

I S S N : 2443 - 0536

Volume VI | Nomor 3 | Mei 2020

STIPRO

STINDO PROFESIONAL JURNAL

EKONOMI, HUKUM, PERTANIAN, TEKNIK,
KEDOKTERAN, KESEHATAN, AGAMA,
PENDIDIKAN, KOMPUTER, SOSIAL POLITIK,
PETERNAKAN, PARIWISATA, SENI, BAHASA



STINDO PROFESIONAL

Volume VI | Nomor 3 | Mei 2020

(Menerima Tulisan dari Berbagai Disiplin Ilmu, Ekonomi, Hukum, Pertanian, Teknik, Kedokteran, Kesehatan, Agama, Pendidikan, Komputer, Sosial Politik, Peternakan, Pariwisata, Seni, Bahasa)

ISI TULISAN DI LUAR TANGGUNG JAWAB PENERBIT & REDAKSI

Penanggung Jawab / Pengarah :

Dr. Saut Purba, M.Pd.

Dr. Keysar Panjaitan, M.Pd.

Pimpinan Redaksi :

Drs. Harkim Simamora, SE, M.Si.

Wakil Pimpinan Redaksi :

Jhonson Rajagukguk S.Sos., SE., M.AP
Sudung Marpaung SE.

Redaktur Ekonomi

Edison Paralian Hutauruk, SE., M.Si.
Rezekia Vaizal Simanungkalit, SE., MM.
Sabaruddin Chaniago, SE., MM.
Dr. Nico Soter Sihombing

Redaktur Sosial Politik

Drs. Maringan Panjaitan, M.Si.

Redaktur Pertanian & Peternakan

Dr. Ir. Tumiur Gultom, MP

Redaktur Hukum

Dr. Cakra Arbas MHI., MH.
Permai Yudi SH., MH.

Redaktur Teknologi

Drs. Parapat Gultom MSIE., Phd.
Parulian Siagian ST., MT.
Roni Jhonson Simamora ST., M.Cs.

Redaktur Pendidikan

Dra. Erlinda Simanungkalit M.Pd.
Dra. Risma Sitohang M.Pd.

Redaktur Kedokteran

dr. Horas Rajagukguk, S.pB FINACS

Redaktur Pariwisata

Furgan, SE., MM.Par

Redaktur Agama

Robinhot Sihombing, MPdK
Pdt. Benget Rumahorbo M.Th

Redaktur Kesehatan

Parmin, SKM, M.Kes

Redaktur Keolahragaan

Imanuddin Siregar, M.Pd

DAFTAR ISI
JURNAL STINDO PROFESIONAL
ISSN : 2443:0536
Volume VI | Nomor 3 | Mei 2020

- Korelasi Antara Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Memutuskan Menggunakan Produk Tabungan Emas PT. Pegadaian (Persero) 1-20
Oleh : Agus N. Simanjuntak SE., MM.
- Penerapan Model Student Centered Learning (SCL) Terhadap Kemampuan Pemahaman Konsep Mahasiswa Pada Mata Kuliah Teori Bilangan 21-30
Oleh: Sanggam P. Gultom¹⁾, Friska B. Siahaan²⁾
Program Studi Pendidikan Matematika, FKIP Universitas HKBP Nommensen Medan
email: sanggam.gultom@uhn.ac.id
- Analisis Tentang Kepuasan Pelayanan Pasien Hemodialisa Di Rumah Sakit Daerah Dr. Djasamen Saragih Tahun 2020 33-47
Oleh : Antonij Edimarta Sitanggang, SKM, MKM
NIDN :011407700
- Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kesetiaan Pelanggan Pada PT. Damai Abadi Retail Aluminium Medan 48-64
Oleh : Rezekia.V Simanungkalit SE.,MM
Yasmin Ndruru
- Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Semangat Kerja Karyawan Pada PT. Abetama Sempurna Medan 65-80
Oleh : Bambang Sugiharto
Dosen STIE Profesional Indonesia Medan
- Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Karyawan Pada PT. Cisadane Sawit Raya Medan 81-97
Oleh : Flora Elisabeth Silalahi, SE., MM
Dosen STIE Profesional Indonesia Medan
- Perencanaan Persediaan Bahan Baku Ikan Gurami Asam Manis Dengan Metode Material Requirement Planning (MRP) Di Lembur Kuring Restaurant 98-116
Oleh : Togar Naibaho
Dosen STIE Profesional Indonesia Medan
- Pengaruh Komunikasi Dan Informasi Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Sari Persada Raya Medan 117-127
Oleh : Maya Andriani
Dosen STIE Profesional Indonesia Medan

DAFTAR ISI
JURNAL STINDO PROFESIONAL
ISSN : 2443:0536
Volume VI | Nomor 3 | Mei 2020

- Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada PT. Abetama Sempurna 128-141
Oleh : Juni Ivana Sinaga
Dosen STIE Profesional Indonesia Medan
- Perbedaan Kemampuan Menulis Karangan Eksposisi Siswa Kelas X SMA RK Bintang Timur Pematangsiantar Yang Diajar Melalui Model Pembelajaran STAD VS Model Pembelajaran Konvensional 142-151
Oleh : Vita Riahi Saragih
Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar
vitariahi91@gmail.com
- Hubungan Kepemimpinan, Lingkungan Kerja Dan Motivasi Terhadap Kepuasan Kerja Pada Dinas Tenaga Kerja Dan Koperasi UKM Kabupaten Tapanuli Utara 152-163
Oleh : Bonifasius H. Tambunan
Fakultas Ekonomi, Universitas HKBP Nommensen
- Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah 164-186
Oleh : Drs. Kepler Sinaga, MM
- Pengaruh *Tangible, Reliability* Dan *Empathy* Terhadap Kepuasan Penumpang Jasa Angkutan Pada Pt Pmtah Jurusan Medan Aceh Tengah 187-203
Oleh : Nurul Wardani Lubis, SE, M.Si
Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Medan

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA PERBANKAN
TERHADAP KEPUASAN NASABAH**

Oleh :

Drs. Kepler Sinaga, MM

ABSTRAK

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu Apakah ada pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah. Kepuasan nasabah merupakan respon nasabah terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja actual yang dirasakannya setelah pemakaian. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah mengenai kualitas pelayanan yang berfokus pada lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Balaikota. Hipotesis penelitian ini adalah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kuantitatif dengan data yang diperoleh melalui menyebarkan kuesioner kepada 100 responden.

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Reliabilitas, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti Fisik terhadap Kepuasan Nasabah dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ (34,609 > 2,3113). Sedangkan uji t, untuk variabel x1 diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (6,582 > 1,985) untuk variabel x2 $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3,918 > 1,985) untuk variabel x3 $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,313 > 1,985) untuk variabel x4 $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,000 > 1,985) untuk variabel x5 $t_{hitung} > t_{tabel}$ (5,158 > 1,985).

Dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan (reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik) terhadap kepuasan nasabah. Untuk itu disarankan kepada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Balaikota untuk memperhatikan kualitas pelayanan dengan dimensi reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.

Kata kunci : Reliabilitas, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Bukti Fisik, Kepuasan Nasabah

PENDAHULUAN

Mutu atau kualitas merupakan faktor dasar yang mempengaruhi pilihan konsumen untuk berbagai jenis produk dan jasa yang berkembang pesat saat ini. Paradigma tentang mutu dapat

dinyatakan sebagai suatu karakteristik yang harus dipelihara secara berkelanjutan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan (nasabah).

Konsumen akan membandingkan layanan yang diberikan perusahaan dengan

layanan yang mereka harapkan. Jika konsumen merasa puas, maka konsumen akan kembali menggunakan jasa perusahaan dan menjadi pelanggan yang setia, bahkan memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk menggunakan jasa ditempat yang sama, sehingga perusahaan akan mendapatkan keuntungan dari kondisi itu. Perusahaan akan mendapatkan pelanggan yang loyal yang sekaligus membantu promosi perusahaan. Sebaliknya, jika konsumen merasa tidak puas, maka konsumen tersebut juga akan menceritakan pengalaman yang mengecewakan tersebut kepada orang lain sehingga akan memperburuk citra dan eksistensi perusahaan yang akan berakibat menurunnya jasa menggunakan layanan perusahaan tersebut.

