



Research Paper Publication
Jurnal Ilmiah Manajemen
Terminal Informasi Ilmiah

ISSN : 2089-2330

Vol : 09.03.2020
Hal : 108 - 118

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN NASABAH KREDIT PADA PT. BANK BTPN SYARIAH CABANG BELITANG II

Ismandra, S.Kom., S.E., M.Si.

mandra0204@gmail.com

Dosen Tetap Universitas Sjakhyakirti

Article Info

Keywords :
Kepemimpinan, Budaya
Organisasi, Kepuasan Kerja

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah kredit pada PT. Bank BTPN Syariah Cabang Belitang II. Dalam penelitian ini penulis mengambil objek penelitian pada nasabah Bank BPTN Syariah Cabang Belitang II. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode pendekatan dan survey kepada nasabah dengan memberikan kuisioner dan wawancara dengan memberikan nilai atau skor pada kuisioner yang telah dibuat berdasarkan indikator-indikator dalam variabel penelitian ini. Pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan program SPSS. Penelitian ini menghasilkan bahwa Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank BTPN Syariah Cabang Belitang II memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap tingkat kepuasan nasabah, variabel kualitas pelayanan (X) memiliki pengaruh dan hubungan yang kuat terhadap tingkat kepuasan nasabah.

Ismandra, S.Kom., S.E., M.Si.
mandra0204@gmail.com

Jurnal Ilmiah Manajemen – Vol : 09.03.2020

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Era globalisasi saat ini produk dan jasa bersaing ketat dipasar dan beragam dikarenakan keterbukaan pasar, dari sinilah terjadi persaingan antar produsen agar dapat memenuhi kebutuhan pelanggan serta dapat memberikan rasa kepuasan dengan maksimal, karena hal ini merupakan dasar tujuan dari sebuah bisnis yang dilakukan oleh para produsen. Salah satu tindakan atau usaha untuk memberikan rasa puas kepada pelanggan adalah dengan cara memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya. Pada nyatanya kita dapat melihat hal-hal yang dapat memberikan kepuasan pelanggan, yaitu nilai total pelanggan, yang terdiri dari produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai image atau citra, dan biaya total pelanggan yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga, dan biaya pikiran (Kotler & Keller, 2016).

Pengelola bank menyadari pentingnya menjaga keberlanjutan dan pertumbuhan usahanya dengan berorientasi kepada nasabah. Kebutuhan dan harapan nasabah menjadi fokus manajemen perbankan. Sehingga perlu adanya pertimbangan-pertimbangan yang dilakukan oleh manajemen perbankan untuk menjaga nasabah untuk tetap loyal terhadap bank tersebut. Salah satunya adalah memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan bank kepada nasabahnya, (Suryani, 2017).

Pelayanan merupakan hal yang tidak berwujud serta tidak dapat dimiliki oleh seseorang melalui penawaran yang dilakukan oleh individu ataupun perusahaan yang sifatnya adalah memberikan rasa kepuasan pada nasabah atau pelanggan. Perusahaan yang memberikan jasa berkualitas dan bermutu, akan dapat memenuhi kebutuhan akan rasa puas pada nasabah, sehingga hal ini dapat membuat nasabah untuk bertahan pada perusahaan tersebut, hal ini menjadi nilai lebih bagi perusahaan terhadap para pesaingnya, (Apriani, 2020). Bisnis perbankan merupakan bisnis yang bermodalkan kepercayaan, maka dari itu sangat penting bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah.

Menurut (Kasmir, 2017) mengatakan ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu salah satunya adalah kualitas pelayanan yang diberikan. Banyak hal yang menyebabkan nasabah tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh seorang karyawan bank. Nasabah merasa tidak dilayani dengan baik (dicuekin), merasa disepelekan atau tidak diperhatikan atau kadang nasabah merasa tersinggung. Sehingga hal ini perlu dijadikan pertimbangan oleh manajemen bank untuk menjaga kualitas pelayanan bank agar nasabah merasa puas dan dapat bertahan pada bank tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh (Wahab, 2017) dengan judul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah industri perbankan syariah di kota pekanbaru menunjukkan hasil bahwa dari kelima variabel tersebut masing-masing mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sementara hasil uji F diperoleh nilai $F_{hit} = 41,953$, dan $F_{tab} = 2,365$ ($F_{hit} > F_{tab}$). Sehingga secara serempak variabel *Reliability*, *Responsiveness*, *Empathy*, *Assurance* dan *Tangible* mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah.

