

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Cabang Ranotana

Intan Monica Alma Sangi
Lucky Franky Tamengkel
Danny D.S Mukuan

Program Studi Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi
E-mail: intanmsangi@gmail.com

Abstract. *The purpose of this research is to find out whether the quality of service has an effect on customer satisfaction at PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Branch Ranotana. The type of research carried out is quantitative data using non-probability samples for sampling. The research data was obtained by distributing questionnaires about service quality and customer satisfaction to 50 respondents using a Likert scale. The data collected was then analyzed with the Validity Test and Reliability Test, as a condition for conducting the Simple Linear Regression Test, t Test, Correlation Analysis, Coefficient of Determination Test (R²), it was concluded that the effect of service quality on customer satisfaction was 0.574 or 57.4 %. With this, it can be seen that the quality of service is a very important factor in ensuring customer satisfaction, so the results obtained in this study are that there is a significant influence on service quality on customer satisfaction at PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Branch Ranotana.*

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction

Abstrak. Tujuan dilakukan penelitian ini untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Cabang Ranotana. Jenis penelitian yang dilakukan adalah data kuantitatif dengan menggunakan non probability sampel untuk pengambilan sampel. Data penelitian diperoleh dengan membagikan kuesioner tentang kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah pada 50 responden dengan menggunakan skala likert. Data yang terkumpul lalu dianalisa dengan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas, sebagai syarat untuk melakukan Uji Regresi Linier Sederhana, Uji t, Analisis Kolerasi, Uji Koefisien Determinasi (R²), maka diperoleh kesimpulan bahwa pengaruh kualitas peayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,574 atau 57,4%. Dengan ini, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat penting dalam menjamin kepuasan nasabah, sehingga hasil yang didapat dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang signifikan pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Cabang Ranotana.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah

Pendahuluan

Di era globalisasi dan perdagangan bebas, sektor perekonomian sangat memegang peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi. Dimana sektor perekonomian menjadi tolak ukur kemajuan suatu negara. Dalam rangka mendorong pertumbuhan ekonomi, industri perbankan memiliki peran penting dalam perekonomian, yaitu menyediakan dan menyalurkan dana untuk pembangunan ekonomi masyarakat. Oleh karena itu, peranan perbankan sangat mempengaruhi kegiatan ekonomi suatu negara. Semakin maju suatu negara maka semakin besar peranan perbankan dalam mengendalikan ekonomi negara tersebut.

Jasa perbankan adalah salah satu aktivitas pada perbankan nasional yang bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi nasabah dalam

melakukan transaksi keuangan. Jasa perbankan diberikan untuk mendukung kelancaran dalam menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat. Maraknya persaingan di dunia perbankan menyebabkan berbagai strategi dilakukan oleh pihak bank untuk menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah, salah satunya yaitu dengan memberikan bonus-bonus bahkan juga hadiah-hadiah langsung kepada nasabah.

Kepuasan nasabah menjadi tolak ukur bagi perusahaan untuk kedepannya atau mungkin ada beberapa hal yang harus dirubah atau dikembangkan karena pelanggan merasa kurang puas bahkan tidak puas dan dirugikan. Jika nasabah merasa tidak puas pastinya nasabah tidak akan kembali lagi dan bisa mengeluhkan rasa ketidakpuasannya terhadap perusahaan tersebut kepada nasabah lain. Hal ini

akan menjadi ancaman terhadap perusahaan tersebut. Menurut Widodo dalam Wedarini (2012:28) menyatakan bahwa seseorang yang kembali membeli, dan akan memberitahu yang lain tentang pengalaman baiknya dengan produk tersebut dapat dikatakan pelanggan tersebut merasa puas.

Bank Danamon Indonesia Cabang Ranotana merupakan salah satu dari jasa-jasa perbankan yang berada di Kota Manado khususnya Cabang Ranotana. Visi dari bank Danamon Indonesia yaitu menjadi bank yang peduli dan membantu jutaan orang untuk mencapai kesejahteraan. Danamon berkeyakinan bahwa keberadaan adalah untuk mewujudkan kepeduliannya kepada nasabah, karyawan, serta masyarakat luas dan membantu kesemuanya itu bertumbuh kembang mencapai kesejahteraan yang lebih baik. Sedangkan misi bank Danamon Indonesia yaitu: 1) Danamon bertekad untuk menjadi "Lembaga Keuangan Terkemuka di Indonesia" yang keberadaannya diperhitungkan. 2) Suatu organisasi yang berpusat pada nasabah yang melayani semua segmen dengan menawarkan nilai yang unik untuk masing-masing segmen, berdasarkan keunggulan penjualan dan pelayanan serta didukung oleh teknologi kelas dunia. 3) Aspirasi kami adalah menjadi perusahaan pilihan untuk berkarya dan yang dihormati oleh nasabah, karyawan, pemegang saham, regulator dan komunitas di mana kami berada.

