

# Visionist

Volume 5, Nomor 2 - September 2016

PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT BANK LAMPUNG CABANG BANDAR JAYA .....	<i>Dian A, Andala R P Barusman dan V. Saptarini</i>	1-9
ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN MELALUI PENINGKATAN KOMPETENSI DAN MOTIVASI PADA PT KENDI ARINDO LAMPUNG INDONESIA .....	<i>Mulyono, Andala R P Barusman dan A. Suharyo</i>	8-17
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI IMPLEMENTASI PENDIDIKAN INKLUSIF DI KOTA METRO .....	<i>Neli Panca, Marzuki Noor dan V. Saptarini</i>	18-28
RANCANG BANGUN MODEL PELAYANAN PRIMA PADA KANTOR SAMSAT SUKADANA LAMPUNG TIMUR .....	<i>Nurvi Mudiyanto, Tina M Barusman dan V. Saptarini</i>	29-33
PENGARUH MOTIVASI DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA DINAS PENGAIRAN DAN PEMUKIMAN SATUAN KERJA PERENCANAAN DAN PENGENDALIAN DI PROVINSI LAMPUNG .....	<i>Rizki Darmawan, Iskandar A A dan A. Suharyo</i>	34-41
PENGARUH DISIPLIN, LINGKUNGAN KERJA DAN INSENTIF TERHADAP KINERJA PEGAWAI PT.PEGADAIAAN (PERSERO) AREA LAMPUNG .....	<i>Robi , Iskandar Ali Alam dan Hendri Dunan</i>	42-50
PENGARUH LINGKUNGAN KERJA DAN MOTIVASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI KELURAHAN .....	<i>Rosli, Iskandar A Alam dan Hendri Dunan</i>	51-55
PENGARUH MOTIVASI KERJA DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA DINAS PERDAGANGAN PROVINSI LAMPUNG .....	<i>Reffi Rizki D P, Iskandar A Alam dan Habibburahman</i>	56-63

Jurnal Manajemen Visionist	Volume 5	Nomor 2	Halaman 1 – 63	Bandar Lampung September 2016	ISSN 1411 – 4186
-------------------------------	----------	---------	-------------------	----------------------------------	---------------------

ISSN 1411 – 4186

*Jurnal Manajemen*

# **Visionist**

Volume 5, Nomor 2 - September 2016

## **DEWAN PENYUNTING**

### **Penyunting Ahli**

Sudarsono (Ketua)  
Sri Utami Kuntjoro  
Sinung Hendratno  
Agus Wahyudi  
Abdul Basit

### **Penyunting Pelaksana**

Budhi Waskito  
Ardansyah  
Eka Kusmayadi  
Zainal Abidin

Alamat:

Jl. Z.A. Pagar Alam No. 89, Bandar Lampung  
Tel. 0721- 789825; Fax. 0721 - 770261  
Email: [visionist@ubl.ac.id](mailto:visionist@ubl.ac.id)

Diterbitkan oleh:

Program Studi Manajemen (S2)  
Program Pascasarjana Universitas Bandar Lampung

# PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT BANK LAMPUNG CABANG BANDAR JAYA

**Dian Anggraini<sup>1</sup>, Andala R P Barusman<sup>2</sup>, V. Saptarini**  
Program Studi Magister Manajemen Universitas Bandar Lampung

---

## Abstrak

*Perusahaan dituntut menciptakan prestasi kerja karyawan yang tinggi untuk pengembangan perusahaan. Perbankan merupakan jenis dan bidang usaha yang berbasis pelayanan sehingga penilaian konsumen terhadap produk adalah sejauhmana produk tersebut dapat memberikan pelayanan prima (service excellent) kepada nasabah. Oleh sebab itu, keunggulan produk perbankan sangat tergantung dari kualitas pelayanannya. Kualitas pelayanan merupakan salah satu wujud transformasi pelayanan bertujuan peningkatan kinerja pelayanan bank secara menyeluruh menghadapi persaingan.*

*Tujuan dari penelitian ini adalah untuk pengaruh tangibles, empathy, reliability, responsiveness, dan assurance secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah PT Bank Lampung cabang Bandar Jaya. Tipe penelitian adalah tipe penelitian deskriptif, Populasi dalam penelitian adalah nasabah Bank Lampung Cabang Bandar Jaya yaitu sebanyak 22.550 Nasabah. Dalam penelitian ini pengambilan sampel sebanyak 100 responden*

*Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Secara dominan responden menilai bahwa tangible di PT Bank Lampung Cabang Bandar Jaya adalah baik. Tangible berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Lampung Cabang Bandar Jaya. Secara dominan responden menilai bahwa empathy di PT Bank Lampung Cabang Bandar Jaya adalah baik. Empathy berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Lampung Cabang Bandar Jaya. Secara dominan responden menilai bahwa reliability di PT Bank Lampung Cabang Bandar Jaya baik. Reliability berpengaruh secara positif terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Lampung Cabang Bandar Jaya. Secara dominan responden menilai bahwa responsiveness di PT Bank Lampung Cabang Bandar Jaya adalah cukup baik. responsiveness berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Lampung Cabang Bandar Jaya. Secara dominan responden menilai bahwa assurance di PT Bank Lampung Cabang Bandar Jaya baik. Assurance berpengaruh secara positif terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Lampung Cabang Bandar Jaya. Tangible, empathy, reliability, responsiveness dan assurance berpengaruh secara positif terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Lampung Cabang Bandar Jaya.*

**Kata Kunci :** *Tangible, empathy, reliability, responsiveness dan assurance, kepuasan*

---

## Pendahuluan

PT Bank Lampung merupakan sebuah bank yang didirikan dengan maksud membantu dan mendorong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan ekonomi disegala bidang dan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat, dengan visi menjadi bank regional terkemuka dan terpercaya di Lampung, Kebijakan perusahaan telah menetapkan standar pelayanan yang mengacu pada pelayanan.PT. Bank Lampung sebagai satu-satunya bank pembangunan daerah yang kepemilikannya dipegang oleh Pemerintah Provinsi dan Kabupaten/Kota di Provinsi, turut bersaing dengan bank lainnya dalam memuaskan nasabahnya. Meningkatnya intensitas dan tingkat persaingan akan diikuti dengan peningkatan kualitas pesaing. Kualitas yang superior memiliki beberapa manfaat salah satunya pangsa pasar yang lebih besar (Tjiptono, 2006). Hal tersebut menuntut PT. Bank Lampung untuk memperhatikan hal yang menjadi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan berusaha memenuhi harapan nasabah dengan cara yang lebih memuaskan dibanding pesaing. Berdasarkan hasil pra survei dengan wawancara tidak terstruktur pada 10 orang nasabah PT. Bank Lampung 6 orang diantaranya menyatakan puas secara keseluruhan. Namun, terdapat nasabah yang menyampaikan keluhan atas pelayanan dan produk diantaranya mengenai antrian yang panjang pada teller dan customer service, penggunaan teknologi yang kurang modern, karyawan yang kurang berempati pada nasabah, serta syarat dan

proses pengajuan produk yang tidak mudah.

Keluhan-keluhan tersebut dapat menjadi bahan evaluasi bagi Bank PT. Bank Lampung untuk lebih memperhatikan kualitas layanan dan produk yang diberikan. Dalam sistem operasi jasa, penyampaian atau pemberian jasa akan membuat bagian pemasaran dan operasional berjalan beriringan. Bagian pemasaran akan melakukan proses service marketing dengan memberi janji-janji dan harapan kepada konsumen sedangkan bagian operasional akan melakukan service delivery system dengan menepati janji dan memberi pengalaman pelanggan. Service marketing dan service delivery system akan menghasilkan persepsi pelanggan yang selanjutnya memberikan service advantage baik bagi perusahaan dan pelanggan. Pada pelanggan, service advantage akan berupa kepuasan atas pelayanan sedangkan bagi perusahaan, service advantage dapat berupa resistensi pelanggan terhadap perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Dalam jasa perbankan, pelanggan suatu bank dikenal dengan sebutan nasabah. Kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai tingkat perasaan nasabah suatu bank setelah membandingkan kinerja bank yang dirasakan dengan harapan sebelum menggunakan jasa bank tersebut. Kepuasan nasabah dapat diciptakan perusahaan dengan memberikan produk maupun layanan yang terbaik untuk nasabahnya. Kemampuan untuk memberikan kualitas pelayanan yang tinggi akan memperkuat image perusahaan, mempertahankan pelanggan, menarik pelanggan potensial baru melalui kepuasan konsumen. Nasabah menginginkan produk dan layanan berkualitas yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Terdapat hubungan yang erat antara kualitas dan kepuasan nasabah. Kualitas mendorong nasabah menjalin ikatan dengan perusahaan yang memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan dan kebutuhan nasabah dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan nasabah dengan memaksimalkan pengalaman nasabah (Akmalia, 2012).

