

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK TABUNGAN NEGARA CABANG GRESIK

Muji Widodo

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi NU Trate Gresik

Jl.KH.Abdul Karim No.60 Gresik

Email; widodomuji2017@gmail.com

ABSTRAK

Bisnis perbankan yang sangat kompetitif dewasa ini membuat beberapa bank berlomba-lomba membuat suatu pembeda. Peningkatan kualitas pelayanan diharapkan dapat mempertahankan nasabah yang sudah ada bahkan untuk mendapatkan nasabah baru. Begitu sangat pentingnya kualitas pelayanan bagi perbankan membuat perbankan selalu melakukan inovasi yang berkelanjutan untuk menjaga eksistensi bank tersebut. Kompleksitas persaingan jasa layanan perbankan inilah yang menyebabkan perusahaan harus berusaha meningkatkan kualitas produk dan layanannya agar kepuasan pelanggan dapat terwujud. Penelitian metode kuantitatif ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Tabungan Negara (BTN) cabang Gresik. Populasi yang diambil adalah nasabah BTN Cabang Gresik yang mendapatkan fasilitas kredit dan produk tabungan batara dari PT. BTN dengan kriteria umur kredit kurang sama dengan 2 (dua) tahun, teknik sampling menggunakan *accidental sampling*, besar sampel sebanyak 100 orang. Data diambil menggunakan wawancara dan kuesioner dan di analisis menggunakan uji regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan variabel (*tangible, reliability, responsiveness, Assurancedan emphyty*) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Variabel bebas yang dominan adalah variabel *tangible* sebesar 0,370, sedangkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,777 artinya 77,7% kepuasan nasabah dalam mendapatkan pelayanan di BTN KC Gresik dipengaruhi oleh variasi dari kelima variabel independen, yaitu bukti fisik (X_1), kehandalan (X_2), ketanggapan (X_3), jaminan (X_4), dan kepedulian (X_5). Sedangkan sisanya sebesar 22,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Diharapkan dilakukan pengukuran tingkat kepuasan nasabah secara berkala melalui: penyebaran kuesioner berkala setiap 6 (enam) bulan sekali, peningkatan kecepatan pelayanan dengan memperbaiki prosedur pelayanan kepada nasabah. Memberikan pelatihan, penyuluhan dan motivasi kepada karyawan untuk memberikan pelayanan yang baik, membangun karakter yang bertanggung jawab untuk meningkatkan profesionalisme.

Kata kunci : *Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Bank Tabungan Negara*

PENDAHULUAN

Bisnis perbankan yang sangat kompetitif dewasa ini membuat beberapa bank berlomba-lomba membuat suatu pembeda untuk menarik nasabah agar berkeinginan untuk memakai jasa bank. Adanya kemiripan produk perbankan yang rata-

rata sama, yaitu produk simpanan (deposito, tabungan, dan giro) serta produk pinjaman (KPR, KTA, KMK, KI, KUR, dan sebagainya) membuat bank harus membuat perbedaan fitur produk mereka dengan fitur produk bank lain.

Pengembangan produk mulai diciptakan oleh berbagai bank, antara

lain menciptakan fitur dan fasilitas yang mungkin tidak dimiliki oleh pesaingnya. Akan tetapi, masalah muncul ketika fitur dan fasilitas mereka dengan mudah dijiplak oleh bank lain. Akhirnya muncul strategi *pricing* untuk kembali mengunggulkan produk bank. Semakin lama, strategi *pricing* tidak diunggulkan bank karena dapat menambah biaya yang berakibat terhadap penurunan laba. Peningkatan kualitas pelayanan diharapkan dapat mempertahankan nasabah yang sudah ada bahkan bisa untuk mendapatkan nasabah baru. Begitu pentingnya kualitas pelayanan bagi perbankan, membuat perbankan selalu melakukan inovasi yang berkelanjutan untuk menjaga eksistensi bank tersebut. Tingkat kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas jasa yang dikehendaki oleh nasabah, sehingga jaminan atas kualitas jasa tersebut menjadi prioritas utama sebuah bank yang dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam menilai keunggulan suatu bank.

