

## ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK BPD BALI CABANG BANGLI

<sup>1</sup>A. A. Istri Yunita Pramesti Dewi,<sup>2</sup>Cokorda Gede Putra Yudistira,<sup>3</sup>Ini Wayan Sumetri

<sup>123</sup>Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bali

<sup>1</sup>[Gungita123@gmail.com](mailto:Gungita123@gmail.com), <sup>2</sup>[gedeputriyudistira@pnb.ac.id](mailto:gedeputriyudistira@pnb.ac.id), <sup>3</sup>[wayansumetri@pnb.ac.id](mailto:wayansumetri@pnb.ac.id)

### ABSTRACT

*This research aims to analyze and explain the influence of service quality on customer satisfaction at Bank BPD Bali Bangli Branch. The type of data used in this research is quantitative data. Data collection in this research was carried out using one data collection technique, namely questionnaires. This research instrument was tested using validity and reliability analysis. The classical assumption tests used are normality test, heteroscedasticity test, linearity test and multicollinearity test. The analysis technique used in this research is Simple Linear Regression Analysis. From the results of data processing, it can be seen that service quality has a significant effect on customer satisfaction. This is proven based on the calculated t value of 6.446 and a significant value of 0.000 with a t table value of 1.649 and a value = 0.05, it can be concluded that the calculated t value is greater than the t table value and the significant value is smaller than the a value, then  $H_0$  is rejected and  $H_1$  is accepted, this means that there is a real (significant) influence on service quality on customer satisfaction. This means that the better the quality of service provided, the greater customer satisfaction will be. In the coefficient of determination test, it was found that service quality data influenced 95% of customer satisfaction, the remaining 5% was due to other factors.*

**Keywords:** Service Quality and Customer Satisfaction

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BPD Bali Cabang Bangli. Jenis Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data Kuantitatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan satu teknik pengumpulan data yaitu Kuesioner. Uji instrumen penelitian ini menggunakan analisis validitas dan reliabilitas. Uji asumsi klasik yang digunakan yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji linieritas dan Uji Multikolinieritas. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Sederhana. Hasil pengolahan data dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah secara signifikan. hal ini dibuktikan berdasarkan nilai t hitung sebesar 6,446 dan nilai signifikan 0,000 dengan nilai t tabel sebesar 1,649 dan nilai  $\alpha = 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel dan nilai signifikan lebih kecil dari nilai  $\alpha$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, ini berarti bahwa ada pengaruh yang nyata (signifikan) kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan meningkatkan kepuasan nasabah. Dalam uji koefisien determinasi didapatkan hasil data kualitas pelayanan mempengaruhi 95% kepuasan nasabah sisanya 5% dari faktor lain.

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah.

## **PENDAHULUAN**

Salah satu bisnis jasa yang mengalami perkembangan adalah perbankan. Bank adalah perusahaan komersial yang asetnya sebagian besar terdiri dari aset keuangan serta bermotif profit juga sosial, jadi bukan hanya mencari keuntungan saja. Hasibuan (2008:2). Dengan berjalannya waktu, sektor jasa mengalami kemajuan yang signifikan seiring dengan perkembangan teknologi, pengetahuan, pertumbuhan ekonomi, dan perubahan budaya. Kondisi ini membuat konsumen menjadi lebih cerdas dan cermat dalam memilih produk atau layanan yang mereka inginkan, dengan harapan bahwa produk atau layanan tersebut akan memberikan manfaat sesuai dengan ekspektasi mereka (Ana, 2022).

Kepuasan Nasabah ditentukan oleh kualitas barang dan layanan yang mereka inginkan, sehingga jaminan terhadap kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan sebagai indikator keunggulan dalam persaingan. Kualitas di dalam perusahaan jasa dianggap sangat krusial dari perspektif pelanggan, dan menjadi faktor penentu yang memengaruhi persepsi dan preferensi mereka (Riadi, 2021).

