

PENGARUH ETIKA KERJA, KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK SHINHAN INDONESIA DI SURABAYA

DEBORA CHRISTIANTY

Email: Debora.ch1101@gmail.com

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MAHARDIKA
SURABAYA
17 JULI 2020**

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh etika kerja, kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan nasabah pada Bank Shinhan Indonesia di Surabaya. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang menitikberatkan pada pengujian hipotesa dengan alat analisa metode statistik dan menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasikan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pada Bank Shinhan Indonesia di Surabaya.. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling* yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu semua anggota populasi yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel dalam penelitian. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 75 responden. Alat uji yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda dengan bantuan *software* SPSS 17.0. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa, hasil dari uji validitas adalah *valid*, uji reliabilitas adalah *reliabel*. Analisa regresi linier berganda didapatkan permodelan yaitu $Y = 0,529 + 0,306 X_1 + 0,532 X_2 - 0,390 X_3$. Dari hasil Uji F didapatkan hasil bahwa Etika Kerja (X_1), Kualitas Layanan (X_2) dan Persepsi Harga (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah (Y) di Bank Shinhan Indonesia Surabaya. Dari hasil uji t dapat diketahui bahwa Etika Kerja (X_1) dan Kualitas Layanan (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap Kepuasan Nasabah (Y) di Bank Shinhan Indonesia Surabaya, selanjutnya Persepsi Harga (X_3) secara parsial berpengaruh signifikan dan negatif terhadap Kepuasan Nasabah (Y) di Bank Shinhan Indonesia Surabaya

***Kata Kunci:* Etika Kerja, Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Kepuasan Nasabah**

ABSTRACT

This study was intended to determine the effect of work ethics, service quality and price perception on customer satisfaction at Shinhan Indonesia Bank in Surabaya. This research was conducted using a quantitative approach that is research that focuses on testing hypotheses with statistical method

analysis tools and generating conclusions that can be generalized. The population used in this study were all customers at Bank Shinhan Indonesia in Surabaya. The sampling technique used in this study was accidental sampling, which is a sample selection technique based on coincidence, ie all population members who accidentally met with researchers could be sampled in the study. . The sample used in this study was 75 respondents. The test equipment used was multiple linear regression analysis techniques with the help of SPSS 17.0 software. From the results of the research that has been done it can be concluded that, the results of the validity test are valid, the reliability test is reliable. Multiple linear regression analysis obtained modeling that is $Y = 0.529 + 0.306 X_1 + 0.532 X_2 - 0.390 X_3$. From the F Test results obtained that Work Ethics (X_1), Service Quality (X_2) and Price Perception (X_3) simultaneously influence the Customer Satisfaction (Y) at Shinhan Indonesia Bank Surabaya. From the t test results it can be seen that Work Ethics (X_1) and Service Quality (X_2) partially have a significant and positive effect on Customer Satisfaction (Y) at Bank Shinhan Indonesia Surabaya, then Price Perception (X_3) partially has a significant and negative effect on Satisfaction Customer (Y) at Bank Shinhan Indonesia Surabaya

Keywords: Work Ethics, Service Quality, Price Perception, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Di masa gIobalisasi seperti sekarang ini, ada sejumlah pertumbuhan dari berbagai macam industri baik di bidang jasa maupun produksi, yang menghasilkan beragam aneka produk yang dihasilkan. Semakin banyaknya industri semakin banyak pula pesaing. Semua itu dapat diatasi apabila perusahaan dapat memilih suatu keputusan dari kebijakan yang terdapat di dalam pengelolaan.

Di industri perbankan, terdapat 134 bank yang sudah tertera dalam portal site di Bank Indonesia (www.bi.go.id). Banyaknya bank yang menawarkan produk dan jasa yang sama dan orientasi pasar mereka juga sebagian besar menyebabkan persaingan semakin ketat. Kondisi semakin kompleks, sehingga menuntut bank lebih sensitif lagi terhadap perkembangan-perkembangan yang ada. GIobalisasi perdagangan dunia menyebabkan perubahan cepat dalam lingkungan ekonomi dan bisnis. Oleh karena itu, setiap perusahaan yang ingin bertahan harus mampu beradaptasi dengan perubahan yang ada dan harus kompetitif. Kualitas bersaing dapat dicapai melalui penjualan produk yang berkelas, biaya yang relatif murah, penyerahan produk yang cepat dan layanan oleh karyawan yang terbaik. Oleh karena itu perusahaan harus lebih lagi memperhatikan permasalahan layanan yang dimana hal ini tidak dapat dipisahkan dari peranan dari sumber daya manusianya.

Pentingnya peran sumber daya manusia di setiap perusahaan menuntut agar organisasi mampu menghadapi faktor tenaga kerja sebagai cara untuk menjaga keseimbangan seluruh karyawan perusahaan, karena karyawan disini tidak hanya berperan sebagai karyawan perusahaan, tetapi juga sebagai karyawan perusahaan. Produk perusahaan pelanggan. Sumber daya manusia dalam suatu organisasi penting untuk menentukan efektivitas organisasi. Industry perbankan Harus mampu merancang strategi pemasaran yang tepat untuk mencapai tujuan perusahaan yang merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi tahap perkembangan perusahaan.