Pelayanan yang diberikan sebuah bank merupakan suatu upaya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Penilaian atas kualitas pelayanan terdiri dari lima dimensi. Dimensi pertama adalah bentuk fisik (*Tangible*) yang merupakan penilaian terhadap bentuk fisik yang harus dimiliki oleh bank seperti gedung, perlengkapan kantor, sarana komunikasi. Dimensi kedua adalah tentang keandalan (*Reliability*) merupakan penilaian terhadap profesionalitas atau kemampuan bank dalam memberikan pelayanan pada

nasabah. Dimensi ketiga adalah daya tanggap (*Responsiveness*) merupakan penilaian terhadap keinginan dan kemauan karyawan bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Dimensi keempat adalah Jaminan (*Assurance*) merupakan penilaian terhadap jaminan bahwa karyawan memiliki pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat atau perilaku yang dapat dipercaya. Dimensi yang kelima adalah empati (*Empathy*) penilaian terhadap perhatian bank kepada nasabahnya serta pemahaman kebutuhan dan harapan nasabah dari sebuah bank. Kompleksitas persaingan pada jasa layanan perbankan inilah yang menyebabkan setiap perusahaan harus berusaha meningkatkan kualitas produk dan layanannya agar kepuasan pelanggan dapat terwujud. Bank Tabungan Negara Cabang Gresik berorientasi pada pemberian pelayanan yang layak dan adil terhadap seluruh nasabah agar nasabah merasa dihargai dan nyaman dalam menggunakan jasa perbankan yang ditawarkan dan tujuan ini akan bisa tercapai tergantung pada kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian di atas maka perlu dilakukan penelitian tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Tabungan Negara Cabang Gresik.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Menurut *American Society for Quality Control* (Kotler, 2007 : 50): Kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal

kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan.

Dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan, kualitas memiliki beberapa dimensi pokok, pada kasus pelayanan jasa. Dimensi yang paling dijadikan acuan adalah :

- a. Berwujud (*tangible*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh: penampilan pegawainya).
- b. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
- c. Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu akan menciptakan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
- d. Jaminan dan kepastian (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competency*), dan sopan santun (*courtesy*).
- e. Empati (*empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Di mana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Kepuasan Nasabah

Pelanggan atau konsumen merupakan salah satu pelaku ekonomi. Menurut Nasution (2004:101) pelanggan adalah semua orang yang menuntut kita atau perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu yang akan memberikan pengaruh pada performansi kita atau perusahaan manajemen perusahaan. Seorang pelanggan akan mengalokasikan pendapatannya untuk dibelikan produk-produk dalam bentuk barang maupun jasa dalam rangka untuk memenuhi kebutuhannya.

Kotler (2000) menyatakan ciri-ciri konsumen yang merasa puas sebagai berikut :

- a. Loyal terhadap produk. Konsumen yang puas akan cenderung melakukan pembelian ulang, sehingga dapat membentuk loyalitas terhadap produk tersebut.
- b. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif. Komunikasi dari mulut ke mulut atau yang dikenal sebagai word of mouth adalah bentuk tindakan konsumen melakukan rekomendasi ke orang lain terhadap produk yang ia konsumsi.
- c. Perusahaan menjadi pertimbangan dalam pembelian produk ketika konsumen ingin membeli produk lain, maka perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi pertimbangan yang utama.

Lupiyoadi (2001) menyebutkan Empat faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, antara lain:

- a. Kualitas Produk
Konsumen akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Produk dikatakan berkualitas bagi seseorang, jika produk itu dapat memenuhi kebutuhannya. Kualitas produk ada dua yaitu eksternal dan internal. Salah satu kualitas produk dari faktor eksternal adalah citra merek. Kualitas Pelayanan Konsumen akan merasa puas bila mendapatkan

pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.

- b. Emosional
Konsumen merasa puas ketika orang memuji dia karena menggunakan merek yang mahal.
- c. Harga
Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.
- d. Biaya
Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

HIPOTESIS

Berdasarkan masalah pokok penelitian dan tujuan yang ingin dicapai, maka dapat dirumuskan sebuah hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H: diduga bahwa kualitas pelayanan jasa yang terdiri dari *tangible, reliability, responsiveness, assurance,* dan *empathy* mempengaruhi kepuasan nasabah di Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Cabang Gresik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi nasabah BANK Tabungan Negara Cabang Gresik yang mendapatkan fasilitas kredit dan produk Tabungan Batara dari PT. BTN dengan kriteria umur kredit kurang sama dengan dari 2 (dua) tahun. Teknik

sampling yang digunakan adalah *accidental sampling* dengan besar sampel sebanyak 100 nasabah.

