PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH KREDIT PADA PT. BPR JKT PARIAMAN

Riki Handika, Febsri Susanti

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi “KBP”

febsrisusanti@akbpstie.ac.id

ricky.handika88@yahoo.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangibles to satisfaction of customer credit at PT. BPR JKT Pariaman. The population in this study are all customers of credit at PT. BPR JKT Pariaman. The sampling technique is random sampling, while the number of samples used for the analysis is 86 clients. The data analysis technique used to test the hypothesis is multiple linear regression. In this study, there are two independent variables, namely reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangibles. Variables that have a significant influence on customer satisfaction credit at PT. BPR JKT Pariaman is responsiveness, assurance, and empathy. While the value of correlation coefficient obtained in this study amounted to 0.970, this shows that there is a very strong relationship between reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangibles to satisfaction of customer credit at PT. BPR JKT Pariaman. For the coefficient of determination in this study was found to be 0.937 or equal to 93.7%. The results showed that of the credit customer satisfaction at PT. BPR JKT Pariaman which can be explained by reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangibles amounting to 93.7%, while 6.3% thought to be explained by other factors not examined in this study, such as trust, customer value perception, and the company's image. Based on the test results of multiple linear regression analysis, it was found that the variable reliability, responsiveness, assurance, empathy and physical evidence of a positive effect on customer satisfaction credit at PT. BPR JKT Pariaman. This study provides practical recommendations for the management of PT. BPR JKT Pariaman to continue to improve responsiveness, assurance, and empathy in the future. This is due to responsiveness, assurance, and empathy have a significant impact on customer satisfaction credit at PT. BPR JKT Pariaman.

Keywords: *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Physical Evidence and Satisfaction*

Latar Belakang Masalah

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) merupakan satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa. Bank Perkreditan Rakyat diharapkan dapat membantu masyarakat dalam mengatasi masalah keuangan dengan cara memberikan kredit berupa uang pinjaman, menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat melalui kegiatan usaha perkreditan yang dibutuhkan oleh para calon nasabah dalam rangka meningkatkan modal usaha sehingga tercipta kesejahteraan hidup yang baik.

PT. BPR JKT Pariaman sebagai perusahaan jasa perbankan, tidak akan mungkin menghindari dari realita persaingan industri jasa perbankan yang semakin meningkat. Sehubungan dengan konteks kualitas pelayanan dalam mempertahankan nasabah, PT. BPR JKT Pariaman mengembangkan produk kredit. Melayani fasilitas kredit untuk kredit modal kerja, kredit investasi, kredit konsumtif dan kredit kepemilikan kendaraan (PT. BPR JKT Pariaman, 2016).

Selain itu, masalah yang dihadapi dalam pelaksanaan kegiatan perkreditan selama ini oleh PT. BPR JKT Pariaman adalah banyak kredit yang tidak dikembalikan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Dengan kata lain telah terjadi kredit macet. Adanya kredit macet ini menimbulkan kerugian pada bank yang disebabkan tidak berputarnya modal yang dimiliki bank. Dalam jangka panjang kredit macet yang terjadi di bank selain dapat merugikan pihak bank. Mengingat kemacetan kredit yang terjadi pada bank mempunyai dampak yang sangat buruk bagi bank, maka seharusnya dilakukan penanganan kredit macet oleh bank. Berikut ini adalah gambaran mengenai data tahun 2013 hingga tahun 2015 nasabah kredit PT. BPR JKT Pariaman dapat dilihat pada tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1
Perkembangan Jumlah Nasabah Kredit Pada PT. BPR JKT Pariaman
Tahun 2013 sampai dengan Tahun 2015

No	Fasilitas Kredit	Tahun (Orang)		
		2013	2014	2015
1	Kredit Modal Kerja	68	53	62
2	Kredit Investasi	43	34	38
3	Kredit Konsumtif	178	242	226
4	Kredit Kepemilikan Kendaraan	265	302	289
	Total	554	631	615

Sumber: PT. BPR JKT Pariaman, 2016

Berdasarkan data jumlah nasabah kredit yang diperoleh dari PT. BPR JKT Pariaman dari tahun 2013 sampai tahun 2015 menunjukkan adanya fluktuasi dari tahun ke tahunnya. Dimana pada tahun 2013 jumlah nasabah kredit sebanyak 554 orang, dan meningkat pada tahun 2014 menjadi 631 orang, namun pada tahun 2015 jumlah nasabah kredit menurun menjadi 615 orang. Hal ini sesuai dengan kenyataannya bahwa masih banyaknya keluhan yang disampaikan oleh nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT. BPR JKT Pariaman yang dapat dilihat pada Tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2
Jumlah Keluhan Nasabah Kredit Pada PT. BPR JKT Pariaman Tahun 2013
sampai dengan Tahun 2015

