya bantuan penerapan teknologi di era yang semakin maju ini. Salah satu bentuk penerapannya yaitu jasa layanan *internet banking*. *Internet Banking* merupakan fasilitas yang dapat dinikmati nasabah bank untuk melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet kapan saja dan dimana saja. Dari fasilitas tersebut banyak nasabah yang merasa terbantu pada proses transaksinya. Penjelasan tersebut dapat didukung oleh pernyataan dari Frisda Nur Laila (2021) yang menyebutkan bahwa *Internet Banking* memberikan dampak yang positif bagi kepuasan nasabah PT. BSI. Begitupun untuk Bank BRI Unit Tombatu yang juga menerapkan layanan tersebut untuk para nasabahnya. Pada saat ini BRI menjadi salah satu bank terbesar milik pemerintah, bahkan jumlah nasabahnya pun tercatat yang paling banyak di antara bank-bank sekelasnya. BRI adalah bank tertua di Indonesia tetapi peringkat nya tidak dapat menduduki di peringkat nomor satu

Pada Bank BRI Unit Tombatu juga sangat memperhatikan hal hal yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, citra perusahaan, penerapan *internet banking* dan kepuasan tiap tiap nasabahnya. Intinya karyawan BRI 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 (Customer) dan dilakukan dengan cara mengenali dan memenuhi harapan atau kebutuhan nasabah (Customer) secara baik, agar pelayanan jasa terhadap nasabah tidak salah dan pelayanan jasa yang ditawarkan kepada nasabah (pelanggan) dapat optimal. Oleh karena itu penelitian pada kali ini bertujuan untuk melihat tingkat kepuasan nasabah di Bank BRI Unit tombatu dengan memperhatikan dengan kualitas pelayanan, citra perusahaan, penerapan *internet banking*. Berdasarkan penjabaran yang sudah di jelaskan diatas maka pada kali ini peneliti tertarik untuk meneliti tentang “Analisis Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Serta Peran Internet Banking Bagi Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Bri Unit Tombatu)”.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Kualitas Layanan bagi kepuasan nasabah Bank BRI Unit Tombatu.
2. Untuk mengetahui Citra Perusahaan bagi kepuasan nasabah Bank BRI Unit Tombatu.
3. Untuk mengetahui Internet Banking bagi kepuasan nasabah Bank BRI Unit Tombatu.
4. Untuk mengetahui Kualitas Layanan, Citra Perusahaan serta peran Internet Banking bagi kepuasan nasabah Bank BRI Unit Tombatu.

Manajemen Pemasaran

Kotler (2012:14) menyatakan bahwa manajemen pemasaran ialah analisis, perencanaan, pelaksanaan, serta pengendalian atas program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, serta mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dengan maksud untuk mencapai sasaran organisasi.

Kualitas Pelayanan

Kotler dan Keller (2013:153) menjelaskan bahwa kualitas layanan merupakan salah satu tindakan yang dapat mencirikan suatu perusahaan dengan perusahaan pesaing baik dalam satu industri ataupun industri berbeda dengan cara memberikan pelayanan yang lebih totalitas dibandingkan saingannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan meningkatkan kepercayaan baik yang dinyatakan konsumen maupun tersirat.

Indikator Kualitas Layanan

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1998) menjelaskan bahwa untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dirasakan secara nyata oleh konsumen, ada indikator kualitas pelayanan yang terletak pada lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu: *Tangible* (Berwujud), *Reliability* (Kehandalan), *Responsiveness* (Ketanggapan), *Assurance* (Jaminan), dan *Empathy* (Empati).

Citra Perusahaan

Kumadji dan Kusumawati (2017) menjelaskan Citra Perusahaan adalah sebuah gambaran, kesan, keyakinan dan pandangan seseorang yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya tentang citra perusahaan secara keseluruhan dari elemen-elemen perusahaan tidak hanya produk atau pelayanan dari sebuah perusahaan. Sebuah perusahaan besar ataupun kecil membutuhkan citra yang baik untuk memajukan perusahaan di dalam kinerja pekerjaan dan publik termaksud konsumen, karena itu citra perusahaan memiliki peran penting sebagai aset perusahaan dalam berbagai bidang atau hal dan skala besar atau skala kecil.

