



Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Mega Cabang Sengkang

*Ekayani Burhanuddin¹, Maspawati Tokang², Erna Erna³

¹⁻³Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Puangrimaggalatung, Sengkang, Indonesia

Korespondensi Penulis : ekayani.burhanuddin05@gmail.com

Abstract: *this article is the result of an analysis of customer satisfaction with PT. Bank Mega Sengkang branch. In connection with this, how do customers get the service they expect with the provision of services from staff or employees so that customers feel happy and their wishes are fulfilled. Therefore, this study aims to show the significance of the influence of service quality on customer satisfaction. In analyzing the data, descriptive analysis was used which contained the distribution of items from each variable, then simple linear regression analysis and hypothesis tester. From the results of the tester with simple linear regression and partial regression analysis, it was shown that the simultaneous variable of Service (X) to customer satisfaction (Y) indicated by the R square value was 0.462. This figure shows that the simultaneous variable Service (X) used in this regression equation contributes to customer satisfaction (Y) of 46.2% while the remaining 53.8% is explained by other factors that are not included in this study. Based on the results of this study, it was concluded that customer satisfaction had a significant and partially positive effect on the increase in the number of customers at PT. Bank Mega Sengkang branch.*

Keywords: *service, PT. Bank Mega, satisfaction.*

Abstrak: artikel ini merupakan hasil analisis kepuasan nasabah terhadap pelayanan PT. Bank Mega cabang Sengkang. Sehubungan dengan hal tersebut bagaimana nasabah mendapatkan pelayanan sesuai yang mereka harapkan dengan adanya pemberian pelayanan dari staff atau karyawan sehingga nasabah merasa senang dan keinginannya terpenuhi. Maka terdapat hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan signifikansi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Dalam menganalisis data digunakan analisis deskriptif yang berisi distribusi item dari masing-masing variabel, kemudian analisis regresi linier sederhana dan pengujian hipotesis. Dari hasil pengujian dengan regresi linier sederhana dan analisis regresi parsial menunjukkan bahwa simultan variabel Pelayanan (X) terhadap kepuasan nasabah (Y) yang ditunjukkan oleh nilai R square yaitu sebesar 0,462. Angka ini menunjukkan bahwa simultan variabel Pelayanan (X) yang digunakan dalam persamaan regresi ini memberikan kontribusi terhadap kepuasan nasabah (Y) 46,2 % sedangkan sisanya sebesar 53,8% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian ini disimpulkan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh signifikan dan positif secara parsial terhadap peningkatan jumlah nasabah di PT. Bank Mega cabang Sengkang.

Kata kunci: pelayanan, PT Bank Mega, kepuasan.

1. PENDAHULUAN

Pelayanan itu merupakan suatu bentuk kegiatan upaya yang sangat spesifik, rinci, konkret, dengan jelas, dalam rangka memenuhi kebutuhan para pelanggan. Dengan demikian pada hakekatnya pelayanan adalah serangkaian kegiatan proses yang berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan orang-orang dalam masyarakat. Pelaksanaan pelayanan pada hakekatnya dapat diukur, oleh karena itu standarnya dapat ditetapkan baik dalam hal waktu yang diperlukan maupun hasilnya.

Fokus pemasaran terhadap kualitas pelayanan adalah jelas, rendahnya kualitas akan menempatkan perusahaan pada kerugian kompetitif, berpotensi mengusir pelanggan yang tidak

puas. Fakta tersebut tentu memaksa industri perbankan untuk kreatif menciptakan keunggulan bersaing ditengah persaingan ketat memperebutkan nasabah dan menjaga kepuasannya sehingga menjadi nasabah loyal yang mampu meningkatkan laba perusahaan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Pierre Eiglier dan Eric Langeard (dikutip oleh Lovelock, Wirtz & Mussry: 2010, 55) mengonsepsikan bisnis layanan sebagai sistem yang mengintegrasikan pemasaran, operasi dan pelanggan dengan istilah *servuction* (gabungan kata *service* dan *production*) untuk menggambarkan bagian dari lingkungan fisik organisasi layanan yang dilihat dan dialami oleh pelanggan. Sistem ini terdiri dari inti bersifat teknis yang tidak terlihat oleh pelanggan dan sistem penghantaran layanan yang terlihat dan dialami oleh pelanggan.

