

Pengaruh Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Tateli

Brigitha Lincincia Kaengke
Tinneke M. Tumbel
Olivia Walangitan

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi
Email: brigitakaengke@gmail.com

Abstract. *This study aims to determine the influences of Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy on Customer Satisfaction of PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Tateli. This study uses 40 respondents who are customers of PT.BRI Unit Tateli as samples. Quantitative analysis technique with multiple linear analysis is used in this research. The statistical tests carried out in this study were validity tests, reliability tests, correlation coefficient tests, partial tests, simultaneous tests and determination tests. Through validity and reliability tests, it was found that the questionnaires in this study were valid and reliable. Through the determination test, it was found that physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy had an effect of 46.2% on customer satisfaction and the rest was influenced by other variables not examined in this study.*

Keywords: *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Customer Satisfaction*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Tateli. Penelitian ini menggunakan sampel yang berjumlah 40 responden yang berstatus sebagai nasabah dari PT.BRI Unit Tateli. Teknik analisis kuantitatif dengan analisis linier berganda digunakan dalam penelitian ini. Uji statistik yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji koefisien korelasi, uji parsial, uji simultan dan uji determinasi. Melalui uji validitas dan reliabilitas didapatkan hasil bahwa kuisioner dalam penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Melalui uji determinasi didapatkan hasil bahwa bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh sebesar 46,2% terhadap kepuasan nasabah dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Kepuasan Nasabah

Pendahuluan

Kepuasan Nasabah merupakan respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian.

Salah satu faktor yang menentukan kepuasan Nasabah adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa berfokus pada lima dimensi yaitu tangible (bukti langsung), reability (keandalan), responssiveness (ketang-gapan), assurance (jaminan), emphaty (empati) dan access. Kepuasan Nasabah, selain dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, juga ditentukan oleh kualitas produk, harga, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat (Hartono, 2009). Kepuasan nasabah menjadi sangat penting bagi suatu perusahaan, yang dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, di mana pelayanan yang baik memegang peran utama dalam memberikan kepuasan kepada para nasabahnya.

Jadi dalam penelitian ini, peneliti memilih variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati sebagai variabel X dan kepuasan nasabah sebagai variabel Y.

Dengan pelayanan ini maka akan memunculkan suatu tingkat kepuasan pada nasabah baik itu kepuasan positif maupun kepuasan negatif. Bagi perusahaan perbankan suatu kepuasan nasabah sangat diperlukan khususnya dalam rangka eksistensi perusahaan tersebut, sehingga nasabah tersebut akan tetap menggunakan jasa perusahaan tersebut.

Dari uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan suatu penelitian dengan judul "Pengaruh Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Tateli.

Tinjauan Pustaka

Daya Tanggap

Menurut Albarq (2013:702) tangible meliputi tampilan fisik pelayanan, seperti fasilitas fisik, alat, atau perlengkapan dan juga penampilan pekerja. Demikian juga menurut Sokachae (2014 : 34) bahwa tangible dapat dilihat dari dimensi fisik, segala sesuatu yang dapat terlihat dimulai dari fasilitas, perlengkapan dan karyawan. Sedangkan menurut Na dalam Eshetie et al (2016 : 75) Tangible terlihat dari suasana dan tampilan umum dari fasilitas fisik, kamar, restoran, peralatan komunikasi dan karyawan.

Definisi tangible menurut Wang & Wang dalam Felix (2017 : 5) adalah peralatan yang baru, fasilitas yang menarik, penampilan professional, dan materi yang berkaitan dengan pelayanan. Menurut Donkoh et al. (2012 : 217) termasuk dalam penampilan fisik darifasilitas, peralatan, personil dan material yang digunakan dalam berkomunikasi dengan konsumen. Yang mana terdiri dari beberapa dimensi, yaitu : kebersihan, tempat, atmosfir, penampilan dari pelayanan dan lokasi. Dari teori yang telah disampaikan maka dapat disimpulkan bahwa tangible adalah salah satu faktor penilaian bagi konsumen yang didasarkan dari penampilan fisik, baik fasilitas, peralatan, kebersihan dan karyawan dalam restoran.