Pelayanan merupakan elemen penting yang sering dihubungkan dengan kepuasan pelanggan, dianggap sebagai tahap lanjutan dari proses tersebut. Pelayanan yang diberikan dan kepuasan nasabah merupakan tolak ukur keberhasilan suatu bank dalam mempertahankan nasabah (Atmaja, 2018). Dalam konteks perbankan, keberadaan layanan dapat menjadi pendorong bagi nasabah untuk membentuk hubungan yang kuat dengan perusahaan. Hubungan semacam ini memiliki potensi untuk berlangsung dalam jangka panjang, memungkinkan perusahaan untuk lebih memahami secara mendalam harapan dan kebutuhan nasabah. Hal ini menjadi krusial karena salah satu faktor utama yang memengaruhi pilihan nasabah dalam memilih bank adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank tersebut. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin besar kemungkinan nasabah akan memilih bank tersebut (Pratiwi, 2023).

Hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan sangatlah erat. Kemajuan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh kemampuannya dalam melayani pelanggan. Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan harus memenuhi standar kualitas yang ditetapkan dan bahkan melebihi harapan pelanggan, sehingga menciptakan kepuasan pelanggan yang dapat dengan mudah diraih oleh perusahaan. Hal ini dapat mendorong pelanggan untuk tetap menggunakan produk dan layanan perusahaan, sehingga meningkatkan retensi pelanggan (Rohaeni, 2018).

Bank BPD Bali, sebagai satu-satunya bank pembangunan daerah yang dimiliki oleh pemerintah Provinsi dan Kabupaten/Kota di Provinsi Bali, terlibat dalam persaingan dengan bank lainnya untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Dengan meningkatnya integritas dan kompetisi di pasar, persaingan akan semakin ketat, yang akan memacu peningkatan kualitas pesaing. Oleh karena itu, Bank BPD Bali diharapkan untuk mengutamakan perhatian terhadap kebutuhan dan keinginan nasabah, dengan upaya untuk memenuhi harapan mereka dan memberikan kepuasan yang lebih tinggi daripada pesaing. Kepuasan pelanggan adalah kunci untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Dengan memahami bagaimana kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan, perusahaan dapat mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan untuk menjaga pelanggan tetap puas.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada bulan Agustus 2023 di Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Pembantu Bangli, ada nasabah yang mengeluhkan karena banyaknya antrean nasabah pergantian kartu ATM, dan nasabah pensiunan yang sering mengeluh karena gaji para pensiunan belum juga diterima. Hal ini memungkinkan adanya penurunan kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa, yaitu Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Pembantu Bangli sehingga berdampak pada penurunan kepuasan nasabah.

Dari Fenomena di atas, menunjukkan bahwa setiap kejadian empiris tidak selalu sama dengan teori yang ada. Hal ini ditunjukkan dengan adanya *Research gap* yang menunjukkan adanya pengaruh yang berbeda pada setiap variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Oleh karena itu, perusahaan harus tetap mengembangkan strategi pemasaran jasa yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah serta memiliki nilai atau daya saing yang sebanding dengan bank-bank lainnya. Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti mengadakan penelitian yang diberi judul. **“Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Pembantu Bangli”**.

## LANDASAN TEORI

### Kualitas Pelayanan

Menurut Indrasari (2019, p.61) kualitas pelayanan merupakan keseluruhan yang berkaitan dengan produk mengenai karakteristik ataupun keistimewaan yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen secara langsung maupun tidak langsung. Karakteristik tersebut perlu diperhatikan oleh para pelaku usaha, seperti akses, komunikasi, kompetensi, kesopanan, kredibilitas, keandalan, *responsive*, keamanan, dan memahami konsumen.

Kualitas pelayanan juga merupakan ketidaksesuaian antara sebuah harapan dengan layanan kinerja yang didapatkan (Asti & Ayuningtyas, 2020). Di dalam kualitas pelayanan dapat dibedakan menjadi dua kriteria yang menjadi penilaian dari konsumen, berupa kualitas pelayanan yang baik dan kualitas pelayanan yang buruk. Sehingga menjadikan kualitas pelayanan bersifat fleksibel dimana dapat berubah. Perubahan berupa peningkatan kualitas pelayanan ini dapat meningkatkan daya saing di dalam perekonomian. Menurut Rivai P et.al. (2019) kualitas pelayanan adalah sesuatu yang secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan konsumen.