Internet Banking

Menurut Bank Indonesia, Internet banking merupakan salah satu layanan jasa Bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Jenis kegiatan internet banking dibedakan menjadi tiga yaitu *Informational Internet Banking*, *Communicative Internet Banking* dan *Transactional Internet Bankin*.

Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah tentunya di kategorikan secara umum adalah pelanggan, merupakan faktor terpenting dalam berbagai kegiatan bisnis. Kepuasan pelanggan adalah tanggapan konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan yang sebelumnya dengan kinerja produk yang dirasakan. Dengan terpenuhinya keinginan dan kebutuhan para pelanggan, maka hal tersebut memiliki dampak yang positif bagi perusahaan. Apabila konsumen merasa puas akan suatu produk tentunya konsumen tersebut akan selalu menggunakan atau mengonsumsi produk tersebut secara terus menerus. Dengan begitu produk dari perusahaan tersebut dinyatakan laku di pasaran, sehingga perusahaan akan dapat memperoleh laba dan akhirnya perusahaan akan tetap survive atau dapat bertahan bahkan kemungkinan akan berkembang.

Penelitian Terdahulu

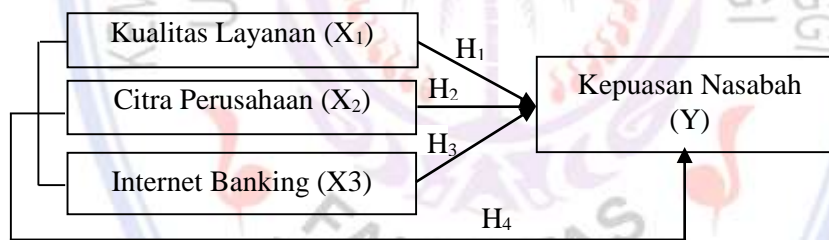
Penelitian Warouw, Mandey dan Roring (2021) bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah di bank dana raya Manado. Teknik pengambilan sampel menggunakan kuesioner dengan jumlah kuesioner 80 responden yang merupakan nasabah Bank perkreditan rakyat dana raya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji t) antara variabel kualitas pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) menunjukkan bahwa nilai T hitung untuk variabel kualitas pelayanan (X1) adalah sebesar 3.095 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,003. T hitung yang bernilai 3.095 tersebut memiliki nilai yang lebih besar dibanding t tabel 1,98552. Sedangkan tingkat signifikansi memiliki nilai yang lebih besar dari Alpha (0,05). 62 Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Hal ini berarti kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah Dan kualitas produk adalah sebesar 2.944 dengan tingkat signifikansi 0,004. T hitung yang bernilai 2.944 tersebut memiliki nilai yang lebih besar dibanding

Tabel 1,98552. Sedangkan tingkat signifikansi memiliki nilai yang lebih kecil dari Alpha (0,05). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah

Penelitian Sicillia (2019) bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan terhadap Citra Perusahaan serta dampaknya terhadap kepuasan nasabah PT Bank OCBC NISP, Tbk. Cabang Green Garden. Populasi dalam penelitian ini adalah semua nasabah pada PT bank OCBC NISP, Tbk Cabang Green Garden yang berjumlah 100 orang, sehingga penelitian ini merupakan penelitian sensus. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi sederhana, regresi linier berganda. Dari pengujian yang dilakukan terdapat pengaruh nilai produk, kualitas pelayanan dan citra perusahaan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah secara statistik menunjukkan hasil yang positif dan signifikan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai F hitung sebesar 86.251 dengan F tabel adalah 2.699. Besarnya nilai F hitung $>$ F tabel mengindikasikan bahwa pengaruhnya berdampak positif dan signifikan. Dengan demikian telah terbukti bahwa Produk, Kualitas Pelayanan terhadap Citra Perusahaan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian Laila (2021) bertujuan untuk mengetahui pengaruh layanan mobile banking, layanan internet banking, dan layanan automatic teller machine (ATM) terhadap tingkat kepuasan nasabah PT Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung Sudirman baik secara parsial dan simultan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel dengan metode random sampling. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner sebanyak 91 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan memenuhi uji asumsi klasik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial (1) Variabel mobile banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung Sudirman. (2) Variabel internet banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung Sudirman. (3) Variabel automatic teller machine (ATM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung Sudirman. (4) Variabel mobile banking, internet banking, dan automatic teller machine (ATM) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung Sudirman.

Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

Sumber: Kajian Teori, 2022

Hipotesis

- H1: Diduga Kualitas Layanan Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Unit Tombatu.
- H2: Diduga Citra Perusahaan Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Unit Tombatu.
- H3: Diduga Internet Banking Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Unit Tombatu.
- H4: Diduga Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, Internet Banking Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Unit Tombatu.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan metode penelitian kuantitatif yang merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan

data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini apakah hipotesis tersebut dapat membuktikan atau menolak. Metode penelitian yang digunakan penulis adalah menggunakan kuesioner dimana respondennya adalah Nasabah Bank Rakyat Indonesia Unit Tombatu. Diperlukan alat ukur berupa variable independen dan dependen..

Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Populasi yang digunakan adalah konsumen atau nasabah pada Bank BRI Unit Tombatu dengan hasil jumlah nasabah 3 tahun terakhir dari tahun 2019,2020,2021 tercatat secara keseluruhan nasabah BRI Unit Tombatu 62.132 nasabah yang terdaftar. Sampel yang digunakan berjumlah 100 Responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*, dimana peneliti menggunakan sampel dengan menentukan ciri-ciri yang sesuai dengan tujuan yang ada.

Data dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder dengan tujuan agar penelitian didukung dengan data yang akurat. Sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara) dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari responden.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi dari data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah pengumpulan data melalui pengumpulan kuisisioner dari responden yang ada.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas dan heterokedastisitas), dan uji hipotesis yang dinilai dari koefisien determinasi, uji F serta uji t.

Uji Validitas

Suatu instrumen dinyatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Pengujian validitas adalah pengujian yang ditujukan untuk mengetahui suatu data dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataan.

Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2018), reliabilitas berkenan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Karena realibilitas berkenana dengan derajat konsistensi, maka bila ada peniliti lain mengulangi atau mereplikasi dalam penelitian pada obyek yang sama dengan metode yang sama maka akan menghasilkan data yang sama pula.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan menguji apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki residual yang terdistribusi normal. Dalam penelitian ini uji normalitas menggunakan distribusi grafik p-p plot.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Pedoman suatu model regresi yang bebas dari multikolinearitas adalah mempunyai angka *Tolerance* mendekati 1 dan batas dari *Variance Inflation Factor* (VIF) adalah 10, jika nilai dari VIF dibawah 10, maka dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas pada penelitian ini.

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka dapat dikatakan bahwa homokedastisitas dan jika berbeda dapat dikatakan heterokedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda diperlukan guna mengetahui koefisien-koefisien regresi serta signifikansi sehingga dapat dipergunakan untuk menjawab hipotesis. Secara umum formulasi dari regresi berganda dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Nasabah

α = Konstanta

$b_{1,2,3}$ = Koefisien Regresi

X_1 = Kualitas Layanan

X_2 = Citra Perusahaan

X_3 = *Internet Banking*

ε = Standar Error

Uji Hipotesis

Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk menentukan presentasi total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas. Hasil perhitungan dari *Adjusted R²* dapat dilihat dalam output *Model Summary*. Pada kolom *Adjusted R²* dapat diketahui seberapa banyak presentasi yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh variabel-variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel. Uji F digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikatnya.

Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk menguji pengaruh variabel-variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Hasil yang diperoleh dibandingkan dengan t_{tabel} dan t_{hitung} dan melihat tingkat signifikansi ($\alpha = 0.05$) pada tabel *coefficients* pada kolom sig (*significance*).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

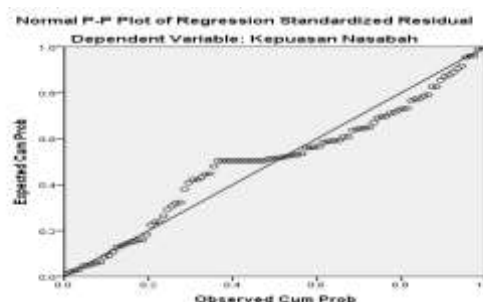
Hasil Penelitian

Hasil Uji Validasi dan Reliabilitas

Berdasarkan hasil proses data menunjukkan bahwa pada uji validitas hasil penelitian menunjukkan bahwa dari item-item pernyataan variabel dinyatakan valid karena memiliki nilai r hitung $> r$ table (0.195) dan nilai signifikan kurang dari 0.05. Pada uji reliabilitas hasil penelitian menunjukkan bahwa uji reliabilitas memiliki nilai cronbach alpha lebih besar dari 0.6 sehingga dapat dinyatakan bahwa setiap pernyataan dinyatakan reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Gambar 2. Grafik P-Plot

Sumber: Olah data SPSS 24, 2022

Dapat dilihat data yang tersebar pada gambar 2 menunjukkan bahwa variable berdistribusi normal. Hal ini berdasarkan grafik di atas terlihat titik-titik koordinat antara nilai observasi dengan data mengikuti garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa data memiliki data yang berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

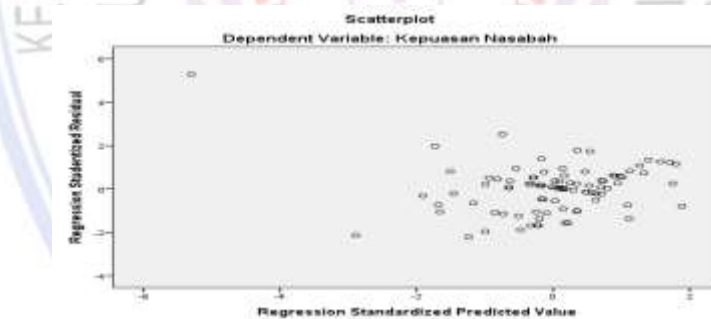
| | | Coefficients ^a | | | | | Collinearity Statistics | |
|-------|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | | | |
| | | B | Std. Error | Beta | t | Sig. | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 13.491 | 2.555 | | 5.281 | .000 | | |
| | Kualitas Layanan | .194 | .079 | .266 | 2.459 | .016 | .742 | 1.348 |
| | Citra Perusahaan | -.032 | .129 | -.028 | -.249 | .804 | .674 | 1.483 |
| | Internet Banking | .237 | .103 | .247 | 2.293 | .024 | .747 | 1.339 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Olah data SPSS 24, 2022

Berdasarkan hasil pada Tabel 2 menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antar variabel independent. Hal ini dilihat dari nilai tolerance dan VIF. Jika nilai tolerance > 0.1 dan VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai tolerance variabel kualitas layanan adalah sebesar 0.742 dan nilai VIF adalah sebesar 1.348. Nilai tolerance variabel citra perusahaan adalah sebesar 0.674 dan nilai VIF adalah sebesar 1.483. Nilai tolerance variabel Internet Banking adalah sebesar 0.747 dan nilai VIF adalah sebesar 1.339. Dengan demikian terlihat bahwa nilai tolerance masing – masing variabel independent > 0.1 dan nilai VIF < 10, yang artinya tidak terjadi multikolineritas pada model regresi.

Uji Heterokedastisitas



Gambar 3. Scatterolot

Sumber: Olah data SPSS 24, 2022

Gambar 3 menunjukkan bahwa uji heterokedastisitas 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. Hal tersebut mengidentifikasi tidak terjadinya heterokedastisitas pada model regresi, sehingga data layak dipakai.