Faktor terpenting dari layanan yang baik adalah kesigapan sumber daya manusianya dalam melayani nasabah atau calon nasabah. Sebab itu, sumber daya manusia perlu disiapkan secara intensif sebelumnya agar dapat menghasilkan pelayanan yang terbaik kepada nasabah atau calon nasabah. Tidak hanya karyawan harus berhadapan langsung dengan pelanggan, mereka harus dapat menghasilkan pelayanan yang baik, tetapi juga harus dilakukan oleh seluruh karyawan perusahaan. Semua pihak harus saling mendukung agar dapat menghasilkan layanan yang memuaskan pelanggan.

Untuk menyelesaikan masalah yang berkaitan dengan kepegawaian dan sumber daya manusia, perusahaan perlu mempekerjakan

tenaga ahli di bidang hukum, manajemen, dan psikologi. Tenaga ahli ini biasanya ditempatkan di bagian personalia atau sebagai tenaga ahli di perusahaan. Dengan ditemani tenaga ahli di bidang manajemen sumber daya manusia perusahaan, suasana kerja yang harmonis dapat tercipta. Pegawai - pegawai ditempatkan sesuai dengan keahlian dan kemampuannya, disiplin kerja tinggi, dan juga bekerja sesuai dengan etika / norma kerja yang telah dibuat oleh perusahaan. Dengan kemampuan dalam menghasilkan layanan dengan baik dan etika kerja karyawan yang tinggi, maka kepuasan nasabah dapat tercapai dengan mudah.

Konsep pemasaran umum yang dianut perusahaan Tema lembaga keuangan merupakan tema utama, yang memperlihatkan bahwasanya semua elemen perusahaan harus berorientasi pada kepuasan pelanggan. Perusahaan akan berusaha mencari tahu segala sesuatu yang berhubungan dengan pelanggan dan berusaha untuk memenuhi kebutuhan mereka. Memahami reaksi dan perilaku konsumen terhadap produk penting untuk memastikan bahwasanya tujuan lembaga keuangan tercapai. Banyaknya pesaing yang memaksa setiap perusahaan untuk menciptakan kualitas terbaik dalam persaingan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipergunakan penulis adalah penelitian Kuantitatif. Sugiyono (2016:21) menyatakan bahwasanya metode kuantitatif adalah suatu metode yang dipergunakan dengan mengumpulkan, menyaapabikan dan menganalisis data untuk melihat dan mendeskripsikan lingkungan atau kondisi sebenarnya di perusahaan, sehingga dapat memahami dengan jelas objek yang diteliti, sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan. Nazir (2015:63) menyatakan bahwasanya metode ini adalah swatu metode yang meneliti swatu kelompok manusia, Kumpulan sistem ideologis atau kondisi kategori peristiwa saat ini untuk memperoleh deskripsi deskriptif, systematic, factual dan akurat atau penggambaran fakta, karakteristik dan hubungan dari fenomena yang diteliti. Berlandaskan kedua pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwasanya penelitian kuantitatif adalah sebuah penelitian yang mengumpulkan data dari bentuk angka ataupun

data kualitatif yang dirubah dalam angka, krena data terkumpul adalah dari contoh populasi penelitian dianalisis sesuai dengan suatu “metode statistic” yang kelak dipergunakan dan diinterpretasikan.

3.2.1 Populasi

“Menurut Indriantoro dan Supomo (2015:45) : ” Populasi adalah wilayah umum, meliputi: objek atau tema dengan kualitas dan karakteristik tertentu, objek / atau tema tersebut ditentukan dan disimpulkan oleh penulis untuk ditelaah. Obyek yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah Bank Shinhan Indonesia di Surabaya, sedangkan populasi yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pada Bank Shinhan Indonesia di Surabaya.

3.2.2 Sampel

Sampel (bahasa inggris : sample) ini adalah bagian dari komunitas yang akan dipelajari; ini dianggap sebagai perkiraan komunitas, bukan komunitas itu sendiri. [1] Sampel dianggap mewakili komunitas, dan hasilnya dapat menunjukan gejala yang dipelajari secara keseluruhan. [2] Toalk ukur dan keberagaman sampel menentukan baik atau tidakbaiknya sampel tersebut. Metode pengambilan sampel ada dua yaitu random (random) / probabilitas dan non random (non random) / non probability. (www.Wikipedia.com : 2015),

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik non-probabilistic sampling, tepatnya, accidental sampling, yaitu dimana suatu teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada pemilihan kebetulan, yang “artinya semua populasi yang sesuai dengan peneliti” akan muncul dalam penelitian. (Sugiyono, 2016: 77).

Ferdinand (2015:225) Tandaskan bahwasanya dalam studi multivariat (termasuk studi yang menggunakan multivariat), ukuran sampel minimum ditentukan menjadi 25 kali variabel independen. Dalam penelitian ini memiliki 3 variabel bebas sehingga sampel yang digunakan sebanyak 75 responden.

3.3.1. Definisi Operasional Variabel

Pengoperasian variabel yang akan dibahas dalam penelitian ini didefinisikan sebagai:

1. Etika Kerja (X1)

Etika kerja adalah suatu sikap, karakter, kepribadian dan keyakinan yang menjadi dasar untuk mencapai hasil atau prestasi hidup yang jauh baik daripada sebelumnya.