Kehandalan

Menurut Kotler dan Keller (2009:53) “Kehandalan berkaitan dengan kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara andal dan akurat.” Atribut yang ada dalam dimensi keandalan ini seperti memberikan pelayanan sesuai janji, pertanggungjawaban tentang penanganan pelanggan akan masalah pelayanan dan memberikan pelayanan tepat waktu. Hubungan keandalan (*reliability*), terhadap kepuasan pelanggan. Jadi layanan yang akurat sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan termasuk memiliki karyawan- karyawan yang handal dibidangnya, maka para pelanggan akan merasa puas terhadap perusahaan.

Teori Daya Tanggap

Menurut Kotler dan Keller (2009:53) yang menyatakan bahwa “Daya tanggap berkenaan dengan kemampuan karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan saja jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat, apabila karyawan cepat tanggap 15 melayani pelanggan maka perusahaan akan mendapat simpati dari pelanggan itu sendiri”. Suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat

(responsive) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

Empati

Menurut (Kotler dan Keller 2009:53) menyatakan bahwa “perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman”. Hubungan empati dengan kepuasan pelanggan adalah apabila pelanggan telah merasa puas dengan empati yang diberikan perusahaan maka pelanggan pun akan loyal dengan jasa yang diberikan perusahaan tersebut.

Teori Jaminan

Menurut (Kotler dan Keller 2009:53)., menyatakan bahwa “karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman kepada pelanggan”. Jadi, dengan adanya kepercayaan yang diberikan terhadap pelanggan dengan rasa aman, maka pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan perusahaan tersebut. Hubungan jaminan (assurance) terhadap kepuasan pelanggan. Jadi, dengan kepercayaan yang diberikan terhadap pelanggan dengan rasa aman, maka pelanggan pun akan merasa puas dengan pelayanan tersebut.

Teori Kepuasan Nasabah/Pelanggan

Menurut fandy tjiptono (2014:) kata “kepuasan atau satisfaction berasal dari bahasa latin “satis” (artinya cukup banyak, memadai) dan “facio” (melakukan atau membuat) secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Sedangkan Menurut kotler dan keller dalam donni juni priansah (2017). Menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas/senang.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (2007). Menurut Oliver dan Ferrinadewi (2005), kepuasan merupakan penilaian konsumen

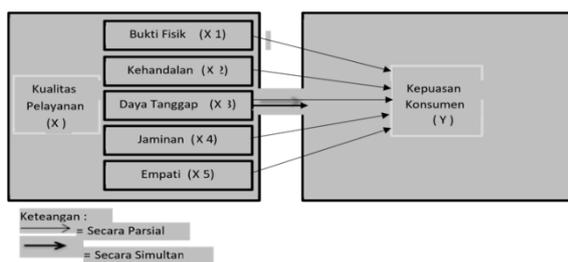
terhadap fitur-fitur produk atau jasa yang berhasil memberikan pemenuhan kebutuhan pada level yang menyenangkan baik itu di bawah maupun di atas harapan.

Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Metode	Variabel	Hasil
1	Khatimah, Husnul dan Rahardjo, Mudji (2011)	Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Studi Pada Nasabah BRI Cabang Semarang Patimura	1. Uji Validitas & Reliabilitas 2. Uji Asumsi Klasik 3. Analisis Regresi Linier Berganda 4. Uji F & Uji T	Variabel bebas: 1. <i>Tangibles</i> 2. <i>Reliability</i> 3. <i>Responsiveness</i> 4. <i>Assurance</i> 5. <i>Empathy</i> Variabel terikat: Kepuasan Konsumen	Kelima dimensi kualitas jasa tersebut (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Variabel <i>reliability</i> (X2), mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan pelanggan (Y)
2	Lovenia, Christiana Okky Augustadana, Sutopo (2012)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah (studi kasus padanasabah bankjateng cabang utamas emarang)	Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Regresi Linier Sederhana, Uji Determinasi,	Variabel bebas: 1. <i>Tangibles</i> 2. <i>Reliability</i> 3. <i>Responsiveness</i> 4. <i>Assurance</i> 5. <i>Empathy</i> Variabel terikat: Kepuasan Konsumen	Kelima dimensi kualitas jasa tersebut (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Nasabah (Y). Variabel <i>Reliability</i> (X2), <i>Responsiveness</i> (X3), dan <i>Assurance</i> adalah variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen (y)