Kualitas layanan merupakan ukuran tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan. Kualitas layanan merupakan praktik yang secara konsisten memenuhi harapan pelanggan. Oleh karena itu, pengukuran kualitas layanan merupakan alat untuk mengukur kecakapan dalam memenuhi permintaan pelanggan. Pelanggan akan menilai kualitas dengan membandingkan pengalaman mereka dengan harapan sebelumnya terhadap layanan yang akan digunakan. Dahulu, kualitas layanan angkutan umum diukur berdasarkan berbagai faktor (Duangdao Watthanaklang et al, 2024).

Mehrbakhsh Nilashi et al (2021) menjelaskan bahwa Kualitas layanan merupakan faktor multidisiplin yang bergantung pada konteks spesifik yang diteliti. Berbagai penelitian telah menunjukkan bahwa kualitas layanan dapat berdampak tinggi pada hubungan antara layanan dan kepuasan. Salah satu strategi yang paling efektif untuk membangun hubungan positif dengan nasabah adalah memahami kebutuhan nasabah dan memberikan layanan yang memuaskan secara menyeluruh. Namun, untuk mencapai tujuan ini, bank harus secara konsisten berusaha meningkatkan kualitas layanannya dalam berbagai aspek. Pentingnya kualitas layanan dalam membedakan bank di pasar tidak dapat dilebih-lebihkan. Kualitas layanan sangat penting dalam bisnis perbankan untuk meningkatkan kebahagiaan konsumen. Hubungan yang baik antara bank dan konsumen menumbuhkan kesetiaan nasabah, yang memberi bank keunggulan kompetitif (Md. Rahat Khan et al, 2024).

Menurut Tjiptono dalam (Tiris Sudrartono, 2019), Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan dan mengukur tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan harus sesuai dengan ekspektasi jika ingin mencapai kepuasan masyarakat. Jika kualitas pelayanan tidak bisa melampaui ekspektasi masyarakat maka dipastikan tidak akan menciptakan kepuasan masyarakat. Menurut Tjiptono pada (Junior et al., 2019) terdapat lima dimensi tentang kualitas

pelayanan yaitu : Bukti Fisik (*tangibles*), Keandalan (*reliability*), (*responsiveness*), Daya Tanggap Jaminan (*assurance*), dan Empati (*empathy*) ciri pokok pelayanan adalah tidak kasat mata dan melibatkan upaya manusia atau peralatan lain yang disediakan oleh perusahaan penyelenggara pelayanan. Dalam pelayanan publik yang diselenggarakan oleh swasta, adaptabilitas pelayanan sangat tinggi. Penyelenggara pelayanan selalu berusaha untuk memenuhi keinginan pengguna karena posisi tawar pengguna yang sangat tinggi. Apabila keinginan pengguna tidak direspon, maka pengguna akan beralih ke penyelenggara layanan yang lain. Dengan demikian sifat pelayanan adalah pelayanan yang dikendalikan oleh pengguna (Meilasari & Sudrartono, 2021).

### Kepuasan Nasabah

Menurut Tjiptono dan Diana (2019, p.123) menyampaikan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang didapatkan setelah membandingkan kinerja suatu produk yang dipikirkan terhadap kinerja produk yang diharapkan. Memperhatikan dan meningkatkan kepuasan pelanggan sangat berguna di dunia persainganbisnis. Perusahaan yang memiliki level kepuasan pelanggan yang tinggi cenderung lebih unggul dibandingkan pesaing lainnya. Volume kepuasan pelanggan yang tinggi akan menjaga stabilitas penjualan produk atau jasa sehingga arus kas Perusahaan menjadi meningkat.

Kepuasan pelanggan mengacu pada reaksi psikologis pelanggan terhadap evaluasi yang baik dari pengalaman konsumsi aktual mereka dalam kaitannya dengan ekspektasi yang mereka rasakan. Kepuasan pelanggan adalah proses evaluatif di mana individu memeriksa dampak psikologis dari biaya yang mereka keluarkan saat membeli barang atau jasa, dan membandingkannya dengan keuntungan yang mereka peroleh selama seluruh siklus hidup produk atau periode konsumsi. Ketika pengalaman atau minat aktual melampaui harapan atau biaya yang diantisipasi, klien mencapai kepuasan. Sebaliknya, mereka mengalami ketidakpuasan (Uzir *et al.*, 2020).

