

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH
PADA PT BANK RAKYAT INDONESIA Tbk. UNIT DAENG SIRUA CABANG
PANAKKUKANG MAKASSAR**

***The Influence Of Service Quality Dimensions On Costumer's Satisfactions At
The Bank Rakyat Indonesia Tbk. Unit Daeng Sirua Branch of Panakkukang
Makassar Limited Liability Company***

Abdul Rahman^{*1)}

UIN Alauddin Makassar

abdulrahman1582@gmail.com

Indriani ^{*2)}

Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Lasharan Jaya Makassar

indriani9619@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah yang menggunakan jasa PT Bank Rakyat Indonesia Tbk. Unit Daeng Sirua Cabang Panakkukang Makassar. Analisis data menggunakan metode regresi linear berganda dan metode kuantitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data observasi, kuesioner, dan penentuan sampel yang digunakan adalah aksidental sampling sebanyak 100 sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* masing – masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan *empathy* berpengaruh negative dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dan secara simultan *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kata Kunci : *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy* dan Kepuasan Nasabah.

ABSTRAK

The research aims to know and analyse how much influence the dimensions of service quality have in the level of satisfaction felt by costumers who use the service of the Bank Rakyat Indonesia Tbk. Unit Daeng Sirua branch of Panakkukang Makassar Limited Liability Company. The analytical method used is multiple linear refression method and the mhetod in this research ins quantitative method by using observation data collection techniques, questionnaires, and determining the sample used is accidental sampling of 100 samples. The results of the study show that partially the dimensions of service quality consisting of tangible, reliability, responsiveness and assurance each have a positive and significant effect on costumer satisfaction, while empathy has a negative and significant effect on costumer satisfaction. And simultaneously tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy has positive and significant effect on costumer satisfaction.

Keyword : Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and Costumer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Kepuasan nasabah adalah kunci utama untuk memenangkan persaingan yang dapat dipengaruhi oleh beberapa factor antara lain kualitas produk, harga, biaya, factor emosional, dan kualitas pelayanan. Kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan – harapannya, Wuladari (2016). Kepuasan nasabah akan terpenuhi apabila mereka memperoleh apa yang diinginkan terutama dari segi kualitas pelayanan yang mereka dapatkan.

Perusahaan – perusahaan yang bergerak dibidang perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasarkan asas kepercayaan sehingga masalah kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha, Kotler (1997). Dalam memberikan pelayanan, perbankan harus memenuhi lima kriteria kualitas pelayanan yang biasa disebut *SERVQUAL (Service Quality)* sehingga dapat menciptakan nasabah yang puas, yaitu *Reliability* (kehandalan), *Assurance* (Jaminan), *Tangible* (bukti fisik), *Empathy* (kepedulian) dan *Responsiveness* (cepat tanggap), Parasuraman et.,al (1994).

Penelitian mengenai kualitas pelayanan bank sudah banyak dilakukan oleh peneltian terdahulu. Beberapa diantaranya yaitu Usniatun (2014) dalam penelitiannya dengan variable independent Kualitas Pelayanan dan variable dependent Kepuasan Nasabah dengan responden nasabah Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Yogyakarta menyimpulkan bahwa variable keefektifan dan jaminan, harga, keterwujudan, dan portofolio jasa secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan ansabah.

Rosita (2015) dalam jurna penelitiannya dengan variabel independen Kualitas pelayanan dan variabel dependen Kepuasan Nasabh dengan responden nasabah Bank Negara Indonesia, bank Rakyat Indonesia, Bank Mandiri, dan *Bank Central of Asia (BCA)* di Bekasi, serta lima dimensi

kualitas pelayanan yaitu *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan dan secara parsial *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, dan *Assurance* berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan *Empathy* berpengaruh negative dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Primasari (2016) dalam penelitiannya dengan variabel independen Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Tabungan IB Hasanah dan variabel dependen Kepuasan Nasabah dengan responden nasabah Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Ungaran menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Negara Indonesia Syariah KCP Ungaran.

