

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT. BANK MANDIRI, TBK CABANG TODDOPULI

Muh Fikri Nur Solihin^{*1}, Mariah², Yuswari Nur³

^{1,2}Prodi Manajemen, Institut Teknologi Dan Bisnis Nobel Indonesia Makassar

³Prodi Manajemen, Institut Teknologi Dan Bisnis Nobel Indonesia Makassar

E-mail: *1muhammadfigrvy14@gmail.com, 2mariah@stienobel-indonesia.ac.id,
3yuswari@stienobel-indonesia.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri Tbk, Cabang Toddopuli. Sampel penelitian sebanyak 99 responden yang merupakan nasabah PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Toddopuli.

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan layanan yang terdiri dari bukti fisik, daya tanggap, kehandalan, jaminan dan empati berpengaruh signifikan secara bersama-sama/simultan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah dalam memilih jasa perbankan di PT. Bank Mandiri, Tbk cabang Toddopuli.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah

Abstract

This study aims to determine how the influence of service quality on customer satisfaction at PT. Bank Mandiri Tbk, Toddopuli Branch. The research sample was 99 respondents who were customers of PT Bank Mandiri Tbk, Toddopuli Branch.

This study uses multiple linear regression analysis methods with data collection using a questionnaire with a Likert scale. The results of this study indicate that the service satisfaction variables consisting of physical evidence, responsiveness, reliability, assurance, and empathy have a significant effect together/simultaneously on the dependent variable, namely customer satisfaction in choosing banking services at PT. Bank Mandiri, Tbk Toddopuli branch.

Keywords: Service Quality and Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Ekonomi memiliki peranan yang penting untuk menjaga kestabilan kehidupan bangsa dan Negara. Tingkat pertumbuhan dan perkembangan suatu Negara dapat dilihat dari indikator ekonominya. Setiap Negara dalam mencapai tujuan menggunakan sistem ekonomi yang berbeda-beda. Sistem ekonomi yang saat ini berkembang di dunia adalah sistem ekonomi kapitalis dan sistem ekonomi campuran. Persaingan perbankan dalam menyalurkan kredit dan menghimpun Dana Pihak Ketiga (DPK) tidak bisa dihindarkan. Fungsi utama perbankan Indonesia adalah sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat pemerataan pembangunan dan hasil-hasilnya, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional ke arah peningkatan taraf hidup rakyat.

Pada zaman modern saat ini, semua dituntut harus serba cepat. Karena semakin banyaknya dan tingginya populasi penduduk khususnya di Indonesia. Bukan hanya itu, pertumbuhan teknologi dan infrastruktur disegala bidang makin berkembang pesat. Kemajuan teknologi berpengaruh besar terhadap kehidupan. Perusahaan jasa maupun manufaktur juga ikut berlomba-lomba dalam memberikan pelayanan terbaik untuk memuaskan pelanggan mengingat populasi yang kian bertambah dan kebutuhan yang meningkat pula mengingat persaingan yang dihadapi hari ini tidak bisa dibandingkan dengan persaingan yang akan dihadapi dimasa depan. Jasa merupakan sektor ekonomi yang paling berkembang pesat.

Bank Mandiri merupakan bank milik pemerintah terbesar kedua di Indonesia dengan nilai aset sebesar 1,124.7 triliun rupiah dan bank yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah. Bank Mandiri masuk kedalam kategori bank BUKU 4 dengan modal inti diatas 30 triliun rupiah. Untuk itu PT. Bank Mandiri menuntut karyawannya untuk meningkatkan kinerja dari masing-masing individu karyawan dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanannya. Peningkatan kualitas pelayanan bank, sangat bergantung pada kepuasan nasabahnya, karena pelayanan yang sangat menentukan keberhasilan dari perbankan itu sendiri.

Bank sebagai badan usaha yang bergerak dalam bidang jasa, dituntut untuk memberikan layanan yang memuaskan bagi para nasabah. Karena bank akan mempunyai jumlah nasabah yang lebih banyak. Sebaliknya, bank yang memberikan kontribusi pelayanan rendah akan memiliki jumlah nasabah yang sedikit. Kebanyakan dari nasabah, terutama para nasabah bank menginginkan suatu pelayanan yang bersifat simpel dan praktis. Atau dengan kata lain, para nasabah dapat bertransaksi tanpa membuang banyak waktu untuk mengantri pada barisan. Karena secara real kesibukan orang pada saat ini semakin meningkat, sehingga dibutuhkan suatu sistem yang dapat memenuhi segala kebutuhan dengan efektif dan efisien dalam melakukan pelayanan, setiap bank memiliki cara-cara pelayanan yang beragam sesuai dengan kebutuhan dari nasabah.

