

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK RAKYAT INDONESIA CABANG ADISUCIPTO YOGYAKARTA**

**Rahmat Alhakim**

Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali  
email: rahmatalhakim2@gmail.com  
Alamat: Perum Greenhill Residence Blok K No. 6  
Tritihlor, Jeruklegi, Cilacap, Jawa Tengah,

**ABSTRAK**

Kualitas pelayanan merupakan faktor yang fundamental dalam sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa, dalam hal ini adalah BRI Cabang Adisucipto Yogyakarta. Kepuasan nasabah bisa dilihat dari seberapa besar tingkat layanan jasa yang diberikan secara masif, Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengujian instrumen validitas dan reliabilitas untuk semua variabel pelayanan, *Tangibles* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3), *Assurance* (X4), dan *Empathy* (x5) sudah memenuhi ketentuan. Sedangkan dari hasil pengujian nilai  $F_{hitung}$  sebesar 17.157 dan  $F_{tabel}$  sebesar 2,47 dengan signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $17.157 > 2,47$ ) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $sig < 0,05$ ), dengan demikian “terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama variabel bukti langsung (*Tangibles*), kehandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*) dan empaty (*Empathy*) terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Cabang Adisucipto Yogyakarta.

Dan untuk pengujian terhadap  $R^2$  /R square mendapatkan 0,477 yang berarti bahwa variabel *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphty* dalam penelitian ini dapat dijelaskan kepuasan nasabah sebesar 47,7% sedangkan sisanya 53,3% dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar variabel independen. Dari hasil penelitian ini menyimpulkan nasabah BRI Cabang Adisucipto cukup puas terhadap pelayanan yang diberikan, namun ada beberapa hal yang penting dan perlu diperhatikan seperti pada variabel *Tangibles* karena bukti fisik sifatnya abstrak dan harus dirasakan langsung oleh nasabah. Kualitas pelayanan yang sifatnya *Tangibles*, meliputi penampilan fisik ruangan yang memadai (ruangan tunggu, tempat duduk, interior yang nyaman), parkir loket pelayanan dan prasarana elektronik dan komonikasi harus tersedia cukup sehingga nsabah tidak menjadi kesulitan jika nasabah ingin berhubungan dengan Bank melalui jaringan telepon.

**Keyword: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, BRI Adisucipto Yogyakarta**

**A. Pendahuluan**

Kualitas pelayanan yang baik akan menentukan sikap konsumen dalam menilai, memutuskan sekaligus memberikan kesan terhadap pelayanan yang diberikan, karena sering kali konsumen yang merasa puas akan cenderung lebih loyal terhadap perusahaan itu. Kepuasan konsumen terhadap pelayanan perusahaan di pasar akan menjadi sangat penting untuk mempertahankan posisiperusahaan di

pasar serta menciptakan efektifitas dan efisiensi perusahaan. Kualitas pelayanan perusahaan-perusahaan itu dimaksudkan sebagai usaha untuk memenuhi harapan konsumen, sedangkan harapan konsumen tidak selamanya sama. Seiring dengan berjalannya waktu, harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan akan berbeda dan terus akan berkembang. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2004: 123).

Kualitas pelayanan yang baik merupakan upaya yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk menghadapi persaingan dalam bidang jasa yang erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang diharapkan oleh para konsumen adalah fasilitas yang memadai, pelayanan yang baik, kenyamanan, keamanan, ketenangan dan hasil yang memuaskan sehingga pihak manajemen harus memikirkan kualitas pelayanan bank. Upaya peningkatan mutu pelayanan di bank, akan sangat efektif apabila peningkatan mutu pelayanan merupakan tujuan sehari-hari dari seluruh karyawan bank, mulai dari pimpinan puncak atau direktur sampai dengan para pelaksana pelayanan bank.