Kepuasan nasabah berkaitan erat dengan kualitas layanan (Barusman & Yosua, 2014). Perusahaan perlu memberi perhatian lebih terhadap kualitas pelayanan karena kepuasan terhadap kualitas pelayanan satu dengan lainnya sulit ditiru. Pendekatan kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan adalah SERVQUAL (Service Quality) yang dikembangkan oleh Parasuraman dkk. (Lupiyoadi, 2013). SERVQUAL membandingkan dua faktor utama yaitu persepsi atas layanan dan layanan yang diharapkan, meliputi lima dimensi kualitas jasa, yaitu: *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati).

Beberapa masalah yang dapat menjadi indikator kepuasan nasabah terhadap pelayanan PT Bank Lampung Cabang Bandar Jaya adalah adanya 500 jenis masukan dan keluhan pada kotak saran mereka yang mengeluhkan tentang *tangibles* dimana sebanyak 260 responden (52%) mengeluhkan sarana fisik yang kurang baik terdapat, sebanyak 110 responden (41%) mengeluhkan fasilitas pelayanan, sebanyak 130 responden (29%) mengeluhkan dan kerapihan petugas. Pada aspek *empathy* sebanyak 225 responden (45%) mengeluhkan keramahan dan 275 responden (55%) mengeluhkan tentang kurangnya perhatian petugas kepada nasabah. Pada aspek *reliability* sebanyak 275 responden (55%) mengkritisi pengetahuan karyawan dalam menangani nasabah, sementara keterampilan teknis petugas juga dipersepsi kurang baik oleh 225 responden (40%). Pada aspek *responsiveness* yaitu waktu tunggu terlalu lama di keluhkan oleh 245 responden (49%), demikian juga pemberian pelayanan yang dipersepsi kurang baik dikeluhkan oleh 225 (51%). Pada aspek *assurance* sebanyak 285 responden (57%) mengeluhkan ketepatan jadwal jam buka dan jam tutup Bank sering terlambat, faktor keamanan juga menjadi salah satu yang dikeluhkan 105 responden (21%) (Data Evaluasi Pelayanan PT Bank Lampung cabang Bandar Jaya, 2014).

Menurut Simamora (2008) pelayanan, jasa dan servis memiliki makna yang sama, meskipun demikian dalam bahasa Indonesia belum ada bahasa baku yang dapat menjelaskan makna *service* secara tepat dan pasti. Akan tetapi pelayanan, jasa atau servis memiliki makna yang sama. Dan pelayanan merupakan makna *service* yang tepat dan pasti. Menurut Zeithaml dan Bitner pengertian jasa adalah nilai tambah yang tidak berwujud.

Konsep kualitas layanan pada dasarnya memberikan persepsi secara konkrit mengenai kualitas suatu layanan. Konsep kualitas layanan ini merupakan suatu revolusi secara menyeluruh, permanen dalam mengubah cara pandang manusia dalam menjalankan atau mengupayakan usaha-usahanya yang berkaitan dengan proses dinamis, berlangsung, terus menerus di dalam memenuhi harapan, keinginan dan kebutuhan. Hal ini sesuai dengan teori "Quality" yang dikemukakan oleh Marcel (2008), Barusman (2014), bahwa keberhasilan suatu tindakan jasa ditentukan oleh kualitas. Kualitas merupakan apresiasi tertinggi dari tindakan pelayanan.