Pengambilan sampel menggunakan teknik wawancara dan kuesioner yang diukur menggunakan *agree-disagree scale*. Kuesioner yang diberikan menggunakan Skala likert yang menghasilkan setuju – tidak setuju dalam berbagai rentang nilai dengan interval 1-5, dari tidak setuju sampai dengan sangat setuju. Data di analisis menggunakan analisis regresi berganda untuk memprediksi nilai dari variabel terikat yaitu kepuasan nasabah pada PT Bank Tabungan Negara Cabang Gresik (Y) dengan ikut memperhitungkan nilai-nilai variabel bebas, *Tangible* (x_1), *Reliability* (x_2), *Responsiveness* (x_3), *Assurance* (x_4), dan *Emphaty* (x_5) sehingga dapat diketahui pengaruh positif atau negatif dari 5 (lima) dimensi Pelayanan Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Tabungan Negara Cabang Gresik.

Sebelum dilakukan analisis regresi berganda sebelumnya dilakukan terlebih dahulu uji validitas dan reliabilitas, sedangkan untuk melihat besarnya kontribusi untuk variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya adalah dengan melihat besarnya koefisien determinasi totalnya (R^2). Jika (R^2) yang diperoleh mendekati 1 (satu) maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut menerangkan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika (R^2) makin mendekati 0 (nol) maka semakin lemah pengaruh variabel-

variabel bebas terhadap variabel terikat.

Hasil dari R^2 diperoleh dari rumus perhitungan korelasi ganda (dalam penelitian ini 5 prediktor / 5 variabel independen) dikutip dari Sugiyono, 2010:286. Adapun langkah-langkah yang dilakukan adalah uji secara terpisah menggunakan uji-T dan uji serentak menggunakan Uji-F dengan tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05 ($\alpha = 5\%$). Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$. Penelitian ini dilakukan mulai bulan April sampai dengan Agustus 2016.

HASIL DAN ANALISA

Karakteristik Responden

1. Pengelompokan Responden per Jenis Kelamin

Tabel 1. Kelompok Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Pria	57	57
Wanita	43	43
Total	100	100

Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa responden terbanyak adalah pria yaitu sebanyak 57 orang (57%) sedangkan responden wanita sebanyak 43 orang (43%).

2. Pengelompokan Responden sesuai Umur

Tabel 2. Kelompok Responden Menurut Umur

Umur (th)	Jumlah Responden	Presentase (%)
<20	0	0
20 - 29	27	27
30 - 39	52	52
<40	21	21
Total	100	100

Tabel 2 menunjukkan sebagian besar umur responden masuk dalam rentang 30-39 tahun (52%), dan tidak ada responden berumur dibawah 20 tahun.

3. Pengelompokan Responden Menurut Pendidikan Terakhir

Tabel 3. Kelompok Responden Menurut Pendidikan Terakhir

Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase (%)
SD	0	0
SMP	1	1
SMA	80	80
PT	19	19
Lainnya	0	0
Total	100	100

Tabel 3 menunjukkan bahwa sebagian besar dari data yang didapatkan mempunyai pendidikan SMA (80%) dan tidak ada responden yang memiliki pendidikan SD (0%).

4. Pengelompokan Responden Menurut Pekerjaan

Tabel 4. Kelompok Responden Menurut Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
PNS/TNI/Polri	3	3
Swasta	75	75
Wiraswasta	18	18
Profesional	1	1
Lainnya	3	3
Total	100	100

Tabel 4 menunjukkan bahwa responden menurut pekerjaan sebagian besar adalah pekerja swasta yaitu sebanyak 75% dan sebagian kecil mempunyai pekerjaan sebagai profesional (1%).

5. Pengelompokan Responden Berdasarkan Penghasilan

Tabel 5. Kelompok Responden Menurut Penghasilan

Penghasilan (Rp)	Orang	Presentase (%)
<5 Juta	63	63
5 – 10 Juta	34	34
11 – 15 Juta	3	3
>16 Juta	0	0
Total	100	100

Tabel 5 menunjukkan bahwa tingkat penghasilan responden mayoritas kurang dari 5 juta (63%) dan sebagian kecil mempunyai penghasilan 11-15 juta (3%).