Kepuasan pelanggan adalah konsep yang kompleks dan komprehensif yang dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti reputasi merek, kinerja tim penjualan, kualitas produk atau layanan, dan layanan purnajual. Variabel-variabel ini memiliki dampak langsung terhadap loyalitas pelanggan di seluruh siklus hidup pelanggan (Shokouhyar *et al.*, 2020). Murali *et al.*, (2016) telah menemukan faktor layanan purna jual yang memiliki dampak langsung pada kepuasan pelanggan yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* and *empathy*.

Kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dari strategi bisnis yang mempengaruhi perilaku pasca pembelian jasa. Dalam konteks pemodelan, kepuasan pelanggan mengacu pada ukuran agregat evaluasi pelanggan terhadap elemen dan atribut utama suatu perusahaan atau merek jasa perbankan. Kepuasan pelanggan secara keseluruhan bergantung pada evaluasi pelanggan berdasarkan serangkaian kriteria, misalnya, atribut produk dan layanan. Lebih khusus lagi, nilai keseluruhan atau global yang dikaitkan dengan barang atau layanan oleh pelanggan adalah jumlah tertimbang dari nilai parsial atributnya (Antonios Tiganis *et al* 2023).

Menurut Kotler (2003) dalam Arman Maulana *et al*, (2021) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang dipersepsikan dengan harapannya. Sedangkan kepuasan dalam konteks *e-commerce* sering disebut sebagai kepuasan yang didefinisikan oleh Anderson dan Srinivasan (2003) sebagai kepuasan pelanggan terhadap pembelian sebelumnya yang dilakukan oleh perusahaan *e-commerce*.

Menurut pada (Junior *et al.*, 2019) kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan konsumen sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi. Secara umum kepuasan dapat diartikan sebagai suatu perbandingan antara layanan atau

hasil yang diterima konsumen dengan harapan konsumen, layanan atau hasil yang diterima itu paling tidak harus sama dengan harapan konsumen, atau bahkan melebihinya, Menurut (Tjiptono, F dalam Tiris Sudrartono, 2019) mengatakan bahwa “Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan”. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

## METODE PENELITIAN

Jenis Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data Kuantitatif. Objek populasi yang akan diteliti telah diketahui bahwa populasi nasabah Bank BPD Bali Cabang Bangli berjumlah 31.969 orang pada tahun 2023. Dalam penelitian ini menggunakan teknik *Simple Random Sampling* karena pengambilan anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan yang ada dalam populasi tersebut dengan 400 Responden. Ada dua Variabel yang digunakan yaitu, variabel yang mempengaruhi (*independent*) yaitu kualitas pelayanan dan variabel yang dipengaruhi (*dependent*) yaitu kepuasan nasabah. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan satu teknik pengumpulan data yaitu kuesioner. Metode analisis data dalam penelitian ini terdiri atas uji instrumen, uji asumsi klasik, regresi linear sederhana, analisis koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

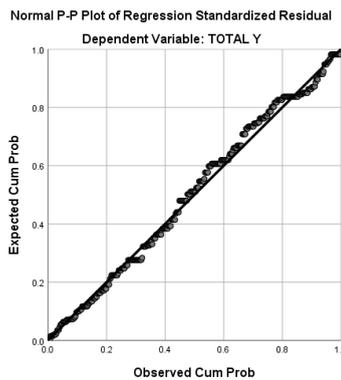
Variabel Penelitian	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	X1	0,636	0,3061	Valid
	X2	0,727	0,3061	Valid
	X3	0,762	0,3061	Valid
	X4	0,859	0,3061	Valid
	X5	0,771	0,3061	Valid
	X6	0,704	0,3061	Valid
	X7	0,702	0,3061	Valid
	X8	0,788	0,3061	Valid
	X9	0,707	0,3061	Valid
	X10	0,588	0,3061	Valid
KepuasanNasabah	Y1	0,546	0,3061	Valid
	Y2	0,784	0,3061	Valid
	Y3	0,886	0,3061	Valid
	Y4	0,886	0,3061	Valid
	Y5	0,761	0,3061	Valid
	Y6	0,639	0,3061	Valid