Kerangka Pemikiran

Menurut Uma Sekaran (dalam Sugiyono) 2017 mendefinisikan bahwa kerangka berpikir adalah sebagai berikut: “Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting”



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan 40 responden sebagai sampel dalam penelitian ini. Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Uji Instrumen

Uji instrument dalam penelitian ini terdiri dari 2 yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki rendah (Taniredja dan Mustafidah, 2012:42). Validitas

sebagai salah satu derajat ketepatan atau keandalan pengukuran instrumen mengenai isi pertanyaan atau pernyataan. Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah setiap butir dalam instrumen itu valid atau tidak, dapat diketahui dengan mengkorelasikan antara skor butir dengan skor totalnya

Uji reliabilitas merupakan uji keandalan dari suatu alat ukur. Uji reliabilitas juga sering disebut sebagai uji konsistensi hasil pengukuran. Suatu alat ukur dinyatakan reliabel/andal jika data dari hasil pengukuran hasilnya konsisten jika digunakan berulang-ulang pada objek yang berbeda-beda, pada waktu yang sama, atau berbeda-beda

2. Analisis Koefisien Korelasi Berganda

Menurut Sugiyono (2016:233) Teknik analisis koefisien korelasi berganda (*multiple correlation*) merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antara dua atau lebih variabel bebas secara Bersama-sama dengan variabel terikat. Symbol koefisien korelasi berganda dilambangkan dengan R.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan dalam penelitian ini karena variabel independen dalam penelitian ini lebih dari dua. Analisis regresi linier berganda (Multiple Regression Analysis) adalah regresi dimana variabel terikat (Y) dihubungkan atau dijelaskan oleh lebih dari satu variabel, bisa dua, tiga, dan seterusnya variabel bebas (X1, X2, X3,.....Xn) namun masih menunjukkan diagram hubungan yang linier.

4. Uji Parsial

Menurut Sugiyono (2014) untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dilakukan dengan pengujian uji t, dimana derajat signifikansi yang digunakan adalah = 0,05.

5. Uji Simultan

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara serempak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2014).

6. Uji Determinasi (R²)

Koefisien determinasi merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan antara nilai dugaan atau garis regresi dengan data sampel. Apabila nilai koefisien korelasi sudah diketahui, maka untuk mendapatkan koefisien determinasi dapat diperoleh dengan mengkuadratkannya.

Hasil Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan 40 responden yang berstatus sebagai nasabah PT. BRI Unit Tateli sebagai sampel. Melalui penelitian ini,

peneliti mendapatkan hasil bahwa responden berjenis kelamin laki-laki memiliki persentase sebesar 49,5% dan responden perempuan memiliki persentase sebesar 40,5%.

Peneliti juga mendapatkan hasil bahwa responden yang berstatus nasabah PT.BRI Unit Tateli < 2 tahun memiliki persentase sebesar 69% dan nasabah > 2 tahun memiliki persentase sebesar 31%.

Hasil Uji Validitas

Kuisiomer dalam penelitian ini dikatakan valid jika $R_{hitung} > R_{tabel}$ pada nilai signifikansi 0,05. Sebaliknya, item dikatakan tidak valid jika nilai $R_{hitung} < R_{tabel}$ pada nilai signifikansi 0,05.

$$R_{tabel} = n-2 = 40 - 2 = 38 = 0,2787$$

1. Hasil Uji Validitas Variabel X1

Hasil perhitungan uji validitas menunjukkan bahwa semua $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada signifikansi 0,05. X1.1 0,840, X1.2 0,602, X1.3 0,749, X1.4 0,863, dan X1.5 0,835. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua item kuisiomer variabel X1 pada penelitian ini bersifat valid dan dapat digunakan.

