

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Perkreditan Rakyat Syariah Di Pekanbaru

Rizqi Fakhri

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau
Jln. HR. Subrantas No. 57 Km 12,5 -Pekanbaru
E-mail : rizqifakhri@lecturer.stieriau-akbar.ac.id

Abstract : This research was conducted at Bank Syariah Pekanbaru which is located at Jalan HR. Soebrantas, No. 105 Kel. Tuah Karya, Kec. Tampan, Pekanbaru City, Riau 28293. The purpose of this study was to determine the effect of service quality on customer satisfaction at PT Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Pekanbaru. To achieve this goal, a research was conducted using a sample of 99 people, using a simple random sampling method (accidental random sampling). The data analysis method used simple linear regression. Based on the results of the partial t-test test, it was found that service quality had a significant effect on customer satisfaction at PT Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Pekanbaru, this was proven based on the t-test found that t-count was greater than t-table ($12.645 > 1.985$). The magnitude of the influence of the service quality variable on the customer satisfaction variable is 0.622 (62.2%) this is proven based on the results of the determination test where the R² value is 0.622. Recommendations that can be submitted are expected that the company pays attention to the employees of PT Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Pekanbaru have expertise in using tools in the service process because this gets the lowest response from respondents.

Keywords: Service Quality, Consumer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Perbankan mempunyai tugas yang sangat penting dalam rangka mendorong pencapaian tujuan nasional. Peranan bank dalam mendukung kegiatan perekonomian sangat besar karena perbankan memberikan jasa dalam lalu litas peredaran uang. Dimana bank merupakan salah satu intermediasi antara masyarakat yang surplus dengan desifit, hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank. Kegiatan bank sebagai lembaga keuangan tidak lepas dari bidang keuangan, kegiatan- kegiatan bank yang menghimpun dan menyalurkan . Berdasarkan UU No.10 tahun 1998 tentang perbankan dinyatakan bahwa fungsi utama perbankan adalah sebagai penghimpun dan penyalur kepada pihak yang membutuhkan . Penyaluran yang dilakukan bank dilakukan melalui pemberian pinjaman yang lebih dikenal

oleh masyarakat dengan nama kredit. Perkataan kredit sesungguhnya berasal bahasa latin *credere* yang berarti kepercayaan, atau *credo* yang berarti saya percaya. Jadi seandainya seseorang memperoleh kredit, berarti ia memperoleh kepercayaan (*trust*). Dengan perkataan lain maka kredit mengandung pengertian adanya suatu kepercayaan dari seseorang atau badan yang diberikan kepada seseorang atau badan lainnya yaitu bahwa yang bersangkutan pada masa yang akan datang akan memenuhi segala sesuatu kewajiban yang telah di perjanjian terlebih dahulu (Rachmat Firdaus, 2011).

Oleh sebab itu gaya hidup masyarakat Indonesia yang semakin konsuntif memacu pertumbuhan kegiatan perkreditan. Salah satu jenis kredit yang mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan adalah kredit konsuntif. Dimana pada tahun ke tahun kredit konsun

mengalami pertumbuhan, mengingat daya beli masyarakat semakin membaik. Seperti yang diketahui petingnya barang-barang konsumsi seperti kendaraan, elektronik, perumahan dan kebutuhan rumah tangga lainnya terus meningkat. Meningkatnya pembelian secara kredit merupakan momentum yang sangat baik bagi perindustrian perbankan. Keberadaan lembaga perbankan ini mempermudah konsumen untuk memperoleh produk yang mereka inginkan dengan sistem pembayaran yang lebih ringan.

Dengan adanya persaingan yang terjadi, hal tersebut menuntut para pelaku usaha perbankan untuk mengeluarkan segala kemampuan yang mereka miliki agar dapat bersaing di pasar. Setiap pelaku usaha perbankan di tiap kategori dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Pelaku usaha dalam memberikan kepuasan kepada nasabah, harus mempelajari terlebih dahulu keinginan dan kebutuhan, nasabah pada saat ini dan yang akan datang.

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian nasabah terhadap tingkat layanan yang diterima dengan tingkat layanan yang diharapkan. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dimana kualitas pelayanan yang baiklah yang akan membuat pelanggan mendapatkan kepuasan dan akan besar kemungkinan mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan untuk kembali membeli produknya. Pelanggan yang puas akan cenderung memberikan referensi yang baik bagi orang lain.

Salah satu perbankan yaitu PT Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Pekanbaru sendiri sebagai suatu lembaga keuangan yang mempunyai fungsi dan tujuan yaitu memberikan pelayanan perbankan dan membantu dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat, serta memberikan manfaat yang besar baik penghimpunan dari masyarakat maupun menyalurkan ke masyarakat.

Berikut data keadaan organisasi dan jumlah karyawan pada PT. BPRS Pekanbaru.

