

ANALISIS PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK BTN KCP BOJONGSOANG

Wulan Meidawati¹, Abdur Razak²

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Terbuka

²Tutor Fakultas Ekonomi Universitas Terbuka dan

Dosen Pada Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik LP3I 043785675

¹meidawatiwulan@gmail.com, ²ajak@plb.ac.id

Abstract

Service quality assessment is very important for a company that focuses on the service sector, where banking is one of the sectors where service quality evaluation is the main driver of business growth. In the research conducted by the author aims to obtain an analysis of the quality of service provided by employees influences customer satisfaction at Bank BTN Bojongsong Sub-Branch. In this journal, data was collected from primary and also secondary. The research author takes data from observations in the form of primary data and also secondary data, field observations were carried out directly on one hundred people customers who visited Bank BTN Bojongsong. The ANOVA results show findings using a linear regression model the result a strong bond. R Square value of 49.9% shows that almost half of the variation in Customer satisfaction can be explained by the quality of service.

Keywords: Customer, Service, Bank, Linear Regression

Abstrak

Penilaian kualitas pada sebuah layanan yang diberikan merupakan hal yang menjadi faktor penting bagi sebuah perusahaan yang berfokus di bidang jasa, dimana perbankan menjadi salah satu sektor dimana evaluasi kualitas layanan menjadi pendorong utama pertumbuhan bisnis. Penelitian yang dilakukan memiliki bertujuan untuk menganalisis sejauh mana pelayanan yang berkualitas yang diberikan karyawan mempengaruhi kepuasan nasabah Bank BTN Cabang Pembantu Bojongsong. Di dalam jurnal penulis mengambil data dari hasil observasi berupa data primer dan juga data sekunder, observasi lapangan tersebut dilakukan langsung kepada seratus orang nasabah acak yang berkunjung ke Bank BTN Bojongsong. Hasil ANOVA menunjukkan temuan dengan menggunakan model regresi linear bahwa terdapat hubungan yang kuat antara variabel. Nilai R Square sebesar 49.9 % menunjukan bahwa hampir setengah variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh sebuah pelayanan yang berkualitas yang diberikan oleh karyawan.

Kata Kunci: Nasabah, Pelayanan, Bank, Regresi linear

Article History

Received: December 2024

Reviewed: December 2024

Published: December 2024

Plagiarism Checker No 234

Prefix DOI :

10.8734/Musytari.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Musytari



This work is licensed

under a [Creative](#)

[Commons Attribution-](#)

[NonCommercial 4.0](#)

[International License](#)

PENDAHULUAN

Dengan semakin berkembang zaman dan teknologi perbankan menjadi salah satu perusahaan yang sangat mempengaruhi pada *system* perekonomian dunia. Perbankan menjadi perusahaan yang mewadahi *system* transaksi bagi masyarakat. Oleh sebab itu persaingan dalam perusahaan perbankan sangatlah tinggi. Pemerintah Indonesia sendiri memiliki 4 (empat) perbankan yang menjadi Bank BUMN milik pemerintah Indonesia yaitu Mandiri, BNI, BRI dan BTN. Bank BTN menjadi salah satu Bank milik pemerintah sejak tahun 1942. Persaingan seluruh bank baik BUMN ataupun Swasta tersebut bisa terjadi karena persaingan sumber daya yang dihasilkan agar produktif, misalnya pada pencapaian tabungan nasabah, deposito dan kredit yang merupakan sumber utama laba perusahaan.

Untuk mengantisipasi persaingan yang ketat dan laba yang rendah, perusahaan perbankan harus mampu mengkoordinasikan segala aspek fungsi yang ada, seperti produksi, *marketing*, pengembangan teknologi dan sumber daya karyawan yang sesuai dengan standar. Segala aspek tersebut harus ditingkatkan guna menunjang pelayanan, proses transaksi, dan juga loyalitas nasabah agar tidak berpaling ke bank lain.

Kepuasan nasabah menjadi faktor utama dalam membangun kepercayaan dan loyalitas nasabah. Dimana bank menjadi wadah aktivitas dalam kegiatan ekonomi, yaitu dari pembelian, penyimpanan uang, dan seluruh aktivasi keuangan baik itu digital maupun konvensional. Sebuah *service quality* (*Servqual*) memiliki lima buah karakter sebuah kualitas dalam pelayanan yaitu diantaranya *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* (Kotler 1997:53).

Apabila keinginan dan kepuasan nasabah terlaksana maka akan muncul *feedback* loyalitas dari nasabah, maka sebuah kepuasan nasabah adalah hal yang utama bagi keberlangsungan perusahaan terutama di bidang jasa. Tercapainya pelayanan yang memiliki kualitas yang tinggi dan terpenuhinya keinginan pelanggan adalah salah satu indikator utama harus dipertanggungjawabkan guna meningkatkan sebuah tujuan dan pencapaian dan juga peningkatan perusahaan (Ismail dan Haron, 2006).