6. Uji Validitas

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	Pearson correlation	Nilai Sig.	Status
Tangible	T1	0,688	0,00	Valid
	T2	0,764	0,00	Valid
	T3	0,713	0,00	Valid
	T4	0,727	0,00	Valid
Reliability	RL1	0,827	0,00	Valid
	RL2	0,706	0,00	Valid
	RL3	0,750	0,00	Valid
	RL4	0,923	0,00	Valid
	RL5	0,921	0,00	Valid
Responsiveness	RP1	0,671	0,00	Valid
	RP2	0,883	0,00	Valid
	RP3	0,554	0,00	Valid
	RP4	0,791	0,00	Valid
Assurance	A1	0,654	0,00	Valid
	A2	0,719	0,00	Valid
	A3	0,691	0,00	Valid
	A4	0,849	0,00	Valid
Emphaty	E1	0,724	0,00	Valid
	E2	0,826	0,00	Valid
	E3	0,734	0,00	Valid
	E4	0,825	0,00	Valid
Kepuasan Nasabah	KN1	0,833	0,00	Valid
	KN2	0,816	0,001	Valid
	KN3	0,742	0,00	Valid

Tabel 6 menunjukkan Hasil uji validitas bisa dilihat bahwa korelasi antara masing-masing skor butir pertanyaan terhadap total skor variabel menunjukkan hasil yang signifikan (nilai sig. < 0,05), atau nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu

nilai r hitung (*Pearson Correlation*) pada masing-masing butir pertanyaan $> 0,194$. Hal ini dapat diambil kesimpulan bahwa masing-masing item pertanyaan pada variabel yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah valid.

7. Uji Reliabilitas

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas

Kategori	Nilai Alpha Cronbach	Ket
Tangible (X_1)	0,670	Reliabel
Reliability (X_2)	0,885	Reliabel
Responsiveness (X_3)	0,712	Reliabel
Assurance (X_4)	0,700	Reliabel
Empathy (X_5)	0,774	Reliabel
Kepuasan (Y)	0,713	Reliabel

Tabel 7 menjelaskan uji reliabilitas memberikan indikasi bahwa keandalan kuesioner yang digunakan sebagai alat pengukur untuk tiap variabel termasuk pada kategori berkorelasi tinggi dan diterima. Karena setiap nilai alpha melebihi nilai cut off yaitu 0.60, maka semua dimensi adalah reliabel.

8. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 8. Hasil Uji-F, Uji-T & Analisis Regresi Berganda

Variable regresi	Koefisien regresi	Adjusted R Square	T-ratio	Sig.	F-Ratio	Sig.	Konst (y)
Tangible	.370		4.951	.000			
Reliability	.012	.777	.184	.855			
Responsiveness	.260		2.807	.006	70.01	.000 ^a	2.071
Assurance	.049		.584	.560			
Empathy	.007		.080	.936			

Tabel 8 menunjukkan nilai prediksi persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 2,071 + 0,370X_1 + 0,012X_2 + 0,260X_3 + 0,049X_4 + 0,007X_5$$

Persamaan regresi berganda yang didapatkan diatas menunjukkan bahwa variabel bebas, sebagai berikut: *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *Assurance* dan *emphaty* berpengaruh positif terhadap variabel terikatnya yakni kepuasan nasabah. Di mana setiap kenaikan yang terjadi pada variabel bebas akan diikuti pula oleh kenaikan variabel terikat. Selain dari itu terlihat bahwa variabel bebas yang paling dominan adalah variabel *tangible* sebesar 0,370.

9. Koefisien Determinasi (R²)

Sesuai dengan perhitungan dari persamaan regresi diatas diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah 0,777. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 77,7% Kepuasan nasabah dalam mendapatkan pelayanan di BTN KC Gresik dipengaruhi oleh variasi dari kelima variabel independen, yaitu Bukti Fisik (X_1), Keandalan (X_2), Ketanggapan (X_3), Jaminan (X_4), dan Kepedulian (X_5). Sedangkan sisanya sebesar 22,3% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak dilakukan penelitian.

