

PENINGKATAN KUALITAS JASA PERBANKAN DALAM MENGHADAPI MASYARAKAT EKONOMI ASEAN (MEA)

Dewi Fadila¹⁾, Sari Lestari²⁾, Nirwan Rasyid³⁾

- 1) Jurusan Manajemen Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya, Palembang
email: dewifadila@polsri.ac.id
- 2) Jurusan Usaha Perjalanan Wisata, Politeknik Negeri Sriwijaya, Palembang
- 3) Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya, Palembang

Abstrak – Perkembangan perbankan di Palembang menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kualitas jasa perbankan serta untuk mengetahui dimensi kualitas jasa apakah yang dominan mempengaruhi kepuasan nasabah sehingga dapat ditingkatkan dalam memasuki persaingan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Metode pengumpulan data yang digunakan adalah survey dengan menggunakan kuesioner pada 98 orang responden nasabah tabungan Bank Mandiri Cabang XYZ Palembang. Penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas serta uji korelasi dan regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelima dimensi kualitas jasa cukup kuat berhubungan dengan kepuasan nasabah dimana angka R sebesar 0,594. Dimensi bukti fisik (tangible) merupakan dimensi yang paling erat mempengaruhi kepuasan nasabah.

Kata Kunci: kualitas jasa, kepuasan nasabah, perbankan

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Fungsi bank adalah sebagai lembaga perantara antara pihak yang mempunyai kelebihan dana yang menyimpan dana dengan pihak yang membutuhkan dana. Bank melayani kebutuhan pembiayaan serta memperlancar mekanisme sistem pembayaran bagi semua sektor perekonomian. Melalui kegiatan pemberian kredit kepada sektor perekonomian, bank telah memperlancar arus barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Bank menjadi pemasok sebagian besar uang beredar sebagai alat tukar dan alat pembayaran sehingga mekanisme kebijakan moneter dapat berjalan. Sehingga bank merupakan lembaga keuangan yang sangat penting dalam menjalankan kegiatan perekonomian dan perdagangan⁽¹⁾ (Suyatno, et al, 2001).

Integrasi ekonomi yang diberlakukan pada negara anggota ASEAN diiringi dengan integrasi sektor keuangan pada tahun 2020. Rencana integrasi sektor keuangan ASEAN akan dimulai dengan integrasi sektor perbankan yang disikapi dengan membentuk *ASEAN Banking Integration Framework* (ABIF). Kerangka kerja ini akan membuka peluang dan kesempatan bagi perbankan negara-negara ASEAN untuk memperluas wilayah operasionalnya dan memperluas pasarnya.

Kerangka kerja perbankan ini mensyaratkan terciptanya harmonisasi regulasi prudensial, kesiapan infrastruktur stabilitas sistem keuangan,

capacity building bagi negara ASEAN yang tertinggal, dan kesepakatan terhadap kriteria *Qualified ASEAN Banks* (QAB)⁽²⁾

Perbankan nasional relatif belum mampu bersaing dengan perbankan dari negara ASEAN lain. Salah satu tolok ukur daya saing perbankan adalah Net-Interest Margin (NIM). Perbankan Indonesia masih cukup lebar yaitu sebesar 5,44%. Hal ini jauh tertinggal apabila dibandingkan dengan NIM perbankan Thailand (3,41%) dan Malaysia (2,61%). NIM sebesar 5,44% menempatkan perbankan Indonesia dengan Return on Assets (ROA) tertinggi diantara lima negara ASEAN, yang menjadikan Indonesia sebagai *lucrative market* bagi perbankan luar negeri⁽³⁾. Populasi Indonesia yang mencapai 40% dari total populasi penduduk ASEAN, jumlah usia produktif terbanyak, dan masyarakat kelas menengah yang terus tumbuh maka Indonesia adalah pasar yang sangat menggiurkan bagi perbankan asing.