BRI Cabang Adisucipto Yogyakarta, merupakan sebuah perusahaan yang menyediakan produk skaligus layanan (*service*) secara langsung kepada masyarakat di daerah Yogyakarta. Keberhasilan suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan tersebut mampu membahagiakan pelanggan dengan pelayananyang diberikan, sehingga akan tercipta kepuasan nasabah. Sedangkan menurut Zeithmal, etal. (Tjiptono dan Candra, 2007: 156) kepuasan nasabah akan tercapai apabila kualitas jasa yang diberikan meliputi 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan meliputi: *Tangibel* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness*(X3), *Assurance* (X4), *Emphaty* (X5)

Kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan, kepuasan adalah merupakan perbedaan antara harapan dan unjuk kerja. Apabila harapan tinggi sementara unjuk kerjanya biasa-biasa saja, kepuasan tidak akan tercapai (sangat mungkin konsumen akan merasa kecewa), sebaliknya apabila unjuk kerjanya melebihi dari yang diharapkan kepuasan akan menjadi meningkat.

Saat ini banyak pemakai jasa Bank BRI Cabang Adisucipto Yogyakarta semakin kritis terhadap pelayanan yang diberikan, hal ini disebabkan karena

banyaknya bank-bank yang tersedia dan dapat memberikan banyak pilihan bagi mereka. Sehubungan dengan substansi diatas, maka peneliti mengambil topik penelitian yang berjudul “*PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK RAKYAT INDONESIA CABANG ADISUCIPTOYOGYAKARTA*”.

## **B. Tinjauan Pustaka dan Hipotesis**

### **Landasan Teori**

#### **1. Pengertian Pemasaran**

Setiap perusahaan harus memandang pemasaran sebagai suatu kegiatan pokok yang memegang peranan penting dalam usahanya untuk mencapai tujuan. Jika perusahaan menginginkan agar usahanya tetap berjalan dengan lancar dan konsumen berpandangan baik terhadap perusahaan, maka kegiatan pemasaran harus dapat memberikan kepuasan.

Pemasaran menurut P.H. Ystrom: pemasaran meliputi segala kegiatan mengenai penyaluran barang atau jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen. Sedangkan menurut Peter Drucker, seorang ahli teori manajemen terkemuka mengatakan, pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan hasil secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. (Kotler, 1999:9)

Dari beberapa definisi diatas dapat diketahui pengertian pemasaran bahwa pemasaran secara jelas mengandung pengertian yang luas yaitu usaha yang dilakukan jauh sebelum barang diproduksi dan tidak hanya berakhir pada barang atau jasa tersebut dikonsumsi atau digunakan oleh konsumen.

#### **2. Pengertian manajemen pemasaran.**

Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan, dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi serta penyaluran gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran individu organisasi. (Kotler, 2000:9)

Jadi manajemen pemasaran adalah dirumuskan sebagai suatu proses manajemen yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan kegiatan-kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan.

3. Definisi jasa

Jasa adalah setiap tindakan atau manfaat yang apat diberikan oleh suatu pihaklainnya pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.(Sumarni,2002:28). Sedangkan menurut (Kotler dan Keller:2008). Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak lain, pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak.(Mastuti,etal 2011:3)

4. Mengukur Kualitas Jasa

Kualitas jasa dipengaruhi oleh dua variabel, yaitu jasa yang dirasakan (*perceivedservice*) dan jasa yang diharapkan (*expectedservice*). Bila jasa yang dirasakan lebih kecil dari pada yang diharapkan para pelanggan menjadi tidak tertarik pada pelayanan jasa yang bersangkutan. Sedangkan bila yang terjadi adalah sebaliknya (*perceivedexpected*), ada kemungkinanpara pelanggan akan menggunakan penyedia jasa.

Penelitian mengenai *customer-perceivedquality* pada industri jasa oleh Leonard L. Berry A. Parasuraman, dan Valerie A.Zeithmal 1985 (Tjiptono, 2010: 80),mengidentifikas kesenjangan (gap) yang menyebabkan kegagalan penyamaian jasa, yaitu :

- a. Gap antara harapan konsumen dan persepsi manajemen.

Pada dasarnya tidak semua pihak manajemen perusahaan mampu merasakan dan memahami apa yang diinginkan para pelanggan secara tepat. Akibatnya manajemen tidak mengetahui bagaimana suatu jasa didesain, dan jasa-jasa pendukung/ skunder apa yang diinginkan konsumen.

5. Dimensi Kualitas Pelayanan (SERVQUAL)

Dalam salah satu studi mengenai SERVQUAL oleh Parasuraman (1988) disimpulkan bahwa terdapat lima dimensi SERVQUAL sebagai berikut (Parasuraman,etal, 1998:148).