Wahab (2017) dalam jurnal penelitiannya dengan variabel independen Kualitas Pelayanan dan variabel dependen Kepuasan Nasabah dengan responden nasabah Industri Perbankan Syariah Kota Pekanbaru menyimpulkan bahwa variabel *Tangible*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* berpengaruh signifikan. Sedangkan variabel *Reliability* tidak berpengaruh signifikan.

Adanya *research gap* tersebut diatas yang menunjukkan pengaruh yang berbeda pada setiap variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Maka PT Bank Rakyat Indonesia Tbk. Unit Daeng Sirua Cabang Panakkukang Makassar harus memberikan pelayanan yang terbaik agar nasabah merasa nyaman dan puas.

TINJAUAN TEORITIS

1. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan tingkat kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh perusahaan jasa dalam rangka memuaskan konsumen dengan cara memberikan atau menyampaikan jasa yang melebihi harapan konsumen, Andi (2000).

b. Dimensi Kualitas Pelayanan (*SERVQUAL*)

Menurut Parasuraman et.,al (1994) terdapat lima dimensi *SERVQUAL* (*Service Quality*) yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu *Tangible*, *Responsiveness*, *Reliability*, *Assurance* dan *Empathy*

Table 1
Indikator Variabel Kualitas Pelayanan

Indikator Variabel Kualitas Pelayanan (X)	
X ₁	<i>Tangible</i>
	1. Kondisi Gedung
	2. Peralatan Modern Mendukung
	3. Penampilan Karyawan
	4. Kerapihan Karyawan
X ₂	<i>Reliability</i>

	1. Menepati janji yang telah disepakati
	2. Menunjukkan perhatian tulus untuk penyelesaian masalah nasabah
	3. Keramahan karyawan
	4. Menampilkan layanan sesuai dengan yang dijanjikan
	5. Berusaha tidak melakukan kesalahan
X ₃	<i>Responsiveness</i>
	1. Memberikan penjelasan yang jelas
	2. Memberikan layanan secara tepat, cepat dan tanggap
	3. Bersedia membantu nasabah
	4. Menanggapi permintaan ataupun keluhan nasabah
X ₄	<i>Assurance</i>
	1. Menumbuhkan kepercayaan kepada nasabah
	2. Perasaan aman dan terjamin dalam melakukan transaksi
	3. Karyawan bersikap sopan dan ramah
	4. Mampu menjawab pertanyaan nasabah
X ₅	<i>Empathy</i>
	1. Memberikan perhatian secara pribadi
	2. Memperlakukan nasabah secara personal
	3. Memperhatikan kepentingan nasabah
	4. Memahami kebutuhan nasabah

Sumber : Parasuraman et.,al (1994) dan Cronin dan Taylor (1992)

2. Kepuasan

a. Pengertian Kepuasan

Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan – harapannya, Wulandari (2016).

b. Faktor – faktor yang Menentukan Tingkat Kepuasan

Menurut Irawan (2002) ada lima faktor – faktor yang menentukan tingkat kepuasan nasabah yaitu kualitas produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Faktor emosional dan biaya.

