

# **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BPR BePeDe KUTAI SEJAHTERA CABANG BARONG TONGKOK**

**Habibur Rahman<sup>1</sup>, Eddy Soegiarto K<sup>2</sup>, Rina Masithoh H<sup>3</sup>**  
**Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda**  
**E-mail: [habiburrahman161210@yahoo.com](mailto:habiburrahman161210@yahoo.com)**

---

## **Kata Kunci :**

*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, dan Kepuasan Nasabah*

## **ABSTRAK**

*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BPR BePeDe Kutai Sejahtera Cabang Barong Tongkok.(dibawah Bimbingan Dosen Pembimbing I, Eddy Soegiarto K dan Dosen Pembimbing II, Rina Masithoh Haryadi).*

*Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh variabel Tangible (bentuk fisik), Reliability (kehandalan), Responsiveness (ketanggapan), Assurance (kepastian/jaminan) serta Emphaty (empati) terhadap Kepuasan Nasabah PT. BPR BePeDe Kutai Sejahtera Cabang Barong Tongkok.Fokus dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh dari variabel-variabel tersebut terhadap kepuasan nasabah.*

*Populasi penelitian yang digunakan peneliti adalah seluruh nasabah kredit (debitur) PT. BPR BePeDe Kutai Sejahtera Cabang Barong Tongkok.Sampel penelitian sebanyak 89 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis Hasil penelitian menyimpulkan bahwa tangible, reliability, responsiveness, assurance, serta emphaty secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.*

---

## PENDAHULUAN

Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang Perbankan, Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (Kasmir 2011:25). Aktifitas bank adalah menghimpun dana dari masyarakat yang berbentuk tabungan maupun deposito dan dana yang telah diterima oleh bank dari masyarakat akan diputar kembali dalam bentuk pinjaman atau kredit. Dalam menjalankan fungsinya menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat, maka bank mempunyai kedudukan strategis untuk menunjang pembangunan nasional. Sesuai dengan tujuan perbankan Indonesia kegiatan bank sepenuhnya ditujukan mengemban tugas menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan ekonomi, stabilitas nasional ke arah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak. Dalam Undang-Undang tersebut dinyatakan pula bahwa secara umum bank dibedakan menjadi dua jenis yaitu Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat. Tujuan BPR antara lain menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional ke arah peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen dalam bentuk layanan yang dipersepsi (*Perseived Service*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*Expected Service*). Penyampaian layanan yang berkualitas dianggap sebagai suatu strategi yang esensial agar perusahaan sukses dan dapat bertahan Reicheld dan Sasser (Ainun Jariah 2013:2). Penerapan manajemen kualitas dalam industry jasa menjadi kebutuhan pokok dalam apabila ingin berkompetisi di pasar domestik apalagi di pasar global.

### **Pengertian Kualitas Pelayanan**

Kotler (2012:49) mendefinisikan Kualitas pelayanan adalah : keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat". Kualitas pelayanan terdiri dari *tangible* (bentuk fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (kepastian/jaminan), dan *emphaty* (empati). Nilai dari indikator setiap variabel memiliki pengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah.

### **Kepuasan Nasabah**

Menurut Philip Kotler (2009:35), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapan.

Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 Pasal 1 Ayat 16 (2009:69) nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank. Dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan diatur perihal nasabah yang terdiri dari dua pengertian yaitu:

1. Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.
2. Nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

## METODE PENELITIAN

### Definisi Operasional

Judul yang diajukan dalam penelitian ini adalah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR BePeDe Kutai Sejahtera Cabang Barong Tongkok. Kualitas pelayanan terdiri dari *Tangible* (bentuk fisik) (X1), *Reliability* (kehandalan) (X2), *Responsiveness* (ketanggapan) (X3), *Assurance* (kepastian/jaminan) (X4), dan *Emphaty* (empati) (X5), kepuasan nasabah (Y).

### Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan dengan dua metode yaitu :

#### 1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*).

Penelitian kepustakaan adalah penelitian yang dilakukan dengan mencari data sekunder melalui dokumen-dokumen dan data-data perusahaan yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

#### 2. Penelitian Lapangan (*Field Research*).

Penelitian dilakukan dilapangan atau objek penelitian dengan menggunakan teknik atau cara sebagai berikut:

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono 2015:230). Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar diwilayah yang luas.

### Populasi dan Sample Penelitian

#### a. Populasi

Sebagai populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah debitur pada Bank BPR BePeDe Kutai Sejahtera Cabang Barong Tongkok yang tercatat dalam daftar nasabah debitur aktif sampai dengan bulan April 2018 yang berjumlah 838 orang.

#### b. Sampel

Menurut Sugiyono (2008:218) *purposive sampling* adalah :

Teknik pengambilan sample sumber data dengan pertimbangan tertentu yakni sumber data dianggap paling tahu tentang apa yang diharapkan, sehingga mempermudah penelitian menjelajahi objek atau situasi sosial yang sedang diteliti, yang menjadi kepedulian dalam pengambilan sample penelitian kualitatif

adalah tuntasnya pemerolehan informasi dengan keragaman variasi yang ada, bukan pada banyak sample sumber data.

**Sample**

Dengan perhitungan teknik rumus slovin (Umar 2014:13) sebagai berikut :

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

$$n = \frac{838}{9,38} = 89,34n = 89 \text{ sample}$$

**ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

**Analisis Regresi Linear Berganda**

Dalam menganalisis data, metode yang digunakan adalah rumus analisis regresi linear berganda. Disebut regresi berganda (*multiple regression*) jika terdapat lebih dari satu variabel independen yang mempengaruhi variabel dependennya.

**Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**  
Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.585	1.283		-2.014	.047
	Tangible (X1)	-.152	.151	-.120	-1.008	.316
	Reliability (X2)	.720	.185	.488	3.902	.000
	Responsiveness (X3)	.659	.127	.480	5.198	.000
	Assurance (X4)	.061	.160	.040	.380	.705
	Emphaty (X5)	.299	.068	.217	4.402	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Sumber : Data diolah, 2018

Dalam penelitian ini model regresi yang digunakan yaitu :

$$Y = -2.585 - 0,152X_1 + 0,720X_2 + 0,659X_3 + 0,061X_4 + 0,299X_5$$

Persamaan dari regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Hasil persamaa regresi linear berganda tersebut memiliki nilai negatif pada konstanta yaitu -2,585 yang menyatakan bahwa apabila variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* bernilai 0 (nol) maka kepuasan nasabah akan bernilai negatif. Dari persamaan tersebut maka dapat diartikan bahwa satu satuan skor kepuasan nasabah akan dipengaruhi oleh *tangible* sebesar -0,152, *reliability* sebesar 0,720, *responsiveness* sebesar 0,659, *assurance* sebesar 0,061, dan *emphaty* sebesar 0,299 pada konstanta -

- 2,585. Jika *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* sebesar 0 (nol) maka kepuasan nasabah adalah -2,585
- b. Nilai -0,152 merupakan nilai koefisien regresi variabel *tangible* (bentuk fisik) terhadap kepuasan nasabah, koefisien bernilai negatif artinya antara *tangible* (bentuk fisik) dengan kepuasan nasabah memiliki hubungan negatif. *Tangible* (bentuk fisik) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
  - c. Nilai 0,720 merupakan nilai koefisien regresi variabel *reliability* (kehandalan) terhadap kepuasan nasabah artinya jika *reliability* (kehandalan) mengalami peningkatan 0,720 koefisien bernilai positif artinya antara *reliability* (kehandalan) dengan kepuasan nasabah memiliki hubungan positif. *Reliability* (kehandalan) meningkat maka kepuasan nasabah juga meningkat.
  - d. Nilai 0,659 merupakan nilai koefisien regresi variabel *responsiveness* (ketanggapan) terhadap kepuasan nasabah artinya jika *responsiveness* (ketanggapan) mengalami peningkatan 0,659 koefisien bernilai positif artinya antara *responsiveness* (ketanggapan) dengan kepuasan nasabah memiliki hubungan positif. *Responsiveness* (ketanggapan) meningkat maka kepuasan nasabah juga meningkat.
  - e. Nilai 0,061 merupakan nilai koefisien regresi variabel *assurance* (kepastian/jaminan) terhadap kepuasan nasabah, koefisien bernilai positif artinya antara *assurance* (kepastian/jaminan) dengan kepuasan nasabah memiliki hubungan positif. *Assurance* (kepastian/jaminan) meningkat maka kepuasan nasabah juga meningkat.
  - f. Nilai 0,299 merupakan nilai koefisien regresi variabel *emphaty* (empati) terhadap kepuasan nasabah artinya jika *emphaty* (empati) mengalami peningkatan 0,299 koefisien bernilai positif artinya antara *emphaty* (empati) dengan kepuasan nasabah memiliki hubungan positif. *Emphaty* (empati) meningkat maka kepuasan nasabah juga meningkat.