- a. *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan

sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Adapun bukti fisik (*Tangibles*), meliputi ruangan tunggu, seperti tempat duduk, gedung, area parkir, loket pelayanan dan prasarana elektronik yang memadai.

- b. *Reliability*, atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Adapun bukti fisik dari (ketanggapan) meliputi, pelayanan yang diberikan tepat waktu, bersikap profesional dalam melayani nasabah.
  - c. *Responsiveness*, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan layanan yang cepat (*Responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Adapun bukti fisik dari *Responsiveness* (ketanggapan) meliputi, memberikan pelayanan yang cepat dan tepat.
  - d. *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kosopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pada pelanggan kepada perusahaan.
  - e. *Emphaty* yaitu, memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.
6. Definsi Kepuasan Nasabah

Enggel, etal. 1990. (Tjiptono, 2006:146), mengungkapkan bahwa kepuasan nasabah merupakan evaluasi pembeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. Sedangkan pakar pemasaran Kotler.1996, (Usmara, 2003:93) menandakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seorang telah membandingkan dengan harapannya.

Dari definsi di atas ada beberapa kesamaan yaitu menyangkut komponen kepuasan pelanggan (harapan dan kinerja/hasil yang dirasakan). Umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk

(barang/jasa). Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli.

### **Hipotesis**

Ada pengaruh secara persial (individu) dan simultan (bersama sama) dalam dimensi penampilan fisik *Tangibel* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness*(X3), *Assurance* (X4), dan *Empathy* (X5) terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Cabang Adisucipto Yogyakarta.

## **C. Populasi, Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel**

### 1. Populasi dan sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya(Sugiono, 2011:61). Dalam penelitian ini yang menjadi populasinya adalah seluruh nasabah yang menggunakan jasa pelayanan Bank BRI Cabang Adisucipto Yogyakarta.

#### 1. Sampel dan tehnik pengambilan sampel

Sampel yang diambil adalah para nasabah pemegang tabungan yang menggunakan jasa Bank Rakyat Indonesia Cabang Adisucipto Yogyakarta berjumlah 100 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin (Sevila, 1993: 161)

$$n = \frac{N}{1 + N_e^2} = \frac{5315}{1 + 5315 (0,1)^2} = 98,153278(\text{dibulatkan } 100)$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran populasi

e = Tingkat Kesalahan yang ditoleransi, yaitu sebesar 100

### 2. Metode Pengumpulan Data

kuisisioner (*Questionnaires*), yaitu metode pengumpulan penelitian pada kondisi tertentu kemungkinan tidak memerlukan kehadiran peneliti. Pertanyaan peneliti dan jawaban responden dapat dikemukakan secara tertulis melalui suatu kuisisioner.

### 3. Jenis Data

a. Data Primer

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer, data primer merupakan data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian.

4. Uji **Kuesioner**

Instrumen penelitian yang menggunakan skala likert dapat dibuat dalam bentuk *checklist* ataupun pilihan ganda. Dalam kuesioner terdapat uji validitas dan reliabilitas.

1) Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian untuk melihat sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur berupa kuesioner dalam melakukan fungsi ukurnya. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat, kemudian membandingkan dengan taraf signifikans 5% atau 0,05 apabila probabilitas signifikansi lebih kecil atau sama dari 0,05 maka butir pertanyaan dinyatakan valid.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini digunakan untuk mengukur data yang digunakan reliabel atau tidak. Uji reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel, jika jawaban seorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

5. Analisis Data

1. Regresi Liner Berganda

Regresi berganda yaitu untuk menganalisis seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen. Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua (Sujarweni, 2007:81).

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana:

Y = Variabel dependen yaitu kepuasan nasabah

$X_1$  = Bukti langsung (*Tangibles*)

$X_2$  = Keandalan (*Reliability*)

$X_3$  = daya tanggap (*Responsiveness*)

$X_4$  = jaminan (*Assurance*)

$X_5$  = (*Emphaty*)

$a$  = konstanta

$e$  = kesalahan eror

$b_1, b_2, b_3, b_4, b_5$  = koefisien-koefisien regresi

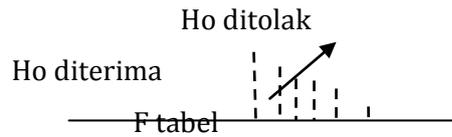
## 6. Uji Hipotesis

### 1. Uji F

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah kelima variabel tersebut secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan dengan kepuasan nasabah.