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Secara umum, pelayanan di Indonesia masih dinilai kurang baik dan dianggap bertele-tele sehingga masalah tersebutlah yang harus diperbaiki oleh perusahaan dan lembaga lainnya agar dapat merubah citra buruk tersebut menjadi lebih baik.

Kepuasan pelanggan atau nasabah bukanlah asing didengar, diucapkan, dan dilaksanakan produsen atau penjual. Kepuasan pelanggan sudah menjadi keharusan bagi perusahaan yang berorientasi pada Pasar atau Konsumen. Tak dapat dipungkiri bahwa tiap perusahaan yang bergerak disektor bisnis tertentu secara terus menerus berupaya agar pelanggan mereka puas, baik puas terhadap perusahaan, pelayanan, maupun terhadap produk atau mereknya.

Kepuasan nasabah berhubungan erat dengan keandalan produk jasa bank yang ditawarkan dan pelayanan yang diberikan oleh bank. Dalam hal ini pemenuhan kebutuhan informasi nasabah atau pelanggan merupakan salah satu tujuan utama dari layanan Bank Mandiri, karena seiring dengan berkembangnya teknologi dan waktu kebutuhan informasi yang cepat dan instan menjadi faktor penunjang dalam kehidupan sosial masyarakat, disamping itu kualitas juga merupakan jaminan terbaik untuk kesetiaan nasabah.

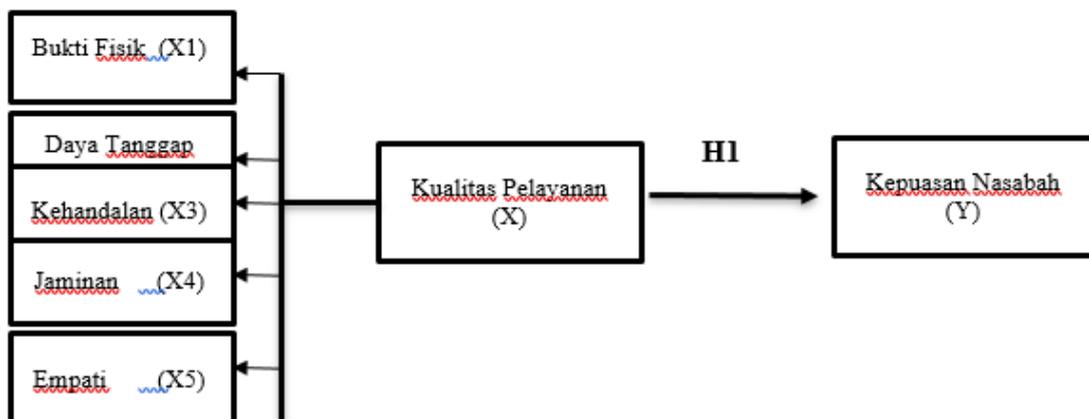
Maka kesimpulan dari pernyataan diatas ialah kualitas pelayanan yaitu seluruh aktifitas yang dilakukan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan nasabah. Pelayanan juga

dapat diartikan sebagai jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada masyarakat yang berupa kemampuan dalam memberi kemudahan, kecepatan serta bersikap ramah dalam memberikan pelayanan kepada konsumennya

Kepuasan nasabah merupakan indikator utama dalam terjadinya loyalitas nasabah. Nasabah yang merasa puas terhadap layanan akan mentransformasikan perasaannya tersebut menjadi lebih nyaman.

KERANGKA PIKIR PENELITIAN

Gambar 1 Kerangka Pikir



HIPOTESIS PENELITIAN

Berdasarkan permasalahan utama yang dibahas sebelumnya, penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

1. *Brand ambassador, brand image* dan *brand trust* memiliki pengaruh positif secara persial terhadap keputusan pembelian produk scarlett di Makassar.
2. *Brand ambassador, brand image* dan *brand trust* memiliki pengaruh positif secara simultan terhadap keputusan pembelian produk scarlett di Makassar.
3. Variabel yang paling berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian produk scarlett di Makassar adalah *Brand Ambassador*.

