JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN BISNIS
P-ISSN 2620-9551
E-ISSN 2622-1616
JAMBURA: Vol 4. No 2. SEPTEMBER 2021
Website Jurnal: http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB

Membangun Kepuasan Nasabah Melalui Kualitas Pelayanan Pada Bank Bias Cabang Bima

Herniwati Herniwati[1], Herry Nurdin[2]

Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Bima, Nusa Tenggara Barat, Indonesia[1]
Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Bima, Nusa Tenggara Barat, Indonesia[2]

Email: herniwati17.stiebima@gmail.com

Abstract: *The concept of service quality is an assessment factor that reflects customer perceptions of five specific dimensions of service performance. The purpose of this study was to determine customer satisfaction through service quality through (Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy) at Bank Bias Bima Branch Customers. To implement these objectives, descriptive analysis with quantitative methods is used. The research instrument is a questionnaire with a Likert scale that has been tested for validity and reliability tests. The type of data used is sourced from primary data. The population in this study were customers of Bank Bias Bima Branch with a sample of 100 customers using accidental sampling technique. Statistical analysis using T-test. The results showed that the quality of service provided by the Bias Bank Bima Branch was perceived as good by customers. It can be seen from the average value of the variable score to build customer satisfaction through service quality of 42.59% in the interval 3.40-4.19 with a good category. The results of the t-test indicate that the t-count has a positive value of 77.144 and is greater than the t-table value (1.984) with a significant level of 0.000 with an alpha of 5% (0.000>0.05). Positive results provide evidence that Bank Bias Bima Branch is able to build customer satisfaction through service quality such as being fast and responsive in serving customers, providing information to customers appropriately, always facilitating technical services to customers and ensuring the security of customer deposits.*

Keywords: ***Customer Satisfaction; Service Quality***

Abstrak: Konsep kualitas pelayanan merupakan faktor penilaian yang merefleksikan persepsi nasabah terhadap lima dimensi spesifik dari kinerja layanan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kepuasan nasabah melalui kualitas layanan melalui (Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty) pada Nasabah Bank Bias Cabang Bima. Untuk mengimplemasikan tujuan tersebut maka digunakan analisis deskriptif dengan metode kuantitatif. Instrumen penelitian yaitu kuisioner dengan skala likert yang telah diuji uji validitas dan uji reliabilitas. Jenis data yang digunakan bersumber dari data primer. Populasi pada penelitian ini yaitu nasabah Bank Bias Cabang Bima dengan jumlah sampel 100 orang nasabah dengan teknik accidental sampling. Analisis statistik menggunakan uji-T. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan Bank Bias Cabang Bima dipersepsikan baik oleh nasabah. Hal itu dapat dilihat dari nilai rata-rata score variabel membangun kepuasan nasabah melalui kualitas pelayanan sebesar 42,59% ada pada interval 3,40-4,19 dengan kategori baik. Hasil uji-T menunjukkan bahwa t-hitung bernilai positif yaitu sebesar 77,144 dan lebih besar dari nilai t-tabel (1,984) dengan taraf signifikan sebesar 0.000 dengan alpha 5% (0,000>0,05). Hasil yang positif memberikan bukti bahwa Bank Bias Cabang Bima mampu membangun kepuasan nasabah melalui kualitas pelayanan seperti bersikap cepat dan tanggap dalam melayani nasabah, memberikan informasi kepada nasabah dengan tepat, selalu memudahkan teknis pelayanan kepada nasabah serta menjamin keamanaan dana simpanan nasabah.

Kata Kunci: **Kepuasan Nasabah; Kualitas Pelayanan**

PENDAHULUAN

Di era globalisasi pada saat ini, dalam bisnis perbankan merupkan bisnis kepercayaan dimana saja bank harus mampu memberikan jasa yang nyaman, aman pada nasabahnya. Bank juga merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan

menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan bentuk lain-lainya dimana dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Setiap perusahan dituntut untuk membuat pelanggan merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang baik kelangsungan hidup suatu perusahan tergantung pada kepuasan pelanggannya. Sebaliknnya kekecawan pelanggan dalam memberi pelayanan bisa menjadikan kehancuran perusahan yang akan mendatang. Terciptanya kepuasaan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang terciptanya loyalitas pelanggan dan kunci dari keberhasilan manajemen bank sebenarnya adalah dapat merebut hati dari masyarakat, sehingga sebagai *financial intermediary* (perantara keuangan) dengan baik (Lady Octavia 2018:2).