Sesuai dengan tujuan dari Bank BTPN Syariah yaitu mencakup daerah terpencil yang masih pra sejahtera. Maka dari itu Bank BTPN Syariah membuka cabang di daerah Belitang Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur dengan maksud dapat menjangkau masyarakat terpencil dan mengembangkan kegiatan perekonomian pada daerah tersebut.

Tabel 1. Jumlah Nasabah Bank BTPN Syariah Cabang Belitang II Tahun 2015-2019

Tahun	Jumlah Nasabah
2015	646
2016	966
2017	930
2018	934
2019	1.213

Sumber: Bank BTPN Syariah Cabang Belitang II

Dari beberapa hasil observasi diatas maka, hal ini tentu menjadi pertimbangan bagi manajemen untuk dapat melihat dan menganalisis untuk menyiapkan strategi-strategi untuk dapat menarik minat nasabah dan dapat mempertahankan nasabahnya. Salah satunya adalah dengan menciptakan kepuasan nasabah melalui pemberian kualitas pelayanan yang lebih baik lagi. Dengan demikian melalui penelitian ini kualitas pelayanan yang diberikan apakah sudah mampu memberikan kepuasan kepada nasabah dapat dijadikan pertimbangan oleh manajemen Bank BTPN Syariah Cabang Belitang II dalam mengambil keputusan.

Berdasarkan dari latar belakang dan *research gap* dari penelitian terdahulu diatas, maka studi ini akan menganalisis bagaimana **“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Kredit Pada PT. Bank BTPN Syariah Cabang Belitang II”**.

Perumusan Masalah

Dari identifikasi masalah diatas penulis melakukan perumusan masalah yaitu bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah kredit pada PT. Bank BTPN Syariah Cabang Belitang II?

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Jasa

Definisi jasa menurut (Lupiyoadi, 2016) jasa adalah semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah (seperti misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, kesehatan atau pemecahan akan masalah yang dihadapi oleh konsumen).

Kualitas Pelayanan

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Dari seluruh kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan, pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan dalam kepuasan yang dirasakan. Menurut pakar pemasaran (Kotler & Keller, 2016) menandakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.

Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry dalam (Tjiptono, Fandy; Chandra, Gregorius, 2016) dimensi dan atribut model SERVQUAL terdiri dari:

1. *Tangible* (Bukti Fisik)
2. *Emphaty* (Empati)
3. *Responsiveness* (Daya Tanggap)
4. *Reliability* (Reliabilitas)
5. *Assurance* (Jaminan)

Tingkat Kepuasan Nasabah

Kepuasan (*Satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa dari seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk atau jasa yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka nasabah tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan dari nasabah akan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan sangat puas atau senang, (Kotler & Keller, 2016).

Indikator Tingkat Kepuasan Nasabah

Kunci untuk mempertahankan pelanggan merupakan hal penting daripada memikat pelanggan (Kotler & Keller, 2016). Oleh karena itu, terdapat 5 (lima) indikator untuk mengukur kepuasan konsumen yaitu sebagai berikut:

1. *Re-Purchase*, membeli kembali, dimana pelanggan tersebut akan kembali kepada perusahaan untuk mencari barang atau jasa.
2. Menciptakan *Word-of-Mouth*, Dalam hal ini, pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain.
3. Menciptakan Citraan Citra Merek, Pelanggan akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing.
4. Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama, membeli produk lain dari perusahaan yang sama.
5. Menawarkan produk atau jasa kepada perusahaan.

METODOLOGI PENELITIAN

Desain Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang menekankan pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika (Azwar, 2016). Pengertian data kuantitatif menurut (Sugiyono, 2015) adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Dalam penelitian ini penulis mengambil objek penelitian pada nasabah Bank BPTN Syariah Cabang Belitang II. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode pendekatan dan survey kepada nasabah dengan memberikan kuisisioner dan wawancara dengan memberikan nilai atau skor pada kuisisioner yang telah dibuat berdasarkan indikator-indikator dalam variabel penelitian ini. Kemudian hasil dari observasi tersebut akan di olah dengan menggunakan SPSS untuk melihat seberapa besar pengaruh dari variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian ini.