Table 7 Uji Validitas Variabel Bukti Fisik X1

	X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	Total
X1_1	Pearson Correlation	1	.578**	.485**	.622**	.587**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.000	.000
	N	40	40	40	40	40
X1_2	Pearson Correlation	.578**	1	.179	.255	.406**
	Sig. (2-tailed)	.000		.270	.112	.009
	N	40	40	40	40	40
X1_3	Pearson Correlation	.485**	.179	1	.750**	.526**
	Sig. (2-tailed)	.002	.270		.000	.000
	N	40	40	40	40	40
X1_4	Pearson Correlation	.622**	.255	.750**	1	.688**
	Sig. (2-tailed)	.000	.112	.000		.000
	N	40	40	40	40	40
X1_5	Pearson Correlation	.587**	.406**	.526**	.688**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.009	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40
Total	Pearson Correlation	.840**	.602**	.749**	.863**	.835**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40

Table 1 Tabulasi Uji Validitas Variabel X1

Rhitung	Rtabel
0,840	0,2787
0,602	0,2787
0,749	0,2787
0,863	0,2787
0,835	0,2787

2. Hasil Uji Validitas Variabel X2

Hasil perhitungan uji validitas menunjukkan bahwa semua $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada signifikansi 0,05. X2.1 0,761, X2.2 0,858, X2.3 0,722, X2.4 0,722, dan X2.5 0,819. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua item kuisiomer variabel X2 pada penelitian ini bersifat valid dan dapat digunakan.

Table 9 Hasil Uji Validitas Variabel X2

	X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	Total
X2_1	Pearson Correlation	1	.468**	.330*	.519**
	Sig. (2-tailed)		.002	.038	.001
	N	40	40	40	40
X2_2	Pearson Correlation	.468**	1	.642**	.650**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000	.000
	N	40	40	40	40
X2_3	Pearson Correlation	.330*	.642**	1	.398*
	Sig. (2-tailed)	.038	.000		.011
	N	40	40	40	40
X2_4	Pearson Correlation	.519**	.650**	.398*	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.011	
	N	40	40	40	40
Total	Pearson Correlation	.761**	.858**	.722**	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40

Table 2 Tabulasi Uji Validitas Variabel X2

Rhitung	Rtabel
0,761	0,2787
0,858	0,2787
0,722	0,2787
0,722	0,2787
0,819	0,2787

3. Hasil Uji Validitas Variabel X3

Hasil perhitungan uji validitas menunjukkan bahwa semua $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada signifikansi 0,05. X3.1 0,768, X3.2 0,650, X3.3 0,889, X3.4 0,886, dan X3.5 0,883. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua item kuisiomer variabel X3 pada penelitian ini bersifat valid dan dapat digunakan.

Table 3 Hasil Uji Validitas Variabel X3

	X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	Total
X3_1	Pearson Correlation	1	.278	.641**	.615**	.587**
	Sig. (2-tailed)		.082	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40
X3_2	Pearson Correlation	.278	1	.495**	.428**	.526**
	Sig. (2-tailed)	.082		.001	.006	.000
	N	40	40	40	40	40
X3_3	Pearson Correlation	.641**	.495**	1	.728**	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.000
	N	40	40	40	40	40
X3_4	Pearson Correlation	.615**	.428**	.728**	1	.775**
	Sig. (2-tailed)	.000	.006	.000		.000
	N	40	40	40	40	40
X3_5	Pearson Correlation	.587**	.526**	.753**	.775**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40
Total	Pearson Correlation	.768**	.650**	.889**	.886**	.883**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40

Table 4 Tabulasi Uji Validitas Variabel X3

Rhitung	Rtabel
0,768	0,2787
0,650	0,2787
0,889	0,2787
0,886	0,2787
0,883	0,2787

4. Hasil Uji Validitas Variabel X4

Hasil perhitungan uji validitas menunjukkan bahwa semua $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada signifikansi 0,05. X4.1 0,717, X4.2 0,620, X4.3 0,805, X4.4 0,830, dan X4.5 0,882. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua item kuisioner variabel X3 pada penelitian ini bersifat valid dan dapat digunakan.

Table 5 Hasil Uji Validitas Variabel X4

	X4_1	X4_2	X4_3	X4_4	X4_5	Total
X4_1	Pearson Correlation	1	.243	.467**	.518**	.579**
	Sig. (2-tailed)		.130	.002	.001	.000
	N	40	40	40	40	40
X4_2	Pearson Correlation	.243	1	.258	.341*	.452**
	Sig. (2-tailed)	.130		.108	.031	.003
	N	40	40	40	40	40
X4_3	Pearson Correlation	.467**	.258	1	.688**	.707**
	Sig. (2-tailed)	.002	.108		.000	.000
	N	40	40	40	40	40
X4_4	Pearson Correlation	.518**	.341*	.688**	1	.681**
	Sig. (2-tailed)	.001	.031	.000		.000
	N	40	40	40	40	40
X4_5	Pearson Correlation	.579**	.452**	.707**	.681**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40
Total	Pearson Correlation	.717**	.620**	.805**	.830**	.882**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40