Perbankan Indonesia belum optimal dalam memberikan kontribusi perekonomian nasional. Jika diukur dari rasio kredit terhadap PDB di Indonesia hanya sebesar 29,6%, masih jauh lebih rendah dibandingkan dengan Thailand (90,6%) dan Malaysia (116,1%)

Pemberlakuan azas resiprokal, kesepakatan mekanisme untuk mengurangi kesenjangan dalam hal akses pasar dan fleksibilitas operasional dalam proses integrasi perbankan ASEAN, maka akan terbuka peluang yang lebih besar kepada perbankan Indonesia untuk mendapatkan akses

pasar dan kegiatan usaha yang lebih luas di kawasan ASEAN dimana QAB asal Indonesia akan mendapat perlakuan sama dengan bank lokal. Namun demikian perbankan Indonesia juga harus mengantisipasi ABIF dengan memperkuat permodalan, kualitas SDM dan efisiensi untuk dapat bersaing di tingkat regional maupun global. Untuk itu salah satunya QAB asal Indonesia harus menjaga agar kualitas jasa yang diberikan sesuai dengan standard kualifikasi bank ASEAN.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis melakukan penelitian dengan judul Peningkatan Kualitas Jasa Perbankan dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah kualitas jasa mempengaruhi kepuasan nasabah perbankan syariah
2. Untuk mengetahui dimensi kualitas jasa manakah yang dominan mempengaruhi kepuasan nasabah

Perumusan Masalah

1. Apakah kualitas jasa mempengaruhi kepuasan nasabah perbankan syariah
2. Dimensi kualitas jasa apa yang dominan mempengaruhi kepuasan nasabah

2. LANDASAN TEORI & METODE PENELITIAN

2.1. Jasa

Jasa adalah semua kegiatan atau manfaat yang dapat ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud (intangible) dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. ⁽⁴⁾

Perusahaan jasa berbeda dengan perusahaan yang menghasilkan produk barang. Hal ini disebabkan jasa mempunyai karakteristik yang sangat mempengaruhi rancangan program pemasaran, yaitu ⁽⁵⁾

1. Tidak berwujud, sehingga tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar atau dicium sebelum jasa itu dibeli
2. Tidak dapat dipisahkan, dimana umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan
3. Variabilitas, dimana jasa sangat bervariasi karena tergantung pada siapa yang menyediakan dan kapan serta dimana jasa itu dilakukan.
4. Tidak tahan lama, sehingga jasa tidak dapat disimpan dalam persediaan.

Kualitas jasa merupakan faktor kunci sukses bagi suatu organisasi atau perusahaan ⁽⁶⁾ Sedangkan menurut Abdullah dan Tantri, kualitas adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada

kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan baik yang dinyatakan maupun tersirat.

Menurut Parasuraman et.al dalam Lupioadi ⁽⁷⁾ dan Hamdani terdapat lima dimensi kualitas jasa (*service quality* atau SERVQUAL) yaitu

1. Berwujud (*tangible*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal
2. Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya
3. Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas
4. Jaminan (*assurance*) adalah pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan
5. Empati (*empathy*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupa memahami keinginan konsumen.

2.2. Perbankan

Perbankan atau sering disebut bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau dalam bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak ⁽⁸⁾

Bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Usaha keuangan disamping menyalurkan dan atau memberikan pinjaman (kredit) juga menghimpun dana dari masyarakat luas dalam bentuk simpanan, jasa keuangan yang mendukung dan memperlancar kegiatan memberi pinjaman dengan menghimpun dana. ⁽⁹⁾

2.3. Metodologi Penelitian

Penelitian dilakukan pada salah satu bank konvensional di Palembang, yaitu pada Bank Mandiri Kantor Cabang XYZ.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode survey dengan menggunakan instrumen kuesioner. Metode ini dikombinasikan dengan observasi.

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan dengan jumlah populasi 8.204.

Disebabkan keterbatasan penelitian, maka dilakukan pengambilan sampel sebagai responden penelitian. Pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%.

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

Diperoleh sampel penelitian berjumlah 98,79 yang dibulatkan menjadi 98 orang responden.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependen dan independen. Variabel dependen adalah kepuasan nasabah, sedangkan variabel independen adalah kualitas jasa yang terdiri dari dimensi berwujud, daya tanggap, kehandalan, jaminan dan empati.