Tingkat persaingan yang semakin ketat dalam industri jasa saat ini menuntut adanya perbaikan dan peningkatan yang lebih terhadap pelayanan dalam suatu organisasi. Untuk melayani nasabah dengan pelayanan prima tentu sangat sulit, karena dalam setiap pelayanannya, bank tidak bisa secara keseluruhan melakukan pelayanan tanpa kesalahan. Banyak sekali faktor yang mempengaruhi hal tersebut, misalnya kesalahan dari sumber daya manusia, kesalahan produk, maupun kesalahan-kesalahan yang bersifat non-teknis.

Demikian juga halnya dengan PT.Bank Mandiri yang merupakan Bank komersial terbesar di Indonesia. Saat ini Bank ini mempunyai 914 kantor cabang di Indonesia dan lima diluar negeri. PT. Bank Mandiri saat ini mempunyai sembilan anak perusahaan. Bank ini merupakan bank BUMN milik pemerintah, sehingga aman karena dijamin oleh pemerintah. Tidak selamanya pelayanan yang diberikan

oleh Bank ini sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah.

Bank Mandiri merupakan salah satu instansi pelayanan jasa dalam dunia perbankan yang akan memberikan pelayanan yang prima kepada nasabahnya guna membentuk *performance* citra yang baik, dan kepuasan nasabahnya. Upaya peningkatan kualitas pelayanan oleh bank ini selalu berusaha untuk menemukan cara-cara yang berorientasi pada nasabah. Namun, apakah hal tersebut telah benar-benar dapat memberikan kepuasan bagi nasabah bank ini bila dilihat dari lima dimensi pelayanan menurut Parasuraman, yaitu bukti fisik (*tangible*), empati (*empathy*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), dan jaminan (*assurance*).

Dengan demikian berkembangnya bank ini mendorong penulis untuk meneliti apakah sistem pelayanan bank ini sudah memberikan kepuasan bagi nasabah, sehingga nasabah menggunakan serta memanfaatkan kembali. Jika nasabah puas maka yang diharapkan oleh bank adalah perekomendasi ke rekannya yang lain untuk menggunakan jasa bank ini.

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka penulis tertarik untuk memahami dan mempelajari mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT.Bank Mandiri. Hal inilah yang mendorong penulis ingin meneliti Apakah ada Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Mandiri (Persero)Tbk. Area Medan Balai Kota?

Masalah

Berdasarkan uraian di atas maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang menentukan kepuasan nasabah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas *tangibles* (bukti fisik) dalam pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas *emphaty* (empati) dalam pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas *reliability* (kehandalan) dalam pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas *responsiveness* (daya tanggap) dalam pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank?
5. Apakah terdapat pengaruh kualitas *assurance* (jaminan) dalam pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank?
6. Apakah terdapat pengaruh Bukti Fisik, Empati, Kehandalan, Daya Tanggap dan Jaminan secara serentak terhadap kepuasan nasabah bank?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yaitu seberapa besar:

1. Pengaruh Bukti Fisik (*tangibles*) terhadap Kepuasan Nasabah bank.
2. Pengaruh Empati (*emphaty*) terhadap Kepuasan Nasabah bank.
3. Pengaruh Kehandalan (*reliability*) terhadap Kepuasan Nasabah bank.
4. Pengaruh Daya Tanggap (*responsiveness*) terhadap Kepuasan Nasabah bank.
5. Pengaruh Jaminan (*assurance*) terhadap Kepuasan Nasabah bank.
6. Pengaruh Bukti Fisik, Empati, Kehandalan, Daya Tanggap dan Jaminan secara serentak terhadap Kepuasan Nasabah bank.

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini menambah pengetahuan dan pemahaman peneliti mengenai perbankan khususnya hubungan atau pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah.
2. Dapat dijadikan sebagai masukan dalam pengembangan bank itu sendiri terutama dalam meningkatkan kualitas pelayanannya terhadap nasabahnya.
3. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu rujukan untuk melaksanakan penelitian lebih lanjut dan untuk menambah referensi bagi pembaca.

TINJAUAN PUSTAKA

Defenisi Kualitas

Menurut Garvin dan Davis dalam Nasution "kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia / tenaga kerja, proses, dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen". Sehingga defenisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Konsep kualitas sering dianggap sebagai ukuran relative kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas desain merupakan fungsi spesifik produk, sedangkan kualitas kesesuaian adalah suatu ukuran seberapa jauh suatu produk mampu memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas yang telah ditetapkan. Dalam perspektif *Total Quality Mangement*, kualitas dipandang secara lebih luas, dimana tidak hanya aspek

hasil saja yang ditekankan, melainkan juga meliputi proses, lingkungan dan manusia.

Banyak kriteria atau ukuran kualitas yang bervariasi dan cenderung terus dapat berubah sepanjang waktu, maka tidaklah mudah untuk mendefinisikan kualitas secara tepat. Namun demikian para ahli berpendapat bahwa kualitas secara konvensional menggambarkan karakteristik langsung dari suatu produk seperti performance, kehandalan, mudah dalam penggunaan dan estetika. Menurut Garvin dalam Lovelock mengidentifikasi adanya lima macam perspektif kualitas yang biasa digunakan dalam Nasution yaitu :

1. *Transcendental approach*
Menurut pendekatan ini, kualitas dapat dirasakan atau diketahui, tetapi sulit dioperasionalkan.
2. *Product-based approach*
Pendekatan ini menganggap kualitas sebagai karakteristik atau atribut yang dapat dikuantifikasikan dan dapat diukur. Perbedaan dalam kualitas mencerminkan perbedaan dalam jumlah unsure atau atribut yang dimiliki produk
3. *User-based approach*
Pendekatan ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang menggunakannya, dan produk yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas paling tinggi.
4. *Manufacturing-based approach*
Perspektif ini bersifat *supply-based* dan terutama memperhatikan praktik-praktik perindustrian dan pemanufakturan, serta mendefinisikan kualitas sebagai hal yang sama dengan persyaratannya (*conformance to requirements*) Dalam sector jasa, dapat dikatakan bahwa kualitasnya bersifat *operations-driven*.

5. *Value-based approach*

Pendekatan ini memandang kualitas dari segi nilai dan harga. Dengan mempertimbangkan *trade-off* antara kinerja dan harga, kualitas diidentifikasi sebagai "*affordable excellence*". Kualitas dalam perspektif ini bersifat relative, sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang bernilai. Akan tetapi, yang paling bernilai adalah barang atau jasa yang paling tepat dibeli.

Defenisi Pelayanan

Menurut Ratminto & Winarsih:

"Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan".

Menurut Kasmir "pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah". Tidak dapat dipungkiri bahwa hampir semua jenis produk yang ditawarkan memerlukan pelayanan dari karyawan perusahaan. Hanya saja pelayanan yang diberikan terkadang berbentuk langsung dan tidak langsung. Untuk produk bank, dan lembaga keuangan lainnya (seperti asuransi, leasing, pegadaian, dan lain-lain) ada yang memerlukan pelayanan langsung seperti penyetoran uang tunai, pengajuan kredit atau pembelian produk lainnya. Dalam pelayanan tersebut ada yang memerlukan penjelasan, baik sekedaranya atau secara rinci. Namun ada juga produk bank yang tidak memerlukan

pelayanan karyawan, misalnya pelayanan yang diberikan oleh mesin ATM.

Kualitas Pelayanan

Menurut Wyckof dalam Lovelock (Fandy Tjiptono) memberikan pengertian “kualitas pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”, sedangkan menurut Parasuraman et al. dalam Purnama merupakan “perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan konsumen”. Jika kualitas layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan, maka dikatakan berkualitas dan memuaskan.

Gronross dalam Purnama menyatakan bahwa kualitas layanan meliputi :

1. Kualitas fungsi, yang menekankan bagaimana layanan dilaksanakan, terdiri dari: dimensi kontak dengan konsumen, sikap dan perilaku, hubungan internal, penampilan, kemudahan akses, dan *service mindedness*.
2. Kualitas teknis dengan kualitas output yang dirasakan konsumen, meliputi harga, ketepatan waktu, kecepatan layanan, dan estetika output.
3. Reputasi perusahaan, yang dicerminkan oleh citra perusahaan dan reputasi dimata konsumen.