Proses sistem penghantaran layanan tersebut tergantung pada tingkat kontak pelanggan untuk mendapatkan pelayanan. Ketika pelanggan dengan kontak tinggi, dimana menghadirkan fisik diri pelanggan, seluruh komponen sistem pelayanan menjadi penting dan banyak interaksi yang harus dikelola.

Richard Norman (dikutip Lovelock, Wirtz & Mussry: 2010,53) menekankan pentingnya titik kontak dengan bertujuan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggannya dipertaruhkan saat pelanggan dan penyedia jasa melakukan interaksi layanan (*service encounter*). Kita bisa berkata bahwa persepsi kualitas dibentuk pada saat “*moments of truth*”, ketika penyedia layanan dan pelanggan saling berhadapan di “*arena*”. Pada saat itu mereka hanya bergantung pada diri mereka sendiri, hanya ada keterampilan, motivasi dan sarana yang dipergunakan oleh perwakilan perusahaan dengan ekspektasi dan perilaku pelanggan yang bersama-sama menciptakan proses pelayanan. Dengan tersedianya banyak produk perbankan menarik [yang memiliki keunggulan masing-masing], nasabah memiliki banyak pilihan untuk memenuhi kebutuhannya yang beragam Tak heran hasil riset *MarkPlus Insight* yang dipublikasikan pada www.marketeers.com (2013) menemukan nasabah perbankan cenderung memiliki lebih dari satu rekening tabungan dan kartu kredit yang aktif. Anehnya, jika mereka ditanya tentang bagaimana mereka puas dengan rekening atau kartu kredit yang dimiliki, kemungkinan besar mereka akan menjawab “*puas*” atau “*sangat puas*”. Secara umum, Kottler & Keller (2007: 117) mendefinisikan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

3. METODE PENELITIAN

Pendekatan

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan dibantu dengan program SPSS, jenis penelitian ini yaitu dengan memperoleh informasi yang akurat mengenai pelayanan yang diberikan perusahaan kepada nasabah dengan cara menyebarkan kuesioner kepada para nasabah untuk memperoleh data yang akurat. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mencari informasi faktual secara mendetail yang sedang menggejala dan mengidentifikasi masalah-masalah atau untuk mendapatkan justifikasi keadaan dan kegiatan-kegiatan yang sedang berjalan (Wahyuni dan Mulyono, 2006). Pendekatan tersebut di gunakan untuk mengetahui pemberian pelayanan terhadap nasabah.

Metode Analisis Data

Teknik Analisis deskriptif kuantitatif. Metode analisis deskriptif kuantitatif, yaitu mengumpulkan data yang berisi uraian, Paparan tentang suatu objek sesuai dengan kriteria serta hal-hal yang diperlukan dalam pendataan dan penyajian. Metode analisis deskriptif bertujuan mengubah kumpulan data mentah yang mudah dipahami dan bentuk informasi yang lebih ringkas” (Istijanto,2005:09). Untuk menetapkan klasifikasi sikap responden terhadap masing-masing variabel penelitian, diadakan perhitungan (Eko putro widiyoko, 2012: 110-111), sebagai berikut:

Skor Penilaian Kuesioner

Pemberian skor oleh penulis menggunakan skala liker yang digunakan untuk sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Dalam penelitian gejala sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh penelitian, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Jawaban pertanyaan diberikan bobot nilai dimana setiap pertanyaan diberikan nilai sebagai berikut:

Tabel 1

Pilihan Jawaban	Singkatan	Bobot Nilai
Sangat Puas	SP	5
Puas	P	4
Cukup Puas	CP	3
Kurang Puas	KP	2
Tidak Puas	TP	1

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskriptif Hasil Penelitian

Pada penelitian ini variabel bebas yang diteliti merupakan dimensi SERVQUAL yang terdiri dari: *Tangibles* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiviness* (X3), *Assurance* (X4), dan *Emphaty* (X5), dengan *Customer Satisfaction* (kepuasan nasabah) sebagai variabel terikat (Y). Variabel tersebut kemudian diterjemahkan ke dalam kuisisioner SERVQUAL yang dibagikan kepada 91 sampel dari 1.052 populasi nasabah penyimpan di PT. Bank Mega, Tbk Cabang Sengkang. Untuk mempermudah penelaahan dan pengkajian data hasil kuisisioner tersebut, berikut ini akan disajikan hasil jawaban dalam bentuk tabel yang diuraikan berdasarkan variabel per variabel ***Tangibles* (X1)** Hasil jawaban yang diberikan oleh responden tersaji dalam Tabel berikut ini: Tabel Rekapitulasi Jawaban Tentang Variabel ***Tangibles***

