

**PENGARUH TANGIBLE, RELIABILITY, RESPONSIVENESS, ASSURANCE,
EMPATHY DAN TRUST TERHADAP KEPUASAN NASABAH BNI KCP
BANDARA JUANDA T1**

Mitha Zhendy Prameswari

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya

e-mail : mithazhendy20@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy dan Trust Terhadap Kepuasan Nasabah BNI KCP Bandara Juanda T1. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode slovin. Sampel dalam penelitian ini merupakan Nasabah Yang Menggunakan Jasa BNI KCP Bandara Juanda T1 dengan jumlah 493 nasabah. Data yang digunakan adalah data primer. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel Tangible memiliki nilai t hitung 3,144 > nilai t tabel 1,992 dengan tingkat signifikan 0,002 < 0,050, Reliability memiliki nilai t hitung 4,680 > nilai t tabel 1,992 dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,050, Responsiveness memiliki nilai t hitung 3,382 > nilai t tabel 1,992 dengan tingkat signifikan 0,001 < 0,050, Assurance memiliki nilai t hitung 2,956 > nilai t tabel 1,977 dengan tingkat signifikan 0,004 < 0,050, dan Empathy memiliki nilai t hitung 3,024 > nilai t tabel 1,992 dengan tingkat signifikan 0,003 < 0,050 yang artinya variable tersebut mempunyai pengaruh secara simultan dengan baik terhadap variable terikat yaitu Kepuasan Nasabah yang dapat mengalami peningkatan secara signifikan pada penelitian ini, sedangkan variable Trust dengan nilai t hitung 1,241 < nilai t tabel 1,992 dengan tingkat signifikan 0,218 > 0,050 yang artinya tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menjelaskan bahwa mengetahui Pengaruh Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy dan Trust Terhadap Kepuasan Nasabah BNI KCP Bandara Juanda T1 sudah berjalan dengan baik, sehingga memberikan dampak yang positif

Kata Kunci : *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy dan Trust*

Abstract

This study aimed to identify the effect of Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and Trust on Customer Satisfaction at BNI KCP Juanda Airport T1. The sampling method used is the slovin method. The sample in this study are customers who use the services of BNI KCP Juanda Airport T1 with a total of 493 customers. The data used was primary data. The method of analysis of the data used in this research was multiple linear regression. The results of this study indicate that the Tangible variable has a t-count value of 3.144 > a t-table value of 1.992 with a significant level of 0.002 < 0.050, Reliability has a t-count value of 4.680 > a t-table value of 1.992 with a significant level of 0.000 < 0.050, Responsiveness has a t-count value of 3.382 > a value of t table 1,992 with a significant level of 0.001 < 0.050, Assurance has a t count value of 2,956 > a t table value of 1,977 with a significant level of 0.004 < 0.050, and Empathy has a t count value of 3.024

> a t table value of 1.992 with a significant level of $0.003 < 0.050$ which means that the variable has a good simultaneous influence on the dependent variable, namely Customer Satisfaction which can experience a significant increase in this study, while the Trust variable with a t-count value of 1.241 < t-table value of 1.992 with a significant level of $0.218 > 0.050$ which means it has no effect on customer satisfaction. This explains that know the Effect of Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and Trust on Customer Satisfaction at BNI KCP Juanda Airport TI has been going well, so as to give positive impact

Keywords: Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and Trust

1. Pendahuluan

Kualitas adalah jaminan terbaik atas kesetiaan pelanggan, pertahanan terkuat perusahaan dalam menghadapi persaingan dan satu-satunya jalan untuk mempertahankan pertumbuhan dan penghasilan (Kotler:2019). Dengan mengutamakan pelayanan yang baik, maka upaya perusahaan dalam mencapai tujuan akan lebih mudah karena rasa kepercayaan dari pelanggannya, yaitu mencapai keuntungan yang maksimal melalui peningkatan jumlah pembeli oleh pelanggan secara terus menerus. Peningkatan jumlah pembeli ini dapat terjadi jika pelanggan puas akan fasilitas pelayanan maupun harga yang ditawarkan perusahaan.

Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi penjualan dimana alternatif yang dipilih, sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan. Sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (outcome) tidak memenuhi harapan. Sedangkan menurut Tjipto, Fandy (2017:433) apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanannya sudah mampu memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan nasabah, maka kualitas pelayanan sudah sangat memuaskan. Sebaliknya, jika pelayanan yang diterima tidak begitu menyenangkan dari apa

yang telah diharapkan maka kualitas pelayanan dianggap buruk.