METODE PENELITIAN

Untuk penelitian ini, penulis mengumpulkan data dan informasi dengan menggunakan metode penelitian kepustakaan merupakan metode yang dilakukan dengan mendapatkan referensi dari beberapa literature sebagai dasar dan rujukan yang akan dijadikan landasan teoritis. penelitian lapangan yaitu metode dengan pengumpulan data yang diperlukan penulis dengan melakukan observasi langsung pada tempat penelitian, baik melalui penyebaran kuisioner, dokumentasi dan wawancara.

Metode analisis yang akan digunakan oleh peneliti yaitu regresi linear berganda, uji validitas, uji reliabilitas, koefisien determinasi, uji t, dan uji f. Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian Kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus *Unknown Population* dimana jumlah sampel yang didapat sebesar 99 responden.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas Data

Uji validitas memiliki makna jika bergerak dari 0,00 sampai 1,00 dan batas minimum koefisien korelasi sudah dianggap memuaskan jika $r_{tabel} = 0,202$ sesuai dengan syarat distribusi nilai r_{tabel} signifikan 5% jika jumlah n sebanyak 99 sampel. Uji validitas butir angket variabel bebas dan variabel terikat menggunakan bantuan program SPSS 21 for windows. Menguji masing-masing variabel digunakan dalam penelitian ini, dimana keseluruhan variabel penelitian memuat 16 pertanyaan yang harus dijawab oleh responden. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka hasil pengujian dapat ditunjukkan pada tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	<i>Corrected Item Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
Bukti Fisik (X ₁)	1	0,950	0,202	Valid
	2	0,953	0,202	Valid
Daya Tanggap (X ₂)	1	0,700	0,202	Valid
	2	0,893	0,202	Valid
	3	0,877	0,202	Valid
Kehandalan (X ₃)	1	0,923	0,202	Valid
	2	0,924	0,202	Valid
Jaminan (X ₄)	1	0,962	0,202	Valid
	2	0,962	0,202	Valid
Empati (X ₅)	1	0,940	0,202	Valid
	2	0,940	0,202	Valid
	3	0,881	0,202	Valid
Kepuasan (Y)	1	0,962	0,202	Valid
	2	0,926	0,202	Valid
	3	0,949	0,202	Valid
	4	0,962	0,202	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2023

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya satukuesioner. Satu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada pertanyaan kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Tingkat validitas dapat diukur dengan cara membandingkan nilai r hitung pada tabel *Correlations* pada total nilai *Pearson Correlation* untuk tiap indikator variabel dengan nilai r_{tabel} dengan ketentuan untuk *degree of freedom* (df) = n-k, dimana n adalah jumlah sampel yang digunakan dan k adalah jumlah variable independennya (Ghozali, 2018).

Dari tabel diatas diperoleh bahwa semua pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai koefisien korelasi yang lebih $r_{tabel} = 0,202$ (nilai r_{tabel} untuk n = 99), sehingga semua pertanyaan tersebut adalah valid

Hasil Uji Reliabilitas Data

Prosedur pengujian reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah koefisien reliabilitas *alpha*. Data untuk menghitung koefisien reliabilitas *alpha* diperoleh melalui penyajian satu bentuk skala yang dikenakan hanya sekali saja pada sekelompok responden. Teknik yang digunakan adalah teknik koefisien *alpha* dari *Cronbach*. Teknik koefisien *alpha* untuk menguji reliabilitas alat ukur dihitung dengan bantuan program SPSS version 21 for windows.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka hasil pengujian dapat ditunjukkan pada tabel 2 dibawah ini:

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Bukti Fisik (X1)	0,895	Reliabel
2	Daya Tanggap (X2)	0,762	Reliabel
3	Kehandalan (X3)	0,828	Reliabel
4	Jaminan (X4)	0,919	Reliabel
5	Empati (X5)	0,910	Reliabel
6	Kepuasan Nasabah (Y)	0,964	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2023

Hasil tersebut menunjukkan bahwa semua variabel *Conbach's Alpha* yang cukup besar yaitu > 0,60 dengan N of items 16 dari 16 items, sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah *reliable* sehingga untuk selanjutnya pada konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Nilai *R²* (*R-Square*) yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu artinya variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2018).