Table 6 Tabulasi Uji Validitas Variabel X4

Rhitung	Rtabel
0,717	0,2787
0,620	0,2787
0,805	0,2787
0,830	0,2787
0,882	0,2787

5. Hasil Uji Validitas Variabel X5

Hasil perhitungan uji validitas menunjukkan bahwa semua $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada signifikansi 0,05. X5.1 0,769, X5.2 0,782, X5.3 0,862, X5.4 0,851, dan X5.5 0,883. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua item kuisioner variabel X5 pada penelitian ini bersifat valid dan dapat digunakan.

Table 7 Hasil Uji Validitas Variabel X5

	X5_1	X5_2	X5_3	X5_4	X5_5	Total
X5_1	Pearson Correlation	1	.413**	.619**	.582**	.636**
	Sig. (2-tailed)		.008	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40
X5_2	Pearson Correlation	.413**	1	.760**	.709**	.650**
	Sig. (2-tailed)	.008		.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40
X5_3	Pearson Correlation	.619**	.760**	1	.666**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	40	40	40	40	40
X5_4	Pearson Correlation	.582**	.709**	.666**	1	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	40	40	40	40	40
X5_5	Pearson Correlation	.636**	.650**	.780**	.825**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40
Total	Pearson Correlation	.769**	.782**	.862**	.851**	.883**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40

6. Hasil Uji Validitas Y

Table 8 Tabulasi Uji Validitas Variabel X5

Rhitung	Rtabel
0,769	0,2787
0,782	0,2787
0,862	0,2787
0,851	0,2787
0,883	0,2787

Hasil perhitungan uji validitas menunjukkan bahwa semua $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada signifikansi 0,05. Y.1 0,751, Y.2 0,797, Y.3 0,542, Y.4 0,886, Y.5 0,634, Y.6 0,845, Y.7 0,860, Y.8 0,653, Y.9 0,804 dan Y.10 0,755. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua item kuisioner variabel Y pada penelitian ini bersifat valid dan dapat digunakan.

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach'sAlpha	Keterangan
Pertanyaan			
Bukti Fisik X1	5	0.842	Reliabel
Kehandalan .X2	4	0.795	Reliabel
Daya Tanggap X3	5	0.870	Reliabel
Jaminan X4	5	0.822	Reliabel
Empati X5	5	0.902	Reliabel
Kepuasan Nasabah Y	10	0.916	Reliabel

Kuisisioner dalam penelitian ini dikatakan reliabel jika $\alpha > R_{tabel}$ pada nilai signifikansi 0,05. Sebaliknya, item dikatakan tidak reliabel jika nilai $\alpha < R_{tabel}$ pada nilai signifikansi 0,05. $R_{tabel} = n-2 = 40 - 2 = 38 = 0,2787$

Melalui uji reliabilitas, didapatkan bahwa semua item kuisisioner variabel X1, X2, X3, X4, X5 dan Y bersifat reliabel dan dapat digunakan karena nilainya $\alpha > R_{tabel}$.

Cronbach's Alpha	Rtabel
X1 0,824	0,2787
X2 0,795	0,2787
X3 0,870	0,2787
X4 0,822	0,2787
X5 0,902	0,2787
Y 0,916	0,2787

Hasil Koefesien Korelasi

X1	X2	X3	X4	X5	Y1
1	.092	.134	.053	.852**	.036
	.485	.309	.685	.000	.001
40	40	40	40	40	40
.092	1	-.013	-.080	.016	.506**
.485		.922	.543	.905	.000
40	40	40	40	40	40
.134	-.013	1	-.125	.030	.465
.309	.922		.342	.820	.004
40	40	40	40	40	40
.053	-.080	-.125	1	.260*	.036
.685	.543	.342		.045	.001
40	40	40	40	40	40
.852**	.016	.030	.260*	1	.332
.000	.905	.820	.045		.000
40	40	40	40	40	40
.036	.506**	-.165	.036	.132	1
.007	.000	.009	.004	.003	
40	40	40	40	40	40

Berdasarkan hasil yang didapat dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan hasil bahwa nilai sig nilai sig X1 0,001, X2 0,000, X3 0,004, X4 0,001, X5 0,000. Ini menunjukkan bahwa semua nilai sig $< 0,005$ yang artinya saling berkorelasi.