Tabel 1

Kategori Jawaban	Bobot	Frekuensi	Persentase	Bobot X Frekuensi	Presentase Nilai Skor
Sangat Setuju	5	38	41,80%	190	41,80%
Setuju	4	47	51,60%	188	93,40%
Cukup Setuju	3	6	6,6	18	100%
Kurang Setuju	2	-	-	-	
Tidak Setuju	1	-	-		
Jumlah		91	100%	396	100%

Dari tabel di atas, responden mayoritas memilih rating 4 untuk variabel ini (51,60%). Ini menunjukkan bahwa sebagian responden merasa bahwa variabel *Tangibles* yang ada di PT. Bank Mega, Tbk Cabang Sengkang berarti setuju.

Reliability (X2)

Hasil jawaban yang diberikan oleh responden tersaji dalam Tabel berikut ini:

Tabel Variabel *Reliability***Reliability****Tabel 2**

Kategori Jawaban	Bobot	Frekuensi	Persentase	Bobot X Frekuensi	Presentase Nilai Skor
Sangat Setuju	5	7	7,70%	35	7,70%
Setuju	4	35	38,50%	140	46,20%
Cukup Setuju	3	48	52,7%	144	98,90%
Kurang Setuju	2	1	1,1%	2	100%
Tidak Setuju	1	-	-		
Jumlah		91	100%	321	100%

Dari tabel di atas, responden mayoritas memilih rating 3 untuk variabel ini (52,7%). Ini menunjukkan bahwa sebagian responden merasa bahwa variabel *Reliability* yang ada di PT.Bank Mega, Tbk Cabang Sengkang berarti cukup. Yang menarik adanya jawaban yang memilih rating 2 yang berarti "Kurang Setuju" (1,1%). Ini berarti bahwa ada satu nasabah yang merasa kecewa dalam pelayanan terkait variabel ini, dan ini merupakan jumlah terbesar bila dibandingkan dengan variabel lainnya.

Responsiveness (X3)

Hasil jawaban yang diberikan oleh responden tersaji dalam Tabel berikut ini:

Tabel Variabel *Responsiveness***Responsiveness****Tabel 3**

Kategori Jawaban	Bobot	Frekuensi	Persentase	Bobot X Frekuensi	Presentase Nilai Skor
Sangat Setuju	5	16	17,60%	80	7,70%
Setuju	4	45	49,50%	180	67,00%
Cukup Setuju	3	30	33%	90	100,00%
Kurang Setuju	2		-		-
Tidak Setuju	1	-	-		
Jumlah		91	100%	350	100%

Dari tabel di atas, responden mayoritas memilih rating 4 untuk variabel ini (49,50%). Ini menunjukkan bahwa sebagian responden merasa bahwa variabel *Responsiveness* yang ada di PT. Bank Mega, Tbk Cabang Sengkang berarti setuju.

Assurance (X4)

Hasil jawaban yang diberikan oleh responden tersajidalam Tabel berikut ini:

Tabel Rekapitulasi Variabel *Assurance*

Assurance

Tabel 4

Kategori Jawaban	Bobot	Frekuensi	Persentase	Bobot X Frekuensi	Presentase Nilai Skor
Sangat Setuju	5	17	18,70%	85	18,70%
Setuju	4	61	67,00%	244	85,70%
Cukup Setuju	3	13	14,30%	39	100,00%
Kurang Setuju	2		-		-
Tidak Setuju	1	-	-		
Jumlah		91	100%	368	100%

Dari tabel di atas, responden mayoritas memilih rating 4 untuk variabel ini (67,0%). Ini menunjukkan bahwa sebagian responden merasa bahwa variabel *Assurance* yang ada di PT. Bank Mega, Tbk Cabang Sengkang berarti setuju

Emphaty (X5)

Hasil jawaban yang diberikan oleh responden tersaji dalam Tabel berikut ini:

Tabel Rekapitulasi Jawaban Tentang Variabel *Emphaty*

Emphaty

Tabel 5

Kategori Jawaban	Bobot	Frekuensi	Persentase	Bobot X Frekuensi	Presentase Nilai Skor
Sangat Setuju	5	14	15,40%	70	15,40%
Setuju	4	53	58,20%	212	76,90%
Cukup Setuju	3	21	23,10%	63	96,70%
Kurang Setuju	2	3	3,30%	6	100%
Tidak Setuju	1	-	-		
Jumlah		91	100%	351	100%

Dari tabel di atas, pilihan responden cukup merata di rating 3-5. meskipun secara statistik

mayoritas masih memilih rating 4 sebagai jawabannya (58,20%) yang berarti sebagian responden merasa bahwa variabel *Empathy* yang ada di PT.Bank Mega, Tbk Cabang Sengkang berarti Setuju, seperti halnya variabel sebelumnya. Sama seperti variabel *Reliability*, ada jawaban yang memilih rating 2 yang berarti "Kurang Setuju" (1,1%). Ini berarti bahwa ada satu nasabah yang merasa kecewa dalam pelayanan terkait variabel ini.

Uji Validitas dan Reliabilitas Data

Sebuah penelitian yang bersifat kuantitatif misalnya survey, selalu menggunakan instrumen berupa angket atau kuesioner. Kuesioner yang digunakan tidaklah sembarangan, harus baik dan relevan. Oleh karena itu, kuesioner yang baik dan relevan memenuhi dua persyaratan, yaitu: Valid, diuji dengan menggunakan uji Validitas data dan Reliabel, diuji dengan menggunakan uji Reliabilitas data.

Uji Validitas

Sebuah kuesioner yang digunakan dalam penelitian harus valid. Arti valid disini yaitu mampu menunjukkan sampai sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (mampu menjadi alat ukur objek penelitian). misalnya "meteran yang digunakan sebagai alat untuk mengukur panjang. Meteran tersebut menjadi tidak valid jika digunakan untuk mengukur berat. (dikutip dari buku I'anatut Thoifah; 2015:111-114)

Pada uji validitas ini, digunakan Korelasi Product Moment Pearson (metode interkorelasi). cara pengukurannya yaitu dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing item pertanyaan pada kuesioner dengan skor total koesioner. jika nilai r hitung $>$ r tabel dan atau nilai sig $<$ $\alpha = 0005$, maka item pertanyaan tersebut dianggap valid. uji validitas pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT.bank Mega, Tbk Cabang Sengkang. hasil sebagai berikut:

Tabel 6 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Total X		
item_1	Pearson Correlation	.475**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	91
item_2	Pearson Correlation	.667**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	91
item_3	Pearson Correlation	.596**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	91
item_4	Pearson Correlation	.746**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	91
item_5	Pearson Correlation	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	91
item_6	Pearson Correlation	.706**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	91
item_7	Pearson Correlation	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	91
item_8	Pearson Correlation	.630**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	91
item_9	Pearson Correlation	.645**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	91
item_10	Pearson Correlation	.597**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	91
item_11	Pearson Correlation	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	91
total_X	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	91

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Dari Tabel diatas ternyata menunjukkan bahwa dari 11 item pertanyaan memperoleh hasil nilai r hitung > dari nilai r table (0,2061) atau nilai sig < $\alpha = 0,05$ bermakna seluruh data dinyatakan valid. Dan selanjutnya uji validitas kepuasan Nasabah PT.Bank Mega Tbk Cabang Sengkang

Tabel 7**UJI VALIDITAS VARIABEL KEPUASAN NASABAH (Y)**

Total_Y_Kepuasan_Nasabah

ite	Pearson Correlation	.581**
m_	Sig. (2-tailed)	.000
1	N	91
ite	Pearson Correlation	.687**
m_	Sig. (2-tailed)	.000
2	N	91
ite	Pearson Correlation	.450**
m_	Sig. (2-tailed)	.000
3	N	91
ite	Pearson Correlation	.533**
m_	Sig. (2-tailed)	.000
4	N	91
ite	Pearson Correlation	.623**
m_	Sig. (2-tailed)	.000
5	N	91
ite	Pearson Correlation	.681**
m_	Sig. (2-tailed)	.000
6	N	91
ite	Pearson Correlation	.255*
m_	Sig. (2-tailed)	.015
7	N	91
ite	Pearson Correlation	.353**
m_	Sig. (2-tailed)	.001
8	N	91
ite	Pearson Correlation	.585**
m_	Sig. (2-tailed)	.000
9	N	91
ite	Pearson Correlation	.563**
m_	Sig. (2-tailed)	.000
10	N	91
Tota	Pearson Correlation	1
_Ke	Sig. (2-tailed)	
an_l	N	91
b:		