#### **a. Uji Normalitas**

Hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* pada penelitian ini menunjukkan hasil perhitungan signifikansi = 0,835 data pada penelitian ini berdistribusi normal karena perhitungan signifikansinya lebih besar dari 0,05.

#### **b. Uji Linearitas**

Hasil uji linearitas pada table di atas dapat diketahui bahwa semua variabel bebas memiliki nilai signifikansi deviation from linearity yang lebih besar dari 0,05 (sig. Deviation from linearity > 0,05), hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat.

#### **c. Uji Multikolinearitas**

Nilai VIF lebih dari 10 dan tidak ada yang memiliki *tolerance value* lebih kecil dari 0,1. Jadi dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bebas dari adanya multikolinearitas.

#### d. Uji Heteroskedastisitas

Nilai Sig. (2-tailed) menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk seluruh variabel lebih dari 0,05, dari hasil ini maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel tersebut tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

#### e. Uji Autokorelasi

Berdasarkan hasil perhitungan pada uji autokorelasi diperoleh nilai uji *Durbin-Watson* adalah  $d = 1,829$ .

Syarat tidak terjadinya autokorelasi apabila nilai  $du < d < 4-du$ .

Dari table *Durbin-Watson* (DW)  $\alpha = 5\%$  ( $n;k = 89;5$ ) dapat kita ketahui  $dl = 1,5388$ , dan  $du = 1,7754$ , kemudian kita ketahui  $4-dl = 4-1,5388 = 2,4612$ , dan  $4-du = 4-1,7754 = 2,2246$  maka dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa  $du < d < 4-du = 1,7754 < 1,829 < 2,2246$ .

Tidak terjadi autokorelasi dalam uji ini.

#### Uji T

Hasil uji t dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Hasil uji t untuk variabel *tangible* (bentuk fisik) sebesar  $-1,008 < 1,992$  dengan signifikansi  $0,316 > 0,05$ . Hasil tersebut dapat diketahui bahwa variabel *tangible* (bentuk fisik) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2. Hasil uji t untuk variabel *reliability* (kehandalan) sebesar  $3,902 > 1,992$  dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hasil tersebut dapat diketahui bahwa variabel *reliability* (kehandalan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
3. Hasil uji t untuk variabel *responsiveness* (ketanggapan) sebesar  $5,198 > 1,992$  dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hasil tersebut dapat diketahui bahwa variabel *responsiveness* (ketanggapan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
4. Hasil uji t untuk variabel *assurance* (kepastian/jaminan) sebesar  $0,380 < 1,992$  dengan signifikansi  $0,705 > 0,05$ . Hasil tersebut dapat diketahui bahwa variabel *assurance* (kepastian/jaminan) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.
5. Hasil uji t untuk variabel *emphaty* (empati) sebesar  $4,402 > 1,992$  dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hasil tersebut dapat diketahui bahwa variabel *emphaty* (empati) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

### PEMBAHASAN

1. Berdasarkan hasil analisis di atas, variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan *tangible* (bentuk fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (kepastian/jaminan), *emphaty* (empati) secara

bersama-sama (simultan) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR BePeDe Kutai Sejahtera Cabang Barong Tongkok yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi F sebesar  $0,000 < 0,05$  maka hipotesis diterima.