Menurut Sunyoto (2012) daya tanggap adalah keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Menurut Parasuraman (dalam Muninjaya 2011), daya tanggap (*responsiveness*) merupakan kemampuan petugas menolong pelanggan dan kesiapannya melayani sesuai prosedur dan bisa memenuhi harapan pelanggan. Dimensi ini merupakan penilaian mutu pelayanan yang paling dinamis. Harapan pelanggan terhadap kecepatan pelayanan cenderung meningkat dari waktu ke waktu sejalan dengan kemajuan teknologi dan informasi yang dimiliki oleh pelanggan. Mereka secara langsung berhubungan dengan para pengguna jasa dan keluarganya, baik melalui tatap muka, komunikasi non-verbal, langsung atau melalui telepon.

Definisi jaminan Lupiyoadi (2001) yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).

Menurut Muninjaya (2011), jaminan (*assurance*) mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan. Pada saat persaingan sangat kompetitif, anggota perusahaan harus tampil lebih kompeten, artinya memiliki pengetahuan dan keahlian di bidang masing-masing. IBM sangat menekankan faktor-faktor tersebut kepada para teknisi yang menangani pemasangan dan layanan purna jual. Faktor *security*, yaitu memberikan rasa aman dan terjamin kepada pelanggan merupakan hal yang penting pula.

Menurut Muninjaya (2011), bukti fisik (*tangible*) dalam hal ini merupakan perbaikan secara komunikasi dan perlengkapan pelayanan yang tidak langsung seperti tempat parkir dan kenyamanan ruang tunggu. Karena sifat produk jasa yang tidak bisa dilihat, dipegang, atau dirasakan, perlu ada ukuran lain yang bisa dirasakan lebih nyata oleh para pengguna pelayanan. Dalam hal ini, pengguna jasa menggunakan indranya untuk menilai kualitas pelayanan yang diterima, misalnya ruang penerimaan masyarakat yang bersih, nyaman, dilengkapi dengan kursi, lantai keramik, TV, peralatan kantor yang lengkap, seragam staf yang rapi, menarik dan bersih.

Sunyoto (2012) menerangkan empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para masyarakat. Menurut Muninjaya (2011), empati (*empathy*) merupakan rasa kepedulian dan perhatian khusus staf kepada setiap pengguna jasa, memahami kebutuhan mereka dan memberikan kemudahan untuk dihubungi setiap saat jika para pengguna jasa ingin memperoleh bantuannya. Peranan SDM sangat menentukan mutu pelayanan karena mereka dapat langsung memenuhi kepuasan para pengguna jasa pelayanan. Lupiyoadi (2013), empati yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan mereka. Hal ini mengharuskan bahwa suatu perusahaan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

## Metodologi

Desain penelitian ini adalah deskriptif dan kuantitatif dengan pendekatan *survey*. Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Lampung Cabang Bandar Jaya yaitu sebanyak 22.550 Nasabah. sampel penelitian ini adalah 100 responden dihitung dengan rumus slovin. Teknik sampel adalah teknik *accidental sampling*, dimana sampel yang diperoleh secara kebetulan pada saat penelitian berlangsung Analisis data menggunakan teknik analisis statistik SPSS 22.0 dengan analisis regresi linier berganda.

## Hasil dan Pembahasan

Distribusi data jawaban responden pada variabel *tangible* menunjukkan bahwa sebanyak 8 (8%) responden menyatakan variabel *tangible* masuk dalam kategori sangat baik, sebanyak 38 (38%) responden menyatakan variabel *tangible* masuk dalam kategori baik, sebanyak 35 (35%) responden menyatakan variabel *tangible* masuk dalam kategori cukup baik, sebanyak 19 (19%) responden menyatakan variabel *tangible* masuk dalam kategori tidak baik, dan hanya 0 (0%) responden yang menyatakan variabel *tangible* masuk dalam kategori sangat tidak baik. Hasil tersebut dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden menilai variabel *tangible* yang dimiliki oleh PT Bank Lampung Cabang Bandar Jaya adalah masuk dalam kategori baik.

Distribusi data jawaban responden pada variabel *empathy* menunjukkan bahwa sebanyak 3 (3%) responden menyatakan *empathy* masuk dalam kategori sangat baik, sebanyak 39 (39%) responden menyatakan *empathy* masuk dalam kategori baik, sebanyak 38 (38%) responden menyatakan *empathy* masuk dalam kategori cukup baik, sebanyak 13 (13%) responden menyatakan *empathy* masuk dalam kategori tidak baik, dan sebanyak 7 (7%) responden yang menyatakan *empathy* masuk dalam kategori sangat tidak baik. Hasil tersebut dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden menilai *empathy* yang dimiliki oleh PT Bank Lampung Cabang Bandar Jaya adalah masuk dalam kategori baik.