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka hasil pengujian dapat ditunjukkan pada tabel 3 dibawah ini:

Taibel 3 Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.494 ^a	.244	.204	1.542	1.220

a. Predictors: (Constant), Kualitas layanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Hasil Pengelolaan Data SPSS 21.0, 2023

Hasil estimasi ditunjukkan pada nilai *R-square* (Tabel 4.4) dengan nilai *R square* sebesar 0,244. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh kualitas layanan memberikan pengaruh terhadap peningkatan kepuasan nasabah secara simultan (keseluruhan) adalah sebesar 24,4%.

Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu: bukti fisik (X_1), daya tanggap (X_2), kehandalan (X_3), jaminan (X_4), dan empati (X_5) terhadap kepuasan nasabah (Y) dalam menggunakan jasa perbankan di PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Toddopuli.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka hasil pengujian dapat ditunjukkan pada tabel 4 dibawah ini:

Tabel 4
Hasil Uji Signifikan Parameter (Uji Statistik t)

Model	Coefficients ^a				T	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Beta		
	B	Std. Error				
(Constant)	9,427	2,236			4,215	,000
Variabel Bukti Fisik	,370	,233	,197		1,585	,116
Variabel Daya Tanggap	-,162	,190	-,114		-,849	,398
Variabel Kehandalan	1,033	,224	,525		4,608	,000
Variabel Jaminan	,142	,189	,077		,751	,454
Variabel Empati	-,200	,158	-,159		-1,262	,210

Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 9,427 + 0,370X_1 - 0,162X_2 + 1,033X_3 + 0,142X_4 - 0,200X_5$$

Persamaan regresi berganda tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- 1) $b_0 = 9,427$ merupakan bilangan konstan yang menunjukkan bahwa Kepuasan pelanggan (Y) tidak mengalami perubahan jika variabel Bukti Fisik (X_1), Daya Tanggap (X_2), Kehandalan (X_3), Jaminan (X_4), dan Empati (X_5) berada pada posisi konstan atau tidak berubah.
- 2) $b_1 = 0,370$ menunjukkan bahwa apabila variabel Bukti Fisik (X_1) dinaikkan maka Kepuasan Nasabah dalam memilih Jasa Pelayanan Perbankan PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Toddopuli (Y) akan naik sebesar satu satuan.
- 3) $b_2 = -0,162$ menunjukkan bahwa apabila variabel Daya Tanggap (X_2) dinaikkan maka Kepuasan Nasabah dalam memilih Jasa Pelayanan

Perbankan PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Toddopuli (Y) akan turun sebesar satu satuan.

- 4) $b_3 = 1,033$ menunjukkan bahwa apabila variabel Kehandalan (X_3) dinaikkan maka Kepuasan Nasabah dalam memilih Jasa Pelayanan Perbankan PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Toddopuli (Y) akan naik sebesar satu satuan.
- 5) $b_4 = 0,142$ menunjukkan bahwa apabila variabel Jaminan (X_4) dinaikkan maka Kepuasan Nasabah dalam memilih Jasa Pelayanan Perbankan PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Toddopuli (Y) akan naik sebesar satu satuan.
- 6) $b_5 = -0,200$ menunjukkan bahwa apabila variabel Empati (X_5) dinaikkan maka Kepuasan Nasabah dalam memilih Jasa Pelayanan Perbankan PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Toddopuli (Y) akan turun sebesar satu satuan.

Hasil Uji Statistik t (Uji Parsial)

Uji Statistik t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t dapat juga dilakukan dengan melihat nilai signifikansi t masing-masing variabel pada *output* hasil regresi menggunakan SPSS dengan *significance level* ($\alpha = 0,5$). Jika nilai signifikansi lebih besar dari α maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan), yang berarti secara individual variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari α maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan), yang berarti secara individual variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Hasil pengujian signifikansi variabel bebas secara parameter individual pada Tabel 4.5 adalah sebagai berikut:

1) Variabel Bukti Fisik (X_1)

Hasil analisis regresi menunjukkan nilai t hitung sebesar 1,585 dengan nilai signifikan 0,116. Nilai tersebut lebih besar dari nilai yang ditetapkan, yaitu 0,5. Hal tersebut berarti variabel bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah. Bukti Fisik memiliki nilai beta koefisien positif sebesar 0,197 terhadap Kepuasan Nasabah, sehingga apabila Bukti Fisik naik sebesar satu satuan, maka Kepuasan Nasabah akan turun sebesar 19,7%.