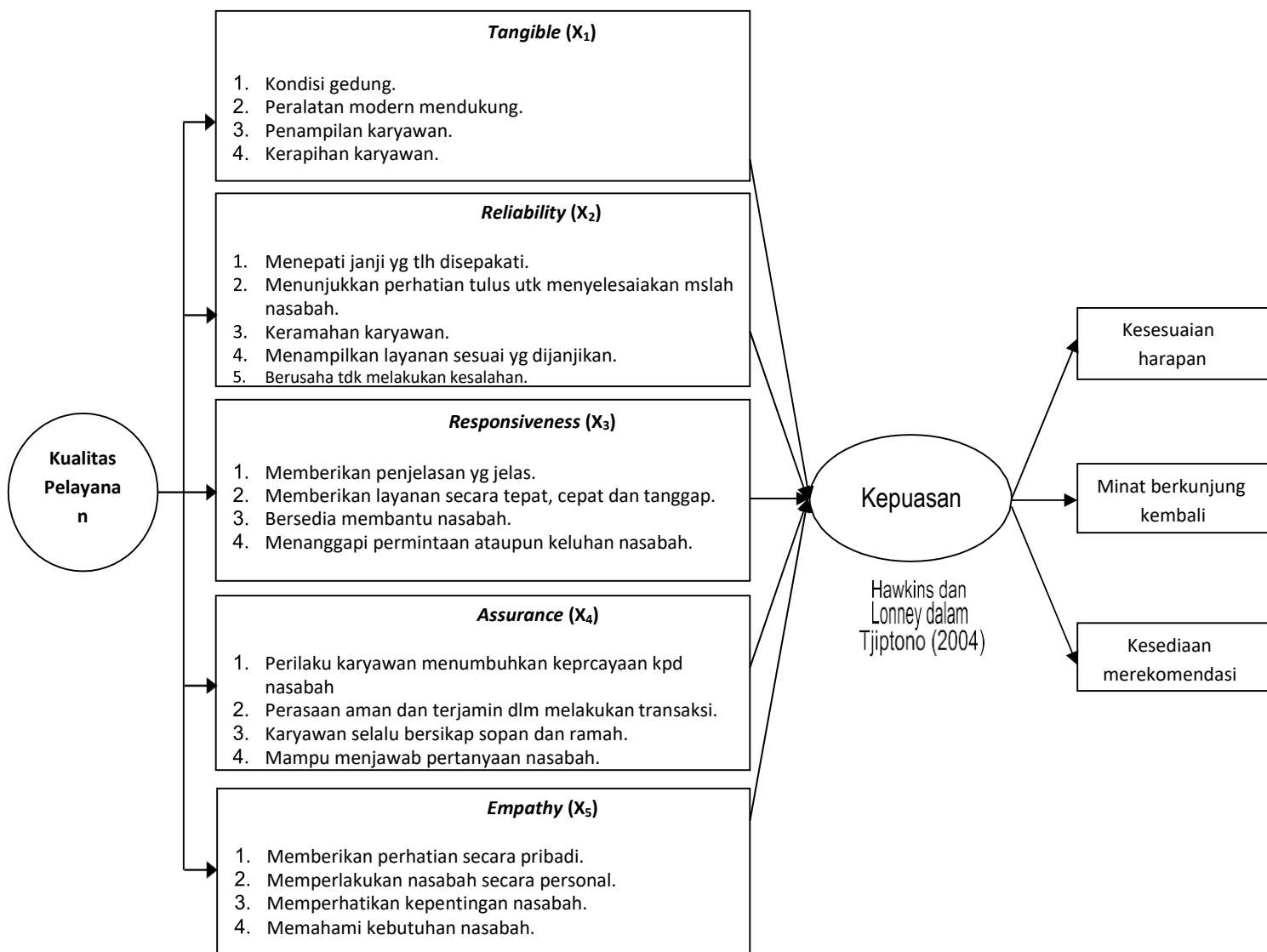
c. Indikator Kepuasan Nasabah

Tabel 2
Indikator Kepuasan nasabah

Indikator Variabel Kepuasan Nasabah (Y)
1. Kesesuaian harapan
2. Minat berkunjung kembali
3. Kesiediaan merekomendasi

Sumber : Hawkins dan Lonney dalam Tjiptono (2004)

Kerangka Pemikiran



Gambar 1
Kerangka Pikir

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Untuk mendapatkan hasil penelitian, maka penelitian dilaksanakan pada kantor PT Bank Rakyat Indonesia Tbk. Unit Daeng Sirua Cabang Panakkukang Makassar, Jln. Abdullah Daeng Sirua No. 115, Tamamaung, Panakkukang, Kota Makassar, Sulawesi Selatan 90231. Pada bulan April sampai dengan Mei 2019.

Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penulisan ini adalah data kuantitatif, yaitu data dalam bentuk angka-angka yang dapat dihitung yang diperoleh dari pernyataan – pernyataan untuk nasabah yang dimuat dalam kuesioner.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penulisan ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden atau nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Tbk. Unit Daeng Sirua Cabang Panakkukang Makassar.

Metode Analisis

Dari data yang didapatkan dari nasabah yang menjadi sampel dalam penelitian ini, selanjutnya dilakukan analisis data dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda.