PEMBAHASAN

Dari hasil perhitungan diatas dapat dijelaskan bahwa :

1. Bukti Fisik terhadap Kepuasan Nasabah

Dari hasil analisa diatas, PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Cabang Gresik dalam memberikan bentuk pelayanan terhadap nasabahnya berupa bukti fisik, sudah memenuhi harapan dari nasabahnya. Hal itu dapat dilihat dari hasil analisis deskriptif menyebutkan rata-rata nilai dari

masing-masing pernyataan nilainya diatas 3 (tiga). Dan nilai dari hasil regresi terlihat variabel tangible memiliki tingkat pengaruh yang lebih tinggi dibanding dengan variabel lainnya.

Bentuk-bentuk pemberian kualitas pelayanan sebagai bukti fisik yang diberikan oleh PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Cabang Gresik secara operasional tercermin dari Peralatan dan perlengkapan yang digunakan merupakan peralatan dan perlengkapan yang modern, sarana komunikasi yang mudah dihubungi, dan fasilitas yang disediakan sudah sangat memadai pada nasabah. Terlihat bukti fisik yang ditunjukkan sesuai penerapannya dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Hasil analisis variabel tangible dalam uji simultan dan parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan dalam kepuasan nasabah.

Konsep dan teori yang mendukung dikemukakan oleh Lupiyoadi (2001) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan bukti fisik dari suatu pemasaran jasa, sangat ditentukan bukti fisik berupa penggunaan alat, ketersediaan perlengkapan yang terpenuhi dan kemampuan individu dari aspek pemasaran untuk memberikan suatu kualitas pelayanan yang dapat memuaskan konsumen.

2. Kehandalan terhadap Kepuasan Nasabah

Pihak pengelola PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Cabang Gresik telah mengembangkan berbagai bentuk kualitas pelayanan kehandalan yang

mengarah kepada pelayanan yang mandiri, profesional dan unggul. Bentuk-bentuk pelayanan tersebut yang berkaitan dengan kualitas kehandalan berupa proses pelayanan yang cepat, sikap pelayanan yang utama dan mampu memenuhi segala keperluan nasabah.

Kehandalan yang ditunjukkan oleh Manajemen BTN KC Gresik belum sepenuhnya sesuai dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Sebagai bukti terlihat dari analisis deskripsi yang menunjukkan masih ada pernyataan yang nilainya dibawah tiga (3), yaitu pernyataan mampu menanggapi dan menjawab complain / keluhan ataupun pertanyaan nasabah; mampu mengatasi complain / keluhan nasabah dengan baik. Dari hasil uji simultan, variabel reliability berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sesuai dengan hasil analisa regresi linear berganda diatas, PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Cabang Gresik dalam memberikan bentuk pelayanan terhadap nasabahnya berupa reliability, memiliki nilai regresi 0,012, hal itu menjelaskan bahwa tingkat kepuasan nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk terendah kedua setelah dimensi kualitas layanan empathy. Sedangkan dalam hasil analisis uji parsial, variabel reliability tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Artinya, kehandalan dalam kualitas pelayanan di BTN Cabang Gresik perlu dievaluasi dan ditingkatkan, sehingga memberikan kepuasan sesuai harapan nasabah.

Konsep dan teori yang mendukung dikemukakan oleh Tjiptono (2002) bahwa untuk memenangkan suatu persaingan dalam pemasaran jasa, maka fokus dari setiap pelayanan harus bertumpu kepada kehandalan yang dimiliki dalam bersaing menurut standar-standar kelayakan pelayanan jasa. Aspek kehandalan yang harus diperhatikan adalah proses pelayanan yang cepat, sikap pelayanan yang utama dan mampu memenuhi segala keperluan nasabah.

3. Daya tanggap terhadap Kepuasan Nasabah

Berbagai bentuk layanan yang diberikan oleh PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Cabang Gresik tentunya mengharapkan adanya daya tanggap atas kualitas pelayanan yang diberikan sesuai tingkat kepuasan nasabah. Sangat wajar bahwa dalam memberikan pelayanan yang menyenangkan, kecakapan dalam pelayanan, menciptakan respon yang positif sebagai respon timbal balik antara karyawan BTN dan nasabah guna saling memberikan *feedback* yang positif bagi proses pemberian kualitas pelayanan yang utama.