Ke lima faktor tersebut adalah landasan utama yang harus dimiliki karyawan Bank BTN KCP Bojongsong untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Jika terjadi keinginan nasabah yang tidak terpenuhi dan pelayanan yang didapatkan tidak maksimal hal tersebut akan berdampak buruk yang hasilnya nasabah akan berpindah memilih perusahaan lain. Pada dasarnya nasabah harus memiliki rasa percaya yang tinggi terhadap bank. Dengan pelayanan yang diberikan dan juga keinginan nasabah yang terpenuhi, tentunya nasabah pun akan sangat puas dan menjadi setia kepada perusahaan, dan hal tersebut dapat menjadikan faktor peningkatan laba bagi perusahaan. Karyawan harus memberikan apa yang dibutuhkan nasabah, yaitu dari segi ketepatan, kecepatan dalam proses transaksi, produk-produk yang sesuai kebutuhan, dan juga solusi bagi masalah yang dihadapi nasabah.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan masih adanya nasabah yang mengeluh tentang adanya antrian dalam melakukan transaksi, masalah yang belum terselesaikan dan faktor lainnya. Hal tersebut didukung dengan adanya hasil dari penilaian indeks layanan yang dilakukan oleh MRI, *Internal Mystery Shopping* dan *Self Assesment* yang dilakukan oleh tim khusus pada periode Juli- September 2024 menunjukkan hasil 90.61%, hasil tersebut merupakan hasil terbaru dari penilaian kualitas pelayanan yang dilakukan. Hasil tersebut masih menunjukkan adanya kesalahan dan juga ketidakpuasan nasabah baik itu dari segi pelayanan, *emphathy*,

responsive, komunikasi, *product* dan fasilitas yang masih ada kekurangan.

Pada jurnal ini peneliti akan membahas tentang bagaimana kualitas layanan yang dilakukan karyawan Bank BTN Bojongsong, dengan, melakukan pengambilan sampel pada 100 nasabah yang datang dengan mengisi *survey* kepuasan nasabah. Hasil dari penelitian tersebut akan menjadi objek yang akurat serta menjadi penilaian agar karyawan Bank BTN KCP Bojongsong dapat mengetahui kekurangan dan juga cara mengatasi kekurangan dalam pelayanan tersebut agar segera diperbaiki, sehingga kualitas pelayanan akan semakin produktif dan baik.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang terjadi, jurnal ini akan berfokus pada:

1. Seberapa besar tingkat kepuasan dan harapan yang di inginkan nasabah pada pelayanan yang diberikan oleh karyawan?
2. Seberapa besar pengaruh layanan yang diberikan terhadap kepuasan nasabah?
3. Solusi apa yang harus dilakukan untuk meningkatkan pelayanan?

KAJIAN PUSTAKA

Sebuah hasil dari kualitas pelayanan merupakan tahapan paling tinggi yang mejadi tolak ukur dan tolak ukur atas sebuah tingkat tersebut guna memenuhi apa yang diharapkan dari konsumen, sehingga jaminan kualitas adalah prioritas utama sebuah perusahaan jasa sebagai bahan tolak ukur dalam meningkatkan kualitas sebagai faktor untuk bersaing antar perusahaan (Octavia, 2019). Menurut (Tjiptono,2012) menyatakan bahwa sebuah kualitas dapat dinyatakan dalam kondisi yang dapat bergerak yang sangat berkaitan kuat dengan jasa, konsumen, produk, proses dan sumber daya alam yang berguna untuk memenuhi keinginan dan harapan. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa sebuah kualitas pelayanan memiliki arti upaya yang dilakukan guna memenuhi harapan, keinginan dan tujuan yang dimiliki konsumen terhadap perusahaan (Christiana Okky Augusta Lovenia,2012).

Indikator kepuasan konsumen untuk mengukur kualitas pelayanan ditentukan berdasarkan:

1. *Tangibles*, adalah kondisi dalam sebuah perusahaan dalam menunjukan eksistensinya kepada masyarakat dari sisi fisik. Hal tersebut dapat dilihat dari segi kantor, fasilitas yang disediakan, bangunan dan lainnya. Wujudnya berupa segala fasilitas yang dapat dilihat secara langsung oleh indera penglihatan.
2. *Reliability*, adalah sesuatu yang dimiliki perusahaan dalam pemberian upaya pelayanan kepada konsumen secara tepat, dapat dipercaya dan juga akurat hasilnya.
3. *Responsiveness*, adalah kemauan yang dimiliki untuk menolong dan menghasilkan pelayanan yang cepat tanpa membuang waktu konsumen dengan penyampaian informasi yang mudah dipahami.
4. *Assurance* atau jaminan kepastian yaitu kemampuan yang harus dimiliki oleh karyawan dan kesopansantunan dalam bersikap. sehingga membuat loyalitas konsumen menjadi besar terhadap perusahaan.