Dalam memberikan pelayanan, setidaknya perusahaan harus memenuhi 5 kriteria kualitas pelayanan yang sering disebut sebagai RATER sehingga dapat menciptakan pelanggan atau nasabah yang loyal, yaitu tangible (bukti fisik), reliability (kehandalan), assurance (jaminan), empathy (komunikasi), responsiveness (daya tanggap), yaitu diuraikan dalam empat jenis, sebagai berikut:

a. Bukti Fisik (Tangible) adalah hal-hal yang tampak oleh nasabah termasuk letak kantor strategis, lokasi parkir, kebersihan dan kerapian kantor, keindahan kantor, seragam pegawai, penampilan formulir, desain komputer, tampilan iklan bergambar dan lain sebagainya

b. Kehandalan (Reliability) adalah kemampuan pegawai menyelesaikan keluhan dan pekerjaannya pada jam layanan

c. Jaminan (Assurance) adalah tentang perilaku petugas perusahaan (itikad baik), adanya jaminan rasa aman

d. Empati (Empathy) adalah adanya perhatian serius, terhadap segala kegiatan dan terhadap pribadi nasabah tanpa membedakan status sosialnya.

e. Daya Tanggap (Responsiveness) yaitu kemampuan pegawai dalam menangani keluhan dan kecepatan

penanganannya, dengan cekatan dan segera menjawab telepon jika dibutuhkan.

PT. Bank Negara Indonesia (Persero) atau BNI merupakan Bank BUMN (Badan Usaha Milik Negara) pertama yang menjadi perusahaan publik setelah mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya pada tahun 1996. Saat ini, 60% saham-saham BNI dimiliki oleh Pemerintah Republik Indonesia, sedangkan 40% sisanya dimiliki oleh masyarakat, baik individu maupun institusi, domestik dan asing. BNI kini tercatat sebagai Bank nasional terbesar ke-4 di Indonesia, dilihat dari total aset, total kredit maupun total dana pihak ketiga. Dalam memberikan layanan finansial secara terpadu, BNI didukung oleh sejumlah anak perusahaan, yakni BNI Multifinance, BNI Sekuritas, BNI Life Insurance, dan BNI Remittance. BNI menawarkan layanan penyimpanan dana maupun fasilitas pinjaman baik pada segmen korporasi, menengah, maupun kecil. Beberapa produk dan layanan terbaik telah disesuaikan dengan kebutuhan nasabah sejak kecil, remaja, dewasa, hingga pensiun. Seperti usaha dibidang jasa lainnya, dalam setiap kegiatannya BNI selalu ingin mencapai kepuasan nasabahnya dalam setiap pelayanan. Pelayanan merupakan unsur yang sangat penting di dalam usaha meningkatkan kepuasan konsumen.

Tabel 1.1
Tabel Jumlah Nasabah PT Bank
Negara Indonesia
KCP Bandara Juanda T1
2016-2020

No	Tahun	Jumlah Nasabah	Presentase Jumlah Nasabah	Target Nasabah	Presentase Pencapaian Target
1	2017	132	27%	400	147%
2	2018	98	20%	600	75%
3	2019	136	28%	470	162%
4	2020	127	25%	600	87%
Total		493	100%	2070	112%

KCP Bandara Juanda T1 dari tahun 2016-2020 mengalami fluktuasi (naik-turun) pada tahun 2017 jumlah nasabah mencapai 27%, pada tahun 2018 turun sebesar 7%, pada tahun 2019 naik sebesar 8% dari tahun sebelumnya, dan pada tahun 2020 mengalami penurunan kembali diangka 3%, sedangkan perusahaan menginginkan pegawai mencapai target maksimal.