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor kunci bagi keberhasilan perusahaan jasa dan tidak dapat dipungkiri dalam dunia bisnis saat ini, karena tidak ada yang lebih penting lagi bagi sebuah perusahaan jasa terkecuali menempatkan masalah kepuasan dan loyalitas terhadap nasabah melalui pelayanan sebagai suatu komitmen bisnisnya (Wijayanto, 2015). Kualitas pelayanan juga merupakan salah satu kunci yang akan menjadi keungulan daya saing di perbankan saat ini adanya perbedaan kriteria pemilihan bank oleh nasabah maka akan di tuntut untuk selalu berusaha meningkatkan kualitas dalam pelayanan dan melakukan inovasi secara terus menerus semakin tinggi kualitas dalam pelayanan terhadap suatu bank dapat dipersepsikan maka meningkatnya kepuasaan nasabah terhadap suatu bank tersebut. Karena sangat erat kualitas pelayanan dan kepuasaan konsumen atau nasabah terhadap suatu bank tersebut sehingga memungkin bank tersebut dapat memahami harapan dan kebutuhan, yang pada akhirnya akan menciptakan kesetian (*loyalty)* pada bank tersebut.

Metode dalam pengukuran kulitas pelayanan yang sering digunakan secara luas biasanya ialah metode *Servqual* dan biasanya digunakan oleh bank konvensional dimana metode ini juga bersifat general, yang mana terdiri dari berdasarkan lima dimensi yaitu; *tangibilitiy, realibilty, resvonsiviness, assurance* dan *emphaty.*

Upaya dalam pengembangan kulitas dalam pelayanan yang diberikan oleh bank Bias Cabang Bima sebenarnya tidak cukup dengan berlandaskan UU tetapi juga berorentasi pada pasar atau dari masyarakat dimana sebagai pengguna jasa dalam perbankan. Hal ini juga terakit dengan dengan harapan dari masyarakat bahwa mereka berhubungan baik dengan bank yang nyaman dan mudah dalam transkasi,

Maka dari itu penulis tertarik melakukan penelitian di Bank Bias Cabang Bima. Dalam rangka menghadapi persaingan yang kertat Bank Bias perlu memperhatikan taktik dalam strategi pemasaran. Di antara taktik tersebut yang tertuang di dalam bauran produk di antaranya kualitas pelayanan perbankan menjadi indikator yang konkret untuk menciptakan kepercayaan pemahaman masyarakat sebagai nasabah tentang perbankan (IBI, 2014).. Lovelock & Wirtz (2011) menyatakan bahwa pengelolaan kualitas layanan yang baik dalam industri perbankan sangat penting untuk mewujudkan kepuasan nasabah. Kotler & Keller (2016), menyatakan bahwa kepuasan nasabah dapat ditingkatkan melalui kualitas layanan.

Dari hasil penelitian dengan nasabah bahwa terdapat beberapa contoh kasus yang dialami oleh nasabah diantaranya adalah penarikan melalui ATM untuk melakukan penarikan sejumlah uang akan tetapi uang tersebut tidak keluar, dan jumlah saldo malah berkurang setelah dikonfirmasikan dengan pihak bank malah tidak ada jawaban selama tiga bulan tersebut, terdapat pula kasus dari nasabah dengan banyaknya potongan biaya dari tabungan tersebut sehingga nasabah tidak simpati dengan bank tersebut maka dari itu nasabah enggan lagi untuk menabung disebabkan banyaknya potongan tersebut, selain itu terdapat kasus dimana seorang nasabah merasa dirugikan atas pinjaman yang dilakukan nasabah oleh bank tersebut tidak sesuai janji yang di berikan oleh Bank Bias tersebut saat ditanyakan langsung dengan pihak bank akan tetapi pihak bank tidak merespon sehingga terjadilah pertentangan antara pihak bank dan nasabah tersebut.