Teknik Analisis Data

Uji Validitas

Pengujian validitas adalah pengujian yang ditunjukkan untuk mengetahui suatu data dapat dipercaya keberannya sesuai dengan kenyataan. (Sugiyono, 2015) menyatakan bahwa: “Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dimaksudkan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Reliabilitas diukur dengan uji *statistic cronbach's alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach' alpha* > 0.60 , (Sugiyono, 2015).

Uji Normalitas

Pengujian secara visual dapat juga dilakukan dengan metode metode grafik normal *probability plots* dalam program SPSS dasar pengambilan keputusan

- Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dari garis dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Rancangan Uji Hipotesis

Analisis Korelasi (R)

Dalam analisis korelasi yang dicari adalah koefisien korelasi yaitu angka yang menyatakan derajat hubungan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) atau untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Hasil perhitungan koefisien dapat diinterpretasikan berdasarkan tabel dibawah ini untuk melihat seberapa kuat tingkat hubungan yang dimiliki antar variabel. Untuk memberikan interpretasi koefisien korelasinya, maka penulis menggunakan pedoman yang mengacu pada (Sugiyono, 2016) sebagai berikut:

Tabel 2. Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber: (Sugiyono, 2015)

Analisis Koefisien Determinasi (R)²

Koefisien determinasi (R)² yang bermakna sebagai sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), atau dengan kata lain, nilai koefisien determinasi (R)² ini berguna untuk memprediksi dan melihat

seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variabel (X) secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel (Y) menurut (Sugiyono, 2016).

Uji t

Menurut (Sugiyono, 2015), untuk mengetahui signifikan atau tidak pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat maka digunakan probability sebesar 5% ($\alpha = 0.05$). Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Dimana $T_{tabel} > T_{hitung}$, H_0 diterima. Dan jika $T_{tabel} < T_{hitung}$, maka H_1 diterima. Begitupun jika $sig > \alpha (0.05)$, maka H_0 diterima H_1 ditolak dan jika $sig < \alpha (0.05)$, maka H_0 ditolak H_1 diterima.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi sederhana untuk mengetahui besarnya pengaruh secara kuantitatif dari suatu perubahan (variabel X) terhadap kejadian lainnya (variabel Y). Analisis regresi menggunakan rumus persamaan regresi sederhana seperti yang dikutip dalam (Sugiyono, 2016), yaitu :

$$Y = a + b.X$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2016) menyatakan bahwa: “Teknik korelasi untuk menentukan validitas item ini sampai sekarang merupakan teknik yang paling banyak digunakan dan item yang mempunyai korelasi positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi yang tertinggi, menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula.”

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidak nya suatu kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan melakukan korelasi bivariate antara masing-masing skor indikator dengan total skor variabel. Pengujian validitas menggunakan korelasi bivariate yang dilakukan dengan menghitung korelasi antar skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor variabel dengan sig. (2-tailed). Dengan ($n=92$, $\alpha = 10\%$, $n-2$ r tabel = 0.1726. Pengujian validitas data dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 25.

Berdasarkan dari hasil pengolahan data menggunakan SPSS.25 bahwa tanggapan responden mengenai Tingkat Kepuasan Nasabah (Y) diketahui keseluruhan item pertanyaan memperoleh hasil r hitung > nilai r tabel dengan demikian semua item pertanyaan Tingkat Kepuasan Nasabah (Y) dinyatakan Valid.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dimaksudkan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Reliabilitas diukur dengan uji *statistic cronbach's alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach' alpha* > 0.60 , (Sugiyono, 2015).