Analisis Regresi Linier

Berdasarkan hasil pengolahan regresi berganda maka diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 13.491 + 0.194 X_1 - 0.032 X_2 + 0.237 X_3$$

Persamaan tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Konstanta (β_0) = 13.491. Ini menunjukkan tingkat konsanta, dimana jika variabel kualitas layanan (X_1), citra perusahaan (X_2), dan internet banking (X_3) adalah 0, maka kepuasan nasabah (Y) akan tetap sebesar 13.491 dengan asumsi variabel lain tetap..

2. Koefisien (β_1) = 0.194. Ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X1) berpengaruh secara positif terhadap kepuasan nasabah, dengan kata lain jika variabel kualitas layanan ditingkatkan sebesar satu satuan, maka kepuasan nasabah (Y) akan meningkat sebesar 0.194.
3. Koefisien (β_2) = - 0.032. Ini menunjukkan bahwa variabel citra perusahaan (X2) berpengaruh secara negative (berlawanan arah) terhadap kepuasan nasabah, dengan kata lain jika variabel citra perusahaan ditingkatkan sebesar satu satuan, maka kepuasan nasabah (Y) akan mengalami penurunan sebesar - 0.032. dengan asumsi variabel lainnya tetap konstan.
4. Koefisien (β_3) = 0.237 Ini menunjukkan bahwa variabel Internet Banking (X3) berpengaruh secara positif terhadap keputusan kepuasan nasabah, dengan kata lain jika variabel internet banking ditingkatkan sebesar satu satuan, kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0.237.

Tabel 4. Regresi Linier Berganda

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | t | Sig. |
|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | | |
| 1 (Constant) | 13.491 | 2.555 | | | 5.281 | .000 |
| Kualitas Layanan | .194 | .079 | .266 | | 2.459 | .016 |
| Citra Perusahaan | -.032 | .129 | -.028 | | -.249 | .804 |
| Internet Banking | .237 | .103 | .247 | | 2.293 | .024 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Olah data SPSS 24, 2022

Uji Hipotesis

Koefisien Determinan (R^2)

Tabel 5. Hasil Uji R^2

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .410 ^a | .169 | .143 | 3.24967 |

a. Predictors: (Constant), Internet Banking, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan

Sumber: Olah data SPSS 24, 2022

Pada tabel 5 dapat dilihat bahwa nilai Koefisien Korelasi Berganda (R) yang dihasilkan pada model 1 adalah sebesar 0.410, artinya mempunyai hubungan korelasi yang cukup. Nilai Koefisien Determinasi (R^2) adalah 0.149 atau 14.9%. Artinya pengaruh kualitas layanan, citra perusahaan dan internet banking terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 14,9% dan sisanya sebesar 85.1% di pengaruhi variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 6. Hasil Uji F

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 205.448 | 3 | 68.483 | 6.485 | .000 ^b |
| | Residual | 1013.792 | 96 | 10.560 | | |
| | Total | 1219.240 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Financial Technology, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan

Sumber: Olah data SPSS 24, 2022

Berdasarkan tabel 6 diatas, Berdasarkan Tabel 4.6 diketahui nilai F hitung adalah 6.485 dan nilai F tabel adalah 2.70. Karena nilai F hitung lebih besar daripada F tabel yaitu $6.485 > 2.70$ dengan nilai sig yang lebih kecil dari nilai α ($0,000 < 0,05$), maka H_a diterima dan H_o ditolak yang artinya variabel kualitas layanan, citra perusahaan dan internet banking secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Tabel 7. Hasil Uji t

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | t | Sig. |
|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | | |
| 1 (Constant) | 13.491 | 2.555 | | | 5.281 | .000 |
| Kualitas Layanan | .194 | .079 | .266 | | 2.459 | .016 |
| Citra Perusahaan | -.032 | .129 | -.028 | | -.249 | .804 |
| Internet Banking | .237 | .103 | .247 | | 2.293 | .024 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Olah data SPSS 24, 2022

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 7, maka dapat diperoleh analisa sebagai berikut :