Berdasarkan angka fluktuasi jumlah nasabah pada PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1 penulis tertarik untuk melakukan penelitian **Pengaruh *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy dan Trust Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1.***

2. Tinjauan Pustaka Penelitian

2.1. Kualitas Pelayanan

Sebagai pelaku usaha dalam dunia bisnis, setiap perusahaan yang bergerak dalam penjualan jasa dapat bersaing dengan usaha jasa sejenis dengan memberikan pelayanan yang bermutu serta memenuhi tingkat kepentingan pelanggan. Tingkat kepentingan pelanggan terhadap jasa yang akan mereka terima dapat dibentuk berdasarkan pengalaman dan saran yang mereka peroleh. Pelanggan memilih pemberi jasa berdasarkan peringkat kepentingan, dan setelah menikmati jasa tersebut mereka cenderung akan membandingkannya dengan yang mereka harapkan.

Menurut Tjiptono, kualitas adalah kondisi tidak menentu dari produk, jasa, orang, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kata kualitas sendiri mengandung banyak definisi dan arti, namun dari beberapa definisi yang dapat diartikan, ada

beberapa yang memiliki kesamaan, meskipun cara penyampaiannya biasanya hanya dapat ditemukan pada unsur-unsur berikut ini:

Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan

- a. Kualitas mencakup produk jasa, manusia, proses dan lingkungan
- b. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah

2.3. Kepuasan Nasabah

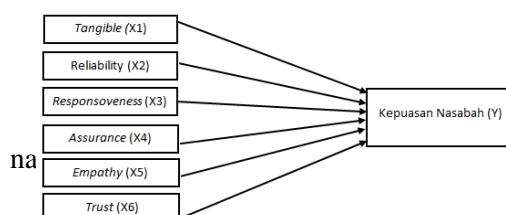
1. Pengertian Kepuasan Nasabah

- a. Menurut Oliver (2019) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapan, jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan yang diterima tidak sesuai maka nasabah akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, konsumen akan sangat puas, sedangkan bila kinerja melebihi harapan, nasabah akan sangat puas. Harapan konsumen dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari nasabah yang sudah lebih dulu mengetahuinya.

3. Indikator kepuasan konsumen adalah :

- a. Kepuasan pelanggan keseluruhan
- b. Dimensi kepuasan pelanggan
- c. Konfirmasi harapan
- d. Niat beli ulang
- e. Kesiapan untuk merekomendasikan (Tjiptono, 2019)

2.4 Kerangka Konseptual



Sumber: Data diolah tahun 2022

antara lain: *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy dan trust*. Berikut ini adalah penjelasan hubungan keterkaitan antar variabel independent dan variabel dependent.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

- H1: Tangible berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1
- H2: Reliability berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1
- H3: Responsiveness berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1
- H4: Assurance berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1
- H5: Empathy berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1
- H6: Trust berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1

3. Metode Penelitian

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif deskriptif pendekatan kuantitatif.

3.2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada nasabah – nasabah yang dikelola pada PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1, yang berlokasi di Jl. Raya Segoro Tambak Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo Jawa Timur. Dan penelitian ini dimulai dari bulan Desember 2021 sampai dengan selesai.

3.3. Sampel dan Populasi

Populasi merupakan populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti,

untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, Sugiyono (2017: 80) Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang menjadi pengguna jasa layanan pada PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1. Jumlah keseluruhan nasabah layanan perorangan sebanyak 493 dari tahun 2016 sampai 2020.

Menurut Sugiyono (2017:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sehingga peneliti menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Anggota populasi yang secara keseluruhan dijumpai oleh penelitian dan sesuai dengan ketentuan peneliti. Berdasarkan keterbatasan waktu dan biaya dalam penelitian ini diambil responden yang menggunakan jasa pelayanan di PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1, untuk menentukan ukuran besarnya sampel maka dapat menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : presentasi kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel (10%)

Jadi jumlah sampel yang diambil adalah :

$$n = \frac{493}{1 + (493)(0.01)^2} = 83,136 \text{ (dibulatkan ke 83)}$$

4.1 Data Penelitian

4.1.1 Uji Validitas

Uji validitas ini menggunakan program SPSS Statistic versi 25.0. Cara mengukur validitas dengan menggunakan metode korelasi person dengan cara mengkorelasi setiap skor variabel jawaban masing-masing responden dengan total skor masing-