Untuk mencapai kesepakatan dan ketetapan pelayanan yang diberikan, pelayanan yang baik juga perlu didukung oleh ketersediaan dan kelengkapan produk yang dibutuhkan nasabah, dan untuk kemajuan perusahaan perbankan maka perlu mencermati permintaan konsumen terhadap suatu produk dan jasa yang akan ditawarkan, salah satunya yaitu dengan meningkatkan pelayanan pada perusahaan perbankan itu sendiri. Dalam hal kualitas pelayanan sering terdengar suara dari para nasabah yang mengatakan bahwa pelayanan dari suatu bank sangat tidak memuaskan.Yang sering terjadi adalah kurangnya respon dan lambatnya seorang karyawan bank dalam melaksanakan tugasnya melayani nasabah. Karyawan bank yang sering datang terlambat

berakibat kinerja karyawan menjadi tidak optimal. Kemudian dari karyawan frontliner yang seharusnya sudah siap berada ditempatnya sebelum jam operasional kantor dimulai, tetapi masih terjadi keterlambatan datangnya karyawan dari Frontliner tersebut, sehingga menyebabkan pelayanan bank yang belum optimal.

Fenomena tersebut sering terjadi pada perusahaan jasa perbankan seperti yang terjadi pada Bank Bias Cabang Bima sebagai tempat penelitian. Masyarakat yang semakin kritis saat ini, sehingga ketika bank yang selama ini diharapkan ada, ternyata kehadirannya tidak sesuai dengan apa yang diinginkan. Itu semua akan berakibat kehilangan kepercayaan masyarakat terhadap bank itu sendiri. Sedangkan bank merupakan Agent of Trust (IBI, 2013). Bank Bias Cabang Bima sebagai salah satu lembaga perbankan, harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas untuk memberikan kepuasan bagi nasabahnya sehingga akan meningkatkan volume usahanya dan sekaligus meningkatkan laba. Sebagai langkah untuk memberikan kualitas pelayanan yang bisa memuaskan nasabahnya, Bank Bias Cabang Bima harus bisa inovatif dan berorientasi pada setiap kebutuhan nasabahnya.

Berdasarkan studi pendahuluan (pra penelitian) pada Bank Bias Cabang Bima, ditemukan fenomena-fenomena menarik untuk diteliti lebih lanjut sehingga menghasilkan sebuah informasi yang bermanfaat. Fenomena tersebut seperti fluktuasinya (naik turun) tingkat kepuasan nasabah Bank Bias Cabang Bima diduga disebabkan oleh tingkat kualitas pelayanan yang belum optimal. Fenomena lainnya didapat informasi bahwa sarana pelayanan (*Tangible*) yang merupakan salah satu dimensi kualitas pelayanan yang dimiliki Bank Bias Cabang Bima masih belum sesuai dengan standar sarana pelayanan bank. Oleh karena itu kualitas pelayanan menjadi isu dalam penelitian ini yang diduga merupakan penyebab menurunnya kepuasan nasabah.

Salah satu cara agar lebih unggul dibanding pesaingnya dalam memberikan layanan kepada nasabahnya adalah dengan memberikan layanan yang berkualitas dan bermutu kepada nasabahnya yaitu pelayanan yang memenuhi tingkat kepentingan nasabah. Semakin berkualitas pelayanannya semakin banyak nasabah yang akan menggunakan produk-produk. Pelayanan yang berkualitas dapat ditingkatkan dengan menggunakan lima dimensi kualitas pelayanan. Lima dimensi kualitas pelayanan yang dimaksud adalah wujud fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan perhatian bagi para nasabahnya. Perlu diperhatikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan Bank Bias kepada nasabahnya sangat berhubungan erat dengan kepuasan nasabahnya. Maka dari itu peneliti ingin mengetahui apakah permasalahan tersebut menyangkut dengan kualitas pelayanan tersebut atau sebagainya, selain itu juga penulis terdapat ketertariakan meneliti terhadap kemampuan kualitas dalam pelayanan di Bank Bias, kemudian dari pada itu dari metode carter mana yang paling berpengaruh dalam kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah yang telah diberikan oleh Bank Bias cabang Bima dengan judul Membangun Kepuasan Nasabah Melalui Kualitas Pelayanan Pada Nasabah Bank Bias Cabang Bima.