Distribusi data jawaban responden pada variabel *reliability* menunjukkan bahwa sebanyak 8 (8%) responden menyatakan *reliability* masuk dalam kategori sangat baik, sebanyak 35 (35%) responden menyatakan *reliability* masuk dalam kategori baik, sebanyak 29 (29%) responden menyatakan *reliability* masuk dalam kategori cukup baik, sebanyak 26 (26%) responden menyatakan *reliability* masuk dalam kategori tidak baik dan 2 (2%) responden yang menyatakan bahwa *reliability* masuk kategori sangat tidak baik. Dengan demikian maka sebagian besar responden menilai *reliability* pada PT Bank Lampung Cabang Bandar Jaya adalah masuk dalam kategori baik

Distribusi data jawaban responden pada variabel *Responsiveness* menunjukkan bahwa sebanyak 2 (2%)

responden menyatakan Responsiveness masuk dalam kategori sangat baik, sebanyak 35 (35%) responden menyatakan Responsiveness masuk dalam kategori baik, sebanyak 26 (26%) responden menyatakan Responsiveness masuk dalam kategori cukup baik, sebanyak 21 (21%) responden menyatakan Responsiveness masuk dalam kategori tidak baik dan 6 (6%) responden yang menyatakan bahwa Responsiveness masuk kategori sangat tidak baik. Dengan demikian maka sebagian besar responden menilai Responsiveness pada PT Bank Lampung Cabang Bandar Jaya adalah masuk dalam kategori cukup baik.

Distribusi data jawaban responden pada variabel Assurance menunjukkan bahwa sebanyak 5 (5%) responden menyatakan Assurance masuk dalam kategori sangat baik, sebanyak 41 (41%) responden menyatakan Assurance masuk dalam kategori baik, sebanyak 33 (33%) responden menyatakan Assurance masuk dalam kategori cukup baik, sebanyak 18 (18%) responden menyatakan Assurance masuk dalam kategori tidak baik dan 3 (3%) responden yang menyatakan bahwa Assurance masuk kategori sangat tidak baik. Dengan demikian maka sebagian besar responden menilai Assurance pada PT Bank Lampung Cabang Bandar Jaya adalah masuk dalam kategori baik.

Distribusi data jawaban responden pada variabel Kepuasan nasabah menunjukkan bahwa sebanyak 6 (6%) responden menyatakan Kepuasan nasabah masuk dalam kategori sangat baik, sebanyak 43 (43%) responden menyatakan Kepuasan nasabah masuk dalam kategori baik, sebanyak 24 (24%) responden menyatakan Kepuasan nasabah masuk dalam kategori cukup baik, sebanyak 23 (23%) responden menyatakan Kepuasan nasabah masuk dalam kategori tidak baik dan 4 (4%) responden yang menyatakan bahwa Kepuasan nasabah masuk kategori sangat tidak baik. Dengan demikian maka sebagian besar responden menilai Kepuasan nasabah pada PT Bank Lampung Cabang Bandar Jaya adalah masuk dalam kategori baik.

Regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui apakah suatu persamaan regresi yang di hasilkan baik untuk mengestimasi nilai variabel dependen, sehingga di perlukan pembuktian terhadap kebenaran hipotesis. Persamaan regresi linear berganda didapatkan nilai:  $Y=4.450 + 0.334 X_1 + 0.244 X_2 + 0.194 X_3 + 0.176 X_4 + 0.180 X_5$ . Nilai constanta intercept (a) sebesar 4.450, menunjukkan nilai konstanta yang positif, artinya apabila tangible, empathy ditingkatkan lebih baik, dan reliability dikembangkan dengan baik maka kepuasan nasabah akan tetap (konstan) memiliki nilai sebesar 4.450. Nilai koefisien regresi (b)  $X_1$  adalah sebesar 0.334, mengandung arti jika tangible ditingkatkan 1 satuan maka akan meningkatkan nilai kepuasan nasabah sebesar 0.334 satuan, dengan asumsi variable lain tetap. Nilai koefisien regresi (b)  $X_2$  adalah sebesar 0.244, mengandung arti jika empathy ditingkatkan 1 satuan maka akan meningkatkan nilai kepuasan nasabah sebesar 0.244 satuan, dengan asumsi variable lain tetap. Nilai koefisien regresi (b)  $X_3$  adalah sebesar 0.194, mengandung arti jika reliability ditingkatkan 1 satuan maka akan meningkatkan nilai kepuasan nasabah sebesar 0.194 satuan, dengan asumsi variable lain tetap. Nilai koefisien regresi (b)  $X_4$  adalah sebesar 0.176, mengandung arti jika reliability ditingkatkan 1 satuan maka akan meningkatkan nilai kepuasan nasabah sebesar 0.176 satuan, dengan asumsi variable lain tetap. Nilai koefisien regresi (b)  $X_5$  adalah sebesar 0.180, mengandung arti jika reliability ditingkatkan 1 satuan maka akan meningkatkan nilai kepuasan nasabah sebesar 0.180 satuan, dengan asumsi variable lain tetap. Hasil di atas, didapatkan nilai koefisien regresi yang paling dominan adalah pada nilai koefisien regresi tangible, artinya kontribusi terbesar dalam mempengaruhi kepuasan nasabah adalah tergantung pada tangible.

Hipotesis parsial untuk mengetahui pengaruh  $X_1$  terhadap Y,  $X_2$  terhadap Y,  $X_3$  terhadap Y,  $X_4$  terhadap Y dan  $X_5$  terhadap Y yang dilakukan secara terpisah dengan menggunakan Uji t, yaitu membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  pada taraf signifikan 95% ( $\alpha=0,05$ ). Ketentuannya adalah jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka ada pengaruh, sebaliknya jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka tidak ada pengaruh. Besarnya nilai  $t_{tabel}$  pada taraf signifikan 95% dan  $df = 54$  adalah 1.671 Hasil pengujian hipotesis secara parsial dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 1. Coefficients**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.450	3.277		1.358	.178
X1	.334	.095	.298	3.531	.001
X2	.244	.097	.221	2.509	.014
X3	.194	.096	.188	2.024	.046
X4	.176	.083	.163	2.120	.037
X5	.180	.089	.164	2.022	.046

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel di atas, didapatkan nilai  $t_{hitung}$  pada  $X_1 = 3.531$ , dan  $t_{tabel}$  pada taraf signifikan 95% ( $\alpha = 0,05$ ) adalah 1.660. Berdasarkan perbandingan tersebut maka nilai  $t_{hitung}$  pada variabel tangible adalah lebih besar daripada nilai  $t_{tabel}$ , dan dengan taraf signifikan yaitu nilai sig.  $X_1 = 0,001 < 0,05$ .

Dari tabel di atas, didapatkan nilai  $t_{hitung}$  pada  $X_2 = 2.509$ , dan  $t_{tabel}$  pada taraf signifikan 95% ( $\alpha = 0,05$ ) adalah 1.660. Berdasarkan perbandingan tersebut maka nilai  $t_{hitung}$  pada variabel empathy adalah lebih besar daripada nilai  $t_{tabel}$ , dan dengan taraf signifikan yaitu nilai sig.  $X_2 = 0,014 < 0,05$ .

Dari tabel di atas, didapatkan nilai  $t_{hitung}$  pada  $X_3 = 2.022$ , dan  $t_{tabel}$  pada taraf signifikan 95% ( $\alpha = 0,05$ ) adalah 1.660. Berdasarkan perbandingan tersebut maka nilai  $t_{hitung}$  pada variabel reliability adalah lebih besar daripada nilai  $t_{tabel}$ , dan dengan taraf signifikan yaitu nilai sig.  $X_3 = 0,046 < 0,05$ .

Dari tabel di atas, didapatkan nilai  $t_{hitung}$  pada  $X_4 = 2.584$ , dan  $t_{tabel}$  pada taraf signifikan 95% ( $\alpha = 0,05$ ) adalah 1.660. Berdasarkan perbandingan tersebut maka nilai  $t_{hitung}$  pada variabel responsiveness adalah lebih besar daripada nilai  $t_{tabel}$ , dan dengan taraf signifikan yaitu nilai sig.  $X_4 = 0,037 < 0,05$ .