Menurut Parasuraman, et al dalam Fandy Tjiptono menyajikan kualitas pelayanan dalam dimensi yang dikenal sebagai SERVQUAL, sebagai berikut:

1. Reliabilitas (*reliability*)
Yakni, kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

2. Daya Tanggap (*responsiveness*)
Yaitu, keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
3. Jaminan (*assurance*)
Mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, risiko, atau keragu-raguan.
4. Empati (*emphaty*)
Meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan
5. Bukti fisik (*tangibles*)
Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

Tingkatan Harapan Nasabah terhadap Kualitas Layanan

Menurut, Parasuraman, et al. dalam Purnama terdapat tiga harapan konsumen (nasabah) terhadap kualitas layanan yaitu:

1. *Desired Service Expectation*
Tingkatan layanan yang diharapkan akan diterima konsumen (nasabah). Tingkatan ini merupakan tingkatan tertinggi/maksimal layanan yang diharapkan akan diterima konsumen.
2. *Predicated Service Expectation*
Tingkatan layanan yang diperkirakan akan diterima konsumen. Tingkatan ini dibawah *Desired Service Expectation*.
3. *Adequate Service Expectation*
Tingkatan layanan yang akan diterima konsumen. Tingkatan ini merupakan tingkatan terendah dibawah *Desired Service Expectation* dan *Predicated Service Expectation* dan bersifat kompromis, setelah melihat proses layanan maupun situasi yang terjadi.

Defenisi Jasa

Menurut Philip Kotler, A.B Susanto “jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak meningkatkan kepemilikan apapun”.

Jasa meliputi berbagai macam aktivitas yang berbeda dan kompleks sehingga sulit untuk di defenisikan. Kata jasa (*service*), awalnya diasosiasikan dengan pekerjaan yang dilakukan oleh pembantu (*servant*) untuk majikannya. Seiring dengan waktu, pengertiannya semakin luas, didalam kamus defenisinya adalah “suatu kegiatan yang bersifat melayani, membantu, dan melakukan hal yang bermanfaat bagi orang lain, perilaku yang ditujukan menjaga kesejahteraan dan keunggulan orang lain”.

Menurut Farida Jasfar “jasa adalah setiap tindakan atau aktivitas dan bukan benda, yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik), konsumen terlibat secara aktif dalam proses produksi dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu”.

Sebaliknya Lovelock, dalam Kasmir, berpendapat lain, beliau menyebutkan jasa merupakan:

1. Suatu proses artinya jasa yang dihasilkan dari tiga proses input yaitu, *people*, *material*, dan *informasi* yang saling berkaitan satu sama lain.
2. Suatu *system*, artinya kombinasi antara *service operating system* dan *service delivery system*, yaitu bagaimana suatu perusahaan menyampaikan jasa kepada pelanggan secara cepat dan tepat.

Klasifikasi Jasa

Banyak pakar yang melakukan klasifikasi jasa, dimana masing-masing ahli menggunakan dasar pembedaan yang disesuaikan dengan sudut pandangnya masing-masing. Klasifikasi jasa dapat dilakukan berdasarkan lima kriteria Lovelock, dalam Tjiptono, yaitu:

1. Berdasarkan sifat tindakan jasa
Jasa dikelompokkan kedalam sebuah matriks yang terdiri atas dua sumbu, dimana sumbu vertikalnya menunjukkan sifat tindakan jasa (*tangible actions dan intangible actions*), sedangkan sumbu horizontalnya adalah penerima jasa (manusia dan benda).
2. Berdasarkan hubungan dengan pelanggan
Jasa diklompokkan kedalam sebuah matriks yang terdiri atas dua sumbu, dimana sumbu vertikalnya menunjukkan tipe hubungan antara perusahaan jasa dengan pelanggannya (status keanggotaan dan hubungan temporer), sedangkan sumbu horizontalnya adalah sifat penyampaian jasa (penyampaian secara berkesinambungan / kontinyu dan penyampaian diskret)
3. Berdasarkan tingkat *customization* dan kemampuan mempertahankan standar konstan dalam penyampaian jasa. Jasa diklasifikasikan berdasarkan dua sumbu utama, yaitu tingkat *customization* karakteristik jasa sesuai dengan kebutuhan pelanggan individual (tinggi dan rendah) dan tingkat kemampuan penyedia jasa dalam mempertahankan standar yang konstan (tinggi dan rendah)
4. Berdasarkan sifat permintaan dan penawaran jasa
Jasa diklasifikasikan kedalam sebuah matriks yang terdiri atas dua sumbu, dimana sumbu vertikalnya menunjukkan sejauh mana

penawaran jasa menghadapi masalah sehubungan dengan terjadinya permintaan puncak (permintaan puncak dapat dipenuhi tanpa penundaan berarti dan permintaan puncak biasanya melampaui penawaran), sedangkan sumbu horizontalnya adalah tingkat fluktuasi permintaan sepanjang waktu (tinggi dan rendah)

5. Berdasarkan metode penyampaian jasa
Jasa dikelompokkan kedalam sebuah matriks yang terdiri atas dua sumbu, dimana sumbu vertikalnya menunjukkan sifat interaksi antara pelanggan dan perusahaan jasa (pelanggan mendatangi perusahaan jasa; perusahaan jasa mendatangi pelanggan; serta pelanggan dan perusahaan jasa melakukan transaksi melalui surat atau media elektronik), sedangkan sumbu horizontalnya adalah ketersediaan outlet jasa (*single site dan multiple sites*).

Defenisi Kepuasan Pelanggan (Nasabah)

Banyak pakar yang memberikan defenisi mengenai kepuasan pelanggan. Day Tse dan Wilton, dalam Fandy Tjiptono menyatakan bahwa “kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (disconfirmation) yang dipersepsikan antara harapan awal sebelum pembelian (atau norma kerja lainnya) dan kinerja actual produk yang dipersepsikan setelah pemakaian atau konsumsi produk bersangkutan”. Engel, et al dalam Fandy Tjiptono, mengungkapkan bahwa “kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (outcome) yang tidak memenuhi harapan”. Menurut Fornell dalam Fandy

Tjiptono, “kepuasan merupakan evaluasi purnabeli keseluruhan yang membandingkan persepsi terhadap kinerja produk dengan ekspektasi pra-pembelian”.

Pengukuran Kepuasan Pelanggan (Nasabah)

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya (juga pelanggan perusahaan pesaing). Kotler & Keller dalam Fandy Tjiptono, mengemukakan 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

1. System Keluhan dan Saran

Setiap organisasi jasa yang berorientasi pada pelanggan wajib memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bias berupa kotak saran yang diletakkan ditempat-tempat strategis (yang mudah di akses atau sering dilalui pelanggan), kartu komentar (yang bisa diisi langsung maupun yang dikirim via pos kepada perusahaan, saluran telepon khusus bebas pulsa, website, facebook, twitter, dan lain-lain. Informasi-informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga bagi perusahaan, sehingga memungkinkannya untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

2. Ghost / Mystery Shopping

Salah satu metode untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan sebagai pelanggan potensial jasa

perusahaan dan pesaing. Mereka diminta melaporkan berbagai temuan penting berdasarkan pengalamannya mengenai kekuatan dan kelemahan jasa perusahaan dibandingkan para pesaing. Selain itu, para *ghost shoppers* juga dapat mengobservasi cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan spesifik pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan, dan menangani setiap masalah/keluhan pelanggan. Ada baiknya para manajer perusahaan terjun langsung sebagai *ghost shoppers* untuk mengetahui secara langsung bagaimana karyawannya berinteraksi dan memperlakukan para pelanggan.

3. Lost Customer Analysis

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok, agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya.

4. Survei Kepuasan Pelanggan

Umumnya sebagian besar penelitian mengenai kepuasan pelanggan menggunakan metode survey, baik via pos, telepon, e-mail, maupun wawancara langsung (McNeal & Lamb, dalam Peterson & Wilson. Melalui survey, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik langsung dari pelanggan dan juga memberikan sinyal positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap mereka.