Pada penelian sebelumnya yaitu dari Udin Ahidin (2018) bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. BPR Prima Kredit Mandiri cabang Ciputat Tangerang Selatan dipersepsikan Baik (B). Hal itu dapat dilihat dari nilai rata-rata *score* variabel kualitas pelayanan sebesar 3,67 ada pada interval 3,40 - 4,19 dengan kategori Baik (B). Kepuasan Nasabah Pinjaman pada PT. BPR Prima Kredit Mandiri cabang Ciputat Tangerang Selatan dipersepsikan Puas terhadap kualitas pelayanan

Berdasarkan uraian dan penelitian sebelumnya menarik minat peneliti untuk mengkaji atau meneliti dengan topik yang sama yaitu Membangun Kepuasan Nasabah Melalui Kualitas Pelayanan Pada Bank Bias Cabang Bima sehingga tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas layanan melalui (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty)* dapat memberikan kepuasan bagi nasabah Bank Bias Cabang Bima.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif, metode deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian pada saat penelitian berlangsung. Jenis data yang digunkan dalam penelitian ini menggunkan penelitian kuantitatif. Untuk melengakapi penelitian ini, perlu didukung olah data yang lengkap dan akurat. Berdasarkan sumbernya yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer. Populasi penelitian adalah nasabah Bank Bias Cabang Bima yang meliputi nasabah penabung dan nasabah peminjam. Sampel merupakan sub elemen kelompok populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam penelitian. Agar sampel yang dapat diambil representatif, maka jumlah sampel dalam penelitian berjumlah 100 orang nasabah. Teknik pengambilan sampel pada penenlitian ini dilakukan dengan cara *accidental sampling* (yang mudah dihubungi), Amirullah, (2013). Dengan kriteria siapa saja

nasabah yang memiliki tabungan dan pinjaman, serta sedang melakukan transaksi di Bank Bias Cabang Bima dan bersedia menjadi sampel penelitian.

Responden dari penelitian ini adalah nasabah yang melakukan transaksi perbankan, baik yang menyimpan dananya dan meminjam dana di Bank Bias Cabang Bima. Pengukuran data menggunakan lima alternatif jawaban Skala Likert yaitu sangat tidak setuju dengan skor 1, tidak setuju dengan skor 2, ragu-ragu dengan skor 3, setuju dengan skor 4, dan sangat setuju dengan skor 5. Data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner selanjutnya dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif, metode ini bertujuan untuk memberikan deskripsi mengenai subjek penelitian berdasarkan data. Data diperoleh ditabulasi dengan menyusun ke dalam tabel kemudian dihitung persentasenya, selanjutnya dianalisis dan diinterpretasikan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah: (1) observasi, (2) Studi pustaka (3) Kuisioner (angket) dan (4) Dokumentasi.

Uji validitas dan uji reliabilitas dilakukan untuk item-item pertanyaan dari kuesioner yang digunakan dalam suatu penelitian. Untuk mengukur validitas suatu instrumen penelitian dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Uji signifikasi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel, jika r hitung > r tabel dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid. Sedangkan jika r hitung < r tabel, maka variabel tersebut tidak valid (Ghozali, 2016). Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja yaitu disini pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α) konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai (α) 0,60, (Ghozali, 2016). Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti serta untuk mengetahui karakteristik serta tanggapan responden terhadap item-item pertanyaan pada kuesioner. Analisis deskriptif satu variabel (univariabel), digunakan *t-test* one sampel. Analisis statistic dapat dilakukan dengan menggunakan *analisis multivariate* dengan program SPSS Versi 23.0 for windows.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Tabel 1. Data Responden

Karakteristik Responden	Porsentase (%)
Jenis Kelamin	
Laki-Laki	53%
Perempuan	47%
Umur	
17-30	23%
31-40	28%
40-50	38%
>50	11%
Status Pekerjaan	
Pelajar/Mahasiswa	14%
Wiraswasta	49%
PNS	31%
Lainnya	6%