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Dari **Tabel** diatas ternyata menunjukkan bahwa dari 10 item pertanyaan memperoleh hasil nilai r hitung $>$ dari nilai r table (0,2061) atau nilai sig $< \alpha = 0,05$ bermakna seluruh data dinyatakan valid. Dan selanjutnya uji validitas kepuasan Nasabah PT.Bank Mega Tbk Cabang Sengkang.

Uji Reliabilitas

Selain sebuah kuesioner harus valid, kuesioner juga harus reliabel. Arti dari reliabel di sini adalah ajeg atau mempunyai presesi yang tinggi, yaitu dimana suatu alat ukur mampu menunjukkan sampai sejauh mana alat ukur tersebut dapat dipercaya atau diandalkan. Misalnya, meteran akan valid jika digunakan untuk mengukur panjang, tetapi tidak reliabel jika meteran tersebut terbuat dari karet sifatnya elastis sehingga panjangnya bisa berubah-ubah.

Salah satu ukuran reliabilitas yang paling sering digunakan adalah koefisien Alpha Cronbach. Cara pengukurannya adalah seluruh item pertanyaan yang telah valid dimasukkan dan diukur koefisien Alpha Cronbachnya. Jika nilai yang diperoleh lebih besar dari 0,6 atau $t_{hitung} > r_{tabel}$, maka kuesioner tersebut telah reliabel. (Ibid; 114-115) berdasarkan pernyataan tersebut diatas, maka koefisien Alpha Cronbachnya adalah sebagai berikut

Tabel 8 Uji Reliabilitas dengan menggunakan Alpha Cronbach Statistics

UJI RELIABILITAS (X) Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.872	11

Pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien Alpha Cronbach sebesar 0,872, nilai ini jauh lebih besar dari 0,6 dan atau $t_{hitung} > r_{tabel}$ (0,2061) Artinya kuesioner telah reliabel, dari kedua uji kuesioner di atas, persyaratan dalam kuesioner telah terpenuhi, yaitu kuesioner telah valid dan reliabel yang kemudian selanjutnya dapat digunakan untuk analisis berikutnya.

Deskripsi Data Hasil Penelitian

Deskripsi Distribusi Frekuensi Data Variabel Hasil Penelitian, seperti terlihat pada tabel berikut, dapat diketahui bahwa kedua variabel tersebut masing-masing memiliki nilai statistik (Mean, Median, dan Modus) yang relative sama besar. Hal ini dapat diartikan bahwa data kedua variabel penelitian yang dimaksud dapat dikatakan memenuhi persyaratan distribusi normal, sehingga dapat digunakan rumus komparatif, seperti telah dijelaskan sebelumnya.

Tabel 9 Deskripsi Distribusi Penelitian Frekuensi Data Variabel Hasil

Variabel	X	Y
Statistik		
N Valid	91	91
Mising		
Mean	44,57	30,36
Median	42	33
Modus	45	39
Standar Deviasi	123,69	112,08
Variance	15.300	12.562
Minimum	34	32
Maksimum	55	47
Range	21	15
SUM	4.073	3.491

Deskripsi Skor Butir Pertanyaan Variabel

Skor Butir pertanyaan Variabel Pelayanan Pada PT Bank Mega Cabang Sengkang Hasil Perhitungan skor setiap butir pertanyaan tentang Pelayanan pada PT Bank Mega Cabang Sengkang seperti terlihat Pada Tabel tersebut, terlihat bahwa menurut reponden secara umum bahwa pelayanan di PT Bank Mega Cabang Sengkang termasuk pada Kategori Sangat Puas (baik dalam batas ambang minimal) dengan skor 4.139 skor ideal 5.005. Hasil analisis data pelayanan yang dimaksud bahwa dari 11 butir item pertanyaan, terdapat 8 butir pertanyaan yang termasuk dalam kategori Puas dari nilai ideal Sedangkan butir yang lainnya termasuk dalam kriteria Sangat Puas dari nilai ideal, yaitu 1,5,6,11 dari 11. untuk lebih jelasnya dapat kita lihat pada tabel berikut:

Tabel 10 Skor Butir Pertanyaan variable Pelayanan (X) PT Bank Mega Sengkang

No Item	Skor Perolehan	Skor Ideal	Kriteria	Hitungan Skor
1	397	455	Sangat Puas	Skor perolehan adalah jumlah skor setiap butir pertanyaan. Skor ideal adalah nilai tertinggi dari skala liker x jumlah responden (5x91 = 455) Kriteria (Eko Putro Widoyoko, 2012: 110-111) 1. > 382,2 - 455 Sangat Puas 2. > 309,4 - 382,2 Puas 3. > 236,6 - 309,4 Cukup Puas 4. > 163,8 - 236,6 Kurang Puas 5. > 91 - 163,8 Sangat Tidak Puas
2	371	455	Puas	
3	355	455	Puas	
4	372	455	Puas	
5	386	455	Sangat Puas	
6	393	455	Sangat Puas	
7	370	455	Puas	
8	359	455	Puas	
9	370	455	Puas	
10	375	455	Puas	
11	391	455	Sangat Puas	
Σ	4.073	5.005	Puas	

Skor Butir pertanyaan Variabel

Hasil Perhitungan skor setiap butir pertanyaan tentang Kepuasan terhadap pelayanan pada PT Bank Mega Cabang Sengkang, seperti terlihat pada Tabel 10 berikut ini:

Tabel 11 Skor Butir Pertanyaan Variabel Kepuasan (Y)

No Item	Skor Perolehan	Skor Ideal	Kriteria	Hitungan Skor
1	397	455	Sangat Puas	Skor perolehan adalah jumlah skor setiap butir pertanyaan. Skor ideal adalah nilai tertinggi dari skala liker x jumlah responden (5x91 = 455) Kriteria (Eko Putro Widoyoko, 2012: 110-111) 1. > 382,2 - 455 Sangat Puas 2. > 309,4 - 382,2 Puas 3. > 236,6 - 309,4 Cukup Puas 4. > 163,8 - 236,6 Kurang Puas 5. > 91 - 163,8 Sangat Tidak Puas
2	382	455	Puas	
3	321	455	Puas	
4	323	455	Puas	
5	366	455	Puas	
6	376	455	Puas	
7	329	455	Puas	
8	325	455	Puas	
9	356	455	Puas	
10	371	455	Puas	
Σ	3.491	5.005	Puas	

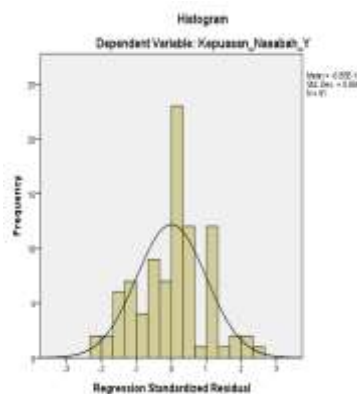
Pada Tabel tersebut, ternyata menurut responden secara umum termasuk dalam kriteria yang Puas dengan skor 3.546 dari skor nilai ideal 4.550. Ada 9(sembilan) indikator yang masuk dalam kategori Puas antara lain adalah indikator 2,3,4, 5, 6,7,8, 9,10 dan kategori sangat puas 1 indikator.

Pengujian Hipotesis

Menurut Sugiyono (2013: 90), pengujian hipotesis pada dasarnya menaksir parameter populasi berdasarkan data sampel. Terdapat dua cara menaksir, yaitu *a point estimate* dan *interval estimate* atau lebih sering disebut *confidence interval*. A

point estimate (titik taksiran) adalah suatu taksiran parameter populasi berdasarkan nilai satu sampel. Sedangkan *interval estimate* (taksiran interval) adalah suatu taksiran parameter populasi berdasarkan nilai interval data. Bila nilai statistik (data sampel) yang diperoleh dari hasil pengumpulan data sama dengan nilai parameter populasi, atau masih berada pada nilai interval parameter populasi, maka hipotesis yang dirumuskan 100% diterima, atau tidak terdapat kesalahan. Apabila nilai statistik di luar nilai parameter populasi maka akan terjadi kesalahan. Kesalahan ini semakin besar bila nilai statistik jauh dari parameter populasi. Dari hasil perhitungan terhadap data yang terkumpul, tergambar histogram pengujian hipotesis (Grafik)

Grafik Pengujian Hipotesis



Gambar 1

Dari gambar di atas, tampak bahwa hasil pengumpulan data masih berada pada nilai interval parameter populasi, maka hipotesis yang dirumuskan dapat diterima.