Menurut Aryana dan Winoto (2017:95) Etika kerja (X1) dibentuk oleh 6 indikator, antara lain :

1. Bekerja dengan integritas
2. Bekerja dengan penuh tanggung jawab
3. Bekerja dengan semangat
4. Bekerja dengan sukacita
5. Bekerja dengan ketekunan
6. Bekerja dengan kerendahan hati

2. Kualitas Layanan (X2)

Kualitas layanan adalah pandangan pelanggan tentang kualitas layanan. Pada hakikatnya hanya pelanggan dapat mengevaluasi kualitas layanan badan usaha.

Menurut Munandar (2017:7) bahwasanya Kualitas Layanan (X2) dibentuk oleh 5 indikator, antara lain:

1. Karyawan mampu memahami keinginan nasabah.
2. Karyawan bersikap santun kepada nasabah.
3. Karyawan bersedia membantu kesulitan nasabah.
4. Karyawan dapat menjawab pertanyaan dengan tepat.
5. Karyawan perhatian kepada semua nasabah tanpa membedakan.

3. Persepsi Harga (X3)

Persepsi Harga yang dirasakan mengacu pada jumlah uang yang diperlukan untuk mendapatkan komposisi barang dan jasa (ditambah beberapa barang apabila memungkinkan).

Menurut Tobing (2018:7) bahwasanya Persepsi Harga (X3) ditelaah dengan membagi berdasarkan 3 indikator yaitu :

1. Bea administrasi yang bersaing
2. Bunga yang bersaing
3. Fitur bebas biaya administrasi untuk product atau jasa tertentu

4. Kepuasan Nasabah (Y)

Kepuasan nasabah yaitu suatu perasaan yang dihasilkan setelah memperhitungkan kinerja (hasil) product dengan hasil kerja yang diharapkan, bagi seseorang kepuasan pelanggan adalah suatu kesenangan atau kekecewaan.

Menurut Munandar (2017:7) bahwasanya Kepuasan Nasabah (Y) dibentuk oleh 3 unsur, antara lain:

1. Nasabah puas dengan pelayanan yang diberikan
2. Nasabah puas dengan biaya yang diberikan
3. Nasabah puas terhadap layanan secara keseluruhan.

3.3.2. Pengukuran Variabel

Metode yang dipergunakan untuk melakukan pengukuran variabel dalam penelitian ini akan digunakan skala likert, yaitu cara mengukur sikap dengan mengungkapkan apakah sikap tersebut sesuai dengan tema, objek atau peristiwa tertentu. Angka penilaian dalam skala likert ini menggunakan 4 butir. Ini menyatakan urutan kesepakatan atau ketidaksepakatan.

Bobot dari masing – masing skala adalah yaitu:

Tabel 3.1
Skala Pengukuran Data

-1-	-2-	-3-	-4-
STS	TS	S	SS

Keterangan :

- i. Skala pada angka 1 menyatakan "Sangat" Tidak Setuju (.STS)
- ii. Skala pada angka 2 menyatakan Tidak "Setuju" (.TS.)
- iii. Skala pada angka 3 menyatakan Setuju (S)
- iv. Skala pada angka 4 menyatakan Sangat Setuju (SS)

Sumber dan Pengumpulan Data

3.4.1. Jenis Data

Peneliti menggunakan data primer yaitu data yang didapatkan penulis dengan cara langsung dari sumbernya yaitu responden, yang biasanya dari kuesioner. Dalam penelitian ini data diperoleh secara langsung dari responden yaitu nasabah Bank Shinhan Indonesia di Surabaya, dengan menghasilkan atau membagikan kuesioner secara langsung pada responden.

3.4.2. Sumber Data

Sumber data penelitian merupakan factor penting untuk dipertimbangkan dalam

menentukan metode pengumpulan data. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari: 1) data utama, yaitu data yang diperoleh penulis langsung dari sumbernya (yaitu responden biasanya diperoleh dari kuesioner), dan 2). Data sekunder adalah data yang diperoleh penulis dari semua sumber yang berkaitan dengan topik penelitian, seperti buku, jurnal penelitian, bukti, catatan, laporan sejarah yang telah disusun menjadi dokumen terbitan, dll.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini didasarkan pada bagaimana peneliti mendapatkan data yang dibutuhkan dalam proses penelitian. Teknik pengumpulan data meliputi :

a. Penelitian Kepustakaan (Library Research)

Pada tahap ini, penulis berusaha memperoleh informasi sebanyak-banyaknya dengan membaca, meneliti, meneliti, dan mereview buku, jurnal, makalah, dan bentuk literatur penelitian sebelumnya untuk dijadikan sebagai landasan teori dan acuan dalam pengolahan data. Pertanyaan dalam penelitian. Penulis juga berupaya mengumpulkan, meneliti dan menelaah data pembantu yang berkaitan dengan objek yang akan penulis teliti.

b. Riset Internet (Online Research)

Pada tahap ini penulis mencoba untuk memperoleh berbagai data dan informasi lain dari “situs-situs” yang berhubungan dengan obyek penelitian.

c. Penelitian Lapangan (Field Research)

Penelitian lapangan ini dilakukan dengan cara survey langsung ke perusahaan yang dijadikan objek penelitian ini untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian ini.

Analisis Data

3.6.1. Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas data dalam penelitian biasanya hanya ditujukan pada pengujian validitas dan reliabilitas. Saat mengolah dan menganalisis data, penulis menggunakan bantuan program SPSS For Windows Versi 17.0.