Sumber: Data primer diolah, 2021

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah responden pada penelitian ini yaitu 100 orang responden/nasabah dengan klasifikasi 53% berjenis kelamin laki-laki dan 47% berjenis kelamin perempuan. Pada bagian umur terdapat 23% berumur 17-30 tahun, 28% beerumur 31-40, 38% berumur antara 40-50 dan 11% berumur >50 tahun. Sedangkan status pekerjaan responden/nasabah sebagai pelajar atau mahasiswa yaitu 14%, wiraswasta berjumlah 49%, Pgawai Negeri Sipil (PNS) 31% dan lainnya berjumlah 6%. Dengan demikian rata-rata responden/nasabah pada penelitian ini adalah berjenis kelamin laki-laki dengan rata-rata umur 40-50 tahun. Untuk mengetahui nilai tertinggi dan nilai minimum serta nilai rata-rata dari jawaban responden adalah sebagai berikut:

JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN BISNIS
P-ISSN 2620-9551
E-ISSN 2622-1616
JAMBURA: Vol 4. No 2. SEPTEMBER 2021
Website Jurnal: http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB

Tabel 2. Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Min	Max	Sum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	100	22	50	4259	42.59	5.424
Valid N (listwise)	100					

Sumber: Data primer diolah, 2021

Hasil tabel output di atas menjelaskan bahwa jumlah data (N) variabel kepuasan nasabah melalui kualitas pelayanan pada Bank Bias Cabang Bima adalah 100 orang responden dan semua instrumen dinyatakan valid. Ini berarti, tidak ada data yang tidak valid/hilang (*missing*). Nilai minimum atau terendah dari variabel kepuasan nasabah melalui kualitas pelayanan pada Bank Bias Cabang Bima adalah sebesar 22,00%. Sedangkan nilai maksimum atau nilai tertinggi dari variabel kepuasan nasabah melalui kualitas pelayanan pada Bank Bias Cabang Bima adalah sebesar 50,00% dengan nilai rata-rata (mean) 42,59%.

Uji Validitas Dan Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

No	r hitung	r pembanding	Variabel X
r1y	0,858	0.300	Valid
r2y	0,669	0.300	Valid
r3y	0,660	0.300	Valid
r4y	0,404	0.300	Valid
r5y	0,814	0.300	Valid
r6y	0,802	0.300	Valid
r7y	0,778	0.300	Valid
r8y	0,537	0.300	Valid
r9y	0,817	0.300	Valid
r10y	0,847	0.300	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2021

Hasil uji validitas dari setiap pernyataan yang diajukan dalam kuesioner kepada responden menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid karena nilai *r product moment* > r tabel pada taraf signifikansi 5% dan Item-item pertanyaan memiliki *factor loading* lebih dari 0,30, maka seluruh item pertanyaan variabel penelitian adalah valid dan tidak ada data yang tidak valid/hilang (*missing*). Dengan demikian seluruh jumlah indikator dari variabel Kepuasan Nasabah Melalui Kualitas Pelayanan dapat digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	***Cut of Value***	***Cronbach Alpha***	**Ket**
X	0,60	0,899	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2021

Hasil uji reliabilitas variabel Kepuasan Nasabah Melalui Kualitas Pelayanan pada Bank Bias Cabang Bima diperoleh nilai *Cronbach Alpha* >0.6 hasil uji reliabilitas terhadap keseluruhan variabel penelitian adalah reliable atau layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini. Dengan demikian data yang diperoleh dalam penelitian ini layak digunakan pada analisa selanjutnya.

Uji Hipotesis (Uji t)

Tabel 5. Hasil Uji T-Tes One Sample

One-Sample Test

	Test Value = 0.75					
	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
X	77.144	99	.000	41.840	40.76	42.92

Sumber: Data primer diolah, 2021

Tabel di atas menjelaskan bahwa kepuasan nasabah melalui kualitas pelayanan pada Bank Bias Cabang Bima menunjukkan nilai t-hitung bernilai positif yaitu sebesar 77,144 dan lebih besar dari nilai t-tabel (77,144) > t-tabel (1,984) dengan taraf signifikan sebesar 0.000 dengan alpha 5% (0,000>0,05). Dengan demikian bahwa kepuasan nasabah melalui kualitas pelayanan pada Bank Bias Cabang Bima secara keseluruhan tergolong baik. Bank Bias Cabang Bima mampu membangun kepuasan nasabah melalui kualitas pelayanan seperti bersikap cepat dan tanggap dalam melayani nasabah, memberikan informasi kepada nasabah dengan tepat, selalu memudahkan teknis pelayanan kepada nasabah serta menjamin keamanaan dana simpanan nasabah.

PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian dimana sebagian besar nasabah merasa puas terhadap pelayanan yang telah diberikan sehingga kulitas pelayanan di Bank Bias Cabang Bima cukup berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yang mana dilihat dari indikator dari responden. Peneliti menggunakan sampel 100 responden di ambil sampel dari nasabah yang melakukan transaksi di Bank Bias Cabang Bima.

Untuk mengetahui kepuasan nasabah melalui kualitas pelayanan pada nasabah Bank Bias Cabang Bima peneliti juga menggunakan kuesioner, data yang telah diuji dengan menggunakan SPSS untuk melihat seberapa valid dan reliabel sama indikator variabel penelitian. Nilai *Correted Item Total* lebih besar dari r tabel yakni di atas 0.300 yang berati menunjukan bahwa seluruh indikator variabel tersebut memiliki konstruk yang kuat. Selanjutnya varibel juga memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0.60 sehingga dapat dikatakan indikator tersebut relibel.

Hasil uji hipotesis yang diperoleh untuk menguji seberapa besar Bank Bias Cabang Bima dalam membangun kepuasan nasabah melalui kualitas pelayanan bernilai positif dengan nilai t-hitung yang lebih besar dari t-tabel (77,144) > t-tabel (1,984) dengan taraf signifikan sebesar 0.000 dengan alpha 5% (0,000>0,05). Dengan demikian memberikan bukti bahwa kelima dimensi dalam kualitas layanan yaitu *tangible* (fisik) yaitu menyangkut lingkungan fisik dan gambaran fisik dari suatu jasa dalam hal ini misalnya, kondisi gedung, peralatan yang disediakan, lahan parkir, serta penampilan dari para karyawan. *Reliability* (kehandalan) menyangkut konsistensi dari *performance* dan dapat dipercaya, misalnya kemampuan karyawan Bank Bias Cabang Bima dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. *Responsiveness* (cepat tanggap) menyangkut kemauan atau kesiapan karyawan untuk memberikan pelayanan, hal ini dapat juga menyangkut ketepatan waktu dalam memberikan pelayanan. *Assurance* (kesiapan) yaitu pengetahuan, kesopansantunan, kemampuan para pegawai Bank Bias Cabang Bima untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah kepada Bank Bias Cabang Bima. Dan yang terakhir *emphaty* (empati), yaitu perhatian secara individual yang diberikan Bank Bias Cabang Bima kepada nasabah seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan serta kemampuan karyawan Bank Bias Cabang Bima untuk berkomunikasi dengan nasabah.

Dalam menciptakan kepuasan nasabah, perusahaan harus dapat meningkatkan nilai nasabah (*customer value*) maupun keunggulan produknya. Nilai nasabah dapat diciptakan melalui kualitas

pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada para pelanggannya. Semakin baik kualitas pelayanannya, akan semakin tinggi pula nilai pelanggan terhadap perusahaan tersebut. Tingginya kualitas pelayanan juga tidak lepas dari dukungan internal perusahaan, terutama dukungan dari sumber daya manusianya. Bank adalah bentuk perusahaan yang berorientasi pada kepuasan nasabah. Kepuasan ini menyangkut kredibilitas bank dimata nasabah. Kepuasan timbul dari suatu proses yang lama sampai kedua belah pihak saling memberikan timbal balik. Jika kepuasan sudah timbul antara bank dan nasabah, maka usaha untuk membina kerja sama akan lebih mudah sehingga akan memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak (Kotler, 2013).

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian dari Udin Ahidin (2018) bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. BPR Prima Kredit Mandiri cabang Ciputat Tangerang Selatan dipersepsikan Baik (B). Hal itu dapat dilihat dari nilai rata-rata *score* variabel kualitas pelayanan sebesar 3,67 ada pada interval 3,40 - 4,19 dengan kategori Baik (B). Kepuasan Nasabah Pinjaman pada PT. BPR Prima Kredit Mandiri cabang Ciputat Tangerang Selatan dipersepsikan puas terhadap kualitas pelayanan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian ini dapat dikatakan bahwa ketiga hipotesis penelitian ini dapat diterima. Adapun kesimpulan dari masalah penelitian ini adalah: Kualitas pelayanan yang diberikan Bank Bias Cabang Bima dipersepsikan Baik (B) oleh nasabah. Hal itu dapat dilihat dari nilai rata-rata *score* variabel membangun kepuasan nasabah melalui kualitas pelayanan kategori Baik. Hasil yang positif memberikan bukti bahwa Bank Bias Cabang Bima mampu membangun kepuasan nasabah melalui kualitas pelayanan seperti bersikap cepat dan tanggap dalam melayani nasabah, memberikan informasi kepada nasabah dengan tepat, selalu memudahkan teknis pelayanan kepada nasabah serta menjamin keamanaan dana simpanan nasabah.