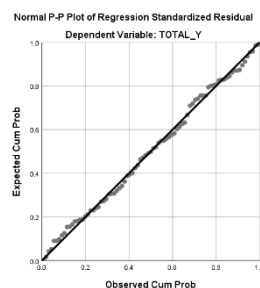
masing variabel, kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikan 0.05 (5%). Item yang dikategorikan valid jika nilai \geq , sebaliknya apabila $<$ maka data tidak berkorelasi signifikan/tidak valid. Dalam penelitian ini r tabel didapatkan dari tabel dengan derajat kebebasan (df)= n – 2 sebagai berikut :

$$df = n - 2$$

$$= 83 \text{ responden} - 2$$

$$= 81 \text{ responden} \rightarrow r \text{ tabel adalah } 0,2159$$

Berikut hasil penelitian terhadap responden dapat dilihat di tabel 4.13



sebagai berikut :

Tabel 4.13

Uji Validitas Untuk semua Variabel

Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,646	0,2159	Valid
X1.2	0,737	0,2159	Valid
X1.3	0,773	0,2159	Valid
X2.1	0,580	0,2159	Valid
X2.2	0,625	0,2159	Valid
X2.3	0,694	0,2159	Valid
X2.4	0,399	0,2159	Valid
X3.1	0,739	0,2159	Valid
X3.2	0,719	0,2159	Valid
X3.3	0,776	0,2159	Valid
X4.1	0,667	0,2159	Valid
X4.2	0,696	0,2159	Valid
X4.3	0,275	0,2159	Valid
X5.1	0,650	0,2159	Valid
X5.2	0,633	0,2159	Valid
X5.3	0,692	0,2159	Valid
X6.1	0,651	0,2159	Valid
X6.2	0,803	0,2159	Valid
X6.3	0,572	0,2159	Valid
Y1	0,536	0,2159	Valid
Y2	0,650	0,2159	Valid
Y3	0,677	0,2159	Valid

Berdasarkan tabel 4.13 maka dapat disimpulkan bahwa setiap item pernyataan yang diajukan kepada responden valid karena nilai r hitung \geq r

tabel (uji 2 sisi dengan tingkat signifikan 0,05). Oleh karena itu instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

4.1.2 Uji Reliabilitas

Tabel 4.14

Uji Reliabilitas Untuk semua

VARIABEL	CRONBACH'S ALPHA	KETERANGAN
Tangible (X1)	0,785	Reliabel
Reliability (X2)	0,706	Reliabel
Responsiveness (X3)	0,798	Reliabel
Assurance (X4)	0,648	Reliabel
Empathy (X5)	0,743	Reliabel
Trust (X6)	0,755	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,714	Reliabel

Berdasarkan hasil penelitian tabel 4.14 maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel mempunyai cronbach's alpha (α) diatas 0,6 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukuran masing-masing variabel dari kuesioner yang diberikan kepada responden reliabel dan konsisten.

4.1.3 Uji Normalitas

Berdasarkan hasil penelitian gambar 4.2 diatas maka dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, dimana penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Menurut hasil penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas dan data mengikuti pola distribusi normal.

4.1.3 Uji Multikolinieritas

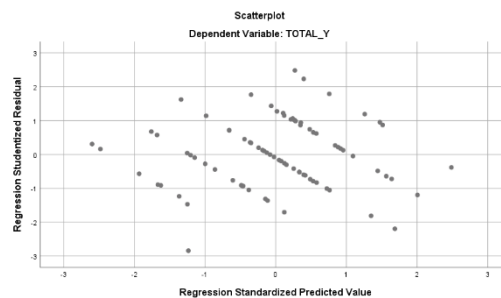
Tabel 4.15

Hasil Uji Multikolinieritas Untuk Semua Variabel

VARIABEL	TOLERANCE	VIF	KETERANGAN
Tangible (X1)	0,798	1,253	Non Multikolinieritas
Reliability (X2)	0,724	1,381	Non Multikolinieritas
Responsiveness (X3)	0,859	1,164	Non Multikolinieritas
Assurance (X4)	0,957	1,045	Non Multikolinieritas
Empathy (X5)	0,843	1,186	Non Multikolinieritas
Trust (X6)	0,886	1,129	Non Multikolinieritas

Berdasarkan hasil penelitian di tabel 4.7 maka dapat disimpulkan bahwa tolerance value > 0,1 sedangkan nilai VIF < 10, artinya tidak terjadi gejala multikolinieritas antar variabel independent pada model regresi.

4.1.4 Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan hasil penelitian gambar 4.3 diatas maka dapat dilihat bahwa sebaran titik – titik berada di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola yang jelas maka tidak terjadi Heteroskedastisitas pada model regresi.