Dalam rangka pencapaian visi Bank Danamon selalu berusaha memberikan pelayanan prima. Untuk dapat meraih bangsa pasar serta laba, bank harus mampu memberikan kepuasan kepada nasabah yaitu kemampuan untuk menghasilkan produk berkualitas yang mampu memenuhi dan bahkan melebihi harapan nasabah. Namun semakin bertambahnya jumlah nasabah sering menyebabkan penurunan dalam kualitas pelayanan. Semakin banyaknya jumlah nasabah bila tidak diimbangi dengan peningkatan kualitas baik Sumber Daya Manusia (SDM) maupun Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) akan membuat kecewa para nasabah atas pelayanan yang diberikan. Selain dari kualitas pelayanan dan kepercayaan kepada nasabah, nilai pelanggan juga dapat memberikan nilai tambah bagi pelanggan. Nilai pelanggan terdiri dari *Emotional value*, *Social value* *Quality/Performance value* dan *Price/value for money* (Fandy Tjiptono, 2011: 376).

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dapat diambil rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Cabang Ranotana.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Cabang Ranotana.

Kajian Pustaka

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat layanan yang berkaitan dengan harapan dan kebutuhan pelanggan atau pengguna. Hal ini berarti bahwa layanan tersebut berkualitas jika perusahaan atau lembaga tertentu mampu menyediakan produk dan jasa (layanan) sesuai dengan keinginan, kebutuhan, harapan pelanggan/pengguna. Kualitas pelayanan adalah landasan utama untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen atau nasabah.

Menurut Tjiptono (2008:85) kualitas layanan dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan, karena mempunyai pengaruh untuk mendapatkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah ke perusahaan lain. Untuk mencapai suatu kualitas pelayanan yang sangat baik. Suatu perusahaan harus mengerti dan mengimplementasikan segala dimensi-dimensi kualitas pelayanan dengan tepat, karena para konsumen dalam menilai suatu kualitas pelayanan terhadap perusahaan, mereka menggunakan persepsinya dengan melihat dan merasakan dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang ditawarkan perusahaan agar pelayanan perusahaan menjadi unggul.

Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Pasuraman (Jasfar 2005:51) kualitas pelayanan memiliki beberapa dimensi atau unsur kualitas pelayanan. Dimensi ini dibuat untuk mengukur kualitas pelayanan dengan menggunakan suatu kuesioner. Teknik *servqual* dapat mengetahui seberapa besar jarak harapan pelanggan dengan ekspektasi pelanggan terhadap pelayanan yang di terima. *Servqual* memiliki 5 dimensi diantaranya yaitu: (1) *Tangibles* (produk-produk fisik), *tangibles* adalah bukti konkret kemampuan suatu perusahaan untuk menampilkan yang terbaik bagi pelanggan. Baik dari sisi fisik tampilan bangunan, fasilitas, perlengkapan teknologi pendukung hingga penampilan karyawan. (2) *Reliability* (kehandalan), *reliability* adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen terkait kecepatan, ketepatan waktu, tidak ada kesalahan, sikap simpatik, dan lain sebagainya. (3) *Responsiveness* (daya tanggap), *responsiveness*

adalah tanggapan memberikan pelayanan yang cepat atau responsif serta diiringi dengan cara penyampaian yang jelas dan mudah dimengerti. (4) *Assurance* (jaminan), *assurance* adalah jaminan dan kepastian yang diperoleh dari sikap sopan santun karyawan, komunikasi yang baik, dan pengetahuan yang dimiliki, sehingga mampu menumbuhkan rasa percaya pelanggan. (5) *Empathy* (empati), *empathy* adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi kepada pelanggan, hal ini dilakukan untuk mengetahui keinginan konsumen secara aktual dan spesifik.

Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler (2016:126) mendefinisikan kepuasan nasabah sebagai perasaan suka atau tidak suka seseorang terhadap suatu produk setelah membandingkan kinerja produk tersebut dengan yang diharapkan. Kepuasan nasabah ini merupakan penilaian evaluatif setelah pemilihan yang disebabkan oleh seleksi pembelian khusus dan pengalaman menggunakan produk.