5. *Empathy* sikap yang dimiliki karyawan dalam memberikan perhatian dari karyawan kepada nasabah dengan tulus dan berusaha memahami keinginan nasabah.

Gambar 1. Hasil Indeks layanan Rata- Rata per Kantor Wilayah Jawa Barat

KANWIL	KANTOR CABANG	JULI	AGUST	SEPT	SKOR TW II
Jawa Barat	KC CIMAH	92,35	92,34	92,18	92,29
Jawa Barat	KC PURWAKARTA	92,11	92,10	92,03	92,08
Jawa Barat	KC CIKARANG	92,37	92,37	91,50	92,08
Jawa Barat	KC TASIKMALAYA	92,35	92,36	90,73	91,81
Jawa Barat	KC CIREBON	91,08	91,08	90,79	90,98
Jawa Barat	KC BANDUNG	91,06	91,06	89,72	90,61
Jawa Barat	KC KARAWANG	90,73	90,73	89,86	90,44
Jawa Barat	KC BDG TIMUR	90,20	90,19	89,71	90,03
Jawa Barat	KC BEKASI	90,28	90,28	88,94	89,83
Jawa Barat	KC HARAPAN INDAH	89,97	89,97	88,93	89,62
Rata-Rata Indeks Layanan TW III Tahun 2024					90,98

Sumber: Indeks Layanan Bank BTN Triwulan 2024

Dari tabel diatas bersumber dari hasil penilaian layanan yang dilakukan oleh tiga penilai yaitu MRI, *Internal Mystery Shopping* dan *Self Assesment* yang dilakukan oleh tim khusus pada periode Juli- Agustus 2024 menunjukkan hasil 90.61%, terlihat bahwa jumlah nasabah pada Bank BTN KC Bandung yang membawahi 11 KCP di bawahnya, termasuk KCP Bojongsoang memiliki rata-rata penilaian di 90,61% hasil tersebut menunjukkan bahwa masih adanya 09,39% layanan di seluruh Unit Kerja KC Bandung yang tidak sesuai dengan standar layanan, termasuk KCP Bojongsoang. Sehingga hal tersebut dapat mengakibatkan penurunan kepuasan nasabah yang akan berdampak buruk bagi perusahaan. Hal tersebut seharusnya menjadi perhatian khusus yang harus dilakukan oleh pihak manajemen, meskipun pencapaiannya sudah melebihi target indeks layanan yang ditentukan oleh manajemen Bank BTN yaitu 88%, namun diharapkan kepuasan nasabah dapat mencapai angka 100% sehingga dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan.

Gambar 2. Hasil Penilaian *Survey* MRI 2024



Gambar di atas menunjukkan penilaian hasil *survey* yang dilaksanakan oleh pihak *Marketing Research Indonesia (MRI)* terhadap seluruh bank yang ada di Indonesia melalui *Bank Service Excellence Monitor*. *Survey* ini dilaksanakan oleh MRI yang sudah bekerja sama dengan Majalah *Infobank*. Dari *survey* di atas pada penilaian *performa* penilaian dari seluruh Bank dan BTN terdapat di peringkat ke 10 dengan nilai 89,99 di tahun 2024, meningkat dari tahun sebelumnya 2023 yang hanya 80,47%. Pencapaian tersebut sangat baik, karena setiap tahunnya ada peningkatan nilai *performa* dari pelayanan Bank BTN yang mampu berada di peringkat 10 pada tahun ini, namun Bank BTN masih tertinggal jauh dengan Bank BUMN lainnya seperti BNI di peringkat 3, Mandiri peringkat 4 dan BRI di peringkat 5. *Survey* tersebut harus menjadi perhatian khusus bagi manajemen.

Menurut Kotler dan Keller (2016), kualitas layanan memainkan peran penting dalam membangun kepuasan pelanggan, terutama di sektor jasa seperti perbankan. Mereka memperkenalkan kerangka *SERVQUAL*, yang mencakup lima dimensi utama: *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*. Dalam praktiknya, *tangibles* mengacu pada fasilitas fisik, peralatan, dan materi komunikasi yang terlihat, seperti desain kantor bank yang modern dan bersih. Sementara itu, *reliability* atau keandalan tercermin dari kemampuan bank untuk menyediakan layanan yang konsisten dan dapat diandalkan, seperti waktu penyelesaian transaksi yang tepat waktu.

Fitzsimmons (2014) dalam buku *Service Management* menjelaskan bahwa *strategi* layanan harus dirancang untuk memenuhi ekspektasi pelanggan dengan efisiensi tinggi. Salah satu pendekatan yang ditekankan adalah penggunaan teknologi untuk meningkatkan dimensi *responsiveness* dan *reliability*. Misalnya, sistem antrian otomatis dan layanan digital *banking* yang cepat menjadi contoh nyata bagaimana teknologi dapat meningkatkan pengalaman pelanggan. Lebih lanjut, pelatihan karyawan di bidang komunikasi dan pemecahan masalah dapat meningkatkan *assurance*, sehingga membangun kepercayaan nasabah terhadap bank.