No	Fasilitas Kredit	Tahun (Orang)		
		2013	2014	2015
1	Kredit Modal Kerja	38	43	52
2	Kredit Investasi	27	31	38
3	Kredit Konsumtif	19	26	29
4	Kredit Kepemilikan Kendaraan	42	47	58
	Total	126	147	177

Sumber: PT. BPR JKT Pariaman, 2016

Dari tabel 2 dapat diketahui bahwa keluhan dari nasabah kredit PT. BPR JKT Pariaman dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2015 mengalami peningkatan. Banyaknya keluhan tersebut dipengaruhi dalam hal pelayanan yang diterima. Seperti kurangnya keramahan karyawan, dikarenakan perusahaan tidak menerapkan standar minimal pelayanan misalkan senyum, sapa dan salam. Serta karyawan tidak pernah diberikan pelatihan mengenai komunikasi yang baik dengan nasabah. Kurang luasnya ruang tunggu yang disediakan, Keluhan nasabah sering kali ditanggapi oleh karyawan terlalu lama, dikarenakan sedikitnya jumlah karyawan yang ada dalam *customer service* sehingga banyak dari nasabah yang terlalu lama mengantri.

Kepuasan nasabah terlahir karena diberikannya kualitas pelayanan yang baik yang mencakup keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan wujud (Tjiptono, 2011: 346-347). Kelima unsur kualitas pelayanan ini, paling tidak akan memberikan kepuasan nasabah bila Bank selalu melayani melebihi harapan nasabahnya. Berkaitan dengan hal tersebut, dengan adanya nasabah yang mengeluh terhadap pelayanan PT. BPR JKT Pariaman menunjukkan adanya penurunan kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa, yaitu PT. BPR JKT Pariaman sehingga berdampak pada penurunan kepuasan nasabah kredit.

Dalam hal ini, PT. BPR JKT Pariaman menerapkan serangkaian langkah strategis yang akan dilakukan untuk meningkatkan kepuasan nasabahnya yaitu dengan pemberian kualitas pelayanan yang maksimal, sehingga berujung pada peningkatan kepuasan nasabah dan pencapaian tujuan perusahaan. Berdasarkan fenomena tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian empirik yang dituangkan kedalam penelitian dengan judul: “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Pada PT. BPR JKT Pariaman.”

Rumusan Masalah

1. Apakah keandalan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah kredit pada PT. BPR JKT Pariaman?
2. Apakah daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan nasabah kredit pada PT. BPR JKT Pariaman?
3. Apakah jaminan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah kredit pada PT. BPR JKT Pariaman?
4. Apakah empati berpengaruh terhadap kepuasan nasabah kredit pada PT. BPR JKT Pariaman?

5. Apakah wujud berpengaruh terhadap kepuasan nasabah kredit pada PT. BPR JKT Pariaman?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh keandalan terhadap kepuasan nasabah kredit pada PT. BPR JKT Pariaman.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan nasabah kredit pada PT. BPR JKT Pariaman.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh jaminan terhadap kepuasan nasabah kredit pada PT. BPR JKT Pariaman.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh empati terhadap kepuasan nasabah kredit pada PT. BPR JKT Pariaman.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh wujud terhadap kepuasan nasabah kredit pada PT. BPR JKT Pariaman.

TINJAUAN LITERATUR

Pemasaran

Pengertian Manajemen Pemasaran

Banyak ahli yang telah memberikan definisi atas pemasaran. Pemasaran yang diberikan sering berbeda antara ahliyang satu dengan ahli yang lain. Perbedaan ini disebabkan karena adanya perbedaan para ahli tersebut dalam memandang dan meminjau pemasaran, dalam kegiatan pemasaran ini aktivitas pertukaran merupakan hal sentral. Pertukaran merupakan kegiatan pemasaran dimana seseorang berusaha menawarkan sejumlah barang atau jasa dengan sejumlah nilai keberbagai macam kelompok sosial untuk memenuhi kebutuhannya.