Analisi Korelasi (R)

Adapun hasil yang diperoleh dari hasil uji analisis korelasi (R) dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.712 ^a	.507	.502	2.023
a. Predictors: (Constant), TOTAL_X				
b. Dependent Variable: TOTAL_Y				

Sumber: Data Olahan SPSS.25

Berdasarkan tabel 3. diatas dapat dilihat bahwa koefisien korelasi (R) yang digunakan untuk mengukur hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan (X) Tingkat Kepuasan Nasabah (Y) menghasilkan angka 0,712. Dengan demikian hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan (X) dan Tingkat Kepuasan Nasabah (Y) adalah sebesar 71,2%.

Analisis Koefisien Determinasi (R)²

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui besarnya kontribusi atau presentase (%) variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai yang digunakan dalam hal ini adalah nilai Adjusted R square dikarenakan sifatnya dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model. Hasil dari uji koefisien determinasi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Berdasarkan dari tabel 3. diatas diperoleh nilai R Square sebesar 0,507 atau sama dengan 50,7%. Angka tersebut menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh sebanyak 50,7% terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y). Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar model regresi ini.

Uji t

Menurut (Sugiyono, 2015), untuk mengetahui signifikan atau tidak pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat maka digunakan probability sebesar 5% ($\alpha=0.05$).

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Dimana $T_{tabel} > T_{hitung}$, H_0 diterima. Dan jika $T_{tabel} <$

t_{hitung} , maka H_1 diterima. Begitupun jika $sig > \alpha$ (0.05), maka H_0 diterima H_1 ditolak dan jika $sig < \alpha$ (0.05), maka H_0 ditolak H_1 diterima.

Tabel 4 Coefficients^a

Model		t	Sig.	Keterangan
1	(Constant)	5.675	.000	
	TOTAL_X	9.622	.000	Signifikan
a. Dependent Variable: TOTAL_Y				

Sumber: Data Olahan SPSS.25

Berdasarkan tabel 4 diatas diperoleh nilai t_{hitung} 9,622 > t_{tabel} 1,662 dan nilai sig. 0.00 < 0.05. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima karena adanya pengaruh dari variabel kualitas pelayanan (X) terhadap tingkat kepuasan nasabah (Y).

Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 5. Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	17.269	3.043	
	TOTAL_X	.629	.065	.712
a. Dependent Variable: TOTAL_Y				

Sumber: Data Olaha SPSS.25

Berdasarkan nilai koefisien diatas, dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b.X$$

$$Y = 17,269 + 0,629.X$$

Berdasarkan tabel diperoleh persamaan regresi linier sederhana variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y) yaitu:

- a. Nilai konstanta (a) adalah 17,269 hal ini menyatakan bahwa jika tidak ada kenaikan variabel kualitas pelayanan (X) atau sama dengan nol, maka nilai Tingkat Kepuasan Nasabah (Y) 17,269.
- b. Nilai koefisien regresi (b) variabel kualitas pelayanan (X) bernilai 0,629 ini dapat diartikan bahwa apabila kualitas pelayanan (X) meningkat 1%, maka tingkat kepuasan nasabah (Y) juga akan meningkat sebesar 0,629.

Artinya apabila kualitas pelayanan diterapkan dengan baik lagi dalam hal ini berjalan nyaman dan aman, maka tingkat kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,629.

Pembahasan

Dalam penelitian ini juga diperoleh nilai *cronbach's alpha* variabel kualitas pelayanan sebesar 0,810 yaitu lebih besar dari 0.6. Berdasarkan ketentuan kriteria reliabilitas, dimana suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* > 0.6 sehingga instrumen penelitian ini dinyatakan reliabel, hal ini dibuktikan dari angka $0,810 > 0,6$. Dan nilai *cronbach's alpha* variabel tingkat kepuasan nasabah sebesar 0,768 yaitu lebih besar dari 0.6. Dengan demikian angka 0,810 dan 0,768 dari hasil uji reliabilitas memiliki arti bahwa kuisioner dalam penelitian ini memiliki hubungan yang erat dan dapat dijadikan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai sig. $< 0,05$ maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y, tetapi apabila sebaliknya $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai sig. $> 0,05$ maka dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Pada kolom t_{hitung} pada variabel Kualitas Pelayanan (X) lebih besar dari t_{tabel} dengan nilai $9,622 > 1,662$ dan nilai sig. $< 0,05$ dengan nilai $(0,000 < 0,05)$. Berdasarkan hasil diatas dapat ditarik kesimpulan Variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y).