Berdasarkan uji instrumen tersebut dengan penyebaran kepada 30 responden maka dapat dilihat pada tabel 1 bahwa seluruh indikator variabel pada penelitian ini memiliki nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$ . hal ini menunjukkan bahwa butir-butir pertanyaan dalam instrumen penelitian tersebut valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

**Tabel 2.** Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	N of Items	Cronbach's Alpha	Uji Reliabilitas	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	10	0,822	>0,06	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	6	0,746	>0,06	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 2 di atas, dapat dilihat bahwa instrumen variabel penelitian tersebut dapat dikatakan reliabel karena masing-masing variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60.



**Gambar 1.** Grafik P-Plot

Berdasarkan gambar 1 dapat dilihat data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis atau grafik histogramnya menunjukkan pada distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

**Tabel 3.** Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah

Descriptive Statistic					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
TOTAL X	400	22	50	42.46	5.818
TOTAL Y	400	18	30	26.06	2.958
Valid N (listwise)	400				

Berdasarkan tabel di atas, terdapat 400 data yang valid untuk setiap variabel. Dari 400 sampel kualitas pelayanan (X), nilai minimumnya adalah 22, nilai maksimumnya 50, dengan nilai rata-rata 42,46 dan standar deviasi 5,818. Sementara itu, untuk kepuasan nasabah (Y), juga dengan 400 data yang valid, nilai minimum adalah 18, nilai maksimum 30, dengan rata-rata 26,06 dan standar deviasi 2,958.

**Tabel 4.** Kriteria Pengukuran Deskripsi Penilaian

No	Skala Pengukuran	Keterangan
1.	1,00 – 1,80	Sangat Kurang Baik
2.	1,81 – 2,60	Kurang Baik
3.	2,61 – 3,40	Cukup
4.	3,41 – 4,20	Baik
5.	4,21 – 5,00	Sangat Baik

Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa Bank BPD Bali Cabang Bangli telah berhasil memberikan pelayanan yang sangat baik dalam banyak aspek, terutama dalam

tepat memberikan informasi kepada nasabah. namun, untuk terus meningkatkan kepuasan nasabah, bank juga harus fokus pada peningkatan interaksi kepada nasabah. memastikan bahwa nasabah merasa dihargai dan nyaman adalah langkah penting untuk mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan serta loyalitas mereka terhadap bank. dengan demikian, bank dapat terus tumbuh dan secara efektif di pasar perbankan.

**Tabel 5.** Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardize	Coefficients	Standardized	t	Sig.
		dB	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	19.423	1.039		18.691	.000
	TOTAL X	.156	.024	.307	6.446	.000

a. Dependent Variabel: KEPUASAN NASABAH

Berdasarkan hasil nilai  $\alpha$  dan  $b_1$  diperoleh persamaan garis linier sederhana antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah memberikan interpretasi sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 19,423 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai kualitas pelayanan ( $X=0$ ) maka nilai kepuasan nasabah sebesar 19,423
2. Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,156 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai kualitas pelayanan, maka nilai kepuasan nasabah bertambah menjadi 0,156
3. Dari data tersebut dapat diketahui nilai  $t_{hitung}$  sebesar 18.691 dan nilai signifikansi 0,000 dengan nilai  $t_{tabel}$  1,649 dan dari nilai  $\alpha = 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai  $\alpha$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang berarti ada pengaruh yang nyata (signifikansi) variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

**Tabel 6.** Hasil Uji Koefisien Korelasi

Correlations			
		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Nasabah
TOTAL X	Pearson Correlation	1	.307**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	400	400
TOTAL Y	Pearson Correlation	.307**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	400	400

Dari tabel di atas dapat dilihat nilai signifikansi kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah sebesar 0,000 atau dapat dikatakan berkorelasi atau terdapat hubungan. nilai *pearson correlation* kualitas pelayanan sebesar 0,307 dan untuk *pearson correlation* kepuasan nasabah sebesar 0,628. jadi variabel x terhadap y memiliki korelasi dengan derajat hubungan yaitu Antara variabel X dan Y terdapat korelasi yang rendah.