Kreteria pengujian :

- Menentukan *level of signifikan* ( $\alpha$ ), dengan cara melihat pada tabel distribusi F dengan taraf signifikan ( $\alpha$ ) = 5%
- Menentukan nilai  $F_{hitung}$  dengan menggunakan program SPSS 17,0
- Membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ , dimana jika nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$ , atau nilai  $sig < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima artinya terdapat pengaruh mutu pelayanan secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI Cabang Adisucipto Yogyakarta, dan sebaliknya jika nilai  $F_{hitung}$  lebih kecil dari  $F_{tabel}$ , atau  $sig > 0,05$ , maka  **$H_0$  diterima, atau  $H_a$  ditolak**, artinya tidak ada pengaruh secara simultan antara mutu pelayanan terhadap keputusan nasabah pada Bank BRI Cabang Adisucipto Yogyakarta.



**Gambar III.2 Uji F**

2. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas.

**D. Analisis Data dan Pembahasan**

**A. Pengujian Instrumen Penelitian**

Uji coba instrumen dimaksudkan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas instrumennya sehingga dapat diketahui layak tidaknya instrumen yang dipergunakan untuk memperoleh data penelitian.

**1. Uji Kuesioner**

Dalam penelitian ini, dilakukan pengujian terhadap kuesioner untuk memberikan keyakinan bahwa item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid dan reliabel.

**a. Uji Validitas**

Untuk menentukan valid tidaknya digunakan taraf signifikan 5% jika  $P \geq 0,05$  maka butir instrumen tersebut gugur, jika  $P \leq 0,05$  maka butir instrumen tersebut valid. Untuk melakukan pengujian validitas dengan *Correlation Bivariate*. Dengan menggunakan program SPSS Versi 17.0 *for windows* dihasilkan data sebagai berikut

a. Validitas Variabel *Tangible*

**Tabel V.1**

**Validitas Variabel *Tangible* (X1)**

Variabel	<i>PearsonCorrelation</i>	Signifikansi	Status
Tangible 1	.843	0,000	Valid
Tangible 2	.612	0,000	Valid
Tangible 3	.747	0,000	Valid
Tangible 4	.676	0,000	Valid

Sumber : Data Primer diolah, 2019-02-29

b. Validitas *Reliability* (X2)

**Tabel V.2**

**Validitas variabel *Reliability* (X2)**

Variabel	<i>PearsonCorrelation</i>	Signifikansi	Status
Reliability 1	.800	0,000	Valid
Reliability 2	.939	0,000	Valid
Reliability 3	.748	0,000	Valid
Reliability 4	.796	0,000	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2019-02-29

c. Validitas *Responsiveness* (X3)

**Tabel V.3**

**Validitas Variabel *Responsiveness* (X3)**

Variabel	<i>PearsonCorrelation</i>	Signifikansi	Status
Responsiveness 1	.743	0,000	Valid
Responsiveness 2	.817	0,000	Valid
Responsiveness 3	.891	0,000	Valid
Responsiveness 4	.858	0,000	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2019-02-29

d. Validitas *Assurance* (X4)

**Tabel V.4**

**Validitas Variabel *Assurance***

Variabel	<i>PearsonCorrelation</i>	Signifikansi	Status
Assurance 1	.828	0,000	Valid
Assurance	.878	0,000	Valid
Assurance	.819	0,000	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2019-02-29

e. Validitas *Empaty* (X5)

**Tabel V.5**  
**Validitas Variabel *Empaty* (X5)**

Variabel	<i>PearsonCorrelation</i>	Signifikansi	Status
<i>Empaty</i> 1	.842	0,000	Valid
<i>Empaty</i> 2	.797	0,000	Valid
<i>Empaty</i> 3	.779	0,000	Valid
<i>Empaty</i> 4	.784	0,000	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2019-02-29

f. Validitas *Kepuasan* (Y)