Kuesioner yang digunakan menggunakan skala likert 5 poin, mulai dari sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju.

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Sebelumnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap setiap item pernyataan kuesioner.

Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5$$

Dimana Y = kepuasan nasabah

a = konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 = koefisien

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahap awal pengolahan data dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Validitas ditunjukkan dari kemampuan alat ukur mengukur apa yang seharusnya diukur. Kuesioner valid apabila instrumen benar-benar mampu mengukur besarnya nilai variabel yang diteliti. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel. Nilai r tabel dengan taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau n. Jumlah responden adalah 98 maka nilai r tabel pada derajat kebebasan (dk) $n-2$ ($98-2=96$) dan $\alpha = 0,05$ adalah 0,198 (pada tabel r) dengan demikian apabila r hitung lebih besar dari r tabel atau r hitung $> 0,198$ maka item pernyataan dikatakan valid dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya.

Reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Metode yang digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan adalah Cronbach Alpha. Menggunakan batasan 0,6 dapat ditentukan apakah instrumen reliabel atau tidak. Berikut adalah tabel r hitung setiap item pernyataan.

Tabel 1. Uji Validitas Item Pernyataan

Berwujud (tangible)	Gedung kantor yang megah dan representatif	0,780
	Interior kantor nyaman	0,792
	Petugas selalu berpenampilan rapi, bersih dan menarik	0,806
	Peralatan dan perlengkapan dalam kondisi yang baik dan layak digunakan	0,756
Kehandalan (reliability)	Tempat parkir luas dan aman	0,763
	Petugas cermat dan teliti	0,834
	Petugas memberikan yang baik dan tepat waktu	0,883
	Petugas bank memberikan penjelasan dengan akurat dan mudah dimengerti	0,835
Daya tanggap (responsiveness)	Petugas dapat menjelaskan keunggulan produk secara rinci	0,821
	Petugas menangani dan memberikan pelayanan jasa yang sesuai dengan keinginan nasabah	0,770
	Petugas selalu menanggapi setiap pertanyaan nasabah dengan tepat dan cermat	0,834
	Petugas selalu memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah	0,843
Jaminan (assurance)	Petugas cepat dan tanggap menangani keluhan nasabah.	0,859
	Petugas selalu ramah dalam melayani setiap kebutuhan nasabah	0,820
	Petugas memiliki pengetahuan yang luas mengenai produk	0,832
	Petugas selalu sopan dan sabar dalam melayani nasabah	0,835
Empati (empathy)	Petugas mampu meyakinkan nasabah.	0,833
	Petugas selalu mengerti dan memberikan pemahaman yang baik terhadap setiap kebutuhan nasabah	0,767
	Petugas menjaga komunikasi yang baik dengan nasabah	0,806
	Petugas memberikan kebebasan kepada nasabah untuk mengajukan pertanyaan/ketidakpuasan	0,786
Kepuasan nasabah	Petugas mudah dihubungi dan mengerti keinginan nasabah.	0,755
	Penampilan gedung sesuai harapan	0,789

Perlatan kantor yang digunakan memuaskan	0,764
Penampilan petugas sesuai harapan	0,670
Pelayanan petugas memuaskan	0,785
Daya tanggap petugas dalam memberikan pelayanan yang cepat telah memuaskan	0,756
Jaminan petugas selalu ramah dan dan mempunyai pengetahuan luas telah sesuai dengan harapan	0,832
Petugas selalu mengerti dan mampu memberikan pemahaman terhadap keinginan nasabah.	0,780

Tabel 2. Cronbach Alpha

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Berwujud (tangible)	0,776	Reliabel
Kehandalan (reliability)	0,864	Reliabel
Daya tanggap (responsiveness)	0,846	Reliabel
Jaminan (assurance)	0,848	
Empati (empathy)	0,784	Reliabel
Kepuasan nasabah	0,776	Reliabel

Berdasarkan data di atas maka seluruh item pernyataan valid dan reliabel sehingga dapat dilanjutkan analisis selanjutnya.