Sementara itu, menurut Richard F. Gerson dalam Kasmir, untuk melakukan pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan cara:

1. Mempelajari persepsi pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan

2. Menentukan kebutuhan, keinginan, persyaratan, dan harapan pelanggan
3. Menutup segala kesenjangan yang ada
4. Memeriksa apakah peningkatan mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan sesuai harapan atau tidak
5. Dengan mengukur peningkatan kinerja apakah membawa peningkatan laba
6. Mempelajari bagaimana akan melakukans sesuatu dan apa yang harus dilakukan kemudian
7. Menerapkan proses perbaikan yang berkesinambungan secara terus menerus

Harapan dan Kepuasan Pelanggan (Nasabah)

Harapan pelanggan dibentuk dan didasarkan oleh beberapa factor, diantaranya pengalaman berbelanja di masa lampau, opini teman da kerabat, serta informasi dan janji-janji perusahaan dan para pesaing Kotler dan Armstrong. Factor-faktor tersebutlah yang menyebabkan harapan seseorang biasa-biasa saja atau sangat kompleks. Menurut Midie, dalam Nasution,

Ada beberapa penyebab utama tidak terpenuhinya harapan pelanggan yaitu: pelanggan keliru mengkomunikasikan jasa yang diinginkan, pelanggan keliru menafsirkan signal (harga, positioning, dll), miskomunikasi rekomendasi mulut ke mulut, kinerja dan sikap karyawan perusahaan jasa yang buruk, miskomunikasi penyediaan jasa oleh pesaing.

Kepuasan nasabah yang diberikan bank akan berimbas sangat luas bagi peningkatan keuntungan bank. Atau denagn kata lain, apabila nasabah puas

terhadap pembelian jasa bank, maka nasabah tersebut akan:

1. Loyal kepada bank, artinya kecil kemungkinan nasabah untuk pindah ke bank yang lain dan akan tetap setia menjadi nasabah bank yang bersangkutan
2. Mengulang kembali pembelian produknya, artinya kepuasan terhadap pembelian jasa bank akan menyebabkan nasabah membeli kembali terhadap jasa yang ditawarkan secara berulang-ulang.
3. Membeli lagi produk lain dalam bank yang sama dalam hal ini nasabah akan memperluas pembelian jenis jasa yang ditawarkan sehingga pembelian nasabah menjadi makin beragam dalam satu bank.
4. Memberikan promosi gratis dari mulut ke mulut. Hal ini lah yang menjadi keinginan bank karena pembicaraan tentang kualitas pelayanan bank ke nasabah lain akan menjadi bukti akn kualitas jasa yang ditawarkan.

Strategi Kepuasan Pelanggan (Nasabah)

Upaya mewujudkan kepuasan pelanggan total bukanlah hal yang mudah. Mudie dan Cottam dalam Nasution, menyatakan bahwa “kepuasan pelanggan total tidak mungkin tercapai, sekalipun hanya untuk sementara waktu”. Namun upaya perbaikan atau penyempurnaan kepuasan dapat dilakukan dengan berbagai strategi. Pada prinsipnya strategi kepuasan pelanggan akan menyebabkan para pesaing harus bekerja keras dan memerlukan biaya tinggi dalam usahanya merebut pelanggan suatu perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan strategi panjang yang membutuhkan komitmen, baik menyangkut dana maupun sumber daya manusia. Ada beberapa strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan

meningkatkan kepuasan pelanggan, diantaranya Tjiptono, dalam Nasution:

1. Relationship Marketing

Dalam strategi ini, hubungan transaksi antara penyedia jasa dan pelanggan berkelanjutan, tidak berakhir setelah penjualan selesai. Dengan kata lain, dijalin suatu kemitraan jangka panjang dengan pelanggan secara terus-menerus sehingga diharapkan dapat terjadi bisnis ulangan (*repeat business*).

2. Superior Coustumer Service

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, perusahaan jasa dapat mengembangkan *augmented service* terhadap *core service* nya, misalnya dengan merancang garansi tertentu atau dengan memberikan pelayanan penjualan yang baik. Pelayanan purnajual ini harus pula menyediakan media yang efisien dan efektif untuk menangani keluhan.

3. Unconditional Guarantees / Extraordinary Guarantees

Strategi *Unconditional Guarantees* berintikan komitmen untuk memberikan kepuasan pada pelanggan, yang pada gilirannya akan menjadi sumber dinamis penyempurnaan kualitas jasa dan kinerja perusahaan. Selain itu juga akan meningkatkan motivasi para karyawan mencapai tingkat kinerja yang lebih baik daripada sebelumnya.

4. Penanganan Keluhan Pelanggan

Penanganan keluhan yang baik memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan yang puas (atau bahkan pelanggan abadi).

Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan (Nasabah)

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Pada gilirannya kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas pelayanan memuaskan.

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan masalah yang diteliti maka hipotesis yang dikembangkan pada penelitian ini adalah :

1. Ada pengaruh positif Reliabilitas (*reliability*) terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Balaikota.
2. Ada pengaruh positif Daya Tanggap (*responsiveness*) terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Balaikota.
3. Ada pengaruh positif jaminan (*assurance*) terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Balaikota.
4. Ada pengaruh positif Empati (*emphaty*) terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Balaikota.
5. Ada pengaruh positif Bukti Fisik (*tangibles*) terhadap Kepuasan

Nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Balaikota.

6. Ada pengaruh positif Reliabilitas, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti Fisik terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Balaikota.

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi

Menurut Sugiyono, "*simple random sampling, dikatakan simple (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu*". Menurut Syofian Siregar, Salah satu teknik yang digunakan dalam menentukan ukuran sampel dari suatu populasi yaitu dengan menggunakan teknik Solvin.

Adapun rumus yang digunakan yaitu ;

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

dimana :

n = Sampel

N = Populasi

e = Perkiraan tingkat kesalahan yang masih dapat ditolerir yaitu 10%

$$n = \frac{15.865}{1+15.865(0,1)^2}$$

n = 99,373

Dibulatkan menjadi 100 orang

Pengambilan jumlah sampel sebesar 100 orang nasabah didasarkan pada *Probability Sampling* dengan teknik *Simple Random Sampling*. Pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak, yaitu dengan cara menulis daftar nama 100 orang nasabah di kertas lalu dikumpulkan didalam suatu toples kemudian diambil secara acak oleh peneliti.

Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan informasi yang dapat mendukung penelitian ini maka menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

Data Primer

Menurut Sugiyono, dalam Husein Umar “data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.”. Penelitian dilakukan dengan cara:

a) Kuesioner (angket),

Menurut Suharso “kuesioner yaitu daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya untuk dijawab oleh responden terpilih, dan merupakan suatu mekanisme pengumpulan data yang efisien jika peneliti mengetahui dengan tepat apa yang diperlukan dan bagaimana mengukur variabel penelitian”. Pertanyaan dalam angket bersifat tertutup dan sumber data yang diberi angket adalah nasabah Bank Mandiri yang berjumlah 100 orang.

Data Sekunder

Menurut Sugiyono, dalam Husein Umar “data sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan, baik dari pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain, misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram.”.

Penelitian ini dilakukan dengan cara:

- a) Studi Kepustakaan, yaitu pengumpulan data yang diperoleh dari buku-buku, karya tulis, serta pendapat para ahli yang relevan dengan permasalahan kepemimpinan,

budaya organisasi, dan kinerja karyawan.

- b) Dokumentasi, menurut Juliandi dan Irfan “dokumentasi merupakan penyelidikan rekaman-rekaman data yang berlalu (past)”.

Ada 2 bentuk pengumpulan dokumentasi:

- 1) Dokumen tertulis (printed): buku, majalah, dokumen, peraturan, notulen rapat, catatan harian, jurnal, laporan.
- 2) Dokumen elektronis (non printed): situs internet, foto, microfilm, disket, CD, kaset, atau peralatan audio visual lainnya.

Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Juliansyah Noor, “analisis regresi merupakan salah satu analisis yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain”.