1. Variabel kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, hal ini terlihat dari nilai t hitung (2.459) > t tabel (1.988) dengan tingkat signifikan sebesar 0.000 < 0,05. Artinya kualitas layanan menjadi salah satu faktor yang mendorong kepuasan nasabah (Y) pada bank bri unit tombatu. Maka kesimpulannya H₁ diterima.
2. Variabel Citra perusahaan secara parsial berpengaruh negative dan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, hal ini terlihat dari nilai t hitung (0-.249) < t tabel (1.988) dengan tingkat signifikan sebesar 0.804 > 0,05. Artinya citra perusahaan bukan menjadi salah satu faktor yang mendorong terjadinya kepuasan nasabah (Y) pada bri unit tombatu. Maka kesimpulannya H₂ ditolak.
3. Variabel Internet Banking secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, hal ini terlihat dari nilai t hitung (2.293) > t tabel (1.988) dengan tingkat signifikan sebesar 0,024 < 0,05. Artinya Internet Banking menjadi salah satu faktor yang mendorong kepuasan nasabah (Y) pada bri unit tombatu. Maka kesimpulannya H₃ diterima.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah

Kualitas layanan (*service quality*) adalah salah satu faktor yang penting dalam usaha mencapai keunggulan bersaing (*competitive advantage*). Untuk mencapai kualitas layanan yang diinginkan, pengelola jasa memerlukan upaya pemenuhan keinginan konsumen serta penyampaian yang tepat untuk memenuhi keinginan konsumen. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, hal ini terlihat dari nilai t hitung (2.459) > t tabel (1.988) dengan tingkat signifikan sebesar 0.000 < 0,05. Dengan demikian, Artinya kualitas layanan menjadi salah satu faktor yang mendorong kepuasan nasabah (Y) pada bank BRI unit Tombatu dan dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan nasabah. Hal ini berarti terdapat kualitas pelayanan yang diberikan Bank BRI Unit Tombatu sangat berpengaruh pada kepuasan nasabah, dimana semakin meningkat dan semakin baik kualitas pelayanan yang ada maka akan meningkatkan kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Susanti dan Syahrian (2019) bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah

Citra adalah salah satu asset terpenting dari perusahaan atau organisasi. Citra yang baik merupakan perangkat yang kuat bukan hanya untuk menarik konsumen untuk memilih produk atau jasa perusahaan, melainkan juga memperbaiki dan kepuasan konsumen terhadap perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian Citra perusahaan secara parsial berpengaruh negative dan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, hal ini terlihat dari nilai t hitung (0-.249) < t tabel (1.988) dengan tingkat signifikan sebesar 0.804 > 0,05. Dengan demikian, Artinya citra perusahaan bukan menjadi salah satu faktor yang mendorong terjadinya kepuasan nasabah (Y) pada Bri Unit Tombatu. Namun Bank BRI unit Tombatu harus tetap meningkatkan lagi citra perusahaan agar semakin baik dan di waktu yang akan datang dapat berpengaruh terhadap kepuasan nasabahnya. Karena citra perusahaan merupakan salah satu unsur perhitungan yang penting untuk melihat kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian Triyadi, Amelia, dan Khoir (2021) yang menemukan

Pengaruh Internet Banking terhadap Kepuasan Nasabah

Internet banking merupakan salah satu layanan jasa Bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, hal ini terlihat dari nilai t hitung ($2.293 > t$ tabel (1.988)) dengan tingkat signifikan sebesar $0,024 < 0,05$. Dengan demikian, Artinya Internet Banking menjadi salah satu faktor yang mendorong kepuasan nasabah (Y) pada BRI Unit Tombatu. Hal ini berarti melalui Internet Banking yang diberikan Bank BRI Unit Tombatu sangat berpengaruh pada kepuasan nasabah, dimana semakin mudah dan semakin praktis Internet Banking yang ada maka akan meningkatkan kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Nugraheni dan Sutedjo (2022) yaitu Internet banking terbukti berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, dan Internet Banking terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji F dapat diketahui bahwa variabel kualitas layanan, citra perusahaan dan internet banking terhadap kepuasan nasabah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kualitas layanan. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan perolehan F hitung pada kolom F yakni sebesar 6.485 lebih besar dari nilai F tabel dengan tingkat kesalahan 5% yaitu 2.70 dan dengan nilai sig yang lebih kecil dari nilai α ($0,000 < 0,05$). Sehingga hipotesis keempat dalam penelitian ini diterima dan dapat diartikan bahwa Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, Internet Banking Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Unit Tombatu.