**Tabel V.6**  
**Validitas variabel *kepuasan* (X5)**

Variabel	<i>PearsonCorrelation</i>	Signifikansi	Status
<i>Kepuasan</i> 1	.421	0,000	Valid
<i>Kepuasan</i> 2	.784	0,000	Valid
<i>Kepuasan</i> 3	.753	0,000	Valid
<i>Kepuasan</i> 4	.884	0,000	Valid
<i>Kepuasan</i> 5	.875	0,000	Valid
<i>Kepuasan</i> 6	.759	0,000	Valid
<i>Kepuasan</i> 7	.804	0,000	Valid

Sumber : data Primer diolah, 2019-02-29

**b. Uji Reliabilitas**

katakan reliabel jika nilai *CronbachAlpha* > dari 0,60

Berdasarkan uji reliabilitas instrumen dengan menggunakan program SPSS versi 17,0 *forwindows* dihasilkan data sebagai berikut:

**Tabel V.7**

**Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Rule of Thumb</i>	Keterangan
Tangible	0,691	0,60	Reliabel
Reliability	0,846	0,60	Reliabel
Responsiveness	0,852	0,60	Reliabel
Assurance	0,847	0,60	Reliabel
Empaty	0,825	0,60	Reliabel
Kepuasan	0,819	0,60	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah, 2019-02-29

**B. Analisis Data**

1. Regresi liner Berganda :

**Tabel V.13**  
**Analisis Regresi Liner Berganda**

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.852	2.397		2.859	.005
	Tangible	.312	.139	.191	2.241	.027
	Reliability	.344	.167	.235	2.062	.042
	responsiveness	.141	.223	.095	.634	.528
	Assurance	.032	.259	.016	.123	.902
	Empaty	.503	.171	.318	2.948	.004

Analisis a. DependentVariable: kepuasan

Regresi

Liner Berganda

Sumber :Data primer diolah, 2019-02-29

Dari tabel 2.13 diperoleh persamaan liner berganda sebagai berikut:

$$Y = 6,852 + 0,312 X_1 + 0,344 X_2 + 0,141X_3 + 0,032 X_4 + 0,503 X_5$$

2. Uji F

**Tabel V.14**  
**Uji hipotesis secara simultan**

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	599.231	5	119.846	17.157	.000 <sup>a</sup>
Residual	656.609	94	6.985		
Total	1255.840	99			

a. Predictors: (Constant), empty, tangible, reliability, assurance, responsiveness

b. DependentVariable: kepuasan

1) Menentukan hipotesis nihil dan hipotesismalternatif

Ho :  $b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara mutu pelayanan (*Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Emphaty*) secara simultan atau bersama sama terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI Cabang Adisucipto Yogyakarta.

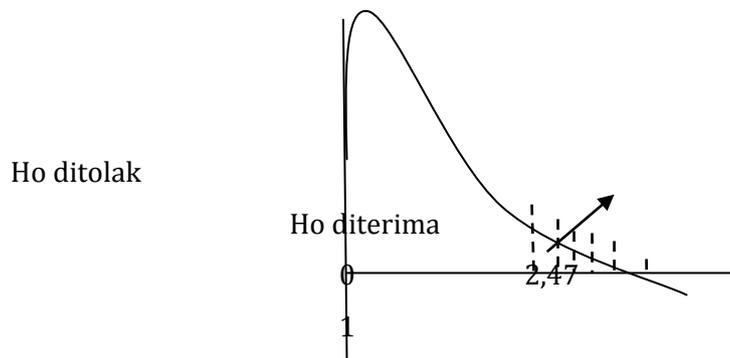
Ha :  $b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara mutu pelayanan (*Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Emphaty*) secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Cabang Adisucipto Yogyakarta.

2) *Level of signifikan* ( $\alpha$ ), dengan taraf signifikan ( $\alpha$ ) = 5%. Nilai  $F_{tabel}$  (5-1, 100-5) = 2,47

3) Nilai  $F_{hitung} = 17.157$

4) Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil pengujian diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 17.157 dan  $F_{tabel}$  sebesar 2,47 dengan signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $17.157 > 2,47$ ) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $sig < 0,05$ ), dengan demikian hipotesis yang menyatakan “terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama variabel bukti langsung (*Tangibles*), kehandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*) dan empaty (*Emphaty*) terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Cabang Adisucipto Yogyakarta



**GambarV. 6 Uji F**

3. Uji Determinan ( $R^2$ )

**Tabel V.16**

**Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.691 <sup>a</sup>	.477	.449	2.64295

a. Predictors: (Constant), emapty, tangible, reliability, assurance, responsiveness

Sumber : data Primer diolah 2019-02-29

Pada tabel 5.16 nilai  $R^2$  square adalah 0,477 yang berarti bahwa variabel *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance* dan *Emphty* dalam penelitian ini dapat dijelaskan kepuasan nasabah sebesar 47,7% sedangkan sisanya 53,3% dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar variabel independen.