Hill, Brierley, dan MacDougall (2003) dalam buku *Customer Satisfaction Evaluation* menyatakan bahwa evaluasi kepuasan pelanggan memerlukan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Salah satu metode yang umum digunakan adalah *survey* dengan *skala Likert* untuk memperoleh pengukuran perhitungan keputusan pelanggan terhadap kualitas layanan. Dimensi *empathy*, yang mencakup perhatian personal dan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan, sering kali menjadi faktor kunci dalam membangun loyalitas. Selain itu, mereka menekankan pentingnya memberikan solusi yang cepat dan tepat terhadap masalah pelanggan untuk meningkatkan kepuasan secara keseluruhan.

Ismail et al. (2006) dalam jurnal *Managerial Auditing Journal* menyebutkan bahwa kualitas layanan tidak hanya memengaruhi kepuasan pelanggan secara langsung, tetapi juga berkontribusi pada loyalitas pelanggan. Penelitian mereka menunjukkan bahwa dimensi *Responsiveness* dan *Empathy* memiliki dampak signifikan dalam memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan. *Responsiveness* mencerminkan kecepatan dan ketepatan waktu dalam merespons kebutuhan pelanggan, sedangkan *empathy* berkaitan dengan perhatian personal yang diberikan oleh karyawan kepada pelanggan. Dalam konteks perbankan, kemampuan untuk menangani keluhan dengan cepat dan memberikan solusi yang relevan menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

Melalui pandangan dari referensi, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan merupakan kombinasi dari berbagai dimensi yang saling melengkapi. Implementasi yang baik dari dimensi *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* tidak hanya meningkatkan keinginan pelanggan agar puas tetapi juga dapat memperkuat loyalitas pelanggan terhadap perusahaan, khususnya dalam industri perbankan. Bank BTN agar dapat bersaing lebih baik lagi.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Kantor Bank BTN KCP Bojongsoang Jalan Raya Bojongsoang no 87 A Bandung Jawa Barat.

Metode Pengumpulan Data

Peneliti melakukan analisis dengan melakukan riset di lokasi pengambilan data dan juga mengamati dilapangan objek yang akan diteliti. Riset dilakukan di kantor Bank BTN KCP Bojongsoang, dengan melakukan riset kepada nasabah yang datang dan juga dengan riset yang dilakukan pada buku ataupun jurnal yang sebelumnya sudah mengkaji mengenai pelayanan terhadap pelanggan.

Teknik Pengumpulan Data

Di penelitian yang dilakukan dihasilkan data dengan proses pemberian kuesioner kepada 100 nasabah yang datang ke Bank BTN Bojongsoang, dengan memberikan daftar kepuasan nasabah yang di dalamnya mencakup: *Service, Empathy, Responsive, Communication, Facility* dan *Product*

Dari pertanyaan yang diberikan kepada nasabah 100 orang secara acak, nasabah yang datang akan menilai seberapa tingkat kepuasan yang diharapkan oleh nasabah terhadap pelayanan yang diberikan pada saat itu. Tingkat kepuasannya pun dari mulai nasabah tidak puas dan merasa tidak puas, cukup puas, puas dan sangat puas terhadap pelayanan yang diterima. Penilaian tersebut nantinya akan diolah menjadi data untuk diteliti hasil dari beberapa kemungkinan.

Sumber- Sumber Data

1. Primer. Proses pengambilan data dilakukan langsung oleh peneliti dengan cara mewawancarai dan meminta nasabah yang datang untuk mengisi *survey* kepuasan pelanggan kepada 100 nasabah yang datang ke Bank BTN Bojongsoang.
2. Sekunder. Sumber yang digunakan menggunakan data yang sebelumnya sudah diteliti oleh penulis lainnya, contohnya dari buku atau jurnal.

Metode

Peneliti melakukan penelitian pada jurnal ini dengan metode kuantitatif. Di dalam metode ini yang berlandaskan pada ilmu pengetahuan adalah satu satunya ilmu yang *valid* dan dapat dipercaya yang dilakukan untuk mendapatkan hasil dari sebuah populasi yang diteliti, dan hasil pengambilan contoh (sampel) dilakukan secara acak pada setiap penelitian dengan mengelompokkan data menggunakan variabel, serta sebuah perhitungan data sifatnya statistik. (Sugiyono,2018:14). Segi pandang penelitian ini dianggap sebagai sebuah keadaan yang saling mempengaruhi sebab dan juga akibat antar variabel yang akan diteliti selanjutnya.

Pada penelitian ini diperoleh data dengan membagikan kuesioner 100 nasabah secara acak dengan berisi penilaian nasabah terhadap kualitas pelayanan Bank BTN Bojongsong.