PENUTUP**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya maka akan disajikan beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Unit Tombatu.
2. Citra Perusahaan Berpengaruh Negatif dan Tidak Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Unit Tombatu.
3. Internet Banking Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Unit Tombatu.
4. Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, Internet Banking Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Unit Tombatu.

Saran

1. Bank BRI Unit Tombatu dapat terus meningkatkan indikator Kualitas Layanan yang diantaranya Tangible (berwujud), Reliability (kehandalan), Responsiveness (ketanggapan), Assurance (jaminan), Empathy (Empati) karena juga memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kemudian Bank BRI Unit Tombatu, juga harus memperhatikan variabel citra perusahaan di mata para nasabahnya berdasarkan indikator diantaranya kepribadian, reputasi, nilai, identitas Perusahaan. Untuk mendukung kepercayaan dan loyalitas bagi nasabah dalam menikmati layanan dari Bank BRI Unit Tombatu. Dan yang terakhir yaitu Bank BRI Unit Tombatu, dapat terus meningkatkan Indikator dalam internet banking demi kemudahan pengguna pada tingkat keamanan, kegunaan, serta efisiensi. Dengan inovasi teknologi layanan banking memungkinkan kegiatan banking seperti transfer dana, pembayaran, hingga peminjaman dana bisa dilakukan lebih cepat. Sehingga nasabah selalu merasa puas terhadap layanan yang diberikan oleh Bank BRI Unit Tombatu.
2. Nasabah diharapkan penelitian ini dapat membantu nasabah dalam memberikan wawasan, sehingga dapat dijadikan masukan dan bahan pertimbangan dengan tambahan informasi mengenai pengaruh kualitas layanan, citra perusahaan, serta internet banking terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI Unit Tombatu..
3. Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang baik dalam meningkatkan kepuasan nasabah, diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan tetap mempertimbangkan variabel-variabel selain yang digunakan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P. (2012). *Marketing Management*. Edisi Keempat belas. Cetakan Pertama. Yogyakarta: BPFE
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 50, No 4, 64-70. adminitrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/articel/view/2032. Diakses pada 8 November 2022.
- Laila, F. N. (2021). Pengaruh Layanan Mobile Banking, Internet Banking, Dan Automatic Teller Machine (Atm) Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung Sudirman. *Skripsi*. IAIN Tulungagung. <http://repo.uinsatu.ac.id/21151/>. Diakses pada 19 Juli 2022
- Nugraheni, A., & Sutedjo, B. (2022). Pengaruh Internet Banking dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah di BCA Pemuda Semarang *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(2). <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/2175/1435>. Diakses pada 30 Juli 2022.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64, 12-40. https://www.researchgate.net/publication/225083802_SERVQUAL_A_multiple-Item_Scale_for_measuring_consumer_perceptions_of_service_quality. Diakses pada 29 Oktober 2022.
- Sicillia, M. (2019). Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Perusahaan yang Berdampak terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt Bank OCBC NISP, Tbk Cabang Green Garden. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. Vol. 2, No. 2, 84-97. openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK/article/download/2462/1945. Diakses pada 7 Agustus 2022.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, N., & Syahrian, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Pondok Pinang). *Jurnal Ilmiah Feasible (JIF)*, Vol. 1, No. 1. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JFB/article/view/2266/0>. Diakses pada 19 Juli 2022.
- Triyadi., Amelia, R. W., & Khoir, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Danamon TBK Cabang Bintaro. *Jurnal Ekonomi Efektif (JEE)*, Vol. 3, No. 4. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JEE/article/view/11289>. Diakses pada 2 Agustus 2022.
- Warouw, R., Mandey, S. L., & Roring, F. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Perkreditan Rakyat Dana Raya Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol. 21, No. 04, 57-67. ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jbie/article/view/36443/33914. Diakses pada 22 September 2022.