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan linear antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen yang digunakan untuk memprediksi atau meramalkan suatu nilai variabel dependen berdasarkan variabel independen.

Tabel 3. Variabel Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	x5_Tangibles X4_Reliability X4_Empathy X2_Responsiveness X3_Assurance		Enter

Tabel 4. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.594	.353	.318	1.622

Berdasarkan Model Summary diperoleh Angka R sebesar 0,594 menunjukkan bahwa hubungan antara kepuasan nasabah dengan kelima variabel independen adalah cukup kuat. Hal ini disebabkan karena angka R diantara 0,40-0,599. Angka R Square sebesar 0,353. Hal ini berarti persentase pengaruh kelima variabel independen terhadap kepuasan terhadap kepuasan nasabah sebesar 35,3% sedangkan sisanya 64,7% dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Uji simultan (uji F) dilakukan untuk mengetahui apakah dimensi kualitas jasa berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah.

Tabel 5. ANOVA

Model	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	131.961	5	26.392	10.030	.000
Residual	242.090	92	2.631		
Total	374.051	98			

Membandingkan Fhitung dengan Ftabel, dimana Fhitung sebesar 10.030. sedangkan Ftabel pada tabel statistik pada tingkat signifikansi 0,05 dengan df 1 (jumlah variabel-1) yaitu 6-1=5 dan df 2 (n-k-1) atau 98-5-1= 92 (n adalah jumlah data/responden dan k adalah jumlah variabel independen). Ftabel sebesar 2,313 sehingga Fhitung 10,030 > Ftabel 2,313 yang artinya variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Signifikansi (sig) sebesar 0,000 < 0,05 artinya variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Uji parsial (Uji T) untuk melihat apakah terdapat pengaruh yang signifikan secara individual (masing-masing pengaruh independen) dengan variabel kepuasan nasabah (variabel dependen) yang dilihat dari nilai signifikansi. Jika Sig Uji T < 0,05 maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh signifikan secara individual dari masing-masing variabel independennya.

Tabel 6. Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 Constant	10.902	1.969		6.428	.000
X1_Reliability	-.005	.126	-.005	-.039	.969
X2_Responsiveness	.239	.116	.267	2.061	.042
X3_Assurance	-.081	.128	-.085	-.627	.532
X4_Empathy	.242	.119	.240	2.029	.045
X5_Tangible	.274	.134	.259	2.046	.044

Pengaruh variabel X1 yaitu variable kehandalan (*reliability*) terhadap variable kepuasan nasabah. Adapun langkah analisisnya adalah menghitung besarnya angka Thitung dan membandingkan dengan Ttabel. Berdasarkan hasil pengolahan SPSS, diperoleh angka Thitung sebesar -0,039 dan selanjutnya menghitung nilai Ttabel dengan ketentuan menurut Priyanto⁽¹⁰⁾ T tabel dapat dilihat pada tabel statistik (lihat lampiran) pada tingkat signifikan $0,05/2=0,025$ dengan derajat kebebasan $df = (n-k-1)$ atau $98-5-1 = 92$ (n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel independen). Hasil yang diperoleh untuk T tabel sebesar 1,986. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diperoleh angka $Thitung < Ttabel$ sebesar $-0,039 < 1,986$. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel *reliability* dengan variable kepuasan nasabah.

Pengaruh variabel X2 yaitu daya tanggap (*responsiveness*) terhadap variabel kepuasan nasabah. Adapun langkah analisisnya adalah menghitung besarnya angka Thitung dan membandingkan dengan Ttabel. Berdasarkan hasil pengolahan SPSS, diperoleh angka Thitung sebesar 2,061 dan selanjutnya menghitung nilai Ttabel dengan ketentuan menurut Priyanto⁽¹⁰⁾ T tabel dapat dilihat pada tabel statistik (lihat lampiran) pada tingkat signifikansi $0,05/2=0,025$ dengan derajat kebebasan $df = (n-k-1)$ atau $98-5-1=92$ (n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel independen). Hasil yang diperoleh untuk Ttabel sebesar 1,986. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diperoleh angka $Thitung > Ttabel$ sebesar $2,061 > 1,986$. Artinya ada pengaruh antara variable *reliability* dengan variabel kepuasan nasabah.