Populasi dan Sampel Penelitian

A. Populasi

Pengertian dari populasi adalah sekumpulan individu ataupun subjek di dalam suatu wilayah dalam waktu tertentu berdasarkan jenis dan kualitas yang telah ditentukan untuk proses pengamatan (Sugiyono, 2014). Pada proses penelitian ini tujuan populasi yang akan diteliti secara umum yakni nasabah Bank BTN Bojongsong.

B. Sampel

Pada kasus yang diteliti ini sampel menggunakan metode *Non Probability Sampling*, yaitu sebuah metode yang menolak peluang kemungkinan yang mirip untuk setiap populasi yang dipilih sebagai sampel. (Sugiyono, 2018:122). Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu dengan memberikan acak kepada nasabah yang secara kebetulan dijumpai pada saat melakukan analisis di Bank BTN KCP Bojongsong dengan jumlah 100 sampel acak.

Uji Instrumen Penelitian

A. Uji Validasi

Tujuan dari uji ini adalah untuk menilai seberapa jauh instrumen itu dapat mengukur variabel yang akan di teliti. Pada uji penelitian yang dilakukan ini pemberian kuesioner dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *Product Moment* yaitu dengan tujuan untuk mengetahui keterikatan hubungan antara dua *variable* secara linear yang keduanya memiliki distribusi yang normal.

B. Uji Reliabilitas

Pengujian yang dilakukan untuk mengukur masing- masing indikator suatu *variable*. Tujuannya adalah mengetahui stabilnya alat ukur dan proses dalam pengukuran yang dilakukan dapat dipakai dan apabila diulangi pada waktu berbeda dan subjek sama, apakah itu akan tetap stabil.(Ghozali 2016:45).

Uji Asumsi Klasik

Di dalam penelitian dilakukan untuk melihat kualitas data yang digunakan pada saat penelitian agar mampu menganalisa kebenaran dari data yang disajikan dan mengurangi terjadinya estimasi prasangka. Pengujian ini dilakukan oleh tiga (3) tahap yaitu:

A. Normalitas

Pada tahap ini tahap penting dilakukan karena ada beberapa metode *statistic* contohnya uji t atau analisis regresi diperlukan hasil dari uji normalitas sebaran data.

B. Multikolinearitas

Tujuan tahap ini yaitu untuk memastikan dalam data yang di uji pada penelitian ini tidak mempunyai sebuah hubungan yang statik diantara dua *variable*. Jika pada tahap pengujian terjadi multikolinearitas, maka akibatnya akan sulit di lihat antara *variable X* (Penjelas) dan *variable Y* (dijelaskan).

C. Heteroskedastisitas

Pengujian di tahap ini dilakukan untuk melihat dan menguji apakah hasil dari regresi ada perbedaan pada data atau varian pada setiap penelitian.

Metode Analisis Perhitungan Data

Metode ini sebuah cara untuk melakukan analisis data penelitian dengan menggunakan teknik dan juga prosedur yang tepat. Pada metode ini merupakan tahap sangat penting dan utama dalam penelitian karena dapat menghasilkan *output* yang bisa menjadi rekomendasi untuk menyelesaikan masalah penelitian yang terjadi pada penelitian.

Metode Pengujian Hipotesis

Metode statistik yang digunakan oleh peneliti untuk menentukan apakah hipotesis tentang parameter populasi didukung atau ditolak berdasarkan data sampel. Pada penelitian ini perangkat analisis yang dipergunakan adalah pengujian Uji *statistic*.

PEMBAHASAN DAN HASIL

Peneliti berharap pada hasil yang diteliti dari data- data yang diolah dapat diketahui seberapa berpengaruhnya pelayanan yang diberikan oleh karyawan terhadap tingkat kepuasan nasabah. Selain itu, bagian ini juga akan membahas implikasi dari temuan tersebut, baik dari segi praktis bagi manajemen bank dalam meningkatkan layanan, maupun kontribusi akademis dalam literatur terkait manajemen pelayanan dan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, hasil dan pembahasan ini tidak hanya menjawab pertanyaan penelitian tetapi juga memberikan rekomendasi strategis yang dapat diterapkan oleh PT Bank Tabungan Negara untuk meningkatkan kualitas layanannya.

1. Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validasi

Variabel	Kode	R Hitung	R Tabel Sig 5% (df=100-2)	Keterangan
<u>Kualitas Pelayanan Karyawan</u>	X1	0.504	0.181	Valid
	X2	0.555	0.181	Valid
	X3	0.463	0.181	Valid
	X4	0.476	0.181	Valid
	X5	0.680	0.181	Valid
	X6	0.657	0.181	Valid
	X7	0.741	0.181	Valid
	X8	0.434	0.181	Valid
	X9	0.663	0.181	Valid
	X10	0.392	0.181	Valid
<u>Kepuasan Nasabah</u>	Y1	0.498	0.181	Valid
	Y2	0.665	0.181	Valid
	Y3	0.607	0.181	Valid
	Y4	0.629	0.181	Valid
	Y5	0.661	0.181	Valid
	Y6	0.547	0.181	Valid
	Y7	0.651	0.181	Valid
	Y8	0.572	0.181	Valid
	Y9	0.673	0.181	Valid
	Y10	0.623	0.181	Valid

Diperoleh hasil uji validitas untuk variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa semua pertanyaan (X1 hingga X10) memiliki nilai korelasi (R Hitung) yang lebih besar dari nilai kritis (R Tabel) sebesar 0,181 di tingkat signifikansi 5,0% dan derajat kebebasan (df) 98. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap item pertanyaan dalam variabel kualitas pelayanan karyawan

adalah valid. Nilai R Hitung berkisar antara 0,392 hingga 0,741, yang menunjukkan bahwa item-item tersebut memiliki hubungan yang cukup kuat dengan konstruk yang diukur. Item X7 memiliki nilai R Hitung tertinggi, yaitu 0,741, menunjukkan bahwa item ini paling kuat dalam mengukur aspek kualitas pelayanan karyawan.

Pada variabel kepuasan nasabah, uji validitas juga menunjukkan semua pertanyaan (Y1 hingga Y10) memiliki nilai R Hitung yang lebih besar R Tabel sebesar 0,181. Ini menegaskan bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel kepuasan nasabah adalah valid dan dapat diandalkan untuk mengukur konstruk tersebut. Nilai R Hitung berkisar antara 0,498 hingga 0,673, dengan Y9 menunjukkan korelasi tertinggi sebesar 0,673. Hal ini menandakan bahwa item Y9 memberikan kontribusi yang signifikan dalam menjelaskan kepuasan nasabah.

Secara keseluruhan, hasil uji validitas ini memberikan bukti empiris bahwa instrumen penelitian yang digunakan dalam studi ini memiliki validitas yang memadai.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
1	Variabel Kualitas Pelayanan Karyawan	0.748	10	Reliabel
2	Variabel Kepuasan Nasabah	0.816	10	Reliabel

Pada hasil uji ini diperoleh hasil bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini memiliki tingkat konsistensi internal yang baik. Nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,748 untuk variabel kualitas pelayanan dan 0,816 untuk variabel kepuasan nasabah. Kedua nilai ini melebihi ambang batas umum sebesar 0,7, yang dalam penelitian sering digunakan sebagai indikator reliabilitas yang menjadi penanda dalam penelitian sosial. Dapat di ambil hasil dari uji ini bahwa item-item yang menjadi bahan pertanyaan yang digunakan untuk mengukur kedua variabel tersebut hasilnya konsisten dalam mengukur konstruk yang dimaksud.

3. Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		
		<i>Unstandardized Residual</i>
N		100
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	4.26849298
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.049
	<i>Positive</i>	.049
	<i>Negative</i>	-.036
<i>Test Statistic</i>		.049
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.200 ^{c,d}
<i>a. Test distribution is Normal.</i>		
<i>b. Calculated from data.</i>		
<i>c. Lilliefors Significance Correction.</i>		
<i>d. This is a lower bound of the true significance.</i>		

Uji normalitas menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* menunjukkan bahwa penyebaran *residual* dalam penelitian ini mengikuti penyebaran yang normal, dengan nilai signifikan (*Asymp. Sig. 2-tailed*) sebesar 0,200. Nilai ini lebih besar dari tingkat signifikan umum 0,05, yang mengindikasikan bahwa tidak ada penyimpangan signifikan dari normalitas. Oleh karena itu, asumsi normalitas yang merupakan salah satu persyaratan penting dalam analisis regresi linear terpenuhi.

B. Uji Linearitas

Tabel 4. Uji Linearitas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
kepuasaan Nasabah * Kualitas Pelayanan Karyawan	Between Groups	(Combined)	2247.517	22	102.160	5.821	.000
		Linearity	1795.127	1	1795.127	102.283	.000
		Deviation from Linearity	452.390	21	21.542	1.227	.254
Within Groups			1351.393	77	17.551		
Total			3598.910	99			

Hasil uji linearitas menggunakan tabel ANOVA menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan karyawan dan kepuasan nasabah bersifat linear. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi untuk *Deviation from Linearity* sebesar 0,254, yang lebih besar dari tingkat signifikan 0,05. Ini berarti bahwa tidak ada deviasi yang signifikan dari linearitas, sehingga asumsi linearitas dalam analisis regresi terpenuhi.

Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dapat dianggap tepat untuk menggambarkan hubungan antara kualitas pelayanan karyawan dan kepuasan nasabah di Bank BTN KCP Bojongsong.

C. Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 5. *Coefficients* Uji Regresi Linear Sederhana

<i>Coefficients^a</i>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.637	3.252		2.041	.044
	Kualitas Pelayanan Karyawan	.818	.083	.706	9.876	.000

a. *Dependent Variable: kepuasaan Nasabah*

Berdasarkan hasil analisis regresi, persamaan regresi yang menggambarkan hubungan antara kualitas pelayanan karyawan (X) dan kepuasan nasabah (Y) di PT Bank Tabungan Negara KCP Bojongsong dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y=6.637+0.818X$$

Berdasarkan rumus persamaan regresi tersebut maka hubungan antara kualitas pelayanan karyawan dan kepuasan nasabah dapat dijelaskan sebagai berikut ini:

- Y adalah kepuasan nasabah.
- X adalah kualitas pelayanan karyawan.
- 6.637 adalah konstanta (*intersep*), yang menunjukkan nilai kepuasan nasabah ketika kualitas pelayanan karyawan bernilai nol.

- 0.818 adalah koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan karyawan, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam kualitas pelayanan karyawan akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0.818 unit.

Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah apakah kualitas pelayanan karyawan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

- Hipotesis Nol (H_0): Kualitas pelayanan karyawan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah ($\beta=0$).
- Hipotesis Alternatif (H_a): Kualitas pelayanan karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah ($\beta\neq 0$).

Berdasarkan hasil uji t, nilai signifikansi untuk variabel kualitas pelayanan karyawan adalah 0,000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan karyawan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Tabungan Negara KCP Bojongsong. Koefisien beta sebesar 0,706 menunjukkan kekuatan hubungan antara kedua variabel tersebut.

4. Uji F

Tabel 6. ANOVA Uji F

<i>ANOVA^a</i>						
<i>Model</i>		<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	<i>Regression</i>	1795.127	1	1795.127	97.530	.000 ^b
	<i>Residual</i>	1803.783	98	18.406		
	<i>Total</i>	3598.910	99			
<i>a. Dependent Variable: kepuasan Nasabah</i>						
<i>b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan Karyawan</i>						

Hasil uji ANOVA menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Tabungan Negara KCP Bojongsong adalah signifikan. Nilai F hitung sebesar 97,530 dengan signifikansi 0,000 menunjukkan bahwa model regresi ini secara statistik signifikan pada tingkat kepercayaan 95%. Ini berarti bahwa variabel kualitas pelayanan karyawan secara keseluruhan berkontribusi secara signifikan dalam menjelaskan variasi kepuasan nasabah. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan karyawan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah, mendukung hasil dari uji t sebelumnya yang menunjukkan hubungan positif dan signifikan antara kedua variabel tersebut.

5. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7. Model Summary Uji Koefisien Determinasi

<i>Model Summary^b</i>				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.706 ^a	.499	.494	4.29022
<i>a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan Karyawan</i>				
<i>b. Dependent Variable: kepuasan Nasabah</i>				

Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai *R Square* sebesar 0,499, yang berarti bahwa sekitar 49,9% variasi dalam kepuasan nasabah di PT Bank Tabungan Negara KCP Bojongsong dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan karyawan. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,494 menunjukkan penyesuaian terhadap jumlah *prediktor* dalam model, yang tetap menunjukkan bahwa hampir setengah dari variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan yang diberikan. Sisanya, yaitu 50,1%, dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model ini. Standar *error* dari estimasi sebesar 4,29022 menunjukkan seberapa baik model ini memprediksi kepuasan nasabah, semakin kecil nilai ini, semakin baik prediksi model. Koefisien determinasi ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan karyawan merupakan faktor penting yang mempengaruhi kepuasan nasabah di cabang tersebut.

KESIMPULAN

Pada penelitian yang dilakukan menunjukkan hasil yang menyatakan kualitas sebuah pelayanan berdampak signifikan terhadap kepuasan yang diinginkan oleh nasabah. Analisis regresi mengungkapkan bahwa variabel kualitas pelayanan karyawan memberikan kontribusi yang substansial dalam menjelaskan variasi kepuasan nasabah, dengan hasil dari uji koefisien regresi menunjukkan nilai positif dan juga signifikan. Uji ANOVA mendukung hasil dari penelitian ini dengan memperoleh hasil model regresi secara keseluruhan adalah signifikan, menandakan terdapatnya hubungan yang kuat antara dua buah variabel tersebut. Koefisien determinasi sebesar 49,9% menunjukkan variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh adanya kualitas dari pelayanan yang diberikan oleh karyawan. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya peran kualitas pelayanan dalam mempengaruhi persepsi dan kepuasan nasabah, serta menegaskan bahwa peningkatan dalam dimensi-dimensi pelayanan seperti kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati dapat meningkatkan tingkat kepuasan nasabah secara keseluruhan.