Sedangkan menurut Day dalam Ruben (2017) menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian/diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Kepuasan nasabah terhadap suatu produk ataupun jasa, sebenarnya sesuatu yang sangat sulit didapatkan jika perusahaan jasa atau industri tidak benar-benar mengerti apa yang diharapkan nasabah. Untuk produk dan layanan yang kualitas sama, dapat memberikan tingkat kepuasan yang berbeda-beda bagi nasabah yang berbeda. Oleh karena itu, suatu perusahaan harus selalu memperhatikan produk atau jasa yang diberikan kepada nasabah. Kepuasan nasabah merupakan respon nasabah terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian.

Indikator Kepuasan Nasabah

Indikator kepuasan nasabah adalah level kepuasan nasabah setelah membandingkan jasa atau produk yang diterima sesuai dengan apa yang diharapkan. Biasanya nasabah yang puas dengan nilai yang diberikan oleh suatu produk atau jasa akan menjadi pelanggan atau nasabah yang setia dalam waktu lama.

Menurut Irwan (2008) indikator kepuasan pelanggan atau nasabah dipengaruhi beberapa hal, diantaranya adalah sebagai berikut: (1) Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya), yaitu ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari

pelanggan saat menerima pelayanan yang baik dan produk berkualitas dari perusahaan.

(2) Selalu membeli produk, yaitu pelanggan akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila pencapaiannya harapan yang mereka inginkan. (3) Akan merekomendasikan kepada orang lain, yaitu pelanggan yang merasa puas setelah memakai suatu produk atau jasa akan menceritakannya kepada orang lain serta mampu menceritakan pelanggan baru bagi suatu perusahaan. (4) Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk, yaitu sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian suatu produk dengan harapan yang diinginkan pelanggan.

Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Nasabah

Menurut Lovelock dan Wirtz dalam Dian dan Devri (2011) menyebutkan bahwa kualitas jasa merupakan salah satu komponen dari kepuasan pelanggan. Zeith dan Bitner (2009) menjelaskan persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa atau pelayanan (*service quality*) dan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*). Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan pelanggan berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai.

Menurut Irawan (2004:37), faktor-faktor pendorong kepuasan pelanggan yaitu: (1) Kualitas produk, pelanggan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik. (2) Harga, untuk pelanggan yang sensitive, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan *value for money* yang tinggi. (3) *Service quality*, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Kualitas pelayanan merupakan driver yang mempunyai banyak dimensi, salah satunya yang populer adalah *SERVQUAL*. (4) *Emotional Factor*, pelanggan akan merasa puas (bangga) karena adanya *emosional value* yang diberikan oleh brand dari produk tersebut.

Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan merupakan aspek yang penting dalam mempertahankan bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2005).

Akan tetapi penelitian lain oleh (Aryani, 2010) menyatakan dalam pengujian hipotesis bahwa pengaruh kualitas pelayanan yang dihasilkan tidak memiliki pengaruh yang besar terhadap kepuasan

nasabah sehingga nasabah tidak menjadi loyal terhadap perusahaan. Dengan demikian pelayanan yang berkualitas tidak menjamin nasabah akan menjadi puas, karena kualitas pelayanan dalam perusahaan yang dijadikan objek penelitian, memiliki pengaruh yang sangat lemah terhadap kepuasan nasabah hingga tidak tercipta loyalitas pada nasabah. Faktor yang menjadi penyebab pengaruh yang sangat lemah dari kualitas pelayanan yang lebih memberikan pengaruh yang kuat dalam menciptakan kepuasan nasabah hingga menjadi loyalitas.

Oleh karena itu, dilihat dari beberapa penelitian yang telah dilakukan menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat memberikan pengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah, akan tetapi bisa saja faktor kualitas pelayanan tersebut tidak memberikan pengaruh yang kuat oleh karena faktor lain diluar faktor kualitas pelayanan yang lebih memberi pengaruh yang kuat terhadap kepuasan nasabah.

Hipotesis

Berdasarkan uraian rumusan masalah maka hipotesis dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Cabang Ranotana.

Metode Penelitian

Penelitian ini dikategorikan sebagai jenis penelitian survey dimana yang merupakan salah satu bagian dari pendekatan penelitian kuantitatif, penelitian ini yaitu penelitian yang pengukuran data dan statistik objektif melalui perhitungan ilmiah berasal dari sampel orang-orang yang diminta untuk menjawab sejumlah pertanyaan tentang survei untuk menentukan frekuensi dan presentase tanggapan mereka.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 50 sampel atau responden yang ada di PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Cabang Ranotana. Kemudian Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Data Kualitatif dan Data Kuantitatif dengan sumber data dari Data Primer dan Data Sekunder. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data lewat pembagian Kuesioner kepada responden juga observasi yang dilakukan oleh peneliti serta studi pustaka.