4.1.5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.16

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	-4,109	1,919
Tangible (X1)	0,184	0,058
Reliability (X2)	0,317	0,068
Responsiveness (X3)	0,215	0,064
Assurance (X4)	0,212	0,072
Empathy (X5)	0,224	0,074
Trust (X6)	0,087	0,070

Berdasarkan data tabel 4.16 maka dapat dilihat persamaan regresi linear berganda antara variabel X yaitu Tangible (X1), Reliability (X2), Responsiveness (X3), Assurance (X4), Empathy (X5), dan Trust (X6) terhadap variabel Y yaitu kepuasan pelanggan, dimana persamaan ini sebagai berikut :

$$Y = - 4,109 + 0,184 X1 + 0,317 X2 + 0,215 X3 + 0,212 X4 + 0,224 X5 + 0,087 X6$$

Berdasarkan model regresi linear berganda diatas maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) Nilai a sebesar = -4,109
 Nilai konstanta sebesar -4,109 artinya apabila variabel independent tersebut sama dengan nol (0), maka nilai kepuasan pelanggan (Y) di PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1 sebesar -4,109 satuan dengan asumsi variabel independen sebesar 0 (nol).

2) Nilai b1 sebesar = 0,184
 Nilai koefisien regresi untuk variabel tangible (X1) sebesar 0,184 berarti jika tangible (X1) mengalami kenaikan 1 satuan, maka kepuasan pelanggan (Y) di PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1 mengalami kenaikan sebesar 0,184 satuan. Dalam hal ini diasumsikan bahwa variabel reliability (X2), responsiveness (X3), assurance (X4), empathy (X5), dan trust (X6) konstan.

3) Nilai b2 sebesar = 0,317
 Nilai koefisien regresi untuk variabel reliability (X2) sebesar 0,317, berarti jika reliability (X2) mengalami kenaikan 1 satuan, maka kepuasan pelanggan (Y) di PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1 kenaikan sebesar 0,317 satuan. Dalam hal ini diasumsikan bahwa variabel tangible (X1), responsiveness (X3), assurance (X4), empathy (X5), dan trust (X6) konstan.

4) Nilai b3 sebesar = 0,215
 Nilai koefisien regresi untuk variabel responsiveness (X3) sebesar -0,215, berarti jika responsiveness (X3) mengalami kenaikan 1 satuan, maka kepuasan pelanggan (Y) di PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1 naik sebesar 0,215 satuan. Dalam hal ini diasumsikan bahwa variabel tangible (X1), reliability (X2), assurance (X4), empathy (X5), dan trust (X6) konstan.

5) Nilai b4 sebesar = 0,212

Nilai koefisien regresi untuk variabel assurance (X4) sebesar 0,212, berarti jika assurance (X4) mengalami kenaikan 1 satuan, maka kepuasan pelanggan (Y) di PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1 naik 0,212 satuan. Dalam hal ini diasumsikan bahwa variabel tangible (X1), reliability (X2), responsiveness (X3), empathy (X5), dan trust (X6) konstan.

6) Nilai b5 sebesar = 0,224
 Nilai koefisien regresi untuk variabel empathy (X5) sebesar 0,224, berarti jika empathy (X5) mengalami kenaikan 1 satuan, maka kepuasan pelanggan (Y) di PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1 naik sebesar 0,224 satuan. Dalam hal ini diasumsikan bahwa variabel tangible (X1), reliability (X2), responsiveness (X3), assurance (X4), dan trust (X6) konstan.

7) Nilai b6 sebesar = 0,087
 Nilai koefisien regresi untuk variabel trust (X6) sebesar 0,087, berarti jika trust (X6) mengalami kenaikan 1 satuan, maka kepuasan pelanggan (Y) di PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1 naik sebesar 0,087 satuan. Dalam hal ini diasumsikan bahwa variabel tangible (X1), reliability (X2), responsiveness (X3), assurance (X4), dan empathy (X5) konstan.