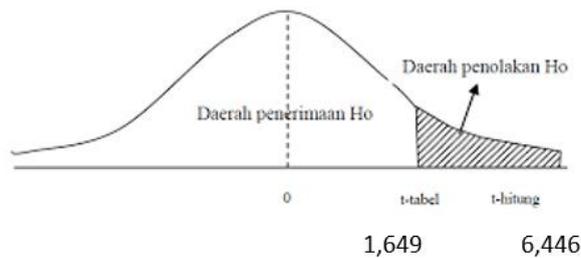
**Tabel 7.** Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.307 <sup>a</sup>	.095	.092	2.818

a. Predictors: (Constant), TOTAL X

Berdasarkan tabel di atas didapatkan nilai *R Square* (koefisien determinasi) sebesar 95 yang artinya pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan nasabah sebesar 95 atau antara variabel X dan Y terdapat korelasi yang sedang atau cukup. nilai 95

% didapat dari persamaan  $KD = 0,095 \times 100\%$ . sementara sisanya 5 % dipengaruhi oleh faktor – faktor lain di luar penelitian ini.



**Gambar 2.** Kurva Normal Penerimaan dan Penolakan

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  6,446 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  1,649 ternyata nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  dan  $t_{hitung}$  berada pada daerah penolakan  $H_0$  atau nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  oleh karena itu,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. ini berarti bahwa hipotesis yang diajukan terbukti dimana kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank BPD Bali Cabang Bangli.

## Pembahasan

Kepuasan Nasabah merupakan respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan Nasabah adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa berfokus pada lima dimensi yaitu *tangible* (bukti langsung), *reability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati) dan *access*. Kelima dimensi kualitas pelayanan yang bagus dan berkualitas lebih tinggi dari pesaing dapat memberikan kepuasan nasabah sehingga akan mempengaruhi pada pangsa pasar yang sudah diperoleh untuk dapat dipertahankan atau diperluas. Kepuasan Nasabah, selain dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, juga ditentukan oleh kualitas produk, harga, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat (Hartono, 2009). Kepuasan nasabah menjadi sangat penting bagi suatu perusahaan, yang dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, di mana pelayanan yang baik memegang peran utama dalam memberikan kepuasan kepada para nasabahnya. Dengan pelayanan ini maka akan memunculkan suatu tingkat kepuasan pada nasabah baik itu kepuasan positif maupun kepuasan negatif. Bagi perusahaan perbankan suatu kepuasan nasabah sangat diperlukan khususnya dalam rangka eksistensi perusahaan tersebut, sehingga nasabah tersebut akan tetap menggunakan jasa perusahaan tersebut.

Faktor yang dapat meningkatkan kepuasan seorang nasabah salah satunya yaitu Kualitas pelayanan yang diterima nasabah. Kualitas pelayanan adalah segala sesuatu yang memiliki nilai dipasar sasaran (*target market*) dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan, termasuk hal ini adalah benda, jasa, organisasi, tempat, orang dan ide. Dalam hal ini perusahaan memusatkan perhatian mereka pada usaha untuk menghasilkan pelayanan yang unggul dan terus menyempurnakan. Pelayanan yang berkualitas tinggi merupakan salah satu kunci sukses perusahaan. Memperbaiki kualitas pelayanan ataupun jasa merupakan tantangan penting bagi perusahaan bersaing di pasar global. Perbaikan kualitas pelayanan akan mengurangi biaya dan meningkatkan keunggulan bersaing, bahkan lebih jauh lagi, kualitas pelayanan yang tinggi menciptakan keunggulan bersaing yang tahan lama.

Berdasarkan hasil pengolahan data dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah secara signifikan. hal ini dibuktikan berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,446 dan nilai signifikan 0,000 dengan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,649 dan