Pengujian Hipotesis Pertama (Nilai p)

Dalam pengujian ini, membandingkan nilai probabilitas Sig. Fchange dengan tingkat signifikansi (α) 0,1 yang digunakan dalam penelitian ini. Dari hasil perhitungan terhadap variabel penelitian ditemukan hasil sebagai berikut:

Tabel 12 Hasil Perhitungan Hipotesisi Pertama (Nilai p)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.680 ^a	.462	.456	2.437

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Layanan_X

Dengan melihat hasil perhitungan di atas dimanadiperoleh nilai $R_{square} = 0,680$ dengan nilai probabilitas $Sig.Fchange = 0,000$ maka dimana hipotesis diterima jika nilai signifikansi (α) $0,1$ lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas $Sig. Fchange$ ($0,1 \geq Sig. Fchange$), maka diperoleh $0,1 \geq 0,000$. Dengan demikian, dimensi SERVQUAL yang terdiri dari *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* secara simultan dan signifikan berpengaruh dengan *Customer Satisfaction*.

Pengujian Hipotesis Kedua (Uji-t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui makna pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variable tergantung. Untuk pengujiannya menggunakan koefisien sebagai berikut:

Tabel 13 Hasil Perhitungan Hipotesis Kedu (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
						B	Beta
1 (Constant)	15.767	2.596		6.073	.000	10.608	20.925
Kualitas_Layanan_X	.505	.058	.680	8.746	.000	.390	.620

Dari hasil perhitungan di atas, diperoleh nilai t hitung $8,746$ dengan nilai $sig = 0,000$ dan dengan mencari t tabel dengan derajat kebebasan ($dk=N-1=91-1=90$) pada tingkat signifikan 10% didapat t tabel = $1,291$, dengan memperhatikan ketentuan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, diperoleh hasil $8,746 > 1,291$.

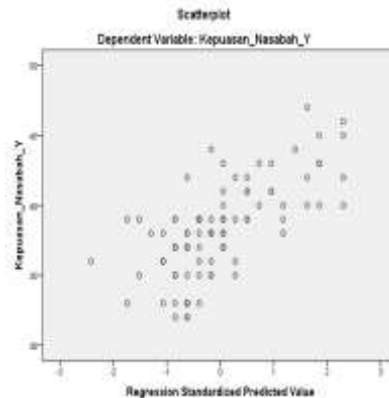
Dengan demikian didapatkan bahwa variable X (*pelayanan*) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Y (*Customer Satisfaction*)

Pengujian Asumsi Klasik

Gejala Heterokedastisitas

Untuk mengetahui apakah varians dari residual tidaksama untuk satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam perhitungan regresi tidak memiliki pola tertentu. Hasil penyebaran varians residual penelitian ini tergambar dalam Grafik berikut ini:

Grafik Pola Penyebaran Varians Residual



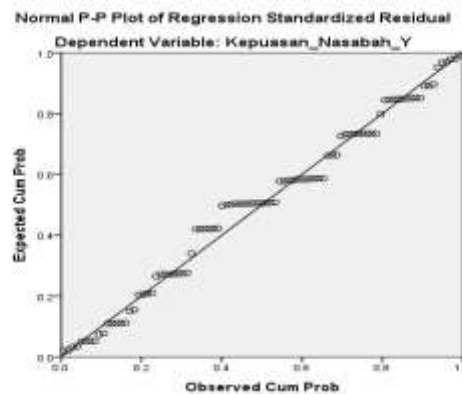
Gambar 2

Dengan melihat gambar di atas, tampak bahwa varians residual dalam penelitian ini tidak memiliki pola tertentu dengan posisi acak tersebar sehingga penelitian ini memiliki gejala heterokedastisitas.