Nilai Pearson Correlation X1 adalah 0,36 yang artinya derajat tingkat hubungan antara Y

Hasil Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	T	
1	(Constant)	10.457	6.253		5.792	.000
	Bukti Fisik	.326	.273	.368	4.461	.001
	Kehandalan	.252	.489	.171	3.311	.001
	Daya Tanggap	.292	.466	.278	4.627	.000
	Jaminan	.844	.599	.497	2.576	.001
	Empati	.679	.509	.335	2.318	.000

adalah rendah. Nilai Pearson Correlation X2 adalah 0,506 yang artinya derajat tingkat hubungan antara Y adalah cukup. Nilai Pearson Correlation X3 adalah 0,465 yang artinya derajat tingkat hubungan antara Y adalah cukup. Nilai Pearson Correlation X4 adalah 0,784 yang artinya derajat tingkat hubungan antara Y adalah kuat. Nilai Pearson Correlation X5 adalah 0,332 yang artinya derajat tingkat hubungan antara Y adalah rendah

Analisis Regresi Linier Berganda

$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 = e$
Sehingga persamaan regresinya menjadi: $Y = 10,457 + 0,326 X_1 + 0,252 X_2 + 0,292 X_3 + 0,844 X_4 + 0,679 X_5 = e$

Nilai konstanta sebesar 10,457 menunjukkan jika Bukti Fisik (X1), Kehandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4) dan Empati (X5) nilainya 0 atau konstan, maka Kepuasan Nasabah nilainya sebesar 10.457.

Arah hubungan variabel X1, X2, X3, X4, dan X5 adalah positif sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen dalam penelitian ini berpengaruh secara positif terhadap variabel dependen.

Hasil Uji Parsial

Hasil dari uji parsial dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut; didapatkan jawaban bahwa Nilai $t_{tabel} = t(a/2; n-k-1) = t(0,05/2; 40-2-1) = 1,998$.

Uji hipotesis pengaruh Bukti Fisik terhadap kepuasan Nasabah Berdasarkan tabel 21, nilai signifikansi untuk variabel Bukti Fisik (X1) adalah 0,001, di mana $0,647 < 0,05$. Hal ini ditunjukkan juga dengan nilai thitung = 4,461, di mana $4,461 > t_{tabel}$ sebesar 1,998. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan terdapat pengaruh variabel Bukti Fisik (X1) terhadap kepuasan Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia unit Tateli. Dengan demikian, penelitian ini menolak H0 dan menerima H1.

Uji hipotesis pengaruh Kehandalan terhadap kepuasan Nasabah Berdasarkan tabel 21, nilai signifikansi untuk variabel Kehandalan (X2) adalah 0,001, di mana $0,001 < 0,05$. Hal ini ditunjukkan juga dengan nilai thitung = 3,311, di mana $3,311 > t_{tabel}$ sebesar 1,998. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan terdapat pengaruh variabel Kehandalan (X2) terhadap kepuasan Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia unit Tateli. Dengan demikian, penelitian ini menolak H0 dan menerima H2.

Uji hipotesis pengaruh Daya tanggap terhadap kepuasan Nasabah Berdasarkan tabel 21, nilai signifikansi untuk variabel daya tanggap (X3) adalah 0,000, di mana $0,000 < 0,05$. Hal ini ditunjukkan juga dengan nilai thitung = 4,627, di

mana $4,627 > t_{tabel}$ sebesar 1,998. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan pengaruh variabel Daya Tanggap (X3) terhadap pengaruh kepuasan Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia unit Tateli. Dengan demikian, penelitian ini menolak H_0 dan menerima H_3 .