HASIL

1. Analisis regresi linear berganda

Tabel 3
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	11,426	4,347
TANGIBLE	,197	,072
RELIABILITY	,145	,062
RESPONSIVENESS	,247	,068
ASSURANCE	,434	,072
EMPATHY	-,258	,071

Sumber : Hasil Output SPSS, Tahun 2019

Dari Tabel 3 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

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

$$Y = 11,426 + 0,197X_1 + 0,145X_2 + 0,247X_3 + 0,434X_4 - 0,258X_5$$

2. Pengujian Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Tabel 4
 Hasil Uji-t (Parsial)

Model	T	Sig.
1 (Constant)	2,629	,010
TANGIBLE	2,732	,008
RELIABILITY	2,333	,022
RESPONSIVENESS	3,641	,000
ASSURANCE	6,023	,000
EMPATHY	-3,617	,000

Sumber : Hasil Output SPSS, Tahun 2019

b. Uji F (Simultan)

Tabel 5
 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA²

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	155,136	5	31,027	41,326	,000 ^b
Residual	70,574	94	,751		
Total	225,710	99			

Sumber : Hasil Output SPSS, Tahun 2019

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengujian statistik, terlihat bahwa variabel-variabel independen secara parsial dan bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Pengaruh variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* bersifat positif dan signifikan, sedangkan pengaruh variabel *empathy* bersifat negatif dan signifikan. Hal tersebut sesuai dengan hipotesis yang diajukan serta hasil penelitian sebelumnya. Pengaruh variabel-variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh *Tangible* terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian, hipotesis (H1) membuktikan terdapat pengaruh antara *tangible* terhadap kepuasan nasabah. Hasil uji statistik yang telah dilakukan menunjukkan nilai t_{hitung} variabel *tangible* sebesar 2,732 dengan taraf signifikansi sebesar 0,008 lebih kecil

dari 0,05 ($0,008 < 0,05$). Pengujian ini membuktikan bahwa variabel *tangible* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia Tbk. Unit Daeng Sirua Cabang Panakkukang Makassar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Usniatun (2014) terdapat pengaruh positif dan signifikan keterwujudan (*tangible*) terhadap kepuasan nasabah tabungan IB Hasanah pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Yogyakarta, Rosita (2015) dalam jurnalnya menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *tangible* terhadap kepuasan nasabah Bank Negara Indonesia, Bank Rakyat Indonesia, Bank mandiri, dan *Bank Central Of Asia* (BCA) di Bekasi, Primasari (2016) menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Ungaran, dan Wahab (2017) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *tangible* terhadap kepuasan nasabah pada Industri Perbankan Syariah Kota Pekanbaru.

2. Pengaruh *Reliability* terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian, hipotesis (H2) membuktikan terdapat pengaruh antara *reliability* terhadap kepuasan nasabah. Hasil uji statistik yang telah dilakukan menunjukkan nilai t_{hitung} variabel *reliability* sebesar 2,333 dengan taraf signifikansi sebesar 0,022 lebih kecil dari 0,05 ($0,022 < 0,05$). Pengujian ini membuktikan bahwa variabel *reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia Tbk. Unit Daeng Sirua Cabang Panakkukang Makassar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rosita (2015) dalam jurnalnya menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *reliability* terhadap kepuasan nasabah Bank Negara Indonesia, Bank Rakyat Indonesia, Bank mandiri, dan *Bank Central Of Asia* (BCA) di Bekasi dan Primasari (2016) menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Ungaran. Lain halnya dengan penelitian Usniatun (2014) dimana dalam penelitiannya variabel *reliability* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan IB Hasanah pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Yogyakarta dan Wahab (2017) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa variabel *reliability* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap

kepuasan nasabah pada Industri Perbankan Syariah Kota Pekanbaru.