## **E. Kesimpulan**

1. Analisis uji t menunjukkan hasil sebagai berikut:
  - a. Terdapat pengaruh yang signifikan antara mutu pelayanan yang besifat *Tangibles* terhadap kepuasan nasabah Bank BRI cabang Adisucipto Yogyakarta. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai t hitung 2.241 dengan tingkat signifikansi 0.027 lebih kecil dari 0,05 (sig<0,05). **Hipotesis terbukti**
  - b. Terdapat pengaruh yang signifikan antara mutu pelayanan yang besifat *Reliability* terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI cabang Adisucipto Yogyakarta. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai t hitung 2.062 dengan tingkat signifikansi 0.042 lebih kecil dari 0,05 (sig<0,05). **Hipotesis terbukti**
  - c. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara mutu pelayanan yang besifat *Responsiveness* terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI cabang Adisucipto Yogyakarta. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai t hitung 0,634 dengan tingkat signifikansi 0.528 lebih besar dari 0,05 (sig>0,05). **Hipotesis tidak terbukti karena** dimensi *Responsiveness* (daya tanggap) seperti, kesinggapan, kecepatan dalam hal pelayanan, dan membantu kesulitan yang dihadapi nasabah, sedikit berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini disebabkan karena daya tanggap nasabah sudah bagus dan untuk pencairan kredit relatif mudah bisa cair dalam satu hari apabila prosedurnya sudah lengkap atau terpenuhi.
  - d. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara mutu pelayanan yang besifat *Assurance* terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI cabang Adisucipto Yogyakarta. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai t hitung 0,123 dengan tingkat signifikansi 0.902 lebih besar dari 0,05 (sig>0,05). **Hipotesis tidak terbukti, karena** nasabah sudah yakin bahwa prosedur sudah benar sesuai

regulasi yang berlaku sehingga nasabah menjadi tidak ragu lagi untuk menjadi nasabah BRI cabang Adisucipto Yogyakarta. Selain itu Bank BRI adalah bank milik pemerintah (BUMN) artinya tingkat risiko relatif sedikit dibandingkan dengan bank-bank lain dalam hal jaminan keamanan.

### **Daftar Pustaka**

- Aksa H, Mastuti dan Ratnasari Tri Ririn. 2004. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Kasus*. Surabaya: Ghalia Indonesia Anggota IKAPI
- Consuelo G. Sevilla, Jesus A. Ochave. 1993. *Pengantar Metode Penelitian*. Terjemahan Alimuddin Tuwu. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Ghozali Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hasan M ikbal. 2001. *Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (statistik inferensif)* Edisikedua. Jakarta: Bumi Aksara.
- [http : //ejournal.unud.ac.id/abstrak/yuliarmi\(1\).pdf](http://ejournal.unud.ac.id/abstrak/yuliarmi(1).pdf)
- Indriantoro Nur dan Bambang Supomo. 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akutansi dan Manajemen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE
- Kotler Philip. 1999. *Manajemen Pemasaran*. Edisi melenium pertama. Jakarta: Prentice
- Kasmir. 2003. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Edisi Revisi. Cetakan Ketujuh. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Lupiyoadi Rambat. 2001. *manajemen pemasaran jasa teori dan praktek*. Edisi pertama. Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono. 2011. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2008. *Statistika Untuk penelitian, cetakan ketiga belas*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sujarweni V. Wiratna, 2007. *Belajar Mudah SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta: Global Media Informasi
- Sujarweni V. Wiratna, 2007. *Panduan Mudah Menggunakan SPSS dan Contoh Penelitian Bidang Ekonomi*. Yogyakarta : Ardana Media
- Tjiptono. 2006. *Manajmen Jasa*, Yogyakarta: Andi Publisier
- Usmara. A. 2003. *Strategi Baru Manejmen Pemasaaan*. Yogyakarta: Amara Books.