Temuan yang dihasilkan menunjukkan hasil signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan yang diinginkan nasabah Bank BTN. Temuan ini sejalan dengan pandangan Tjiptono (2016) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah sebuah tingkatan kelas yang diunggulkan yang menjadi harapan dan dapat dikendalikan untuk tercapainya keinginan nasabah. Hal ini menegaskan bahwa jaminan kualitas adalah tujuan utama dan kewajiban utama bagi perusahaan jasa sebagai pedoman dalam bersaing. Dalam konteks ini, kualitas pelayanan yang baik dapat dijelaskan sebagai sebuah usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi kewajibannya dalam melayani dan mewujudkan keinginan dari nasabah.

Lebih lanjut, indikator digunakan dalam penelitian ini mencakup dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Dimensi-dimensi ini mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya melalui fasilitas fisik, kehandalan dalam memberikan layanan tepat waktu dan akurat, ketanggapan dalam merespons kebutuhan nasabah, jaminan kepastian melalui sikap dan pengetahuan karyawan, serta empati melalui perhatian tulus kepada nasabah. Hasil penelitian yang menunjukkan hubungan yang jelas saling berkolaborasi positif antara pelayanan dan harapan dan keinginan nasabah mendukung teori bahwa elemen-elemen ini merupakan faktor kunci dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di sektor jasa perbankan (Tjiptono, 2004; Christiana Okky Augusta Lovenia, 2012).

1. *Roleplay* rutin kepada bagian pelayanan yang berhubungan langsung dengan nasabah, guna memastikan bahwa layanan yang diberikan memenuhi atau bahkan melampaui harapan nasabah.
2. Sosialisasi produk dan program terbaru sesuai dengan ketentuan, agar karyawan dapat tahu apa saja produk sesuai kebutuhan nasabah.
3. Pelatihan dan pendidikan bagi karyawan baru atau sudah lama agar semakin meningkatnya kualitas SDM yang di hasilkan.
4. Dilakukan *roleplay* mingguan bagi karyawan yang berhubungan langsung dengan nasabah, agar menambah kualitas sesuai dengan standar yang ditentukan.
5. Digitalisasi produk *Banking*, *E- chanel* dan *branding* terbaru dengan menyesuaikan di era digital sekarang. Sehingga nasabah menjadi lebih mudah dalam mengakses produk dan promo terbaru.

Kegiatan tersebut dapat menjadi solusi guna meningkatkan SDM yang berkualitas dan meningkatkan kinerja serta terpenuhinya keinginan dan harapan nasabah sesuai dengan standar layanan yang tersedia. Perusahaan harus terus berfokus pada kualitas SDM agar dapat meningkatkan kinerja serta loyalitas nasabah menjadi besar untuk menggunakan jasa di Bank BTN Bojongsong

DAFTAR PUSTAKA

- Fitzsimmons, J. A., & Fitzsimmons, M. J. (2014). *Service management: Operations, strategy, information technology* (8th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Ghozai, I. (2016). *Application of multivariate analysis with IBM SPSS program* (6th ed.). Semarang: Diponegoro University Press.
- Hill, N., Brierley, J., & MacDougal, R. (2003). *Customer satisfaction evaluation: Methods for measuring and implementing service quality*. London: Springer.
- Ismail, I., Haron, H., Ibrahim, D. N., & Isa, S. M. (2006). Service quality, client satisfaction, and loyalty towards audit firms: Perceptions of Malaysian public listed companies. *Managerial Auditing Journal*, 21(7), 738–756. <https://doi.org/10.1108/02686900610680521>
- Ismail, I., Haron, H., Ibrahim, D.N., and Isa, S.M. 2006. Service Quality Cliente Satisfaction and. Loyalty Toward Audit Firm: Perseptionis of Malaysian Public Listen Companys. *Manajerial. Auditing Journal*, 21(7), pp:738- 756.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of marketing* (14th ed.). England: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Boston: Pearson.
- Lovenia, C. O. A., & Sutopo, S. (2012). *Analysis of the impact of service quality on customer satisfaction: A case study of customers at Bank Jateng Semarang Main Branch* (Doctoral dissertation). Faculty of Economics and Business, Diponegoro University.
- Octavia, R. (2019). The impact of service quality and customer satisfaction on customer loyalty at PT. Bank Lampung. *Journal of Marketing Management*, 13(1), 35-39.
- Sugiyono. (2013). *Educational research methods: Quantitative, qualitative, and R&D approaches*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Quantitative, qualitative, and R&D research methods*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2012). *Marketing strategy* (3rd ed.). Yogyakarta: Andi.

Top 10 banks excelling in PrimeService. (2024, May 5). Retrieved from Infobank:
<https://www.instagram.com/p/C6lUgaPRpce/?igsh=MWN4NDQwZDJ4aGt3Ng==>
Wijayanto, K. (2015). *The impact of service quality on customer satisfaction and loyalty at banks*. *Journal of Business Competitiveness*, 17(1), 38-45.