Adapun tahapan pengeumpulan data yang dilakukan untuk penelitian ini adalah :

1. Uji Validitas

Arikunto (2016:168) menyatakan Tandaskan bahwasanya efektivitas adalah ukuran untuk memperlihatkan keefektifan atau tingkat keefektifan suatu alat. Alat yang efektif atau efektif memiliki keefektifan yang tinggi. Sebaliknya, alat yang tidak efektif berarti alat tersebut kurang efektif.

Ghozali (2016:131) mendefinisikan uji validitas adalah salah uji statistik yang dipergunakan untuk menguji kelayakan dan keakuratan indikator – indikator dalam mengukur variabel pada kuesioner.

Azwar (2016:157) menghasilkan batasan bahwasanya suatu indikator dalam variabel dikatakan valid apabila nilai r hitung lebih “besar atau sama ‘dengan 0,30, dan suatu indikator dalam variabel dikatakan tidak valid apabila nilai r hitung lebih” kecil dengan 0,30

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2016:121) Reliabilitas adalah ukuran yang secara berulang kali menghasilkan data yang sama atau konsisten. ”Pada saat yang sama, menurut Arikunto (2016: 178),“ Reliabilitas mengacu pada tingkat kepercayaan yang tinggi pada suatu alat, karena alat tersebut sangat baik, sehingga dapat Digunakan sebagai alat pengumpulan data. Reliabilitas mengacu pada tingkat keandalan sesuatu.

Ghozali (2016:132) mendefinisikan Uji reliabilitas adalah salah uji statistik yang dipergunakan untuk mengukur kelayakan dan keakuratan variabel – variabel dalam kuesioner pada suatu penelitian. Suatu kuesioner dikatakan akurat apabila jawaban responden terhadap pertanyaan dalam kuesioner dapat konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Ghozali (2016: 132) juga menghasilkan batasan bahwasanya apabila nilai cronbach alpha (r_{α}) lebih besar dari atau sama dengan 0,60 maka variabel dalam kuesioner dianggap reliabel; apabila cronbach maka variabel dalam kuesioner dianggap tidak dapat diandalkan. Nilai r_{α} (r_{α}) kurang dari 0, 60.

Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model regresi linier. Menurut Sugiyono (2016: 117), apabila “dua atau lebih variabel independen (variabel bebas) dioperasikan sebagai” prediktor (variabel naik dan turun), maka analisis regresi linier berganda dapat digunakan untuk memprediksi keadaan variabel dependen (fluktuasi naik turun) (set seri). Oleh karena itu, apabila jumlah variabel bebas minimal 2 variabel maka dilakukan analisis regresi “berganda.

Analisis regresi linier berganda dipergunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) yaitu Etika Kerja (X1), Kualitas Layanan (X2) dan Persepsi Harga (X3) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada Bank Shinhan Indonesia di Surabaya.

Bentuk {persamaannya adalah] sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e \quad \dots\dots\dots (\text{Sudrajat, 2015:112})$$

Ket.:

- Y = Kepuasan Nasabah
- X₁ = Etika Kerja
- X₂ = Kualitas layanan
- X₃ = Persepsi Harga
- β₀ = Konstanta
- β₁, β₂, β₃ = Koefisien regresi untuk variabel X₁, X₂ dan X₃
- e_i = Faktor pengganggu atau standar error

Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Korelasi merupakan ukuran Tentukan kedekatan hubungan kedua variabel. Tingkat hubungan dapat dibedakan menjadi tiga standar, yaitu hubungan positif, \hubungan negatif dan tidak ada hubungan.

Koefisien korelasi adalah ukuran statistik dari kovarian atau hubungan antara dua variabel. Koefisien korelasi merepresentasikan kekuatan (kekuatan) hubungan linier antara dua variabel acak dan arah hubungan.

Agar lebih mudah menjelaskan kekuatan hubungan kedua variabel tersebut, penulis menghasilkan kriteria sebagai berikut (Sarwono, 2016:67) :

- 0 : Tidak ada korelasi antara dua variabel
- >0 – “0,25 : Korelasi sangat lemah
- >0,25” – 0,5 : Korelasi cukup
- >0.5 – 0.75 : Korelasi kuat
- >0,75 –0,99 : Korelasi” sangat kuat
- 1 : Korelasi sempurna

Koefisien determinasi merupakan suatu ukuran penerapan atau ketepatan nilai taksiran atau garis regresi pada data sampel. Apabila nilai

koefisien korelasi diketahui maka koefisien determinasi dapat diperoleh dengan mengkuadratkan kuadrat Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah:

- a. apabila koefisien determinasi mendekati nol (0), maka pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent lemah.
- b. Apabila koefisien determinasi mendekati satu (1), maka pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent kuat.

Pengujian Hipotesis

Uji F (Pengujian Secara Simultan)

Uji F merupakan uji koefisien regresi simultan. Lakukan pengujian ini untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen dalam model terhadap variabel dependen secara bersamaan.

Dalam penelitian ini Uji F dilakukan untuk memperoleh pengaruh secara simultan antara Etika Kerja (X1), Kualitas Layanan (X2) dan Persepsi Harga (X3) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada Bank Shinhan Indonesia di Surabaya.