Tahapan-tahapan pengujian data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu uji validitas dan reliabilitas, serta analisis koefisien korelasi sederhana, uji t, analisis regresi linier sederhana, dan koefisien determinasi (R²) dan diuji dengan menggunakan *SPSS for windows versi 26,00*.

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Pengujian validitas instrument dilakukan dengan menggunakan *SPSS Statistic* dengan kriteria berikut: Jika r hitung $>$ r table, maka pernyataan tersebut dinyatakan valid dan jika r hitung $<$ r table, maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X), diolah dengan menggunakan *SPSS for windows versi 26,00* dimana 10 item pernyataan menunjukkan nilai r Hitung P1: 0,489 P2: 0,456 P3: 0,590 P4: 0,457 P5: 0, 461 P6: 0,440 P7: 0,541 P8: 0,613 P9: 0,364 P10: 0,515.

Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y), diolah dengan menggunakan *SPSS for windows versi 26,00* dimana 10 item pernyataan menunjukkan nilai r Hitung P1: 0,517 P2: 0,608 P3: 0,483 P4: 0,632 P5: 0, 583 P6: 0,340 P7: 0,386 P8: 0,576 P9: 0,635 P10: 0,469.

Uji Reliabilitas

Pengukuran kuesioner yang reliable dengan uji reliabilitas apabila r alpha $>$ r table 0, 279 maka pernyataan reliable. Jika r alpha $<$ r table 0, 279 maka pernyataan tidak reliable.

Berdasarkan hasil penelitian uji reliabilitas variable kualitas pelayanan menggunakan *SPSS for windows versi 26,00*, diperoleh nilai *cronbrach alpha* sebesar 0, 623 dari hasil tersebut instrument penelitian variable kualitas pelayanan dinyatakan reliable dan dapat dilakukan sebagai alat ukur penelitian selanjutnya. Sedangkan berdasarkan hasil perhitungan uji reliabilitas variable kepuasan nasabah diperoleh nilai *cronbach alpha* sebesar 0, 712 sehingga instrument penelitian variable kepuasan pelanggan dinyatakan reliable dan dapat dilakukan sebagai alat ukur penelitian selanjutnya.

Analisis Koefisien Korelasi Sederhana

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.366 ^a	.574	.116	2.683

Dari table diatas didapat nilai R sebesar 0,366 yang artinya hubungan variable kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah kuat dilihat dari table pedoman.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Model	B	Std. Error	Unstand Coeff		Sig.
			Beta	t	
1 (Constant)	26.607	6.645		4.004	.009
Kualitas Pelayanan	.406	.149	.366	2.724	.000

Dari table diatas dapat diperoleh persamaan regresi $Y = 26,607 + 0,406 X$. Dari persamaan regresi hubungan antara variable *independent* dengan

variable *dependen* secara parsial. Dan dari persamaan tersebut dapat diketahui bahwa, Nilai *Constant* (*a*) adalah 26,607, artinya jika tidak terjadi perubahan kualitas pelayanan (Nilai $X=0$) maka kepuasan nasabah pada PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Cabang Ranotana adalah sebesar 26,607. Nilai Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,406 bernilai positif mempunyai arti bahwa jika persepsi kualitas pelayanan semakin baik maka kepuasan nasabah akan meningkat.

Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.366 ^a	.574	.116	2.683

Berdasarkan hasil yang diperoleh pada table diatas nilai R Square sebesar 57,4 % yang menyatakan variable kepuasan nasabah (Y) dipengaruhi oleh variable kualitas pelayanan (X), sedangkan sisanya 42,6% adalah dipengaruhi oleh variable lain yang tidak ada di penelitian ini.

Uji T

Model		Unstand Coeff		Stand Coeff	t	Sig.
		B	Error Std.			
1	(Constant)	26.607	6.645		4.004	.009
	Kualitas Pelayanan	.406	.149	.366	2.724	.000

Dari table diatas Hasil Uji t kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan nasabah (Y) menunjukkan nilai sig 0,000 dan berdasarkan table diatas menunjukkan nilai *thitung* 2,724 sedangkan *ttabel* 1,676 atau nilai *thitung* > *ttabel* (2,724 > 1,676), maka dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif atau signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Cabang Ranotana terhadap kepuasan nasabah. Dalam penelitian ini hasil diperoleh dengan menyebarkan kuesioner dan akan diuji menggunakan SPSS. Maka berdasarkan hasil pengelolaan data penelitian dari kedua variabel yaitu kualitas pelayanan (X) dan kepuasan nasabah (Y) dengan sampel lima puluh responden, maka diperoleh kesimpulan bahwa Kualitas Pelayanan sangat berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah. Dan ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat penting dalam membuat nasabah menjadi puas. Sehingga dalam penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada

PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Cabang Ranotana. Dengan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu untuk karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa kepribadian responden menunjukkan bahwa lebih banyak nasabah perempuan dibandingkan nasabah laki-laki yang menggunakan jasa pelayanan di PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Cabang Ranotana. Dari segi umur responden dengan usia 45-49 tahun yang paling banyak menjadi nasabah pada PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Cabang Ranotana. Berdasarkan hasil pengelolaan data tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Cabang Ranotana untuk lebih jelasnya akan dibahas sebagai berikut.

Kualitas Pelayanan.

Berdasarkan hasil penelitian dari uji validitas dan reliabilitas menunjukkan hasil uji validitas dan hasil reliabilitas variabel kualitas pelayanan dengan membandingkan nilai *r* hitung dengan nilai *r* tabel pada setiap item diperoleh kesimpulan bahwa item-item pada pernyataan tersebut dinyatakan valid dan reliabel sehingga dapat digunakan dalam penelitian. Setelah melakukan pengujian data uji validitas dan uji reliabilitas peneliti juga sebagai salah satu syarat sebelum melakukan Analisis Regresi Linier Sederhana, Uji T, Analisis Koefisien Korelasi Sederhana, dan Koefisien Determinasi. Dan dalam pengujian uji regresi linear sederhana dan uji koefisien determinasi (*r square*) diperoleh hasil koefisien determinasi (*R square*) yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (Kualitas Pelayanan) terhadap variabel terikat (Kepuasan Nasabah) adalah kuat. Kemudian hasil untuk uji t diperoleh kesimpulan terdapat pengaruh yang signifikan pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Cabang Ranotana.

Kepuasan Konsumen.

Data yang diperoleh pada penelitian ini diketahui bahwa dari semua responden nasabah PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Cabang Ranotana menyatakan setuju pada kuesioner yang telah dibagikan peneliti. Selain itu hasil uji validitas dikatakan valid dikarenakan item-item pernyataan yang diberikan berada di atas nilai *r* tabel yang berada pada taraf signifikan lima persen dan uji reliabilitas dikatakan reliabel karena hasil dari *cronbach alpa*.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah.

Kualitas pelayanan yang baik akan menarik

hati nasabah untuk dapat kembali lagi untuk menggunakan jasa pelayanan tersebut. Untuk menunjang kepuasan nasabah maka salah satu upaya yang harus dilakukan oleh PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Cabang Ranotana adalah perlu memberikan kualitas pelayanan yang benar-benar dapat dipercaya dan diandalkan, sebab dengan adanya peningkatan dalam hal ini kualitas pelayanan yang baik maka akan mempengaruhi kepuasan nasabah menggunakan jasa.

Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah, dimana kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa perbankan pada PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Cabang Ranotana. Dan hasil penelitian ini menunjukan bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan jasa PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Cabang Ranotana. Penelitian ini juga sama dengan penelitian terdahulu, dimana terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian ini juga diambil dari penelitian terdahulu oleh Diandra Gabriela Nelwan (2016) dengan Judul Penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Manado”. Penelitian ini menggunakan metode Penelitian Kuantitatif dengan menggunakan Analisis Regresi Berganda. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi-dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Manado.

Kesimpulan

1. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil penelitian data yang diperoleh thitung lebih besar dari ttabel.
2. Secara keseluruhan dari hasil penelitian menyatakan ada hubungan yang kuat antara kepuasan nasabah dengan kualitas pelayanan, salah satu dibuktikan dari hasil penelitian koefisien determinasi yaitu variable kepuasan nasabah lebih besar dipengaruhi oleh variable kualitas pelayanan, dibandingkan sisanya yang dipengaruhi oleh variable lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

- H. Buchari Alma 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung Alfabeta
- Philip Kolte, Kevin Lane Keller. 2009 *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta
- Sugiono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Fandy Tjiptono *strategi Pemasaran*. Edisi 4. Andi. Jakarta
- Kolter, Philip, Keller, Kevin 2013. *Manajemen Pemasaran Jilid II*. Jakarta. Erlangga
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta Erlangga
- Sugiono 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta
- Nelwan, D. G. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol 4 No 1*.