Pengaruh variabel X3 yaitu jaminan (*assurance*) terhadap variabel kepuasan nasabah. Adapun langkah analisisnya adalah menghitung besarnya angka Thitung dan membandingkan dengan Ttabel. Berdasarkan hasil pengolahan SPSS, diperoleh angka Thitung sebesar -0,0627 dan selanjutnya menghitung nilai Ttabel dengan ketentuan menurut Priyanto (2012:91) Ttabel dapat dilihat pada tabel statistik (lihat lampiran) pada tingkat signifikansi $0,05/2=0,025$ dengan derajat kebebasan $df = (n-k-1)$ atau $98-5-1 = 92$ (n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel independen). Hasil yang diperoleh untuk Ttabel sebesar 1,986. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diperoleh angka $Thitung < Ttabel$ sebesar $-0,672 < 1,986$. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel *reliability* dengan variabel kepuasan nasabah.

Pengaruh variabel X4 yaitu variable empati (*emphaty*) terhadap variabel kepuasan nasabah. Adapun langkah analisisnya adalah menghitung

berarnya angka Thitung dan membandingkan dengan Ttabel. Berdasarkan hasil pengolahan SPSS, diperoleh angka Thitung sebesar 2,029 dan selanjutnya menghitung nilai Ttabel dengan ketentuan menurut Priyatno⁽¹⁰⁾ Ttabel dapat dilihat pada tabel statistik (lihat lampiran) pada tingkat signifikansi $0,05/2=0,025$ dengan derajat kebebasan $df = (n-k-1)$ atau $98-5-5 = 92$ (n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel independen). Hasil yang diperoleh untuk Ttabel sebesar 1,986. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diperoleh angka $Thitung > Ttabel$ sebesar $2,029 > 1,986$. Artinya ada pengaruh antara variabel *reliability* dengan variable kepuasan nasabah.

Pengaruh variabel X5 yaitu variabel bukti fisik (*tangibles*) terhadap variabel kepuasan nasabah. Adapun langkah analisisnya adalah menghitung besarnya angka Thitung dan membandingkan dengan Ttabel. Berdasarkan hasil pengolahan SPSS, diperoleh angka Titung sebesar 2,046 dan selanjutnya menghitung nilai Ttabel dengan ketentuan menurut Priyatno (2012:91) Ttabel dapat dilihat pada tabel statistik (lihat lampiran) pada tingkat signifikansi $0,05/2=0,025$ dengan derajat kebebasan $df = (n-k-1)$ atau $98-5-1 = 92$ (n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel independen). Hasil yang diperoleh untuk Ttabel sebesar 1,986. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diperoleh angka $Thitung > Ttabel$ sebesar $2,046 > 1,985$. Artinya ada pengaruh antara variabel *reliability* dengan variabel kepuasan nasabah.

Dapat dicermati pada nilai Sig. Uji T, bahwa nilai Sig. Lebih kecil dari ($<$) 0,05 hanya didapatkan pada dimensi *responsiveness*, *empathy*, dan *tangibles* saja, sedangkan dimensi lain mempunyai signifikan lebih besar dari ($>$) 0,05. Berdasarkan pengujian nilai T tersebut, dapat disimpulkan bahwa hanya dimensi *responsiveness*, *empathy*, dan *tangibles* yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sehingga persamaan garis regresinya menjadi:

$$Y = 10,902 - 0,005 X_1 + 0,239 X_2 - 0,081 X_3 + 0,242 X_4 + 0,274 X_5$$

Interpretasi koefisien regresi variabel bebas sangat penting, karena untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dimensi kualitas jasa terhadap kepuasan nasabah. Nilai konstanta sebesar 10,902, menyatakan bahwa jika tidak ada dimensi kualitas pelayanan, maka nilai kepuasan nasabah adalah 10,902.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Hubungan antara kepuasan nasabah dengan variable reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles adalah cukup kuat dimana terlihat dari Angka R sebesar 0,594. Hal ini disebabkan karena angka R diantar 0,040-0,599. Angka R Square adalah 0,353. Hal ini berarti persentase pengaruh kelima variabel independen terhadap kepuasan sebesar 35,3% sedangkan sisanya 64,7% dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang tidak termasuk dalam penelitian ini.
2. Model regresi penelitian adalah:
$$Y=10,9020 + 0,005X_1 + 0,239X_2 + 0,081X_3 + 0,242X_4 + 0,274X_5$$