4.1.6 Uji Parsial (Uji Nilai t)

Statistik uji t mengikuti t dengan df = (n-k-1). Dimana t tabel diperoleh dari daftar tabel distribusi t dengan a = 0,05.

$$df = n - k - 1$$

$$= 83 \text{ responden} - 6 \text{ variabel} - 1$$

$$= 76 \text{ responden} \quad \square \text{ t tabel adalah } 1.99167 \text{ (dibulatkan } 1,992)$$

Tabel 4.17
Hasil Uji t

Model	t hitung	Signifikan
(Constant)	-2,141	0,035
Tangible (X1)	3,144	0,002
Reliability (X2)	4,680	0,000
Responsiveness (X3)	3,382	0,001
Assurance (X4)	2,956	0,004
Empathy (X5)	3,024	0,003
Trust (X6)	1,241	0,218

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Trust Terhadap Kepuasan Nasabah BNI KCP Bandara Juanda T1. Maka dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan angket kepada responden dan mengumpulkan kembali. Peneliti melakukan pengujian analisis data dengan menggunakan program SPSS versi 25.

Pengaruh Tangible Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh tangible terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t dapat diketahui bahwa pengaruh variabel independent tangible (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dihasilkan nilai t hitung $3,144 >$ nilai t tabel $1,992$ dengan tingkat signifikan $0,002 < 0,050$, artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga tangible berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1. Hal ini didukung dengan pembahasan bab 2 menurut Khaliq R menunjukkan bahwa terdapat pengaruh tangible terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Banjarmasin, sedangkan pada penelitian terhadulu oleh Irma dan Hendra (2019) mengatakan bahwa tangible berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah karena bukti fisik yang baik akan membuat harapan nasabah menjadi tinggi. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan di PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1 dikarenakan semakin baik persepsi nasabah terhadap bukti fisik perusahaan maka kepuasan nasabah juga akan semakin tinggi.

Pengaruh Reliability Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh reliability terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t dapat diketahui bahwa pengaruh variabel independent reliability (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dihasilkan nilai t hitung $4,680 >$ nilai t tabel $1,992$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,050$, artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga reliability berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1. Hal ini didukung dengan pembahasan bab 2 menurut Khaliq R menunjukkan bahwa terdapat pengaruh reliability terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Banjarmasin, sedangkan pada penelitian terhadulu oleh Nawawi dan Purwanto (2018) yang menyatakan bahwa variable reliability mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BNI 46 Kantor Cabang Pembantu Untar Jakarta Barat. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan di PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1 bahwa variabel reliability memberikan pengaruh paling besar terhadap kepuasan nasabah BNI KCP Bandara Juanda T1, sesuai dengan data pada tabel 4.7 yang menyatakan Karyawan PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1 handal dalam memberikan pelayanan yang terampil sesuai dengan tingkat keterampilan kerja yang dimiliki dalam menjalankan aktivitas pelayanan yang efisien dan efektif. Dari hal ini maka nasabah akan senang ketika berkunjung kembali ke PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1 karena nasabah merasa disambut dengan baik oleh pegawai dan dapat terselesaikan setiap masalahnya.

Pengaruh Responsiveness Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t dapat diketahui bahwa pengaruh variabel independent *responsiveness* (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dihasilkan nilai t hitung $3,382 >$ nilai t tabel $1,992$ dengan tingkat signifikan $0,001 < 0,050$, artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1. Hal ini didukung dengan pembahasan bab 2 menurut Khaliq R menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *reliability* terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Banjarmasin. Sedangkan penelitian terdahulu menurut Irma dan Hendra (2019) pelanggan juga memperhatikan *responsiveness* yang dimiliki pegawai atau staff dalam membantu nasabah dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap dalam hal menyampaikan informasi yang jelas mengenai pelayanan yang diberikan, kecepatan staff atau karyawan dalam menangani transaksi serta penanganan keluhan pelanggan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan di PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1 *responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan, sebab karyawan yang memiliki *responsiveness* baik akan mampu menjalin hubungan yang baik antara perusahaan dengan nasabah.

Pengaruh Assurance Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh *assurance* terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t dapat diketahui bahwa pengaruh variabel independent *assurance* (X4) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

dihasilkan nilai t hitung $2,956 >$ nilai t tabel $1,977$ dengan tingkat signifikan $0,004 < 0,050$, artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1. Hal ini didukung dengan pembahasan bab 2 menurut Khaliq R menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *assurance* terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Banjarmasin. Sedangkan menurut penelitian terdahulu oleh Yenny (2019) menyatakan konsisten bersikap sopan, memberikan kepercayaan kepada pelanggan, mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan nasabah, membuat nasabah merasa aman sewaktu melakukan transaksi dan antrian bagi nasabah yang teratur. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan di PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1 *assurance* bisa mempengaruhi kenyamanan dan kelancaran dalam memberikan pelayanan kepada setiap nasabah.