Pemasaran Menurut Kotler dan Keller (2009:5), pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Dari teori diatas terdapat dua aspek yaitu, pertama pemasar berusaha untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan kedua, pemasar meliputi studi tentang proses pertukaran dimana terdapat dua pihak yang menstransfer sumber moneter dan sumber daya lainnya dari para konsumen. Sedangkan menurut Tjiptono (2008:5), pemasaran bertujuan untuk menarik pembeli dalam mengkonsumsi produk yang ditawarkan. Oleh karena itu pemasaran memainkan peranan penting dalam mengembangkan strategi.

Kepuasan

Pengertian Kepuasan

Kepuasan pelanggan menjadi sangat bernilai bagi perusahaan, sehingga tidak heran selalu ada slogan bahwa pelanggan adalah raja, yang perlu dilayani dengan sebaik-baiknya. Kepuasan konsumen memiliki makna yang beragam. Kepuasan tidak selamanya diukur dengan uang, tetapi lebih didasarkan pada pemenuhan perasaan tentang apa yang dibutuhkan seseorang.

Mowen dan Minor (2002:89) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Ini merupakan penilaian evaluatif pasca pemilihan yang disebabkan oleh seleksi pembelian khusus dan pengalaman menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa tersebut.

Menurut Kotler dan Keller (2009:14) kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapannya atau hasil kaitannya dalam ekspektasi. Jika kinerja produk tersebut tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan tersebut tidak puas dan kecewa. Jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi, pelanggan tersebut puas. Jika kinerja produk melebihi ekspektasi, pelanggan tersebut senang.

Indikator Kepuasan Pelanggan

Dalam realita bisnis, konsumen dapat mengevaluasi berbagai kombinasi atribut-atribut positif sebuah produk/jasa sebagai penentu tingkat kepuasan pelanggan, sebagai berikut: (Hasan, 2013:99)

1. *Serviceability*
2. *Accessibility*
3. *Communication*
4. *Competence*
5. *Courtesy*
6. *Reliability*
7. *Security*
8. *Tangibles*
9. *Understanding customer*

Kualitas Pelayanan

Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas jasa (Tjiptono dan Gregorius, 2011:180). Lovelock dan Wright (2007:96) menyatakan bahwa, “Kualitas jasa adalah evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan.”

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2009:181), “Kualitas jasa dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima.” Selanjutnya kualitas pelayanan dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan (*expected service*). Jika kenyataan nya lebih dari yang diharapkan maka layanan dapat dikatakan berkualitas, dan sebaliknya.

Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman dkk dalam Kotler dan Keller (2009:52), terdapat lima determinan kualitas jasa berdasarkan urutan pentingnya, yaitu: “Keandalan, Responsivitas, Jaminan, Empati, dan Wujud.”

1. Keandalan, kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan andal dan akurat.
2. Responsivitas, kesediaan membantu pelanggan dan memberikan layanan tepat waktu.
3. Jaminan, pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menunjukkan kepercayaan dan keyakinan.
4. Empati, kondisi memperhatikan dan memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan.
5. Wujud, penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan bahan komunikasi.

Selanjutnya, Parasuraman, dkk dalam Kotler dan Keller (2009:52) menguraikan tentang atribut SERVQUAL (kualitas pelayanan) sebagai berikut:

1. Keandalan
 - a. Perusahaan tepat dalam memenuhi janji
 - b. Karyawan mampu memecahkan masalah nasabah
 - c. Perusahaan memberikan layanan secara tepat sejak awal
 - d. Perusahaan menyediakan layanan sesuai waktu yang dijanjikan
2. Responsivitas
 - a. Selalu memberitahu pelanggan tentang kapan layanan akan dilaksanakan.
 - b. Layanan tepat waktu bagi pelanggan
 - c. Kesiediaan membantu pelanggan
 - d. Kesiapan untuk merespons permintaan pelanggan
3. Jaminan
 - a. Karyawan yang menanamkan keyakinan pada pelanggan
 - b. Membuat pelanggan merasa aman dalam transaksi mereka
 - c. Karyawan yang selalu sopan
 - d. Perusahaan tidak pernah memiliki masalah dalam segi apapun
4. Empati
 - a. Memberikan perhatian kepada pelanggan
 - b. Karyawan yang menghadapi pelanggan dengan cara yang penuh perhatian
 - c. Mengutamakan kepentingan terbaik pelanggan\
 - d. Jam bisnis yang nyaman
5. Wujud
 - a. Peralatan modern
 - b. Fasilitas yang tampak menarik secara visual\
 - c. Karyawan yang memiliki penampilan rapi dan profesional
 - d. Bahan yang berhubungan dengan jasa mempunyai daya tarik visual