2. Berdasarkan hasil penelitian nilai *r square* sebesar 0,851 berarti diketahui 85,1% yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Nilai 85,1% diperoleh dari persentase berdasarkan kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*). Sedangkan sisanya 14,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Hasil penelitian ini *tangible* (bentuk fisik) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah, hal ini dapat dilihat dari t hitung untuk variabel *tangible* (bentuk fisik) sebesar  $-1,008 < 1,992$  dan nilai signifikan  $0,316 > 0,05$  serta variabel *tangible* (bentuk fisik) memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar  $-0,152$  maka hipotesis ditolak.
4. Hasil penelitian ini *reliability* (kehandalan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, hal ini dapat dilihat dari t hitung untuk variabel *reliability* (kehandalan) sebesar  $3,902 > 1,992$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka hipotesis diterima.
5. Hasil penelitian ini *responsiveness* (ketanggapan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, hal ini dapat dilihat dari t hitung untuk variabel *responsiveness* (ketanggapan) sebesar  $5,198 > 1,992$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka hipotesis diterima.
6. Hasil penelitian ini *assurance* (kepastian/jaminan) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah, hal ini dapat dilihat dari t hitung untuk variabel *assurance* (kepastian/jaminan) sebesar  $0,380 < 1,992$  dan nilai signifikan  $0,705 > 0,05$  maka hipotesis ditolak.
7. Hasil penelitian ini variabel *emphaty* (empati) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, hal ini dapat dilihat dari t hitung untuk variabel *emphaty* (empati) sebesar  $4,402 > 1,992$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka hipotesis diterima.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan variabel dependent atau terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah, sedangkan variabel independent atau bebas dalam penelitian ini adalah *tangible* (bentuk fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (kepastian/jaminan), *emphaty* (empati) menunjukkan bahwa:

Secara parsial variabel *tangible* (bentuk fisik) menunjukkan hasil penelitian negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah, hal ini menunjukkan bahwa nasabah tidak memperhatikan *tangible* (bentuk fisik) untuk merasa puas terhadap kualitas pelayanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *reliability* (kehandalan) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *responsiveness* (ketanggapan) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *assurance* (kepastian/jaminan) secara parsial menunjukkan hasil yang positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *emphaty* (empati) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *tangible* (bentuk fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (kepastian/jaminan), serta *empathy* (empati) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

### **Saran**

Hasil kesimpulan yang telah dikemukakan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Disarankan kepada PT. BPR BePeDe Kutai Sejahtera Cabang Barong Tongkok agar tetap mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas pelayanan. Hal ini dikarenakan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan *tangible* (bentuk fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (kepastian/jaminan), serta *emphaty* (empati) secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2. Mengingat bahwa *reliability* (kehandalan) secara parsial merupakan variabel yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk memperbanyak sample.
3. Mengingat bahwa *responsiveness* (ketanggapan) secara parsial merupakan variabel yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk memperbanyak sample.
4. Mengingat bahwa *emphaty* (empati) secara parsial merupakan variabel yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, peneliti selanjutnya untuk memperbanyak sample.
5. Hasil penelitian menunjukkan variabel *tangible* (bentuk fisik) dan *assurance* (kepastian/jaminan) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, maka peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk menambahkan dimensi lebih dalam lagi dan menambahkan sampel penelitian agar dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas mengenai kepuasan nasabah.

### **REFERENCES**

- Anonim, Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan.
- Husein Umar, 2014. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi 2. Cetakan 13. Jakarta: Rajawali Pers.

- Kotler, Keller. 2012. *Marketing Management*. 14<sup>th</sup>, Person Education.
- . 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Alih bahasa Bob Sabran. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Reicheld dan Sasser, Ainun Jariah. 2013. *Zero Defections: Quality Comes To Services*. Harvard Business Review, 68(5), p.105-11.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Manajemen*, Cetakan Keempat. Bandung: CV. ALFABETA.
- . 2009. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.