Pengaruh Empathy Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh *empathy* terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan hasil distribusi uji t dapat diketahui bahwa pengaruh variabel independent *empathy* (X5) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dihasilkan nilai t hitung $3,024 >$ nilai t tabel $1,992$ dengan tingkat signifikan $0,003 < 0,050$, artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga *empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1. Hal ini didukung dengan pembahasan bab 2 menurut Khaliq R menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *empathy* terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Banjarmasin. Sedangkan menurut penelitian terdahulu

Lubis dan Andayani (2018) yang menyatakan bahwa empathy memiliki pengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan di PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1 dikarenakan meskipun beberapa transaksi bisa dilakukan dengan mesin, namun tidak semuanya bisa diselesaikan dengan mesin dan tidak semua nasabah memilih menggunakan mesin. Oleh sebab itu, pelanggan yang mendapatkan layanan dengan staf customer service atau teller, menganggap bahwa nasabah diperhatikan dengan memperlakukan pelanggan secara penuh perhatian oleh PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1. Selain diperlakukan dengan penuh perhatian, pegawai PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1 yang mengerti dan memahami kebutuhan nasabah dan mengutamakan kepentingan terbaik nasabah merupakan kebutuhan utama dari segi psikologis pelanggan sebagai sosok pelanggan yang diperhatikan sehingga akan membuat pelanggan menjadi puas akan pelayanan yang diberikan tersebut. Oleh karena itu empathy berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1.

Pengaruh Trust Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh trust terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t dapat diketahui bahwa pengaruh variabel independent trust (X6) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dihasilkan nilai t hitung $1,241 < \text{nilai } t \text{ tabel } 1,992$ dengan tingkat signifikan $0,218 > 0,050$, artinya H_0 diterima dan H_1 ditolak, sehingga trust tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT Bank Negara Indonesia

KCP Bandara Juanda T1. Hal ini didukung dengan pembahasan menurut Mawey dkk (2018) Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank SulutGo. Artinya kepuasan nasabah tidak dipengaruhi perubahan kepercayaan konsumen Bank SulutGo. Hal tersebut diakibatkan oleh nasabah yang memiliki kepercayaan dengan produk Bank SulutGo belum berarti mereka merasa puas dengan produk tersebut, sehingga kepercayaan bukan menjadi alasan nasabah merasa puas. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan di PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1 dikarenakan nasabah yang datang di PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1 telah direkomendasikan berdasarkan program yang dibuat oleh Perusahaan atau dari program pemerintah, sehingga kepercayaan nasabah terhadap program tersebut tidak dapat dirubah. Oleh karena itu trust tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1.

Penutup

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang sesuai tujuan hipotesis dengan menggunakan regresi linier berganda, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Tangible berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1.
2. Reliability berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1.
3. Responsiveness berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di

PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1.

4. Assurance berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1.

5. Empathy berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1.

6. Trust tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah ditetapkan dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Variabel Tangible memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1, sebaiknya tetap dipertahankan dan dikembangkan lebih baik. Untuk meningkatkan hal tersebut, ada kalanya pimpinan cabang dapat membina masing – masing pegawai untuk menunjukkan prestasi kerja pelayanan secara efisien dan efektif dengan melakukan audit penampilan dan area kerja setiap pegawai sebelum jam layanan dimulai, karena bukti fisik yang baik akan membuat harapan pelanggan menjadi lebih tinggi yang pada akhirnya akan menciptakan kepuasan nasabah.

2. Variabel Reliability memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1, sebaiknya tetap dipertahankan dan dikembangkan lebih baik. Pimpinan Cabang dan pegawai dalam KCP Bandara Juanda T1 dapat melakukan hal berikut untuk menguraikan keluhan nasabah yakni dengan menerapkan metode HEAT

(hear them out, empathize, apologize dan taking action dan follow up). Hear them out yang meliputi mendengarkan keluhan pelanggan dengan seksama. Empathize meliputi ikut merasakan apa yang dirasakan oleh pelanggan. Apologize yaitu meminta maaf kepada pelanggan atas ketidaknyamanan yang dirasakan. Sedangkan taking action dan follow up yaitu memberikan solusi dan melakukan tindakan yang tepat atas keluhan yang dirasakan oleh nasabah.