Pengujian Terhadap Normalitas Data

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui keabnormalan data. Data harus terdistribusi normal atau mengikuti bentuk distribusi normal dimana akan memusat pada nilai rata-rata dan median. Plot Proabilitas Normal pada penelitian ini tergambar pada Grafik sebagai berikut:

Grafik Plot Probabilitas Normal



Gambar 3

Pembahasan Hasil Penelitian

Nilai koefisien konstan sebesar 15.767 menunjukkan bahwa jika tidak ada kualitas layanan yang diberikan maka nilai kepuasan nasabah adalah 15.767 yang berarti bahwa nasabah akan tetap merasakan puas meskipun tanpa ada pelayanan tambahan lainnya. Hal ini bisa dipahami karena PT. Bank Mega, Tbk sebagai institusi keuangan yang melayani transaksi keuangan, dalam hal ini menabung, menjalankan fungsi dasarnya dengan baik, sebagaimana yang diamanatkan UU No. 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan [tabungan] dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Fakta ini sejalan dengan apa yang dinyatakan Farid Subkhan (2005) yang menemukan bahwa nasabah bank di Indonesia ada yang suka mengajukan banyak keluhan tetapi tetap menjadi pelanggan setia bank. Ketika mereka ditanya terkait kepuasannya, kemungkinan besar mereka akan menyatakan "puas" atau "sangat puas".

Namun demikian, bukan berarti bank menutup mata untuk meningkatkan kualitas layanannya yang bertujuan akhir untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Kualitas layanan berdasarkan dimensi SERVQUAL, yang terdiri dari *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT.Bank Mega, Tbk Cabang Sengkang.
2. Kualitas layanan berdasarkan dimensi SERVQUAL, yang terdiri dari *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT.Bank Mega, Tbk Cabang Sengkang.
3. Hasil koefisien korelasi (R) sebesar 0,680 menunjukkan bahwa penelitian ini dapat diberlakukan untuk seluruh populasi. Jika kualitas layanan ditingkatkan maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat.
4. Hasil koefisien determinasi (R²) menunjukkan bahwa variable kualitas layanan menyumbang kontribusi sebesar 46,2% terhadap variabel kepuasan nasabah, sisanya sebesar 53,8% oleh variable lainnya di luar variabel kualitas layanan.

Saran

Penelitian ini belumlah sempurna karena masih banyak kekurangan yang harus diperbaiki, sehingga saran yang bisa diajukan diantaranya:

1. Pengukuran dengan instrumen SERVQUAL ini selayaknya rutin dilakukan dengan metode yang sesuai untuk mendapatkan nilai tren kualitas layanan yang dimiliki sehingga bisa menjadi acuan dalam perbaikan secara terus-menerus.
2. Pada penelitian ini obyek penelitian merupakan nasabah penyimpan yang memiliki tingkat kontak layanan tinggi, sehingga perlu kiranya dilakukan penelitian lanjutan bagi nasabah kartu kredit yang memiliki tingkat kontak layanan rendah dengan menggunakan instrumen SERVQUAL ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Wijaya, T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Bandung. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(2), 123-134.
- Wahyuni, S. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Mega Tbk Cabang Jakarta. Thesis, Universitas Indonesia.
- Sugiarto, T. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Yogyakarta. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(1), 1-12.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Nurhayati, N. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Surabaya. Dissertation, Universitas Airlangga.
- Muhammad Junaid 2018. *Analisis Tingkat Kepuasan Pasien Rawat Jalan Di Puskesmas Tanasitolu Kabupaten Wajo*. Pasca sarjana Lembaga Administrasi Negara Makassar
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management*. 11th ed. Prentice Hall.
- Hidayat, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(2), 147-158.
- Gronroos, C. (2007). *Service Management and Marketing: Customer Management in Service Competition*. 3rd ed. John Wiley & Sons.
- Aziz, Dul. 2006. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BPD Cabang Penajam Paser Utara*. Tesis. Samarinda: Program Magister Manajemen Universitas Mulawarman
- Andi Fatmawati 2016. *Analisis Kepuasan Konsumen Data Terhadap Layanan Perpustakaan Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Wajo* Program Pascasarjana Puangrimaggalatung Sengkang.