SARAN

Dalam rangka meningkatkan kepuasan nasabah BRI Cabang Semarang Patimura perlu memperhatikan sebagai berikut:

1. Untuk mengurangi antrian nasabah di teller Bank Bias Cabang Bima perlu melakukan penambahan mesin CDM (*Cash Deposit Machine*).

2. Manajemen Bank Bias Cabang Bima perlu memberikan pelatihan dan pengetahuan kepada karyawan mengenai produk-produk yang dimiliki sehingga setiap karyawan mempunyai kompetensi yang baik dalam melakukan pemasaran pada setiap nasabah.

3. Manajemen Bank Bias Cabang Bima juga diharapkan mampu memberikan pelatihan kepada karyawannya terutama dalam hal pelayanan dan penanganan komplain nasabah serta lebih memperhatikan kembali faktor yang mempengaruhi kualitas layanan.

4. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat menambah variabel dependen lainya dengan meningkatkan kepuasan nasabah khususnya di wilayah Bank Bias Cabang Bima dan memperluas sampel penelitian dan objek penelitian, sehingga apa yang telah didapatkan benar-benar dengan data ataupun informasi yang akurat.

DAFTAR PUSTAKA

Amirullah. 2013. *Metodologi Penelitian Manajemen*. Malang. Bayumedia

Angelova Biljana & Jusuf Zekiri. 2011. *Measuring Customer Satisfaction with Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction on Customers Loyalty. Abac* Journal Vol. 29, No. 1

Appalayya Meesala and Justin Paul. 2018. *Service Quality, Consumer Satisfaction and Loyality in Hospitals. Journal of Retailing and Consumer Service* 40 (2018) 261-269.

Dimyati, M. (2011). Theoretical Testing on Service Quality and Product Innovation of Small-Micro Credit Banks (a Case Study). *Journal of Economics, Business and Accountancy Ventura*, *14* (3), 225–238.

Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Hidayat, Rachmad.*Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, Vol.11, No. 1,

Izogo, E. E., & Ogba, I. E. 2015. *Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in Automobile Repair Services Sector*. *International Journal of Quality and Reliability Management*, *32*(3), 250–269.

Kasmir, 2013. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya.* Edisi 1, Cetakan 13, Jakarta: Penerbit Rajawali Pers.

Kasmir.2014. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Kotler, Philip & Gary Amstrong. 2013. *Principles of Marketing, Eisi 5 England*: Pearson Education Limited.

Lady Octavia Limbong, 2009 *Pengaruh Pelayanan dan Kinerja Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Bank*,"Studi Kasus Danamon Cabang Bogor Skripsi Sekolah Pertanian Bogor

Lovelock, Wirtz. 2011. *Services Marketing (People, Technology, Strategy)*. Pearson Education Limited. England

Udin Ahidin, 2018. *Membangun Kepuasan Nasabah Melalui Kualitas Pelayanan pada Nasabah Pinjaman PT. BPR Prima Mandiri Cabang Ciputat Tangerang*. Jurnal Manajemen Pemasaran, ISSN No. (PRINT) 2598-0823, (ONLINE) 2598-2893

Suriadi, dkk, 2019. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Unit Rappang Kabupaten Sidenreng Rappang.* CESJ: Center of Economic Student Journal. Vol. 2. No. 2

Yulianti, Fadma. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Pada bank Panin Tbk KCP A. Yani Banjarmasin*. Jurnal Spread Vol. 3, No. 2 STIE Indonesia Banjarmasin.

Tjiptono, Fandy, 2015. *Pemasaran Strategik.* Yogyakarta, Penerbit CV Andi Offset

Winkle. 2014. *Psikologi Pengajaran.* Cetakan Ke-1.Yogyakarta Penerbit Sketsa