Dimensi kualitas pelayanan yang paling dominan mempengaruhi variable dependen adalah variabel bukti fisik (tangibles). Penelitian ini membuktikan bahwa dimensi responsiveness, empathy, dan tangibles) mempunyai pengaruh yang besar terhadap variabel kepuasan nasabah karena mempunyai Thitung yang lebih besar dari 1,986, dan dimensi yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah adalah dimensi tangibles, karena mempunyai koefisien regresi yang paling besar dibandingkan dimensi lainnya yaitu sebesar 0,274 atau sebesar 27,4%.

Saran

Berdasarkan hasil uji yang dilakukan diketahui bahwa dimensi *responsiveness*, *emphaty*, dan *tangibles* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah, itu artinya pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, perhatian yang tulus kepada keinginan nasabah, dan bukti fisik yang dimiliki sudah dapat dipenuhi dengan baik, untuk itu penulis menyarankan agar perusahaan mampu mempertahankan pengaruh dari setiap dimensi tersebut dan senantiasa untuk selalu meningkatkannya, karena dengan semakin meningkatnya pengaruh positif dari dimensi *responsiveness*, *emphaty*, dan *tangibles* maka kepuasan nasabah akan meningkat dan hal tersebut akan memberi keuntungan bagi perusahaan.

Berdasarkan hasil uji yang dilakukan ditemukan bahwa hasil dimensi reliability dan assurance tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Artinya kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dan kemampuan para petugas untuk menumbuhkan rasa percaya nasabah kepada perusahaan bukanlah dimensi yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Suyatno. "Kelembagaan Perbankan. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2001.
- [2] Darmin Nasution. "Integrasi Ekonomi ASEAN 2015: Peluang atau Ancaman bagi Perbankan Nasional". Disampaikan pada Diskusi dan Peluncuran Buku Inovasi 17 Bank, 23 Mei 2012.
- [3] Bank Indonesia. No. 16/103/DKom No. SP-58/DKNS/OJK/12/2014
- [4] P. Kotler dan G. Armstrong. "Dasar-dasar Pemasaran: Principles of Marketing 7e". Prenhallindo, Jakarta, 1998
- [5] P. Kotler. "Manajemen Pemasaran". Prenhallindo, Jakarta, 2002.
- [6] F. Laksana, "Manajemen Pemasaran". Graha Ilmu, 2008.
- [7] R. Lupiyoadi. "Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi". Penerbit Salemba Empat, Jakarta, 2013
- [8] Undang Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan
- [9] Kasmir. "Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya". PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2002
- [10] D. Priyatno. "Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate dengan SPSS". Penerbit Gaya Media, Yogyakarta, 2013

Biodata Penulis

Dewi Fadila, SE, MM memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Sriwijaya, Palembang, lulus tahun 1998. Gelar Magister Manajemen diperoleh dari Program Magister Manajemen Universitas Sriwijaya, Palembang, tahun 2002. Saat ini menjadi Dosen Politeknik Negeri Sriwijaya.

Sari Lestari, SE, MEd memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Airlangga, Surabaya, lulus tahun 2000. Memperoleh gelar Master Economics dari International Islamic University Malaysia, lulus tahun 2005. Saat ini menjadi Dosen di Politeknik Negeri Sriwijaya.

Nirwan Rasyid, SE, MM memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Sriwijaya, Palembang, lulus tahun 1985. Gelar Magister Manajemen diperoleh dari Program Magister Manajemen Universitas Sriwijaya, Palembang, tahun 2005. Saat ini menjadi Dosen Politeknik Negeri Sriwijaya.