Dari tabel di atas, didapatkan nilai  $t_{hitung}$  pada  $X_5 = 2.091$ , dan  $t_{tabel}$  pada taraf signifikan 95% ( $\alpha = 0,05$ ) adalah 1.660. Berdasarkan perbandingan tersebut maka nilai  $t_{hitung}$  pada variabel assurance adalah lebih besar daripada nilai  $t_{tabel}$ , dan dengan taraf signifikan yaitu nilai sig.  $X_5 = 0,041 < 0,05$ .

Sesuai dengan hasil uji di atas, maka hipotesis penelitian dapat diterima. Hal tersebut berarti hasil uji parsial tangible ( $X_1$ ), empathy ( $X_2$ ), reliability ( $X_3$ ), responsiveness ( $X_4$ ) dan assurance ( $X_5$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Lampung Cabang Bandar Jaya.

Pengujian hipotesis simultan dilakukan untuk melihat pengaruh empathy kerja dan reliability terhadap kepuasan nasabah yang dilakukan dengan Uji F dan uji digunakan untuk membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  dengan ketentuan jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka Ada pengaruh, jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka Tidak ada pengaruh, dan dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi dengan nilai alpha, ketentuannya jika nilai sig.  $\leq 0.05$  maka  $H_a$  diterima dan jika sig.  $> 0.05$  maka  $H_a$  ditolak

**Tabel 2. ANOVA****ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3844.149	5	768.830	26.179	.000 <sup>a</sup>
Residual	2760.611	94	29.368		
Total	6604.760	99			

a. Predictors: (Constant), X5, X1, X4, X2, X3

b. Dependent Variable: Y

Dari tabel di atas, diketahui pengujian hipotesis yang dilakukan secara simultan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama antara tangible, empathy, reliability, responsiveness dan assurance terhadap kepuasan nasabah PT Bank Lampung Cabang Bandar Jaya, hasil tersebut diketahui bahwa  $F_{hitung}$  adalah 26.179 dan  $F_{tabel}$  pada  $DF_1 = 5$ ,  $DF_2 = 94$  dan taraf signifikan 5% ( $\alpha = 0,05$ ) adalah 2.29.

Dengan demikian maka perbandingan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  pada taraf signifikan 5%, adalah  $26.179 > 2.29$ . Berdasarkan perbandingan tersebut maka diketahui bahwa  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  pada taraf signifikan 5% ( $\alpha = 0,05$ ) dan uji signifikansi menghasilkan nilai  $sig. = 0,000 < 0,05$ . Dengan demikian maka  $H_a$  diterima, artinya *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Lampung Cabang Bandar Jaya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *tangible* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Pegawai PT Bank Lampung Cabang Bandar Jaya. Hasil di atas sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Muninjaya (2011), bukti fisik (*tangible*) dalam hal ini merupakan perbaikan secara komunikasi dan perlengkapan pelayanan yang tidak langsung seperti tempat parkir dan kenyamanan ruang tunggu. Lupiyoadi (2013) memberikan pendapat tentang *empathy*, 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. Muninjaya (2011), keandalan (*reliability*) merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan dengan tepat waktu dan akurat sesuai dengan yang ditawarkan. Untuk meningkatkan *reliability* di bidang pelayanan, pihak manajemen puncak perlu membangun budaya kerja bermutu yaitu budaya tidak ada kesalahan yang diterapkan mulai dari pimpinan puncak sampai ke front line staff (yang langsung berhubungan dengan masyarakat). Budaya kerja seperti ini perlu diterapkan membentuk kelompok kerja yang kompak dan mendapat pelatihan secara terus menerus sesuai dengan perkembangan teknologi dan ekspektasi masyarakat. Menurut Parasuraman (dalam Muninjaya 2011), daya tanggap (*responsiveness*) merupakan kemampuan petugas menolong pelanggan dan kesiapannya melayani sesuai prosedur dan bisa memenuhi harapan pelanggan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa aspek daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Pegawai PT Bank Lampung Cabang Bandar Jaya. Definisi jaminan Lupiyoadi (2001) yaitu pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Pegawai PT Bank Lampung Cabang Bandar Jaya. Hal ini berarti bahwa apabila *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* ditingkatkan dengan baik maka kepuasan nasabah akan mengalami peningkatan dengan baik pula. *Tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* yang dikembangkan akan mendukung terhadap terlaksananya kepuasan nasabah yang baik pada pelaksanaan tugas pokok dan fungsi yang harus dijalankan.