Analisis regresi sederhana untuk mengetahui besarnya pengaruh secara kuantitatif dari suatu perubahan (variabel X) terhadap kejadian lainnya (variabel Y). Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y) dapat diketahui bahwa $Y = 17,269 + 0,629 X$. Nilai konstanta sebesar 17,269 menunjukkan bahwa jika tidak ada variabel independen (X) Kualitas Pelayanan, maka nilai Tingkat Kepuasan Nasabah sebesar 17,269. Nilai koefisien X sebesar 0,629 menunjukkan bahwa jika nilai variabel independen (kualitas pelayanan) sebesar 1, maka tingkat kepuasan nasabah akan bertambah sebesar 0,629. Apabila diasumsikan jika perusahaan menggunakan Kualitas Pelayanan (X) maka Tingkat Kepuasan Nasabah (Y) akan meningkat sebesar 62.9 %.

Dari hasil uji statistik dapat dilihat bahwa t_{hitung} diperoleh nilai sebesar t_{tabel} dengan nilai $9,622 > 1,662$ dan nilai sig. $< 0,05$ dengan nilai $(0,000 < 0,05)$ dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Dengan demikian Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa variabel independen (X) Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) Tingkat Kepuasan Nasabah. Berdasarkan dari hasil pengujian yang dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank BTPN Syariah Cabang Belitang II memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank BTPN Syariah Cabang Belitang II. Peningkatan kualitas pelayanan melalui Bukti

- Fisik, Empati, Daya Tanggap, Reliabilitas, dan Jaminan dapat menciptakan kepuasan nasabah dengan lebih baik.
2. Dari hasil olah data yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa variabel kualitas pelayanan (X) memiliki pengaruh dan hubungan yang kuat terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank BTPN Syariah Cabang Belitang II, hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan (Darmawan & Ridwan, 2018), (Nelwan, Areros, & Tampi, 2016), dan (Siregar, 2018).
 3. Tingkat hubungan antar variabel yang diperoleh dalam penelitian ini cukup erat dan semua data yang digunakan normal dan memenuhi kriteria dalam penelitian. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y) dapat diketahui bahwa jika tidak ada variabel independen (X) Kualitas Pelayanan, maka nilai Tingkat Kepuasan Nasabah sebesar 17,27%. Jika perusahaan menggunakan Kualitas Pelayanan (X) maka Tingkat Kepuasan Nasabah (Y) akan meningkat sebesar 62,9%.

Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan ini maka peneliti menarik kesimpulan dan memberikan saran berdasarkan data yang diperoleh, dengan memberikan saran kepada pihak terkait berhubungan dengan penelitian ini yaitu:

1. Bank BTPN Syariah Cabang Belitang II agar dapat memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Apabila Bank BTPN Syariah Cabang Belitang II tidak memperhatikan kualitas pelayanan dengan baik, maka tingkat kepuasan nasabah akan menurun dan hal ini tidak baik untuk perusahaan perbankan dan hal ini tentunya menjadi masalah yang penting bagi perusahaan untuk memilih strategi dalam meningkatkan kepuasan nasabah.
2. Penulis dalam hal ini menyarankan kepada pihak bank untuk dapat meningkatkan kepuasan nasabah melalui kualitas pelayanan yang diberikan, karena hubungan antara kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan nasabah sangat erat. Tetapi peneliti juga tidak menutup kemungkinan bahwa ada variabel-variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Karena dari hasil penelitian diketahui bahwa jika tidak ada variabel independen (X) Kualitas Pelayanan, maka nilai Tingkat Kepuasan Nasabah sebesar 17,27 %

DAFTAR PUSTAKA

- Apriani, M. 2020, Maret 18. *Diponegoro University Institutional Repository*. Retrieved from <http://eprints.undip.ac.id/29246/>
- Arikunto. 2015. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, S. 2016. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Hasibuan, M. S. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Revisi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Managemen, 15th Edition*., Pearson Education, Inc.
- Lupiyoadi, R. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Method)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Suryani, T. 2016. *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global Menciptakan Nilai Unggul Untuk Kepuasan Nasabah*. Jakarta: Prenadamedia Group.