2) Variabel Daya Tanggap (X_2)

Hasil analisis regresi menunjukkan nilai t hitung sebesar -0,849 dengan nilai signifikan 0,398. Nilai tersebut lebih kecil dari nilai yang ditetapkan, yaitu 0,5. Hal tersebut berarti variabel daya tanggap tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah. Daya Tanggap memiliki nilai beta koefisien negatif sebesar -0,114 terhadap Kepuasan Nasabah, sehingga apabila Daya Tanggap naik sebesar satu satuan, maka Kepuasan Nasabah akan turun sebesar 11,4%.

3) Variabel Kehandalan (X_3)

Hasil analisis regresi menunjukkan nilai t hitung sebesar 4,608 dengan nilai signifikan 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari nilai yang ditetapkan, yaitu 0,5. Hal tersebut berarti variabel kehandalan

berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah. Kehandalan memiliki nilai beta koefisien positif sebesar 0,525 terhadap Kepuasan Nasabah, sehingga apabila Kehandalan naik sebesar satu satuan, maka Kepuasan Nasabah akan naik sebesar 52,5%.

4) Variabel Jaminan (X_4)

Hasil analisis regresi menunjukkan nilai t hitung sebesar 0,751 dengan nilai signifikan 0,454. Nilai tersebut lebih besar dari nilai yang ditetapkan, yaitu 0,5. Hal tersebut berarti variabel jaminan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah. Jaminan memiliki nilai beta koefisien positif sebesar 0,077 terhadap Kepuasan Nasabah, sehingga apabila Jaminan naik sebesar satu satuan, maka Kepuasan Nasabah akan naik sebesar 7,7%.

5) Variabel Empati (X_5)

Hasil analisis regresi menunjukkan nilai t hitung sebesar -1,262 dengan nilai signifikan 0,210. Nilai tersebut lebih besar dari nilai yang ditetapkan, yaitu 0,5. Hal tersebut berarti variabel empati tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah. Empati memiliki nilai beta koefisien negatif sebesar -0,159 terhadap Kepuasan Nasabah, sehingga apabila Empati naik sebesar satu satuan, maka Kepuasan Nasabah akan turun sebesar 15,9%.

Hasil Uji Statistik F (Uji Simultan)

Uji F dapat juga dilakukan dengan melihat nilai signifikan F pada *output* hasil regresi menggunakan SPSS 21 dengan *significance level* ($\alpha = 5\%$). Jika hipotesis ditolak, yang berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikan $< \alpha = 5\%$, maka hipotesis diterima, yang berarti bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka hasil pengujian dapat ditunjukkan pada tabel 5 dibawah ini:

Tabel 5
Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	71,555	5	14,311	6,018	,000 ^b
Residual	221,173	93	2,378		
Total	292,727	98			

a. Dependent Variable: Variabel Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Variabel Empati, Variabel Jaminan, Variabel Kehandalan, Variabel Bukti Fisik, Variabel Daya Tanggap

Sumber Data: Diolah 2023

Hasil pengujian signifikansi variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat adalah sebagai berikut: Variabel Kualitas Layanan yang terdiri dari Bukti Fisik, Daya Tanggap, Keandalan, Jaminan dan Empati terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Toddopuli. Hasil analisis regresi menunjukkan nilai F hitung sebesar 6,018 dengan nilai signifikan 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari nilai yang ditetapkan, yaitu 0,5, maka variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hipotesis Diterima

PEMBAHASAN

Berdasarkan tingkat signifikan, apabila tingkat signifikan berada dibawah atau lebih kecil dari 5% maka variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen. Dari hasil penelitian diperoleh bahwa tingkat signifikansi variabel keandalan terhadap kepuasan nasabah lebih kecil dari 0,5 artinya variabel keandalan berpengaruh signifikan secara parameter individual terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah. Sedangkan, variabel bukti fisik, daya tanggap, jaminan dan empati tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.