1. Merumuskan hipotesis yang akan”diuji :

$$H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$$

memiliki arti tidak ada pengaruh secara simultan diantara Etika Kerja(X1), Kualitas Layanan(X2) dan Persepsi Harga(X3) terhadap Kepuasan Nasabah(Y) pada Bank Shinhan Indonesia di Surabaya

$$H_1 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0'$$

memiliki arti ada pngaruh secara simultan antra Etika Kerja(X1), Kualitas Layanan(X2) dan Persepsi Harga(X3) terhadap Kepuasan Nasabah(Y) pada Bank Shinhan Indonesia di Surabaya.

2. “Penggunaan level of significant” (α)= 5 % , derajat bebas (df) = (k,=nk-1)

Penjelasan :

n = jumlah pengamatan (jumlah sampel)

k = jumlah parameter regresi (jumlah variabel)

3. “Perhitungan Uji F “dengan menerapkan rumus :

$$F = \frac{JK(\text{Reg})/K}{JK(S)/(n-k-1)}$$

Keterangan :

k = Banyaknya variabel bebas

n = Banyaknya data

JK (Reg) = Jumlah kuadrat regresi

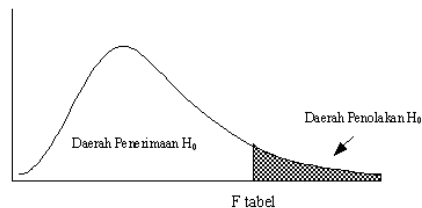
JK (S) = Jumlah kuadrat sisa

4. Kriteria Pengujian

a. Apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 direject, berarti tidak ada pengaruh simultan antara Etika Kerja(X1), Kualitas Iayanan(X2) dan Persepsi Harga(X3) terhadap Kepuasan Nasabah(Y) pada Bank Shinhan Indonesia di Surabaya

b. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, “berarti ada pengaruh secara” simultan antara Etika Kerja (X1), Kualitas Iayanan (X2) dan Persepsi Harga (X3) terhadap” Kepuasan Nasabah (Y) pada Bank Shinhan Indonesia di Surabaya.

5. Daerah pnerimaan dan penolakan hipotesis (H_0)



Gambar 3.1

Daerah Penerimaan / Penolakan Hipotesis Secara Simultan

Uji t (Uji Parsial)

Uji t (uji parsial) adalah pengujian koefisien regresi parsial, dengan asumsi variabel independen lain dianggap konstanta, maka pengujian dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, Uji t dipergunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara Etika Kerja (X1), Kualitas Iayanan (X2) dan Persepsi Harga (X3) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada Bank Shinhan Indonesia di Surabaya.

Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut :

1. Merumuskan pola hipotesis yang akan diuji :

$$“H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0”$$

memiliki arti tidak ada pengaruh secara parsial antara Etika Kerja (X1), Kualitas Iayanan (X2) dan Persepsi Harga (X3) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada Bank Shinhan Indonesia di Surabaya

$$“H_1: \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0”$$

memiliki arti ada pengaruh” secara parsial antara Etika Kerja (X1), Kualitas Iayanan (X2) dan Persepsi Harga (X3) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada Bank Shinhan Indonesia di Surabaya.

2. Menggunakan level of significant (α) sebesar 5 %, dan derajat kebebasan (df) = $(\alpha/2, n-k-1)$ ”

Penjelasan :

n= jumlah “pengamatan (jumlah sampel)

k= jumlah “parameter regresi (jumlah variabel)”

3. “Mencari nilai t hitung dengan menggunakan rumus sebagai” berikut :

$$t_{hitung} = \beta_i / Se(\beta_i) \text{ (Sugiyono, 2016:184)}$$

“Penjelasan :

t_{hitung} = “Koefisien Uji t”

β_i = “Konstanta”

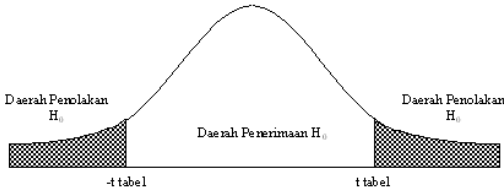
Se (β_i) = “Standart error”

4. “Kriteria Pengujian”

a. “Apabila $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang berarti tidak ada pengaruh secara parsial antara Etika Kerja (X1), Kualitas Iayanan (X2) dan Persepsi Harga (X3) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada Bank Shinhan Indonesia di Surabaya

b. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < -t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya etika kerja (X1), kualitas pelayanan (X2) dan persepsi harga (X3) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) Bank Shinhan Indonesia di Surabaya.

5. Daerah penerimaan “dan penolakan hipotesis (Ho)



Gambar 3.2

Daerah "Penerimaan atau Penolakan" Hipotesis Secara Parsial

PEMBAHASAN

Data Penelitian

Tabel 4.1.

"Karakteristik Responden Berlandaskan Jenis Kelamin Responden"

No	Gendet	Jumlah	Persentase (%)
1	Pria	41	54,67
2	Wanita	34	45,33
Total		75	100,00

Sumber: Data diolah

Tabel 4.2.