Hipotesis

- Hipotesis 1 Diduga keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah kredit pada PT. BPR JKT Pariaman.
- Hipotesis 2 Diduga daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah kredit pada PT. BPR JKT Pariaman.
- Hipotesis 3 Diduga jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah kredit pada PT. BPR JKT Pariaman.
- Hipotesis 4 Diduga empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah kredit pada PT. BPR JKT Pariaman.
- Hipotesis 5 Diduga wujud berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah kredit pada PT. BPR JKT Pariaman.

METODE PENELITIAN

Populasi

Di dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh nasabah kredit PT. BPR JKT Pariaman berjumlah 615 orang.

Teknik Pengambilan Sampel

Menentukan sampel dengan menggunakan rumus Slovin (Umar, 2013:78), sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

Di mana:

N = Besar Populasi

n = Besar Sampel

e^2 = Taraf kesalahan yang diinginkan diambil 10%.

Persentase kelonggaran pengambilan sampel pada penelitian ini ditetapkan sebesar 10% (0,1). Berdasarkan rumus Slovin di atas, dengan populasi (N) sebanyak 615 orang dan taraf kesalahan (e) sebesar 10%, maka jumlah sampel adalah:

$$n = 615 / \{1 + 615 (0,1)^2\}$$

$$n = 615 / \{1 + 615 (0,01)\}$$

$$n = 615 / \{1 + 6,15\}$$

$$n = 615 / 7,15$$

$$n = 86$$

Melalui perhitungan dengan menggunakan rumus slovin diatas maka jumlah responden sebagai sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 86 orang. Dalam penelitian ini teknik penarikan sampel yang digunakan adalah metode *random sampling*, yaitu pengambilan sampel secara acak.

Teknik Analisis Data

Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi linear berganda merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menguji pengaruh beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat (Sekaran, 2006:299). Persamaan regresi linier berganda adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5$$

Di mana:

Y = Kepuasan

α = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$ = Koefisien Regresi

X_1 = Keandalan

X_2 = Daya Tanggap

X_3 = Jaminan

X_4 = Emapti

X_5 = Wujud

Pengujian Hipotesis

Uji T

Uji t dilakukan untuk menguji apakah variabel bebas berppengaruh signifikan terhadap variabel terikat secara parsial atau individu. Kriteria pengujian:

1. Jika t hitung > t tabel, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. Jika t hitung < t tabel, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
3. Tingkat kepercayaan α untuk pengujian hipotesis adalah 95% atau $\alpha = 0,05$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Regresi Berganda

Data yang di peroleh dalam penelitian ini akan dianalisis dengan mengguna-kan metode statistik untuk menguji hipotesis dan variabel yang di

gunakan. Data tersebut dianalisis dengan menggunakan SPSS (*Statistical Program for Science*) versi 16.0. Uji regresi linear berganda merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menguji pengaruh beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil analisis regresi linier berganda dapat diringkas pada Tabel berikut ini:

Tabel 3
Ringkasan Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel Terikat	Konstanta dan Variabel Bebas	Koefisien Regresi
Kepuasan (Y)	Konstanta (a)	0,305
	Keandalan (X_1)	0,034
	Daya Tanggap (X_2)	0,385
	Jaminan (X_3)	0,432
	Empati (X_4)	0,079
	Wujud (X_5)	0,004

Sumber: *Olahan Data Primer 2016*.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang disajikan pada Tabel diatas, berikut ini dapat dikemukakan persamaan regresi linier berganda:

$$Y = 0,305 + 0,034X_1 + 0,385X_2 + 0,432X_3 + 0,079X_4 + 0,004X_5$$

Koefisien regresi masing-masing variabel penelitian dapat diartikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 0,305 berarti tanpa adanya pengaruh dari variabel bebas maka nilai variabel terikat hanya sebesar 0,305. Hal ini berarti bahwa apabila variabel bebas nilainya konstan (keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan wujud), maka nilai variabel kepuasan hanya sebesar 0,305.
2. Besaran koefisien regresi variabel keandalan bernilai positif bermakna jika variabel keandalan mengalami kenaikan maka kepuasan akan mengalami peningkatan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara keandalan dengan kepuasan, semakin baik keandalan maka kepuasan akan semakin tinggi. Besaran koefisien regresi variabel keandalan adalah 0,034 satuan. Hal ini bermakna bahwa jika terjadi peningkatan keandalan sebesar satu satuan dengan asumsi variabel daya tanggap, jaminan, empati, dan wujud tetap, maka akan meningkatkan kepuasan sebesar 0,034 satuan.
3. Besaran koefisien regresi variabel daya tanggap bernilai positif bermakna jika variabel daya tanggap mengalami kenaikan maka kepuasan akan mengalami peningkatan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara daya tanggap dengan kepuasan, semakin baik daya tanggap maka kepuasan akan semakin tinggi. Besaran koefisien regresi variabel daya tanggap adalah 0,385 satuan. Hal ini bermakna bahwa jika terjadi peningkatan daya tanggap sebesar satu satuan dengan asumsi variabel keandalan, jaminan, empati, dan wujud tetap, maka akan meningkatkan kepuasan sebesar 0,385 satuan.
4. Besaran koefisien regresi variabel jaminan bernilai positif bermakna jika variabel jaminan mengalami kenaikan maka kepuasan akan mengalami peningkatan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara jaminan dengan kepuasan, semakin baik keandalan maka kepuasan akan semakin tinggi. Besaran koefisien regresi variabel jaminan adalah 0,432

satuan. Hal ini bermakna bahwa jika terjadi peningkatan jaminan sebesar satu satuan dengan asumsi variabel keandalan, daya tanggap, empati, dan wujud tetap, maka akan meningkatkan kepuasan sebesar 0,432 satuan.

5. Besaran koefisien regresi variabel empati bernilai positif bermakna jika variabel empati mengalami kenaikan maka kepuasan akan mengalami peningkatan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara empati dengan kepuasan, semakin baik empati maka kepuasan akan semakin tinggi. Besaran koefisien regresi variabel empati adalah 0,079 satuan. Hal ini bermakna bahwa jika terjadi peningkatan empati sebesar satu satuan dengan asumsi variabel keandalan, daya tanggap, jaminan, dan wujud tetap, maka akan meningkatkan kepuasan sebesar 0,079 satuan.
6. Besaran koefisien regresi variabel wujud bernilai positif bermakna jika variabel wujud mengalami kenaikan maka kepuasan akan mengalami peningkatan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara wujud dengan kepuasan, semakin baik keandalan maka kepuasan akan semakin tinggi. Besaran koefisien regresi variabel wujud adalah 0,004 satuan. Hal ini bermakna bahwa jika terjadi peningkatan wujud sebesar satu satuan dengan asumsi variabel keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, maka akan meningkatkan kepuasan sebesar 0,004 satuan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk melakukan uji hipotesis secara parsial, dapat dilihat dari ringkasan hasil analisis regresi yang disajikan pada Tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 4
Hasil Uji T Statistik

Variabel Terikat	Konstanta dan Variabel Bebas	Koefisien Regresi	Sig.	Kesimpulan
Kepuasan Nasabah (Y)	Konstanta (a)	0,305	0,011	-
	Keandalan (X_1)	0,034	0,324	H1 Ditolak
	Daya Tanggap (X_2)	0,385	0,000	H2 Diterima
	Jaminan (X_3)	0,432	0,000	H3 Diterima
	Empati (X_4)	0,079	0,009	H4 Diterima
	Wujud (X_5)	0,004	0,905	H5 Ditolak
	F	253,877	0,000	-

Sumber: *Olahan Data Primer 2016*.

Pengaruh Keandalan Terhadap Kepuasan Nasabah

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individu atau parsial. Hipotesis pertama bahwa keandalan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,324, nilai signifikan tersebut lebih besar dari alpha 0,05. Hal ini dapat diartikan bahwa keandalan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah kredit pada PT. BPR JKT Pariaman. Dengan demikian keandalan tidak menentukan kepuasan nasabah kredit pada PT. BPR JKT Pariaman.

Adapun alasan yang dapat disampaikan mengapa variabel keandalan tidak berpengaruh terhadap kepuasan kredit pada PT. BPR JKT Pariaman, karena keandalan dalam penelitian ini merupakan ketepatan perusahaan dalam memenuhi

janji nasabah, karyawan mampu memecahkan masalah nasabah, perusahaan memberikan layanan secara tepat sejak awal, perusahaan menyediakan layanan sesuai waktu yang dijanjikan. Hal ini sesuai dengan yang dinyatakan oleh Kotler dan Keller (2009:52).