Uji hipotesis pengaruh Jaminan terhadap kepuasan Nasabah Berdasarkan tabel 21, nilai signifikansi untuk variabel Jaminan (X4) adalah 0,001, di mana $0,001 < 0,05$. Hal ini ditunjukkan juga dengan nilai $t_{hitung} = 2,576$, di mana $2,576 > t_{tabel}$ sebesar 1,998. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan pengaruh variabel Jaminan (X4) terhadap pengaruh kepuasan Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia unit Tateli. Dengan demikian, penelitian ini menolak H_0 dan menerima H_4 .

Uji hipotesis pengaruh Empati terhadap kepuasan Nasabah Berdasarkan tabel 21, nilai signifikansi untuk variabel Empati (X5) adalah 0,000, di mana $0,000 < 0,05$. Hal ini ditunjukkan juga dengan nilai $t_{hitung} = 2,318$, di mana $2,318 > t_{tabel}$ sebesar 1,998. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan terdapat pengaruh variabel Jaminan (X4) terhadap kepuasan Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia unit Tateli. Dengan demikian, penelitian ini menolak H_0 dan menolak H_5 .

Hasil Uji Simultan

pengaruh variabel Bukti Fisik (X1), Keandalan(X2), daya tanggap(X3), jaminan(X4) dan empati(X5) terhadap variabel kepuasan Nasabah (Y) dengan nilai F_{hitung} sebesar 5.823 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,75, dengan signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari taraf signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh Bukti Fisik, Keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia unit Tateli. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengujian hipotesis di atas menolak H_0 dan menerima H_6 . Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh Bukti Fisik, Keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara simultan terhadap kepuasan Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia unit Tateli.

Hasil Uji Determinasi

Nilai koefisien determinasi (R Square) penelitian ini adalah 0,462. Hasil ini menunjukkan bahwa besar persentase variabel X1, X2, X3, X4, dan X5 yang bisa dijelaskan oleh variasi variabel kualitas pelayanan, adalah sebesar 46,2%, sedangkan sisanya sebesar 53,8% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar Penelitian seperti kepuasan pelanggan disebabkan oleh antara lain tingkat suku bunga, keadaan perekonomian, persaingan dan lain-lain.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis di atas, variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan tangible (layanan bukti fisik), reliability (layanan keandalan), responsiveness (layanan tanggapan), assurance (layanan jaminan) dan empathy (layanan empati) Tidak Berpengaruh Secara Parsial tapi secara simultan Berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia unit Tateli yang ditunjukkan oleh nilai sig F. 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. Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat, mempertahankan nasabah merupakan satu langkah yang tepat agar tetap 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 diharapkan 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 nasabahtersebut tidak akan datang kembali, bahkan akan beralih ke produk/jasa di tempat lain.

Kesimpulan

Melalui penelitian ini, peneliti mendapatkan hasil bahwa X1 (bukti fisik), X2 (keandalan), X3 (daya tanggap), X4 (jaminan), dan X5 (empati) memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Tateli. kelima variabel ini juga memiliki pengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Tateli. Penelitian ini juga mendapatkan hasil bahwa pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah sebesar 46,2% sedangkan sisanya yaitu 53,8% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Setelah melihat kesimpulan yang ada, maka peneliti memberikan saran pada perusahaan agar dapat memperhatikan variable bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati karena kelima variable itu adalah pendorong semakin tingginya kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI). Dengan meningkatkan aspek bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati maka diharapkan bahwa kepuasan nasabah dapat meningkat juga.

Daftar Pustaka

- Alma, Buchari. 2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Penerbit Alfabeta, Bandung
- Buchari Alma. 2011. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta Bandung
- Khuong, M. N. & Uyen, L. M. 2014. The Factors Affecting Vietnam Airlines Service Quality and Passenger Satisfaction – A mediations analysis of service quality. *International Journal of Innovation, Management and Technology*. (Vol. 5: 327-333).
- Kotler dan Armstrong. 2010. Dasar-dasar Pemasaran. Edisi Sembilan. Jilid Ke-3. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong, 2008, Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2009, Manajemen Pemasaran, edisi 13, Jilid 1, Erlangga: Jakarta. edisi 2, Salemba Empat : Jakarta.
- Lupiyoadi. 2011. Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Dua. Jakarta: Salemba Indeks Kelompok Gramedia
- Moleong, L.J. 2006. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L.J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT.
- Mowen, Jhon C dan Michael Minor. 2002. Perilaku konsumen. Jakarta: Erlangga.