Karakteristik Responden Berlandaskan Usia

No	Usia	Jumlah	Prosentase (%)
1	21 - 30 tahun	27	36,00
2	31 - 40 tahun	31	41,33
3	> 40 tahun	17	22,67
Total		75	100,00

Sumber: Data diolah

Tabel 4.3

Distribusi Frekuensi Tentang Etika Kerja (X₁)

No	Pertanyaan	Skor Jawaban				Mean Skor
		1	2	3	4	
1	Karyawan Bank Shinhan Indonesia di Surabaya mampu bekerja dengan penuh integritas	9	25	24	17	2,65
2	Karyawan Bank Shinhan Indonesia di Surabaya memiliki tanggung jawab yang tinggi dalam bekerja	4	32	25	14	2,65
3	Karyawan Bank Shinhan Indonesia di Surabaya bekerja dengan penuh semangat	8	19	30	18	2,77
4	Karyawan Bank Shinhan Indonesia di Surabaya suka cita dalam melaksanakan pekerjaan	9	23	25	18	2,69
5	Karyawan Bank Shinhan Indonesia di Surabaya memiliki ketekunan yang tinggi dalam bekerja	8	18	32	17	2,77
6	Karyawan Bank Shinhan Indonesia di Surabaya rendah hati dalam menjalankan pekerjaannya	5	32	23	15	2,64
Mean Skor Keseluruhan						2,70

Sumber: Data diolah

Tabel 4.4
Distribusi Frekuensi "Tentang Kualitas layanan (X₂)

No	"Pertanyaan"	"Skor Jawaban"				Mean Skor
		1	2	3	4	
1	Karyawan Bank Shinhan Indonesia di Surabaya mampu memahami keinginan nasabah	10	26	15	24	2,71
2	Karyawan Bank Shinhan Indonesia di Surabaya bersikap ramah kepada semua nasabah yang datang	12	22	24	17	2,61
3	Karyawan Bank Shinhan Indonesia di Surabaya bersedia membantu kesulitan nasabah	9	26	19	21	2,69
4	Karyawan Bank Shinhan Indonesia di Surabaya mampu menjawab pertanyaan nasabah dengan akurat	6	24	22	23	2,83
5	Karyawan Bank Shinhan Indonesia di Surabaya memberikan perhatian kepada semua nasabah tanpa membedakan	7	20	31	17	2,77
"Mean Skor Keseluruhan"						2,72

Sumber: Data diolah

Tabel 4.5

Distribusi Frekuensi Tentang Persepsi Harga (X₃)

No	Pertanyaan	Skor Jawaban				Mean Skor
		1	2	3	4	
1	Biaya administrasi bagi masyarakat yang akan membuka rekening baru di Bank Shinhan Indonesia Surabaya cukup murah	9	19	29	18	2,75
2	Bunga deposito yang ditawarkan Bank Shinhan Indonesia di Surabaya cukup kompetitif dan mampu bersaing dengan Bank lain	8	22	21	24	2,81
3	Bank Shinhan memberikan bebas biaya administrasi untuk melakukan transfer ke bank lain sebanyak 30 kali	5	18	25	27	2,99
Mean Skor Keseluruhan						2,85

Sumber: Data diolah

Tabel 4.6

Distribusi Frekuensi Tentang Kepuasan Nasabah (Y)

No	Pertanyaan	Skor Jawaban				Mean Skor
		1	2	3	4	
1	Nasabah Bank Shinhan Indonesia di Surabaya merasa puas dengan layanan yang diberikan pihak bank	2	19	30	24	3,01
2	Nasabah Bank Shinhan Indonesia di Surabaya puas dengan harga atau biaya yang ditawarkan oleh pihak bank	2	22	26	25	2,99
3	Nasabah secara keseluruhan merasa puas dengan Bank Shinhan Indonesia di Surabaya	2	22	27	24	2,97
Mean Skor Keseluruhan						2,99

Sumber: Data diolah

Uji Validitas

Tabel 4.7.

Uji Validitas Variabel Etika Kerja (X₁)

Pernyataan	Parson Correlation (r _{hitung})	r _{tabel}	Penjelasan
X _{1.1}	0,705	0.30	Valid
X _{1.2}	0,646	0.30	Valid
X _{1.3}	0,757	0.30	Valid
X _{1.4}	0,695	0.30	Valid
X _{1.5}	0,742	0.30	Valid
X _{1.6}	0,598	0.30	Valid

Sumber : lampiran 3

Tabel 4.8.
Uji Validitas Variabel Kualitas layanan (X₂)

Pernyataan	Parson Corelation (rhitung)	r tabel	Penjelasan
X _{2.1}	0,808	0.30	Valid
X _{2.2}	0,765	0.30	Valid
X _{2.3}	0,797	0.30	Valid
X _{2.4}	0,782	0.30	Valid
X _{2.5}	0,670	0.30	Valid

Sumber : lampiran 3

Tabel 4.9.

Uji Validitas Variabel Persepsi Harga (X₃)

Pernyataan	Parson Corelation (rhitung)	r tabel	Penjelasan
X _{3.1}	0,801	0.30	Valid
X _{3.2}	0,865	0.30	Valid
X _{3.3}	0,785	0.30	Valid

Sumber : lampiran 3

Tabel 4.10.

Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Pernyataan	Person Corelation (rhitung)	r tabel	Penjelasan
Y ₁	0,882	0.30	Valid
Y ₂	0,767	0.30	Valid
Y ₃	0,834	0.30	Valid

Sumber : lampiran 3

Uji Reliabilitas

Tabel 4.11.

Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel	Nilai r Alpha	r Tabel	Penjelasan
Etika Kerja (X ₁)	0,782	0.60	Reliabel
Kualitas layanan (X ₂)	0,823	0.60	Reliabel
Persepsi Harga (X ₃)	0,753	0.60	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,769	0.60	Reliabel

Sumber : lampiran 4

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4.12
Koefisien Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	,529	,074
	Etika Kerja (X ₁)	,306	,096
	Kualitas Layanan (X ₂)	,532	,103
	Persepsi Harga (X ₃)	-,390	,122

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Sumber: lampiran 5

Berlandaskan penelitian ini persamaan regresi berganda dapat dinyatakan sebagai :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 0,529 + 0,306 X_1 + 0,532 X_2 - 0,390 X_3$$

Berlandaskan regresi linier berganda tersebut dapat dijabarkan :

a. Nilai β_0 sejumlah = 0,529

Konstanta (β_0) sejumlah 0,529 memperlihatkan pola besarnya pengaruh etika kerja(X₁), kualitas pelayanan(X₂) dan persepsi harga(X₃) terhadap variabel terikat (yaitu kepuasan pelanggan(Y)). sama dengan nol, diharapkan kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,529 unit.

b. Nilai β_1 sebesar = 0,306

Koefisien regresi (β_1) untuk variabel Etika Kerja(X₁) sebesar 0,306, berarti apabila Etika Kerja(X₁) mengalami kenaikan satu satuan, maka Kepuasan Nasabah akan mengalami kenaikan sebesar 0,306 satuan. Anggapan Kualitas layanan(X₂) dan Persepsi Harga(X₃) konstan

c. Nilai β_2 sebesar = 0,532

Koefisien regresi (β_2) untuk variabel Kualitas layanan(X₂) sebesar 0,532, berarti apabila Kualitas layanan(X₂) mengalami kenaikan satu satuan, maka Kepuasan Nasabah akan mengalami kenaikan sebesar 0,532 satuan. Dengan begitu Etika Kerja(X₁) dan Persepsi Harga konstan

d. Nilai β_3 sebesar = -0,390

Koefisien regresi (β_3) dari variabel persepsi harga(X₃) adalah -0,390 yang berarti apabila persepsi harga(X₃) meningkat 1 satuan maka kepuasan konsumen akan turun sebesar 0,390 satuan. Dengan asumsi etika kerja(X₁) dan kualitas pelayanan(X₂) konstan

Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4.13
Koefisien Korelasi Berganda (R) Dan Determinasi Berganda (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,787 ^a	,620	,603	,442

a. Predictors: (Constant), Persepsi Harga (X₃), Etika Kerja (X₁), Kualitas Layanan (X₂)

Sumber: lampiran 5

Uji Pengaruh Secara Simultan dengan Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen dan variabel dependen secara bersamaan. Dalam penelitian ini dilakukan uji F untuk mengetahui pengaruh variabel independen (etika kerja(X₁), kualitas layanan(X₂), dan harga yang dipersepsikan(X₃))

terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan(Y).

Tabel 4.14.

Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22,596	3	7,532	38,546	,000 ^a
	Residual	13,875	71	,195		
	Total	36,471	74			

a. Predictors: (Constant), Persepsi Harga (X3), Etika Kerja (X1), Kualitas Layanan (X2)

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Sumber: lampiran 5

Uji Pengaruh Secara Parsial dengan Uji t

Uji t dipergunakan untuk mengetahui letak parsial antara variabel bebas dan variabel terikat. Dalam uji penelitian ini dilakukan uji-t untuk mengerti pengaruh beberapa variabel terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y) yaitu variabel etos kerja (X1), kualitas pelayanan (X2) dan persepsi harga (X3).

Tabel 4.15
Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		t	Sig.	Correlations
				Partial
1	(Constant)	7,146	,000	
	Etika Kerja (X1)	3,172	,002	,352
	Kualitas Layanan (X2)	5,144	,000	,521
	Persepsi Harga (X3)	-3,490	,001	,383

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Sumber: lampiran 6

KESIMPULAN

Berlandaskan hasil penelitian dan pembahasan menggunakan target hipotesis regresi linier berganda, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Apabila menggunakan uji F untuk pengujian pada saat yang sama diketahui nilai Fhitung (38,546) > Ftabel (2,73) yang berarti etika profesi(X1), kualitas pelayanan(X2) dan harga yang dipersepsikan(X3) secara simultan mempengaruhi nasabah di Shinhan, Indonesia Kepuasan Bank Surabaya(Y).
2. Hasil pengujian pengaruh variabel etika profesi(X1) terhadap kepuasan nasabah(Y) di Bank Shinhan Surabaya dapat diketahui bahwasanya nilai thitung (3,172) > t tabel (1,9939) merupakan pengaruh etika profesi (X1) pada Bank Shinhan Indonesia di Surabaya Kepuasan nasabah(Y) berpengaruh signifikan dan positif.

3. Pada Bank Shinhan Surabaya, Indonesia, hasil pengujian pengaruh variabel kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) memperlihatkan nilai hitung (5,144) > t tabel (1,9939) yang artinya kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah (Y) Bank Shinhan Indonesia Surabaya.