Dalam hal ini dimana keandalan yang diberikan oleh PT. BPR JKT Pariaman relatif sama dengan keandalan yang diberikan oleh Bank konvensional. Dengan demikian, menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan, keandalan dalam penanganan masalah layanan nasabah, melaksanakan jasa dengan benar pada saat pertama, menyediakan jasa pada waktu yang dijanjikan, dan perusahaan menyediakan layanan sesuai waktu yang dijanjikan, tidaklah memiliki perbedaan yang berarti antara PT. BPR JKT Pariaman dengan Bank konvensional lainnya, sehingga kondisi tersebut tidaklah penting menjelaskan kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tran, dkk (2015) tentang *service quality effects on customer satisfaction in banking industry*. Penelitian ini menguji hubungan antara lima faktor dalam model kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dengan layanan deposit VCBs. Menurut hasil penelitian, lima faktor yang positif terkait dengan kepuasan pelanggan. Namun, keandalan yang hanya memiliki dukungan parsial, menunjukkan kebutuhan untuk meningkatkan keandalan pada deposit VCBs menjadi lebih kompetitif di pasar. Munjiati Munawaroh (2005) dengan judul penelitian Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pada Industri Pendidikan di Yogyakarta. Dimana hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh antara kualitas layanan yang terdiri dari berwujud, keandalan dan jaminan terhadap kepuasan.

Pengaruh Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Nasabah

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individu atau parsial. Hipotesis kedua bahwa daya tanggap memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, nilai signifikan tersebut lebih kecil dari alpha 0,05. Hal ini dapat diartikan bahwa daya tanggap signifikan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah kredit pada PT. BPR JKT Pariaman.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ni Nyoman Yuliarini dan Putu Riyasa (2007) dengan judul Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan PDAM Kota Denpasar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari berwujud, empati, ketanggapan dan jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan. Penelitian yang dilakukan oleh Munjiati Munawaroh (2005) dengan judul penelitian Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pada Industri Pendidikan di Yogyakarta. Dimana hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh antara kualitas layanan yang terdiri dari berwujud, keandalan dan jaminan terhadap kepuasan.

Pengaruh Jaminan Terhadap Kepuasan Nasabah

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individu atau parsial. Hipotesis ketiga bahwa jaminan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, nilai signifikan tersebut lebih kecil dari alpha 0,05. Hal ini dapat diartikan bahwa jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah kredit pada PT. BPR JKT Pariaman.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ni Nyoman Yuliarmi dan Putu Riyasa (2007) dengan judul Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan PDAM Kota Denpasar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable kualitas pelayanan yang terdiri dari berwujud, empati, ketanggapan dan jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan. Penelitian yang dilakukan oleh Munjiati Munawaroh (2005) dengan judul penelitian Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pada Industri Pendidikan di Yogyakarta. Dimana hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh antara kualitas layanan yang terdiri dari berwujud, keandalan dan jaminan terhadap kepuasan.

Pengaruh Empati Terhadap Kepuasan Nasabah

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individu atau parsial. Hipotesis keempat bahwa empati memiliki nilai signifikansi sebesar 0,009, nilai signifikan tersebut lebih besar dari alpha 0,05. Hal ini dapat diartikan bahwa wujud berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah kredit pada PT. BPR JKT Pariaman.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ni Nyoman Yuliarmi dan Putu Riyasa (2007) dengan judul Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan PDAM Kota Denpasar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable kualitas pelayanan yang terdiri dari berwujud, empati, ketanggapan dan jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan. Penelitian yang dilakukan oleh Munjiati Munawaroh (2005) dengan judul penelitian Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pada Industri Pendidikan di Yogyakarta. Dimana hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh antara kualitas layanan yang terdiri dari berwujud, keandalan dan jaminan terhadap kepuasan.

Pengaruh Wujud Terhadap Kepuasan Nasabah

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individu atau parsial. Hipotesis kelima bahwa wujud memiliki nilai signifikansi sebesar 0,905, nilai signifikan tersebut lebih besar dari alpha 0,05. Hal ini dapat diartikan bahwa keandalan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah kredit pada PT. BPR JKT Pariaman.