Teknik analisis yang digunakan untuk mengolah dan membahas data serta menguji hipotesis adalah dengan analisis regresi berganda. Teknik analisis berganda dipilih untuk digunakan dalam penelitian ini karena teknik analisis regresi berganda dapat menyimpulkan secara langsung mengenai pengaruh masing-masing variabel bebas yang digunakan secara parsial ataupun bersama-sama.

Model regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + e$$

Keterangan :

Y = Tingkat Kepuasan Pelanggan

A = Nilai Kostanta

b = Koefisien Regresi

x1 = Faktor Reliabilitas

x2 = Faktor Daya Tanggap

x3 = Faktor Jaminan

x4 = Faktor Empati
x5 = Faktor Bukti Fisik
e = Epsilon (Faktor lain)

Pengujian Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas yaitu kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti langsung (fisik), kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati dalam menerangkan variabel terikat yakni kepuasan nasabah. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu.

- a. Jika R^2 berkisar antara nol sampai dengan satu ($0 < R < 1$), maka variabel bebas (X) memberikan secara keseluruhan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat (Y)
- b. Jika $R^2 = 0$, maka kemampuan variabel bebas (X) dalam menjelaskan variabel terikat (Y) sangatlah terbatas.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang telah dibuat berdasarkan data penelitian. Suatu perhitungan variabel disebut signifikan secara statistic apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak). Namun sebaliknya, disebut tidak signifikan apabila nilai uji statistiknya berada dalam (daerah dimana H_0 diterima). Uji hipotesis yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Uji Parsial (Uji-t)

Uji statistik t digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara individual dalam menerangkan variabel terikat. Apakah variabel kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari Reliabilitas, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti Fisik mempunyai pengaruh yang positif serta signifikan terhadap variabel terikat atau dependen

variabel (Y) yaitu terhadap Kepuasan Nasabah.

Dasar pengambilan keputusan untuk Uji t parsial dalam analisis regresi yaitu :

1. Dengan membandingkan t hitung dan t tabel. Dengan rumus :
 $dk = n - k - 1$
 $di = 0,05$
 - a) Jika nilai t hitung $>$ t tabel maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
 - b) Jika nilai t hitung $<$ t tabel maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
2. Dengan menggunakan angka signifikansi.
 - a) Jika nilai Sig $<$ 0,05 maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
 - b) Jika nilai Sig $>$ 0,05 maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Mencari t hitung dengan rumus:

$$t = \frac{Rxy \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-(RXY)^2}}$$

Dimana :

Rxy = Korelasi variabel x dan y yang ditemukan

n = Jumlah sampel

Simultan (Uji-F)

Untuk menganalisis apakah hipotesis diterima atau ditolak, maka dapat dilihat nilai F yakni pada nilai probabilitasnya. Digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, yaitu apakah variabel bebas yaitu kualitas pelayanan yang terdiri dari Reliabilitas, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti Fisik berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap Kepuasan

Nasabah. Dalam melakukan uji F, yaitu dengan membandingkan F hitung > F tabel.

Mencari rumus F hitung ialah:

$$F = \frac{R^2/(k-1)}{(1-R^2)/(n-k)}$$

Dimana :

R^2 = Koefisien determinasi

K = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah sampel

Hasil dari uji F dapat dilihat pada tabel Anova di SPSS dalam kolom Sig.

1. Jika nilai probabilitas < 0,05 maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
2. Jika nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

HASIL PENELITIAN

Deskripsi Lokasi Penelitian

PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk didirikan di Negara Republik Indonesia pada tanggal 2 Oktober 1998 berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 75 tahun 1998 tanggal 1 Oktober 1998. Akta pendirian telah disahkan oleh Menteri Kehakiman berdasarkan Surat Keputusan No. C2-

1656HT.01.Th98 tanggal 2 oktober 1998, serta diumumkan pada tambahan No. 6859 dalam berita Negara Republik Indonesia No. 97 tanggal 4 Desember 1998. Pada bulan Juli 1999 Bank Mandiri didirikan melalui pengalihan hamper seluruh Saham Pemerintah Republik Indonesia yaitu PT. Bank Bumi Daya (Persero), PT. Bank dagang Negara (Persero), PT. Bank Expor Impor Indonesia (Persero), dan PT. Bank Pembangunan Indonesia dan Setoran Tunai Pemerintah.

Pada saat ini, Bank Mandiri menjadi penerus suatu tradisi layanan jasa perbankan dan keuangan yang telah berpengalaman selama lebih dari 140 tahun. Masing-masing dari empat bank bergabung memainkan peranan yang penting dalam pembangunan ekonomi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear untuk pembuktian hipotesis penelitian. Analisis ini akan menggunakan input berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner. Perhitungan statistic dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan program SPSS versi 22. Hasil pengolahan data dengan SPSS selengkapnya ada pada lampiran dan selanjutnya diringkas sebagai berikut:

Tabel Hasil Analisis Regresi Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	20,607	3,946		5,223	000
Reliabilitas	1,290	,196	,439	6,582	000
Daya Tanggap	,561	,143	,270	3,918	000
Jaminan	,648	,280	,163	2,313	023
Empati	,255	,128	,126	2,000	048
Bukti Fisik	,591	,115	,332	5,158	000

Sumber : Hasil Perhitungan Data SPSS 22 (2019)

Berdasarkan hasil perhitungan tabel diatas, diperoleh bentuk persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 20,607 + 1,290x_1 + 0,561x_2 + 0,648x_3 + 0,255x_4 + 0,591x_5$$

Dari persamaan regresi linear berganda diatas, dapat diuraikan sebagai berikut:

- Konstanta adalah 20,607 Artinya perubahan Kepuasan Nasabah (Y) pada saat semua variabel bebasnya nol (0) adalah 20,607.
- Koefisien regresi variabel x1 (Reliabilitas) bernilai positif dan memiliki nilai koefisien 1,290. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang searah antara Reliabilitas terhadap Kepuasan Nasabah.
- Koefisien regresi variabel x2 (Daya Tanggap) bernilai positif dan memiliki nilai koefisien 0,561. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang searah antara Daya Tanggap terhadap Kepuasan Nasabah.
- Koefisien regresi variabel x3 (Jaminan) bernilai positif dan memiliki nilai koefisien 0,648. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang searah antara Jaminan terhadap Kepuasan Nasabah.
- Koefisien regresi variabel x4 (Empati) bernilai positif dan memiliki nilai koefisien 0,255. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang searah antara Empati terhadap Kepuasan Nasabah.
- Koefisien regresi variabel x5 (Bukti Fisik) bernilai positif dan memiliki nilai koefisien 0,591. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang searah antara Bukti Fisik terhadap Kepuasan Nasabah.

Koefisien Determinasi

Tabel

Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.805 ^a	.648	.629	1.938	1.824

a. Predictors: (Constant), Bukti_Fisik, Empati, Daya_Tanggap, Reliabilitas, Jaminan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

Dari hasil estimasi diperoleh koefisien determinasi yang telah disesuaikan R Square sebesar 0,648. Dengan demikian variasi perubahan Kepuasan Nasabah dapat dijelaskan oleh variabel Reliabilitas (x1), variabel Daya Tanggap (x2), variabel Jaminan (x3), variabel Empati, dan variabel Bukti Fisik (x5) sebesar 64,8%. Sedangkan sisanya 35,2% diterangkan oleh variabel bebas lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji-t)

Untuk menunjukkan apakah variabel bebas (X) secara parsial (secara individu) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y). Maka digunakan uji t dan koefisien Beta yang telah distandarisasi. Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan hasil uji t. besarnya t_{tabel} adalah 1,985 pada signifikansi 5% dua pihak (two tail):

Tabel
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	20.607	3.946		5.223	.000
Reliabilitas	1.290	.196	.439	6.582	.000
Daya_Tanggap	.561	.143	.270	3.918	.000
Jaminan	.648	.280	.163	2.313	.023
Empati	.255	.128	.126	2.000	.048
Bukti_Fisik	.591	.115	.332	5.158	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