4. Di Surabaya, hasil pengujian “pengaruh variabel persepsi harga (X3) terhadap kepuasan nasabah (Y) Bank Shinhan Indonesia” memperlihatkan bahwasanya nilai thitung (-3,490) < -ttabel (-3,490) memperlihatkan bahwasanya harga dianggap (X3) berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) Bank Shinhan Indonesia di Surabaya

5. Kualitas pelayanan (X2) merupakan variabel “bebas (X), mendominasi”, dan berpengaruh paling besar terhadap kepuasan nasabah (Y) Bank Indonesia Surabaya. Hal ini terlihat dari nilai korelasi parsial (r) 0,521 dari “variabel kualitas pelayanan (X2)”, dibandingkan dengan korelasi parsial (r) variabel etika profesi (X1) dan persepsi harga (X3). memiliki nilai yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2015. Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa. Penerbit Alfabet, Bandung
- Anoraga, Pandji, 2015, Psikologi Kerja. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Arikunto, Suharsimi, 2016, Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Revisi, Cetakan Kedelapan, Renika Cipta, Jakarta
- Aryana, Permata dan Hery Winoto, 2017, Pengaruh Budaya Organisasi, Etika Kerja, dan Loyalitas Terhadap Kinerja Karyawan (Studi kasus pada karyawan pendukung non akademik Universitas XYZ), Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis, Vol. 17, No. 2, Juli - Desember 2017, Hal 89 – 110
- Assauri, Sofyan, 2014, Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep, dan Strategi, Penerbit: CV. Rajawali, Jakarta.

- Azwar Saifudin, 2016, Reliabilitas dan Validitas, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Bertens, K, 2013, Etika, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Dutka, Alan, 2013, "AMA Handbook For Customer Satisfaction", Lincoln Wood-Illinois" NTC Business Books.
- Ferdinand, Augusty, 2015, Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen, Edisi 2, Penerbit BP UNDIP, Semarang.
- Ghozali, Imam, 2016, Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS. BP Universitas Diponegoro, Semarang.
- Indriantoro, Nur dan Supomo, Bambang, 2015, "Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen", Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta
- Irawan, Handi, 2015, 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan, Cetakan Ketujuh, Jakarta: Elex Media Komputindo
- Kurtz, David L. and Boone, 2014, Louise Contemporary Marketing Plus, (Terjemahan), Penerbit: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, Philip, 2014, Manajemen Pemasaran, Terjemahan, Jilid I, Edisi Keenam, Penerbit Erlangga Jakarta.
- , dan Armstrong, 2014, Dasar - Dasar Pemasaran, Jilid 1, Edisi Bahasa Indonesia, Penerbit Prehallindo, Jakarta
- , dan Kevin Leane Keller, 2014, Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1, Penerbit Erlangga Jakarta
- Kreitner, Robert, Angelo Kinicki., 2014. Perilaku Organisasi. Edisi Sembilan. Salemba Empat, Jakarta
- Kurzt, David L and Kenneth E. Clow, 2013, Service Marketing, John Wilwy & Sons, Inc
- Laksana, Fajar, 2016, Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis, Edisi Pertama, Penerbit Graha Ilmu
- Lupiyoadi, Rambat, 2015, Manajemen Pemasaran Jasa Teori Dan Praktik, Penerbit Salemba Empat
- Mowen John C dan Minor Michael, 2015, Perilaku Konsumen, Alih Bahasa Lina Salim, Jakarta Erlangga.
- Munandar Lukman Aris, 2017, Pengaruh Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berdampak Pada Loyalitas Konsumen Gardenia Fitness Center Di Semarang, e-Jurnal Manajemen, Universitas Dian Nuswantoro Semarang, Hal 1 – 20
- Nazir, Mohammad, 2015, Metode Penelitian, Cetakan ketiga, Ghalia Indonesia, Jakarta
- Nugraheni Dyana Putri, Bambang Munas Dwiyanto, 2016, dengan judul "Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi pada PT Nasmoco Majapahit Semarang), Diponegoro Journal Of Management, Volume 5, Nomor 1, Tahun 2016, Hal. 1-13
- Parasuraman Zeithaml, Valarie A., and Berry L Leonard, 2013, Delivering Quality Service : Balancing Customer Perception and Expectation, New York.
- Peter, Paul J. And Olson, Jerry C, 2014, Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran, Edisi Keempat, Jilid I, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Simamora, Henry, 2014, Manajemen Sumberdaya Manusia. Cetakan Pertama. Penerbit STIE YKPN. Yogyakarta.
- Sinamo, Jansen, 2013. Etos Kerja Profesional. Institut Mahardika, Jakarta
- Sudrajat, 2015, Ekonometrika Terapan, Penerbit Armico, Bandung

Sugiyono, 2016, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D, Penerbit Alfabeta, Bandung

Sultan, Zulkifli dan Taufan Kurniawan, 2019, Pengaruh Kualitas Layanan Dan Etika Kerja Terhadap Kepuasan Nasabah Megafirst Pada PT. Bank Mega Tbk. (Persero) (Studi Empiris Pada Kantor Cabang Pembantu Makassar Veteran Selatan), Journal of Management Volume 2 No. 3 2019, Hal 1 – 23

Swastha, Basu, 2014, Azas- Azas Marketing, Edisi ketiga, FE UGM, Yogyakarta

Tasmara, T. 2012. Etos Kerja Pribadi Muslim, Yogyakarta: Dana Bhakti Prima Yasa

Tjiptono Fandy, 2015, Manajemen Jasa, Edisi Kedua, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.

-----, dan Chandra, 2014, Pemasaran Global: Internasionalisasi dan Internetisasi, Yogyakarta : Penerbit Andi Yogyakarta

Tobing, Tunggul Agustin, 2018, Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI (Survey Pada Nasabah Kantor Kas Cempaka Putih)