Adapun alasan yang dapat disampaikan mengapa variabel wujud/bukti fisik tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah kredit pada PT. BPR JKT Pariaman, karena wujud/bukti fisik dalam penelitian ini merupakan Peralatan modern, fasilitas yang tampak menarik secara visual, karyawan yang memiliki penampilan rapi dan profesional, dan bahan yang berhubungan dengan jasa mempunyai daya tarik visual. Hasil ini sesuai dengan yang dinyatakan oleh Kotler dan Keller (2009:52).

Kondisi ini, mungkin saja disebabkan karena nasabah sudah sangat kritis terhadap masalah-masalah layanan bank, khususnya fasilitas yang tersedia pada Bank. Sehingga untuk memutuskan puas, nasabah harus benar-benar merasakan manfaat dari pelayanan yang diberikan terlebih dahulu. Di samping itu, sifat dari layanan bank yang *intangibles* di mana seorang nasabah memutuskan puas memerlukan waktu yang cukup untuk menikmati atau mengkonsumsi layanan

yang menurut bank sudah ditingkatkan kualitasnya. Jika seorang nasabah sudah menikmati dan merasakan maka nasabah akan puas pada bank tersebut.

Nasabah hanya akan berurusan dengan bank berdasarkan kepada tingkat kebutuhannya semata sehingga proses mencari layanan bank, khususnya dengan fasilitas terbaik masih terus dilakukan. Namun PT. BPR JKT Pariaman tetap berusaha dan berupaya memberikan dan berusaha meningkatkan layanan, khususnya pada fasilitas layanan terbaik guna menarik simpati nasabah agar tetap puas. Perusahaan telah melakukan berbagai inovasi bagi peningkatan layanan, seperti menyediakan peralatan modern, fasilitas yang tampak menarik secara visual, karyawan yang memiliki penampilan rapi dan profesional, dan bahan yang berhubungan dengan jasa mempunyai daya tarik visual.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ni Nyoman Yuliarmita dan Putu Riyasa (2007) dengan judul Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan PDAM Kota Denpasar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari berwujud, empati, ketanggapan dan jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan. Penelitian yang dilakukan oleh Munjiati Munawaroh (2005) dengan judul penelitian Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pada Industri Pendidikan di Yogyakarta. Dimana hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh antara kualitas layanan yang terdiri dari berwujud, keandalan dan jaminan terhadap kepuasan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Keandalan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah kredit pada PT. BPR JKT Pariaman.
2. Daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah kredit pada PT. BPR JKT Pariaman.
3. Jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah kredit pada PT. BPR JKT Pariaman.
4. Empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah kredit pada PT. BPR JKT Pariaman.
5. Wujud tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah kredit pada PT. BPR JKT Pariaman.
6. Dari hasil olahan data, diketahui bahwa dari pengujian Koefisien Determinasi terlihat nilai koefisien determinasi adalah sebesar 0,937 atau sama dengan 93,7%. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa dari kepuasan nasabah kredit pada PT. BPR JKT Pariaman yang dapat dijelaskan oleh keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan daya tanggap sebesar 93,7%, sedangkan sisanya 6,3% diduga dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti kepercayaan, persepsi nilai nasabah, dan citra perusahaan.
7. Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh angka R (Koefisien Korelasi) sebesar 0,970, hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang sangat kuat antara keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan daya tanggap terhadap kepuasan nasabah kredit pada PT. BPR JKT Pariaman.

8. Dari analisis regresi linier berganda, ditemukan bahwa keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan wujud berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah kredit pada PT. BPR JKT Pariaman.

Saran

1. Penelitian ini hanya menganalisis dimensi kualitas pelayanan serta masih adanya variabel lain diluar model penelitian yang mempengaruhi terbentuknya kepuasan nasabah kredit yang tidak digunakan dalam penelitian ini.
2. Sulitnya bagi peneliti untuk menentukan sampel yang benar dapat mewakili seluruh populasi sehingga mempengaruhi hasil yang ditemukan didalam penelitian ini.
3. Dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah di masa yang akan datang, maka disarankan kepada pihak manajemen PT. BPR JKT Pariaman untuk terus berupaya meningkatkan daya tanggap, jaminan, dan empati. Hal ini disebabkan daya tanggap, jaminan, dan empati memiliki pengaruh yang berarti dalam meningkatkan kepuasan nasabah kredit pada PT. BPR JKT Pariaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi V. Rineka Cipta: Jakarta
- Aziz, N. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aicos Produksi Pt. Bumi Sarimas Indonesia. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/8XKYB>
- Aziz, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah SMS Banking Pada Bank Nagari Cabang Pembantu RSUP DR M Djamil Padang. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/S3JVG>
- Fernandes, Y. D., & Marlius, D. (2018). Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Utama Padang. <https://doi.org/10.31227/osf.io/wrh3p>
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Jakarta: CAPS.
- Khoiru Rusydi dan Fathoni. 2008. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Kota Batu. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Volume 9 Nomor 3 Mei 2011.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevine., Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 13. Erlangga: Jakarta.

- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Lovelock, Christopher, H, and Wright, Lauren K. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Indeks: Jakarta
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, Ahmad. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit Salemba Empat: Jakarta
- Marlius, D. (2018). Loyalitas Nasabah Bank Nagari Syariah Cabang Bukittinggi Dilihat Dari Kualitas Pelayanan. *Jurnal Pundi*. Volume 1. No. 3. Hal.12-22. <https://doi.org/10.31575/jp.v1i3.60>
- Marlius, D. (2018). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Website Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada STIE “KBP”. *Jurnal Ipteks Terapan*. Volume 12. No. 2. Hal. 116-128. <http://doi.org/10.22216/jit.2018.v12i2.633>
- Marlius, D. (2017). Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis Dan Bauran Pemasaran Pada PT. Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal Pundi*. Volume 1. No. 1. Hal. 57-66. <https://doi.org/10.31575/jp.v1i1.9>
- Marlius, D. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Nagari Cabang Muaralabuh. <https://doi.org/10.31227/osf.io/vdqgx>
- Mayliza, R. (2019). Pengaruh Citra Perusahaan (Corporate Image) Dan Penanganan Keluhan (Complaint Handling) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Loyalty) Natasha Skin Care Di Kota Padang. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/DF9XJ>
- Mowen, J.C dan Minor, M. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid 2, Edisi Kelima. Erlangga: Jakarta
- Munjiati Munawaroh.2000.”Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pada Industri Pendidikan Di Yogyakarta.” *Jurnal Siasat Bisnis*, Edisi No. 5 Vol. 2, Th. 2000 ISSN:0853-7665
- Ni Nyoman Yuliarmi dan Putu Riyasa.2007.”Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan PDAM Kota Denpasar.” *ISSN1410-4628 BULETIN STUDI EKONOMI* Volume 12 Nomor 1 Tahun 2007
- Safitri, R. N., & Marlius, D. (2017). Penerapan E-Banking Dalam Meningkatkan Jasa Dan Layanan Perbankan Di PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Padang. <https://doi.org/10.31227/osf.io/gkv8t>

- Peter, Paul. J and Olson, C. Jerry. 2000. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 4, Erlangga: Jakarta
- Putra, A. M., & Fernos, J. (2019). Pelaksanaan Pelayanan Prima Terhadap Kepercayaan Nasabah Di PT. Bank Perkreditan Rakyat Jorong Kampung Tengah Pariaman. <https://doi.org/10.31227/osf.io/c3fy4>
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods For Business*, Edisi Keempat. Salemba Empat: Jakarta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*, Cetakan Pertama, Alfabeta: Bandung
- Tiza, M. F., & Susanti, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Studi kasus pada perusahaan JNE Cabang Padang. <https://doi.org/10.31227/osf.io/hx87m>
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2011, *Service, Quality, Satisfaction*, ANDI: Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy dkk. 2003. *Total Quality Management*, Yogyakarta : Andi
- Tjiptono, Fandy, 2008. *Strategi Pemasaran*, ANDI: Yogyakarta
- Tran Van Quyet, Nguyen Quang Vinh dan Taikoo Chang. 2015. Service Quality Effects on Customer Satisfaction in Banking Industry. *Journal: International Journal of u- and e- Service, Science and Technology Vol.8, No. 8 (2015), pp.199-205*, ISSN: 2005-4246
- Umar, Husein 2013. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT. Raja Grafindo: Jakarta
- Yuvendri, R., & Susanto, R. (2019). Meningkatkan Mutu Pelayanan Dalam Usaha Menghimpun Dana Masyarakat (Tabungan) Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Prima Mulia Anugrah Cabang Padang. <https://doi.org/10.31219/osf.io/6prcd>