3. Pengaruh *Responsiveness* terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian, hipotesis (H3) membuktikan terdapat pengaruh antara *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah. Hasil uji statistik yang telah dilakukan menunjukkan nilai t_{hitung} variabel *responsiveness* sebesar 3,651 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Pengujian ini membuktikan bahwa variabel *responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia Tbk. Unit Daeng Sirua Cabang Panakkukang Makassar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rosita (2015) dalam jurnalnya menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah Bank Negara Indonesia, Bank Rakyat Indonesia, Bank mandiri, dan *Bank Central Of Asia* (BCA) di Bekasi, Primasari (2016) menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Ungaran, dan Wahab (2017) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah pada Industri Perbankan Syariah Kota Pekanbaru.

4. Pengaruh *Assurance* terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian, hipotesis (H4) membuktikan terdapat pengaruh antara *assurance* terhadap kepuasan nasabah. Hasil uji statistik yang telah dilakukan menunjukkan nilai t_{hitung} variabel *responsiveness* sebesar 6,603 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Pengujian ini membuktikan bahwa variabel *assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia Tbk. Unit Daeng Sirua Cabang Panakkukang Makassar. Dan dari kelima dimensi kualitas pelayanan variabel *assurance* merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling kuat terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Usniatun (2014) terdapat pengaruh positif dan signifikan jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan nasabah tabungan IB Hasanah pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Yogyakarta, Rosita (2015) dalam jurnalnya menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *assurance* terhadap kepuasan nasabah Bank Negara Indonesia,

Bank Rakyat Indonesia, Bank mandiri, dan *Bank Central Of Asia* (BCA) di Bekasi, Primasari (2016) menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Ungaran, dan Wahab (2017) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *assurance* terhadap kepuasan nasabah pada Industri Perbankan Syariah Kota Pekanbaru.

5. Pengaruh *Empathy* terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian, hipotesis (H5) membuktikan terdapat pengaruh antara *empathy* terhadap kepuasan nasabah. Hasil uji t yang telah dilakukan menunjukkan nilai t_{hitung} variabel *empathy* sebesar -3,617 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Pengujian ini membuktikan bahwa variabel *empathy* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Ini disebabkan karena nasabah sudah merasa diberikan perhatian secara individu, nasabah sudah merasakan karyawan menangani nasabah dengan penuh perhatian, dan nasabah sudah merasakan karyawan memberikan pelayanan kepada semua nasabah tanpa memandang status sosial. Dengan kata lain peningkatan atau penurunan variabel *empathy* tidak akan berdampak pada naik turunnya tingkat kepuasan nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia Tbk. Unit Daeng Sirua Cabang Panakkukang Makassar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rosita (2015) dalam jurnalnya menunjukkan terdapat pengaruh negatif dan signifikan variabel *empathy* terhadap kepuasan nasabah Bank Negara Indonesia, Bank Rakyat Indonesia, Bank mandiri, dan *Bank Central Of Asia* (BCA) di Bekasi.

Lain halnya dengan penelitian Primasari (2016) menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Ungaran, dan Wahab (2017) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *empathy* terhadap kepuasan nasabah pada Industri Perbankan Syariah Kota Pekanbaru.

6. Pengaruh Variabel *Tangilbe*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy* Secara Bersama-sama Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil pengujian hipotesis kedua yaitu uji F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 41,326 dengan nilai signifikansi 0,000. Dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dapat

disimpulkan bahwa variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia Tbk. Unit Daeng Sirua Cabang Panakkukag Makassar. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi dimensi kualitas pelayanan (*tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*) maka akan meningkatkan kepuasan nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia Tbk. Unit Daeng Sirua Cabang Panakkukang Makassar.

Berdasarkan hasil dari nilai *Adjusted R Square* (R^2) yang diperoleh sebesar 0,671 (67,1%) mampu menjelaskan bahwa kontribusi variabel independen yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* mampu menjelaskan variasi variabel dependen yaitu kepuasan nasabah yang menunjukkan adanya pengaruh positif yang mampu mempengaruhi 67,1% perubahan kepuasan nasabah, sedangkan sisanya 32,9% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

SIMPULAN

Dari hasil uraian tentang pengaruh dimensi kualitas pelayanan yakni *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia Tbk. Unit Daeng Sirua Cabang Panakkukang Makassar, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa:
 - a. Variabel *tangible* (bukti fisik) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
 - b. Variabel *reliability* (kehandalan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
 - c. Variabel *responsiveness* (cepat tanggap) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
 - d. Variabel *assurance* (jaminan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
 - e. Variabel *empathy* (kepedulian) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Dari kelima dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*, yang memiliki pengaruh paling kuat terhadap kepuasan nasabah adalah variabel *assurance* (jaminan).

2. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
3. Hasil dari *Adjusted R Square*, diperoleh hasil 0,671. Hal ini berarti bahwa kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh kelima dimensi kualitas pelayanan yakni *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* 67,1% sedangkan sisanya 32,9% dijelaskan oleh variabel lain diluar model misalnya, kualitas produk, biaya, dan faktor emosional.

ACKNOWLEDGEMENT

Penelitian ini dapat terlaksana atau diselesaikan dengan tepat waktu tertentu dengan adanya partisipasi dan dukungan dari beberapa pihak, terutama pihak yang telah memberikan izin penelitian, untuk itu izinkan peneliti mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada Kepala Unit PT Bank Rakyat Indonesia Tbk. Unit Daeng Sirua Cabang Panakkukang Makassar.

DAFTAR PUTAKA

- Duwi, Priyanto. 2014. *Spss 22: Pengolahan Data Terpraktis*, Yogyakarta: C.V Andi Offset
- Kasmir, 2004, *Pemasaran Bank*, Prenada Media, Jakarta.
- Kasmir, 2005. *Dasar-dasar Perbankan*, Jakarta: Penerbit PT. Raja Grafindo Persada.
- Khatimah, Husnul. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Nasabah BRI Cabang Semarang Pattimura). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Kotler, Philip dan Gery Armstrong. 1997, Alih bahasa; Alexander Sindoro, Penyunting; Benyamin Molan, *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi Jilid dua, Prenhalindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I dan II. terjemahan Hendra Teguh. Penerbit; PT. Prenhalindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2007. *Alih Bahasa*: Benyamin Molan; Penyunting: Bambang Sarwiji, SE; *Manajemen Pemasaran*, edisi 12 Jilid 2; PT. Indeks, Jakarta.
- Kuswanto, Adi. 2009. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah*. Jurnal Ekonomi Bisnis No. 2 Vol. 14 Agustus, 2009.
- Latumerissa, Julius R. 1996. *Esensi-esensi perbankan internasional*, (Jakarta: Bumiaksara).

- Madona, Fitri. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada PT. Bank Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.
- Murti, Agustya. 2006. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Kepuasan Nasabah Deposito (Studi Kasus pada PT. Bank Mandiri (Persero) Cash Outlet PLN). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara Medan.
- Parasuraman, A., Zeithalm, V., et.al. 1990. *Delivering Quality Service, The Free Press*, Maxwell Macmillan, Canada.
- Primasari, Destika. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Tabungan IB Hasanah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada PT. BNI Syariah KCP Ungaran). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga.
- Rahmawati, Lulu Devi. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Faedah BRI Syariah KCP Sleman Affandi Yogyakarta. *Skripsi*. Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Rahman, MA. Riza. 2008. *Analisis Faktor-Faktor yang Menentukan Kepuasan Nasabah Pinjaman dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah*, Tesis. Magister Manajemen Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang.
- Rosita, Rahima. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah BNI, BRI, Bank Mandiri dan BCA di Bekasi*. E-Journal WIDYA Ekonomika No. 1 Vol. 1 Agustus 2015.
- Sudirman, Dewi Yanti. 2011. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Britama (Studi Kasus pada PT. BRI (Persero) Tbk. Cabang A. Yani Makassar). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin Makassar.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Usniatun, Siti. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan IB Hasanah (Studi kasus pada PT. BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta). *Skripsi*. Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Wahab, Wirdayani. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru*. Jurnal Kajian Ilmu Ekonomi Islam No. 1 Vol. 2 Januari-Juni 2017.

Accounting, Accountability and Organization System Journal (AAOS)
E-ISSN 2716-2125
Vol. 2 (1) September (2020)

Available Online at :

<https://jounal.unifa.ac.id/index.php/aaos>