## Kesimpulan dan Implikasi

### Kesimpulan

1. Secara dominan responden menilai bahwa *tangible* di PT Bank Lampung Cabang Bandar Jaya adalah baik. *Tangible* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Lampung Cabang Bandar Jaya.
2. Secara dominan responden menilai bahwa *empathy* di PT Bank Lampung Cabang Bandar Jaya adalah baik. *Empathy* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Lampung Cabang Bandar Jaya.
3. Secara dominan responden menilai bahwa *reliability* di PT Bank Lampung Cabang Bandar Jaya baik. *Reliability* berpengaruh secara positif terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Lampung Cabang Bandar Jaya.
4. Secara dominan responden menilai bahwa *responsiveness* di PT Bank Lampung Cabang Bandar Jaya adalah cukup baik. *responsiveness* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Lampung Cabang Bandar Jaya.
5. Secara dominan responden menilai bahwa *assurance* di PT Bank Lampung Cabang Bandar Jaya baik. *Assurance* berpengaruh secara positif terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Lampung Cabang Bandar Jaya.
6. *Tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* berpengaruh secara positif terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Lampung Cabang Bandar Jaya.

### Implikasi

Berdasarkan analisis data secara kualitatif dan kuantitatif terdapat beberapa hal yang belum baik maka implikasi

dari penelitian ini adalah:

1. Sebagai salah satu sumbang pemikiran bagi pengambil keputusan berkaitan dengan *tangible*, yaitu dapat meningkatkan peralatan yang memadai, seperti meng*upgrade* komputer dan banking system agar tidak sering terjadi eror.
2. Variabel *empathy*, karyawan perlu memberikan pelayanan kepada semua pelanggan agar tidak terkesan pilih-pilih.
3. Variabel *reliability* tentang pelayanan tepat waktu yang perlu ditingkatkan karena banyaknya prosedur, seperti kegiatan brifing pagi yang wajib dijalankan dan otorisasi pimpinan cabang yang lama untuk membuka cabang sehingga Bank harus dapat mengatur kegiatan paginya agar tidak mengganggu waktu pelayanan yang diberikan.
4. Variabel *responsiveness*, yaitu karyawan dapat memberikan kemudahan nasabah mendapat layanan dalam mengisi formulir dan mengumpulkan kelengkapan persyaratan. Misalnya dengan memberikan tata cara pengisian formulir dan persyaratan dokumen yang diperlukan.
5. Variabel *assurance*, yaitu agar bersikap lebih ramah terhadap nasabah dalam melayani, sehingga pelayanan Bank Lampung Bandar Jaya dapat memuaskan nasabah.
6. PT Bank Lampung Cabang Bandar Jaya, hendaknya mempertahankan dapat meningkatkan produk yang diinginkan nasabah sehingga dapat menjadikan nasabah puas dan akan berdampak terhadap loyalitas nasabah.

## Daftar Pustaka

- Akmalia, Ikfi. 2012. Analisis Kepuasan Nasabah Atas Dimensi Kualitas Pelayanan Bank Syariah Mandiri Malang, Jurnal Manajemen Bisnis, vol 2, no 1.
- Barusman, Andala Rama Putra, Yoshua. 2014. Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen di Bubur Gabe Bandar Lampung. Jurnal Manajemen dan Bisnis. Vol, 4, No, 2.
- Barusman, Andala Rama Putra. 2014. Student Satisfaction as a Mediating Variable between Reputation, Image and Student Loyalty. Full Paper Proceeding ITMAR -2014, Vol. 1, 414-436.
- Muhidin, 2007. Analisis Korelasi regresi dan Jalur dalam Penelitian. Pustaka Setia Jakarta
- Lupiyoadi,R. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : Salemba Empat
- Simamora, Bilson, 2008. Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel. Gramedia Pustaka Utama Jakarta
- Sugiyono, 2005. Metode Penelitian Bisnis. Alfabeta. Jakarta