nilai  $\alpha = 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  dan nilai signifikan lebih kecil dari nilai  $\alpha$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, ini berarti bahwa ada pengaruh yang nyata (signifikan) kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan meningkatkan kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini sejalan dengan Hasil penelitian yang dilakukan oleh Elia Septia Wati, Muhammad Iqbal Fasa, Suharto (2023) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang memberikan pengaruh signifikan yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Sejalan dengan hasil tersebut, penelitian yang dilakukan oleh Mutiara Theadora Betania, Lucky F. Tamengkel, Joula J. Rogahang (2023) juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen. Lalu, penelitian yang dilakukan oleh Chintia Monica, Doni Marlius (2023) juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Nagari Cabang Muaralabuh.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan hasil pembahasan pada bab sebelumnya maka simpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengolahan data dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah secara signifikan. hal ini dibuktikan berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,446 dan nilai signifikan 0,000 dengan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,649 dan nilai  $\alpha = 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  dan nilai signifikan lebih kecil dari nilai  $\alpha$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, ini berarti bahwa ada pengaruh yang nyata (signifikan) kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan meningkatkan kepuasan nasabah.
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah yang ditunjukkan oleh koefisien regresi sederhana sebesar 0,156 dengan tingkat signifikan 0,000. hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa kualitas pelayanan diperlukan untuk meningkatkan kepuasan nasabah Bank BPD Bali Cabang Bangli.
3. Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah memiliki kuat hubungan sebesar 0,307 dengan tingkat korelasi rendah.
4. Kualitas pelayanan mempengaruhi sebesar 95% kepuasan nasabah sisanya 5% diperoleh oleh faktor-faktor lain.

## Daftar Pustaka

- Ana, D. E., & Zunaidi, A. (2022). Strategi Perbankan Syariah Dalam Memenangkan Persaingan Di Masa Pandemi Covid-19. *Proceedings Of Islamic Economics, Business, And Philanthropy*, 1(1).
- Antonios Tiganis et al 2023. Customer satisfaction in short food supply chains: A multiple criteria decision analysis approach. Elsevier. Vol 104.
- Arman Maulana, et al. 2021. The role of customer e-trust, customer e-service quality and customer e-satisfaction on customer e-loyalty. *Jurnal EKBIS (Ekonomi & Bisnis) Politeknik Piksi Ganesha*.
- Atmaja Jaka 2018. Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal Ecodomic* Vol2, No. 1.
- Duangdao Watthanaklang et al, 2024. Exploring accessibility and service quality perceptions on local public transportation in Thailand. *Case Studies on Transport Policy*. Volume 15.
- Hartono. *Statistik Untuk Penelitian*. 2009. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Hasibuan, Malayu S.P. 2008. Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Junior, O. M. S., Areros, W. A., & Pio, R. J. (2019). Pengaruh Brand Image dan Persepsi Harga Terhadap Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Datsun Nissan Martadinata). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2).
- Md. Rahat Khan et al, 2024. The impact of technology service quality on Bangladeshi banking consumers' satisfaction during the pandemic situation: Green development and innovation perspective in banking service. *Innovation and Green Development* Volume 3, Issue 2.
- Meilasari, A., & Sudrartono, T. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Indihome (Studi Kasus PT. Infomedia Nusantara Bandung). *Jurnal Ilmia MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3).
- Riadi, M. 2021. "Praktik Kerja Lapang (Pengertian, Tujuan, Manfaat, Pelaksanaan dan Penilaian)".
- Rohaeni, Heni dan Nisa Marwa. 2018. "Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan". *Jurnal Ecodemica*, Vol.2 No.2.
- Shokouhyar, S., Shokoohyar, S., & Safari, S. (2020). Research on the influence of after-sales service quality factors on customer satisfaction. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 56(November 2019), 102139.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, penerbit. Alfabeta, Bandung.
- Tiris Sudrartono dan Ratnanto Aditiarno. 2024. KUALITAS PELAYANAN PADA TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN. *Jurnal EKBIS ( Ekonomi & Bisnis ) Politeknik Piksi Ganesha*. Volume 12 Nomor 1.
- Tiris Sudrartono. (2019). Dampak Strategi Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Partisipasi Anggota Sebagai Pengguna Koperasi. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(1).
- Tjiptono, Fandy dan Anatasia Diana. 2019. Kepuasan pelanggan. (konsep, pengukuran dan strategi). Yogyakarta: Andi.
- Uzir, M. U. H., Jerin, I., Al Halbusi, H., Hamid, A. B. A., & Latiff, A. S. A. (2020). Does quality stimulate customer satisfaction where perceived value mediates and the usage of social media moderates? *Heliyon*, 6(12).