Dari hasil analisa regresi linear berganda diatas, PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Cabang Gresik dalam memberikan bentuk pelayanan terhadap nasabahnya berupa daya tanggap, memiliki nilai regresi 0,260, hal itu menjelaskan bahwa tingkat kepuasan nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk masih cukup tinggi dibandingkan dengan dimensi kualitas layanan lainnya. Daya

tanggap yang ditunjukkan PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Cabang Gresik dilihat dari hasil analisis deskriptif yang menyatakan bahwa rata-rata nilai dari masing-masing pernyataan nilainya dibawah 3 (tiga), ini menunjukkan bahwa variabel daya tanggap harus lebih ditingkatkan terutama dalam hal penyelesaian keluhan serta penjelasan yang jelas dan mudah dimengerti. Dan nilai dari hasil uji simultan dan parsial menunjukkan bahwa variabel daya tanggap berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Daya tanggap dalam kualitas pelayanan perlu lebih ditingkatkan lagi dan penting dalam mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah.

Konsep dan teori yang mendukung dikemukakan oleh Tjiptono (2002) bahwa suatu pemasaran jasa banyak melibatkan adanya tingkat tanggap dari suatu konsumen untuk memberikan suatu pelayanan yang dapat memuaskan konsumen.

4. Jaminan terhadap Kepuasan Nasabah

Dari hasil perhitungan analisa deskriptif PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Cabang Gresik dalam hal Jaminan memiliki nilai rata-rata lebih dari tiga, yaitu pernyataan: penampilan karyawan yang rapi dan bersih; Para karyawan melayani Anda dengan penuh sopan santun dan ramah tamah; Perasaan aman dan nyaman selama melakukan transaksi. Terlihat jaminan yang ditunjukkan guna memberikan pelayanan kepada nasabah. Dari hasil uji simultan, variabel assurance

memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan dalam hasil analisis uji parsial, variabel assurance tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Artinya, jaminan dalam kualitas pelayanan di BTN Cabang Gresik perlu dievaluasi dan ditingkatkan, guna memberikan kepuasan kepada nasabah atas pelayanan yang diberikan.

5. Empati terhadap Kepuasan Nasabah

Dari hasil perhitungan diatas, PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Cabang Gresik dalam memberikan bentuk pelayanan terhadap nasabahnya berupa empati, memiliki nilai regresi 0,007, hal itu menjelaskan bahwa tingkat kepuasan nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk masih cukup rendah dibandingkan dengan dimensi kualitas layanan lainnya. Sedangkan dari analisis deskriptif menyatakan bahwa rata-rata nilai dari masing-masing pernyataan nilainya diatas 3 (tiga). Pernyataan tersebut yaitu puas dengan keseluruhan pelayanan yang diberikan BTN Gresik; Mampu / dapat mengingat secara langsung nama nasabahnya; Pihak perbankan memberikan perhatian yang lebih terhadap nasabah. Dari hasil uji simultan, variabel empathy memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan dalam hasil analisis uji parsial, variabel Empathy tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Artinya, dimensi empati dalam kualitas pelayanan di BTN Cabang Gresik perlu dievaluasi dan ditingkatkan, guna memberikan kepuasan kepada nasabah

atas pelayanan yang diberikan.

Konsep dan teori yang mendukung yaitu Tjiptono (2002) menyatakan bahwa empati dalam kualitas pelayanan merupakan aspek keseriusan, pembinaan, penyuluhan dan memberikan imej mengenai pola pengembangan pemasaran jasa yang harus dipenuhi agar memberikan *impact* kepada kepuasan konsumen.

SIMPULAN DAN SARAN

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas layanan dengan variabel bukti fisik, variabel kehandalan, variabel daya tanggap, variabel jaminan, dan variabel empati (kepedulian) terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa perbankan di BTN Cabang Gresik sehingga dapat disimpulkan :

1. Kualitas layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Tabungan Negara (persero), Tbk Cabang Gresik. Artinya bahwa bila kualitas layanan meningkat maka kepuasan nasabah akan semakin tinggi.
2. Dilihat dari hasil analisa statistik masing-masing variabel dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diharapkan nasabah cukup tinggi dan kualitas pelayanan yang diterima sudah memuaskan bagi nasabah. Kepuasan nasabah tertinggi terletak pada dimensi *tangible*.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas maka dapat dikemukakan beberapa saran yang sekiranya dapat menjadi masukan dalam rangka peningkatan kualitas pelayanan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Gresik, yaitu:

1. Walaupun layanan yang diberikan kepada nasabah dirasa sudah cukup memuaskan bagi nasabah, ada baiknya jika manajemen Bank Tabungan Negara tidak cepat merasa puas dengan prestasi yang dimiliki, akan lebih baik jika perusahaan berusaha meningkatkan kualitas pelayanannya kepada nasabah. Selain itu karena tingkat kepuasan nasabah yang dapat berubah-ubah, diharapkan ada pengukuran tingkat kepuasan nasabah secara berkala misalnya dengan penyebaran kuesioner berkala setiap 6 (enam) bulan sekali.
2. Atribut yang sudah baik dalam penelitian ini dapat dipertahankan prestasinya karena dianggap penting oleh nasabah dan pelaksanaannya sudah sesuai dengan yang diharapkan, sehingga tingkat kepuasannya relatif sudah memenuhi adalah sebagai berikut :
 - a) Penampilan karyawan yang rapi dan bersih (*Assurance*).
 - b) Peralatan dan perlengkapan yang digunakan merupakan peralatan dan perlengkapan yang modern (*Tangible*).
 - c) Kesiediaan dalam menanggapi keluhan dan tanggapan nasabah (*Responsiveness*).
 - d) Sarana komunikasi yang mudah dihubungi (*Tangible*).
 - e) Fasilitas yang disediakan sudah sangat memadai pada nasabah (*Tangible*).
3. Atribut yang harus dievaluasi untuk dilakukan perbaikan prestasinya karena dalam pelaksanaannya belum sesuai dengan yang diharapkan oleh nasabah, sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih rendah adalah :
 - a) Mampu mengatasi complain /keluhan nasabah dengan baik (*Reliability*).
 - b) Mampu menanggapi dan menjawab complain / keluhan ataupun pertanyaan nasabah (*Reliability*).
 - c) Keluhan Anda dapat ditindaklanjuti dengan segera (*Assurance*).
 - d) Keterampilan petugas dalam melaksanakan pekerjaannya (*Assurance*).
 - e) Petugas telah memahami dengan baik kebutuhan nasabah (*Emphaty*).
4. Sebaiknya Bank Tabungan Negara Cabang Gresik lebih meningkatkan pelayanan pada masing-masing dimensi kualitas layanan. Misalnya dengan memperbaiki prosedur pelayanan kepada nasabah yang efektif dan efisien untuk lebih meningkatkan kecepatan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Memberikan pelatihan, penyuluhan dan motivasi kepada karyawan untuk memberikan pelayanan secara ikhlas dan

membangun karakter yang bertanggung jawab untuk meningkatkan profesionalisme karyawan, terutama dalam memberikan pelayanan kepada Nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

1. Arikunto, Suharsimi, 2002. **Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek**. Jakarta: Rineka Cipta.
2. Hadi, Sutrisno, 1990. **Methodologi Research I**. Yogyakarta: Andi Offset Sugiono (2006:73) dikutip Husein Umar (2005:108)
3. Imam Ghozali, 2005. **Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS**. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
4. Kotler, Phillip, 2007. **Manajemen Pemasaran Jilid I** (edisi ke-12). Jakarta: PT.Indeks.
5. _____ 2007. **Manajemen Pemasaran Jilid II** (edisi ke 12). Jakarta: PT.Indeks.
6. Kotler, Philip. 2005. **Manajemen Jasa**. PT. Indeks. Jakarta.
7. Lupiyoadi, 2001. **Service Quality dalam Pemasaran**, Edisi kedua jilid Empat, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
8. Rangkuti, Freddy. 2004. **Riset Pemasaran**, Cetakan kelima, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
9. Rambat Lupiyoadi. 2004. **Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktek**. Jakarta: PT salemba Empat.
10. Supranto, J. 2001. **Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan**. Edisi Baru. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
11. Sunarto. 2003. **Perilaku Konsumen**. Yogyakarta : AMUS Jogjakarta dan CV Ngeksigondo Utama.
12. Sugiyono, Prof. Dr. 2009. **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D**. Bandung: Alfabeta.
13. Syamsul, Bahri M. 2014. **Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Religi di Tukang Ojek Giri Gresik**.
14. Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius, 2005. **Service, Quality and Satisfaction**, Penerbit Andi. Yogyakarta.
15. Triupiyanto, Ajhiyang P. 2010. **Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Inti dan Kualitas Layanan Peripheral Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Jasa Lapangan Futsal Knight Futsal Center**