3. Variabel Responsiveness memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1, sebaiknya tetap dipertahankan dan dikembangkan lebih baik. Namun Pemimpin Cabang ataupun Tim Pelayanan dapat memberikan pembinaan atas bentuk pelayanan yang dianggap masih kurang atau belum sesuai dengan prosedur pelayanan yang ada, dapat dilakukan dengan cara evaluasi serta role model untuk meningkatkan responsiveness agar mampu menjalin hubungan yang baik antara perusahaan dengan nasabah.

4. Variabel Assurance memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1, untuk tetap mempertahankan kepercayaan nasabah terhadap perusahaan seperti tetap terjaganya reputasi, prestasi perusahaan, Pemimpin Cabang dapat melakukan pengawasan terhadap setiap pegawai dalam melakukan pelayanan baik secara langsung maupun tidak langsung, selain itu tetap adanya pemantauan perusahaan terhadap setiap pegawainya dalam penggunaan sosial media, agar tujuan menjaga reputasi perusahaan tetap terjaga dengan baik.

5. Variabel Empathy memiliki pengaruh yang positif dan signifikan

terhadap Kepuasan Pelanggan PT Bank Negara Indonesia KCP Bandara Juanda T1, sebaiknya tetap dipertahankan dan dikembangkan lebih baik. Tetap memberikan perhatian terhadap bentuk pelayanan yang diberikan ,sehingga nasabah merasa menjadi orang penting. Hal tersebut dapat dilakukan bersama dengan saling mengingatkan antar pegawai dan pimpinan cabang bahwa nasabah tetap harus menjadi prioritas. Hal tersebut dapat dilakukan atau diingatkan setiap kali morning briefing sebelum jam layanan dimulai.rasa empati semakin terbentuk sensitifitasnya.

6. Variabel trust pada penelitian ini berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah BNI KCP Bandara Juanda T1, namun diharapkan bagi penelitian selanjutnya dapat mengembangkan variabel trust dengan cara memberikan penjelasan mengenai penanganan pelayanan yang cepat pada Bank Negara Indonesia yaitu mengidentifikasi masalah yang dialami nasabah dengan langsung mengarahkan nasabah tersebut kepada bagiannya, sesuai dengan masalah yang dialami, sehingga issue yang diterima nasabah mengenai pelayanan yang lambat tidak terdengar kembali dengan harapan variabel trust diharapkan memberikan pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Daftar Pustaka

- Ade Irma & Saputra Hendra. 2020, *Pengaruh Tangible dan Responsiveness Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Garuda Plaza Hotel*, NIAGAWAN
- Andri Soemitra, 2017, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Kencana, Jakarta
- Bank Negara Indonesia, *Sejarah Perusahaan*, <http://www.bni.co.id> (diakses tanggal 20 Januari 2022)
- Daryanto, dan Setyobudi, I. 2019, *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media
- Gerson, F. Richard, 2017. *Mengukur Kepuasan Pelanggan*. Penerbit PPM, Jakarta
- Kotler, 2019, *Manajemen dan Bisnis*, Vol. 2, Jakarta
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2017, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Indeks
- Sugiyono, 2017, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, CV Alfabeta, Bandung
- Sugiyono, 2018, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, CV Alfabeta, Bandung
- Sugiyono, 2019, *Statistika untuk Penelitian*. CV Alfabeta, Bandung
- Thalia Claudia Mawey dan Altje L. Tumbel2 Imelda W. J. Ogi, 2018, *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Sulutgo* , *Jurnal EMBA*,Vol.6 No.3, Hal: 1198 – 1207
- Tiptono, Fandy, 2017, *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta, Bandung
- Tjiptono, Fandy. dan Gregorius. Chandra. 2016, *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi
- Yuliardi, Ricki dan Zuli Nuraeni, 2017, *Statistika Penelitian Plus Tutorial SPSS*, Innosain, Yogyakarta
- Zoeldhan, *Pengertian Pelayanan*, <http://zoeldhan-informatika.blogspot.com> (diakses tanggal 19 Januari 2022)