Sumber: Hasil Perhitungan Data SPSS 22 (2019)

Dari tabel diatas maka diperoleh :

Uji hipotesis untuk Variabel Kualitas Pelayanan Reliabilitas

Uji hipotesis untuk variabel kualitas pelayanan reliabilitas (x1) terhadap kepuasan nasabah, dapat dijelaskan dengan hipotesis sebagai berikut :

1. $H_0 : \beta_1 = 0$ (tidak ada pengaruh antara x1 terhadap Y)
 $H_0 : \beta_1 > 0$ (ada pengaruh antara x1 terhadap Y)
2. Level of confidence = 95% dengan tingkat kesalahan $\alpha = 0,05$
3. Daerah kritis ($t_{tabel} = 1,985$)
 $(t_{hitung} \times 1 = 6,582)$

Oleh karena $t_{hitung} (6,582) > t_{tabel} (1,985)$, maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang nyata antara variabel reliabilitas dengan kepuasan nasabah dan menunjukkan x1 berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa reliabilitas merupakan bagian dari kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah. Secara

logika apabila tingkat kualitas jasa meningkat, maka tingkat kepuasan nasabah akan meningkat. Hal ini terjadi karena nasabah merasa bahwa pelayanan yang mereka dapatkan sesuai dengan harapannya.

Apabila kita melakukan analisis berdasarkan hasil penelitian yang terdapat pada tabel diatas kita dapat melihat pengaruh reliabilitas dengan memerhatikan nilai t_{hitung} dan tingkat signifikansi dari variabel tersebut.

Berdasarkan tabel diatas t_{hitung} untuk variabel reliabilitas sebesar 6,582. Untuk mengetahui pengaruh variabel ini dengan menggunakan t_{hit} , maka kita harus membandingkan antara t_{hitung} dan t_{tabel} . Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka variabel tersebut punya pengaruh terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui nilai t_{tabel} , maka dapat digunakan persamaan sebagai berikut : $df = 100 - 5 - 1 = 94$. Jadi dapat kita lihat pada tabel t pada df 94: berdasarkan tabel, nilai t_{tabel} yang diperoleh adalah 1,985.

Perbandingan t_{hitung} dan t_{tabel} dapat kita lihat bahwa nilai $t_{hitung} >$ dari nilai t_{tabel} , yakni $6,582 > 1,985$. Jadi berdasarkan perbandingan nilai t hitung dan t tabel, dapat disimpulkan bahwa variabel reliabilitas memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan tingkat signifikansi, apabila tingkat signifikansi berada dibawah atau lebih kecil dari 0,05, maka variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen dan begitu pula sebaliknya. Dari hasil penelitian diperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,000. Jadi dapat dikatakan bahwa tingkat signifikansi variabel reliabilitas berada dibawah

standar, artinya variabel ini memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Dari penjelasan secara teori dan hasil statistic dari penelitian, dapat disimpulkan bahwa benar reliabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Uji Hipotesis untuk Variabel Kualitas Pelayanan Daya Tanggap

Uji hipotesis untuk variabel kualitas pelayanan Daya Tanggap (x2) terhadap kepuasan nasabah, dapat dijelaskan dengan hipotesis sebagai berikut:

1. $H_0 : \beta_1 = 0$ (tidak ada pengaruh antara x2 terhadap Y)
- $H_0 : \beta_1 > 0$ (ada pengaruh antara x2 terhadap Y)
2. Level of confidence = 95% dengan tingkat kesalahan = 0,05
3. Daerah kritis ($t_{tabel} = 1,985$) ($t_{hitung} \text{ x2} = 3,918$)

Oleh karena t_{hit} (3,918) > t_{tabel} (1,985), maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang nyata antara variabel Daya Tanggap dengan Kepuasan Nasabah dan menunjukkan x2 berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa daya tanggap merupakan bagian dari kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah. Secara logika apabila tingkat kualitas jasa meningkat, maka tingkat kepuasan nasabah akan meningkat. Hal ini terjadi karena nasabah merasa bahwa pelayanan yang mereka dapatkan sesuai dengan harapannya.

Apabila kita melakukan analisis berdasarkan hasil penelitian yang terdapat pada tabel diatas Kita dapat melihat pengaruh daya tanggap dengan memerhatikan nilai t_{hit} dan tingkat signifikansi dari variabel tersebut.

Berdasarkan tabel diatas t_{hitung} untuk variabel daya tanggap sebesar 3,918. Untuk mengetahui pengaruh variabel ini dengan menggunakan t_{hitung} , maka kita harus membandingkan antara t_{hitung} dan t_{tabel} Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka variabel tersebut punya pengaruh terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui nilai t tabel, maka dapat digunakan persamaan sebagai berikut : $df = 100 - 5 - 1 = 94$. Jadi dapat kita lihat pada tabel t pada df 94: berdasarkan tabel, nilai t_{tabel} yang diperoleh adalah 1,985.

Perbandingan t_{hit} dan t_{tabel} dapat kita lihat bahwa nilai $t_{hitung} >$ dari nilai t_{tabel} , yakni $3,918 > 1,985$. Jadi berdasarkan perbandingan nilai t hitung dan t tabel, dapat disimpulkan bahwa variabel daya tanggap memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan tingkat signifikansi, apabila tingkat signifikansi berada dibawah atau lebih kecil dari 0,05, maka variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen dan begitupula sebaliknya. Dari hasil penelitian diperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,000. Jadi dapat dikatakan bahwa tingkat signifikansi variabel daya tanggap berada dibawah standar, artinya variabel ini memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Dari penjelasan secara teori dan hasil statistic dari penelitian, dapat disimpulkan bahwa benar daya tanggap memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Uji Hipotesis untuk Variabel Kualitas Pelayanan Jaminan

Uji hipotesis untuk variabel kualitas pelayanan jaminan (x3) terhadap kepuasan nasabah, dapat dijelaskan dengan hipotesis sebagai berikut :

1. $H_0 : \beta_1 = 0$ (tidak ada pengaruh antara x3 terhadap Y)
- $H_0 : \beta_1 > 0$ (ada pengaruh antara x3 terhadap Y)
4. Level of confidence = 95% dengan tingkat kesalahan $\alpha = 0,05$
5. Daerah kritis ($t_{tabel} = 1,985$)
($t_{hitung} \text{ x3} = 2,313$)

Oleh karena $t_{hitung} (2,313) > t_{tabel} (1,985)$, maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang nyata antara variabel jaminan dengan Kepuasan Nasabah dan menunjukkan x3 berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa jaminan merupakan bagian dari kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah. Secara logika apabila tingkat kualitas jasa meningkat, maka tingkat kepuasan nasabah akan meningkat. Hal ini terjadi karena nasabah merasa bahwa pelayanan yang mereka dapatkan sesuai dengan harapannya.

Apabila kita melakukan analisis berdasarkan hasil penelitian yang terdapat pada diatas kita dapat melihat pengaruh jaminan dengan memerhatikan nilai t_{hitung} dan tingkat signifikansi dari variabel tersebut.

Berdasarkan tabel diatas t_{hitung} untuk variabel jaminan sebesar 2,313. Untuk

mengetahui pengaruh variabel ini dengan menggunakan t_{hitung} , maka kita harus membandingkan antara t_{hitung} dan t_{tabel} . Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka variabel tersebut punya pengaruh terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui nilai t tabel, maka dapat digunakan persamaan sebagai berikut : $df = 100 - 5 - 1 = 94$. Jadi dapat kita lihat pada tabel t pada df 94: berdasarkan tabel, nilai t_{tabel} yang diperoleh adalah 1,985.