Variabel keandalan memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan nasabah dalam memilih pelayanan perbankan PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Toddopuli.

Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman *et, al*, 1990 (dalam Kotler, 2008:56), yaitu:

- a) *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang dimaksud bahwa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan.
- b) *Reliability* atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- c) *Responsiveness* atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- d) *Assurance* atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.
- e) *Empathy* yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Sebagai contoh perusahaan harus mengetahui keinginan pelanggan secara spesifik dari bentuk fisik produk atau jasa sampai pendistribusian yang tepat.

Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dwi Aryani dan Febria Rosinta (2010) dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi terkuat dalam menjelaskan kualitas layanan berturut-turut adalah *reliability* kemudian diikuti oleh *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibility*.

Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Felita Sasongko dan Dr. Hartono Subagio, SE., M.M (2013) dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap

Kepuasan Konsumen Restoran Ayam Penyet Ria Surabaya”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel *responsiveness* merupakan variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap Kepuasan Pelanggan yang kemudian diikuti oleh variabel *Assurance, Emphaty, Tangible* dan *Reliability*.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel kehandalan berpengaruh signifikan secara parameter individual terhadap variabel kepuasan nasabah. Sedangkan, variabel bukti fisik, daya tanggap, jaminan dan empati tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam memilih jasa perbankan di PT. Bank Mandiri, Tbk cabang Toddopuli.
2. Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel kepuasan layanan yang terdiri dari bukti fisik, daya tanggap, kehandalan, jaminan dan empati berpengaruh signifikan secara bersama-sama/simultan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah dalam memilih jasa perbankan di PT. Bank Mandiri, Tbk cabang Toddopuli. Hipotesis Diterima.

SARAN

Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah untuk para peneliti selanjutnya agar hendaknya dapat melakukan penelitian serupa dengan menambahkan variabel lain diperkirakan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan menggunakan sampel yang lebih banyak dan periode waktu yang lebih panjang sehingga didapatkan berbagai alternatif cara mengambil kebijakan dalam meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan. Saran yang dapat diberikan untuk perusahaan dalam penelitian ini adalah lebih meningkatkan pelayanan terhadap nasabah khususnya pelayanan yang lebih cepat dan tanggap terhadap keluhan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardhiyanti, E. (2016). *Analisis Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa FEBI IAIN Salatiga Pada Bank Syariah* (Doctoral dissertation, IAIN SALATIGA).
- Darmawan, Z. C., & Ridlwan, A. A. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. Al-Tijary*, 107-115.
- Dimiyati dan Mudjiyono. 2013. *Pembelajaran Teori Antrian*. Bandung: Rineka Cipta.
- Ervin Yulianto, Isharijadi Isharijadi, Juli Murwani. 2017. “*Pengaruh Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Transaksi Cross Selling Nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk*.” Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi: Universitas PGRI Madiun. Vol. 5, No. 1, , e-ISSN: 2337-9723.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gross, Donald. 2008. *Fundamentals Of Queueing Theory*. New York: John Willey and Sons.
- Husein, U. 2005. *Manajemen riset Pemasaran dan Prilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pusaka.
- Iqbal, Mohammad. 2011. *Analisis Kinerja Sistem Pendekatan Teori dan Praktek*. Depok: Penerbit Gunadarma.
- Jogiyanto, Hartono. 2010. *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Edisi III. Yogyakarta: ANDI.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Edisi Keempat, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, 2008), h. 301
- Kasmir. 2011. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Kasmir. 2010. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Khaliq, R. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Banjarmasin Kalimantan Selatan*. *Relevance: Journal of Management and Business*, 2(1).
- Kotler, Philip. Armstrong, Garry. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kusnaeni. 2009. *Model Antrian Dengan Pola Kedatangan Berkelompok*. Bandung: FPMIPA UPI.
- M Nur Riyanto Al Arif. 2012. *Dasar – dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Melayu Hasibuan, H. 2009. *Dasar – dasar Perbankan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta, Bumi Aksara, 2003), h. 88
- Nasution, N. 2005. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Sentot Imam Wahjono. 2013. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sujianto, A. E. 2014. *Membangun Loyalitas Nasabah*. Tulungagung: IAIAN Press.