Perbandingan t_{hitung} dan t_{tabel} dapat kita lihat bahwa nilai $t_{hitung} >$ dari nilai t_{tabel} , yakni $2,313 > 1,985$. Jadi berdasarkan perbandingan nilai t hitung dan t tabel, dapat disimpulkan bahwa variabel jaminan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan tingkat signifikansi, apabila tingkat signifikansi berada dibawah atau lebih kecil dari 0,05, maka variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen dan begitupula sebaliknya. Dari hasil penelitian diperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,023. Jadi dapat dikatakan bahwa tingkat signifikansi variabel jaminan berada dibawah standar, artinya variabel ini memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Dari penjelasan secara teori dan hasil statistic dari penelitian, dapat disimpulkan bahwa benar jaminan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Uji Hipotesis untuk Variabel Kualitas Pelayanan Empati

Uji hipotesis untuk variabel kualitas pelayanan Empati (x4) terhadap kepuasan nasabah, dapat dijelaskan dengan hipotesis sebagai berikut :

1. $H_0 : \beta_1 = 0$ (tidak ada pengaruh antara x4 terhadap Y)

$H_0 : \beta_1 > 0$ (ada pengaruh antara x_4 terhadap Y)

6. Level of confidence = 95% dengan tingkat kesalahan $\alpha = 0,05$
7. Daerah kritis ($t_{tabel} = 1,985$) ($t_{hitun} \ x_4 = 2,000$)

Oleh karena $t_{hitu} (2,000) > t_{tabel}(1,985)$, maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang nyata antara variabel empati dengan Kepuasan Nasabah dan menunjukkan x_4 berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa empati merupakan bagian dari kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah. Secara logika apabila tingkat kualitas jasa meningkat, maka tingkat kepuasan nasabah akan meningkat. Hal ini terjadi karena nasabah merasa bahwa pelayanan yang mereka dapatkan sesuai dengan harapannya

Apabila kita melakukan analisis berdasarkan hasil penelitian yang terdapat pada tabel diatas Kita dapat melihat pengaruh empati dengan memerhatikan nilai t_{hit} dan tingkat signifikansi dari variabel tersebut.

Berdasarkan tabel diatas t_{hit} untuk variabel empati sebesar 2,000. Untuk mengetahui pengaruh variabel ini dengan menggunakan t_{hitun} , maka kita harus membandingkan antara t_{hit} dan t_{tabel} Apabila $t_{hitu} > t_{tabel}$, maka variabel tersebut punya pengaruh terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui nilai t tabel, maka dapat digunakan persamaan sebagai berikut : $df = 100 - 5 - 1 = 94$. Jadi dapat kita lihat

pada tabel t pada df 94: berdasarkan tabel, nilai t_{tabel} yang diperoleh adalah 1,985.

Perbandingan t_{hitung} dan t_{tabel} dapat kita lihat bahwa nilai $t_{hitung} >$ dari nilai t_{tabel} , yakni $2,000 > 1,985$. Jadi berdasarkan perbandingan nilai t hitung dan t tabel, dapat disimpulkan bahwa variabel empati memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan tingkat signifikansi, apabila tingkat signifikansi berada dibawah atau lebih kecil dari 0,05, maka variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen dan begitupula sebaliknya. Dari hasil penelitian diperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,048. Jadi dapat dikatakan bahwa tingkat signifikansi variabel empati berada dibawah standar, artinya variabel ini memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Dari penjelasan secara teori dan hasil statistic dari penelitian, dapat disimpulkan bahwa benar empati memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Uji Hipotesis untuk Variabel Kualitas Pelayanan Bukti Fisik

Uji hipotesis untuk variabel kualitas pelayanan Bukti Fisik (x_5) terhadap kepuasan nasabah, dapat dijelaskan dengan hipotesis sebagai berikut :

1. $H_0 : \beta_1 = 0$ (tidak ada pengaruh antara x_5 terhadap Y)
 $H_0 : \beta_1 > 0$ (ada pengaruh antara x_5 terhadap Y)
8. Level of confidence = 95% dengan tingkat kesalahan $\alpha = 0,05$
9. Daerah kritis ($t_{tabel} = 1,985$) ($t_{hitun} \ x_5 = 5,158$)

Oleh karena $t_{hitung} (5,158) > t_{tabel}(1,985)$, maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang nyata antara variabel bukti fisik dengan Kepuasan Nasabah dan menunjukkan x5 berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa bukti fisik merupakan bagian dari kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah. Secara logika apabila tingkat kualitas jasa meningkat, maka tingkat kepuasan nasabah akan meningkat. Hal ini terjadi karena nasabah merasa bahwa pelayanan yang mereka dapatkan sesuai dengan harapannya.

Apabila kita melakukan analisis berdasarkan hasil penelitian yang terdapat pada tabel diatas Kita dapat melihat pengaruh bukti fisik dengan memerhatikan nilai t_{hitung} dan tingkat signifikansi dari variabel tersebut.

Berdasarkan tabel diatas t_{hitung} untuk variabel bukti fisik sebesar 5,158. Untuk mengetahui pengaruh variabel ini dengan menggunakan t_{hitung} , maka kita harus membandingkan antara t_{hitung} dan t_{tabel} . Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka variabel tersebut punya pengaruh terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui nilai t tabel, maka dapat digunakan persamaan sebagai berikut : $df = 100 - 5 - 1 = 94$. Jadi dapat kita lihat pada tabel t pada df 94: berdasarkan tabel, nilai t_{tabel} yang diperoleh adalah 1,985.

Perbandingan t_{hitung} dan t_{tabel} dapat kita lihat bahwa nilai $t_{hitung} >$ dari nilai t_{tabel} , yakni $5,158 > 1,985$. Jadi berdasarkan perbandingan nilai t hitung

dan t tabel, dapat disimpulkan bahwa variabel bukti fisik memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan tingkat signifikansi, apabila tingkat signifikansi berada dibawah atau lebih kecil dari 0,05, maka variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen dan begitupula sebaliknya. Dari hasil penelitian diperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,000. Jadi dapat dikatakan bahwa tingkat signifikansi variabel empati berada dibawah standar, artinya variabel ini memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Dari penjelasan secara teori dan hasil statistic dari penelitian, dapat disimpulkan bahwa benar bukti fisik memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Dari uji t dapat disimpulkan bahwa variabel Reliabilitas, variabel Daya Tanggap, variabel Jaminan, variabel Empati, variabel Bukti Fisik berpengaruh signifikan secara parsial (individu) terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Balaikota.

Uji F (Simultan)

Untuk menunjukkan apakah semua variabel Kualitas Pelayanan yang terdiri dari Reliabilitas, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti Fisik mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel Kepuasan Nasabah digunakan Uji F.

Dalam melakukan uji F, dengan membandingkan $F_{hitung} > F_{tabel}$. Berikut ini tabel yang menunjukkan hasil uji F.

Tabel
Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	649.678	5	129.936	34.609	.000 ^b
Residual	352.912	94	3.754		
Total	1002.590	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

b. Predictors: (Constant), Bukti_Fisik, Empati, Daya_Tanggap, Reliabilitas, Jaminan

Sumber: Hasil Perhitungan Data SPSS 22 (2019)

Berdasarkan tabel diatas diperoleh hasil bahwa besarnya f_{hitung} sebesar 34,609 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Sementara nilai f_{tabel} sebesar 2,3113 (dari perhitungan $df_1 = k = 5$, $df_2 = N - k - 1 = 100 - 5 - 1 = 94$ diperoleh f_{tabel} 2,3113). Ini berarti ($f_{hitung} > f_{tabel}$) $34,609 > 2,3113$ dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa Kualitas Pelayanan yang terdiri dari Reliabilitas, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti Fisik mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Kepuasan Nasabah.

Berdasarkan Hasil Uji F maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu variabel Reliabilitas, variabel Daya Tanggap, variabel Jaminan, variabel Empati, dan variabel Bukti Fisik mempunyai pengaruh secara simultan (bersama-sama) dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Balaikota.

Pembahasan Hasil Penelitian

Secara umum penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi penilaian responden terhadap variabel-variabel penelitian ini secara umum sudah baik. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan

kesetujuan yang tinggi dari responden terhadap kondisi dari masing-masing variabel penelitian. Dari hasil tersebut selanjutnya diperoleh bahwa lima variabel independen yaitu variabel Reliabilitas (x1), variabel Daya Tanggap (x2), variabel Jaminan (x3), variabel Empati (x4), variabel Bukti Fisik (x5) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Balaikota. Penjelasan dari masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut:

Variabel Reliabilitas (Reliability)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel reliabilitas (reliability) terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan jasa perbankan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Balaikota. Variabel reliabilitas menjadi variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan nasabah.

Reliabilitas karyawan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Balaikota dalam menyediakan dan memberikan pelayanan telah sesuai dengan yang diinformasikan dan dijanjikan dengan cepat dan tepat. Dengan kemampuan karyawan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Balaikota yang mampu diandalkan dalam proses transaksi perbankan akan membuat nasabah merasa aman.

Variabel Daya Tanggap (Responsiveness)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel daya tanggap (responsiveness) terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan jasa perbankan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Balaikota. Variabel daya tanggap menjadi variabel

yang berpengaruh terbesar ketiga terhadap kepuasan nasabah.

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa karyawan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Balaikota tanggap dalam melayani nasabah dan memberikan solusi maupun informasi yang dibutuhkan nasabah.

Variabel Jaminan (*Assurance*)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan jasa perbankan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Balaikota. Variabel jaminan menjadi variabel yang berpengaruh keempat terhadap kepuasan nasabah.

Dari penelitian ini PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Balaikota telah mampu memberikan rasa aman bertransaksi dan dapat dipercaya mengelola dan menjamin uang nasabah. Dengan demikian nasabah tidak memiliki rasa tidak aman ketika bertransaksi dan menabung di PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Balaikota.

Variabel Empati (*Emphaty*)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel empati (*emphaty*) terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan jasa perbankan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Balaikota. Variabel empati merupakan variabel yang berpengaruh paling kecil terhadap kepuasan nasabah.

Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa karyawan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Balaikota mampu meningkatkan layanan yang dapat menciptakan hubungan yang baik

dengan nasabah dan melayani nasabah dengan ramah, Namun belum sepenuhnya terlaksana. Empati perlu ditingkatkan lagi untuk mengantisipasi kinerja karyawan bank yang tidak mengecewakan nasabah, karyawan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Balaikota perlu meningkatkan komunikasi yang baik terhadap kebutuhan nasabah, meningkatkan keramahan dalam melayani nasabah, serta memberi perhatian lebih pada setiap masalah yang sedang dihadapi nasabah.

Variabel Bukti Fisik (*Tangibles*)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel bukti fisik (*tangibles*) terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan jasa perbankan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Balaikota. Variabel bukti fisik menjadi variabel berpengaruh kedua terbesar terhadap kepuasan nasabah.

Kondisi tampilan gedung PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Balaikota saat ini baik, bersih dan didukung juga dengan suasana ruang tunggu yang nyaman dan fasilitas perbankan yang baik. Hal ini penting dalam memberikan kesan pertama secara tampilan fisik untuk dapat menarik nasabah baru dan sebagai nilai tambah untuk bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya.

Kerapian penampilan karyawan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Balaikota secara fisik memberikan kesan yang baik bagi nasabah, hal ini dikarenakan selama melayani nasabah, karyawan bank telah berpenampilan rapi dan menarik. Penampilan karyawan bank ini penting dipertahankan karena merupakan hal pertama yang dilihat

nasabah, dengan penampilan yang rapi kan memberikan kesan yang baik terhadap nasabah.

Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa bukti fisik harus dimiliki pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Balaikota dan karyawan bank karena bukti fisik ini akan terlihat langsung oleh nasabah, maka dari itu bukti fisik harus diperhatikan untuk tetap menarik dan modern.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Variabel Kualitas Pelayanan Reliabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Balaikota.
2. Variabel Kualitas Pelayanan Daya Tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Balaikota.
3. Variabel Kualitas Pelayanan Jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Balaikota.
4. Variabel Kualitas Pelayanan Empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Balaikota.
5. Variabel Kualitas Pelayanan Bukti Fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Balaikota.
6. Variabel Kualitas Pelayanan yang terdiri dari variabel Reliabilitas (x1), variabel Daya Tanggap (x2), variabel Jaminan (x3), variabel Empati (x4), dan variabel Bukti Fisik (x5) berpengaruh positif secara simultan

(bersama-sama) dan signifikan terhadap Kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Balaikota.

Saran

Saran-saran yang dapat diberikan berkaitan dengan hasil dan pembahasan penelitian ini adalah :

1. PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Balaikota disarankan untuk terus menjaga dan mempertahankan dimensi Kualitas Pelayanan Reliabilitas. Karna Reliabilitas merupakan variabel yang paling besar mempengaruhi kepuasan nasabah.
2. PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Balaikota disarankan agar terus memperhatikan dimensi Kualitas Pelayanan Daya Tanggap dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Seperti memberikan pelayanan dengan cepat, memberikan solusi yang tepat dalam memecahkan masalah.
3. PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Balaikota disarankan agar terus memperhatikan dimensi Kualitas Pelayanan Jaminan demi meningkatkan rasa kepercayaan nasabah.
4. PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Balaikota disarankan untuk memperhatikan dimensi Kualitas Pelayanan Empati, dengan meningkatkan perhatian, keramahan dan menjalin komunikasi yang baik dengan nasabah. Karna Empati merupakan variabel yang paling kecil mempengaruhi kepuasan nasabah.
5. PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Balaikota disarankan agar terus memperhatikan dan mempertahankan dimensi Kualitas Pelayanan Bukti Fisik, karna kenyamanan ruang tunggu merupakan factor kedua terbesar

yang mempengaruhi kepuasan nasabah.

6. PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Area Medan Balakota disarankan agar terus memperhatikan dimensi Kualitas Pelayanan yang meliputi Reliabilitas, Daya Tanggap, Jaminan, Empati dan Bukti Fisik dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

Ardhana Oldy. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Caesar Semarang). Skripsi: Universitas Diponegoro. Semarang

Ascarintya Praveda. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah Debitur PT. BPR Satria Pertiwi Semarang). Skripsi: Universitas Diponegoro. Semarang

Jasfar, Farida. 2005. Manajemen Jasa. Ghalia Indonesia. Jakarta.

Kasmir, 2014. Manajemen Perbankan. Edisi Revisi. Rajawali Pers. Jakarta.

-----, 2005. Etika Customer Service. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

-----, 2000. Manajemen Perbankan. Edisi Revisi. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Kotler, 2001. Manajemen Pemasaran Indonesia. Salemba Empat. Jakarta.

Morissan, 2012. Metode Penelitian Survei. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.

Nasution, M.N, 2004. Manajemen Jasa Terapan. Ghalia Indonesia. Jakarta.

Noor Juliansyah, 2012. Metodologi Penelitian. Kencana Prenadamedia Group. Jakarta.

Purnama, Nursyabani, 2005. Manajemen Kualitas Perspektif Global. Ekonisia. Yogyakarta.

Purba, Elvis F, dan Simanjuntak Parulian, 2011. Metode Penelitian. Universitas HKBP Nommensen. Medan.

Ratminto dan Atik Septi Winarsih, 2005. Manajemen Pelayanan. Pustaka Belajar. Yogyakarta.

Siregar, Syofian, 2010. Statistika Deskriptif Untuk Penelitian. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Sugiyono, 2010. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Alfabeta. Bandung.

-----, 2011, Metode Penelitian Administrasi. Alfabeta. Bandung

Tjiptono, Fandy, 2014. Pemasaran Jasa. Andi. Yogyakarta.

-----, 2002. Strategi Bisnis. Andi. Yogyakarta.

-----, 1996. Manajemen Jasa. Andi. Yogyakarta.

Umar Husein, 1997. Metodologi Penelitian Aplikasi Dalam Pemasaran. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

Winni, Lia. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Sumut Cabang Pembantu Seribu Dolok. Skripsi: Universitas Sumatera Utara. Medan

Yanti, Dewi. 2011. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Tabungan Britama Pada PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk Cabang A. Yani Makassar. Skripsi: Universitas Hasanuddin. Makassar



STINDO PROFESSIONAL JURNAL

Redaksi: Jl. Masjid Taufik No. 166 Medan, Telp. 0812 6363 020
Jl. Persada Gen No. 2 Medan, Telp. (061) 732 1118
Email: stindo profesional@yahoo.com

ISSN : 2443-0536



9 772443 D53257