Tabel 1
Rincian Anggota Organisasi PT BPRS Pekanbaru Tahun 2021

No	Devisi	Jumlah
1	Pimpinan	1
2	ir	6
3	AO Funding	9
4	Kolektor	12
TOTAL		28

Sumber : PT BPRS Pekanbaru, 2022

Berdasarkan table di atas dapat dilihat bahwa jumlah karyawan di PT. BPRS Pekanbaru di tahun 2021 berjumlah 28 orang yang terbagi kedalam 4 devisi. Dari masing-masing devisi pada bagian devisi kolektor sebanyak 12 orang. AO Funding 9 orang, ir 6 orang dan pimpinan ada 1 orang.

Demi mendukung kelancaran kerja karyawan PT. BPRS Pekanbaru, Berikut data tentang sarana dan prasarana yang ada di PT. BPRS Pekanbaru yang diharapkan

memberikan atau mendapat pelayanan yang baik bagi nasabah.

Tabel 2
Data Fasilitas PT. BPRS Pekanbaru

No	Fasilitas	Unit	Kondisi	Keterangan
1	Wi-fi internet Access	-	ada	20 mbps
2	Parkir Area	6 x 3 m ²	Tidak beratap	-
3	Westapel	2	Baik	-
4	Meja	12 buah	3 tidak layak pakai	-
5	Kursi	14 buah	7 sandaran patah	-
6	Toilet	3	1 rusak	-
7	Musholla	1	Baik	-
8	Galon Air Minum	2	Baik	-
9	AC	5	1 rusak	4 baik

Sumber : PT BPRS Pekanbaru, 2022

Data diatas menjadi salah satu pendukung kualitas pelayanan tetapi masih ada beberapa bentuk keluhan-keluhan nasabah yang menyangkut mengenai pelayanan yang telah diberikan, artinya

pelayanan yang telah diberikan masih belum dapat memberikan kepuasan yang optimal kepada nasabah. Adapun beberapa keluhan yang sering terjadi adalah sebagai berikut :

Tabel 3
Data keluhan / masukan Nasabah PT. BPRS Pekanbaru, Tahun 2021

Variabel	Keluhan / Masukan Nasabah
Keandalan (reliability)	- Pelayanan yang belum maksimal.
Daya Tanggap (responsiveness)	- Kurang merespon keluhan / masukan nasabah.
Jaminan (assurance)	- Karyawan kurang professional, dan lamban dalam melayani nasabah. - Waktu kedatangan karyawan tidak tepat waktu.
Empati (empathy)	- Komunikasi terhadap pelayanan yang diberikan kadang tidak sesuai dengan harapan. - Komunikasi pelayanan kepada nasabah kadang tidak ramah.
Bentuk Fisik (tangibles)	- Untuk nasabah yang menabung dengan jumlah banyak, harus menunggu lama. - Kursi diruang tunggu yang terbatas. - Sulit mengenal karyawan karena tidak memakai seragam. - Papan plang kurang terlihat. - Tempat parkir tidak beratap

Sumber : PT BPRS Pekanbaru, 2022

Dari beberapa bentuk keluhan nasabah yang diperoleh dari kotak kritik dan saran serta juga langsung disampaikan nasabah kepada bagian informasi ataupun karyawan langsung harus dapat dibenahi secara cepat oleh pihak PT. BPRS

Pekanbaru guna mendapatkan kepuasan bagi nasabah. diharapkan dapat memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah nantinya.

Tabel 4

Jumlah Kredit yang diberikan Sektor Kredit Konsumtif PT BPRS Pekanbaru

Tahun	Jumlah Debitur	Kredit yang Diberikan
2017	840	Rp 6.198.000.000
2018	1.086	Rp 8.003.000.000
2019	1.242	Rp 8.548.000.000
2020	1.004	Rp 13.713.000.000
2021	963	Rp 14.013.000.000

Sumber: PT. BPRS Pekanbaru Tahun 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat kita ketahui bahwa setiap tahun Kredit Konsumtif yang di berikan tersebut terus meningkat dari tahun ketahun. Pada tahun 2017 kredit yang diberikan sebesar Rp. 6.198.000.000, dan debitur yang ada pada tahun tersebut sebesar 840 debitur Pada tahun 2018 meningkat pemberian kredit yang diberikan sebesar Rp. 8.003.000.000 dan debitur meningkat sebesar 1.086, Pada tahun 2019 kredit yang diberikan sebesar Rp.8.548.000.000, dan tahun 2020 meningkat jauh lebih meningkat lagi dengan jumlah yaitu Rp.13.713.000.000 sedangkan pada tahun 2021 meningkat dengan jumlah yaitu Rp.14.013.000.000. Dengan adanya data di atas dapat kita lihat bahwa kredit konsumtif yang diberikan cukup besar.ini bisa terjadi karena kebutuhan nasabah yang semakin meningkat, sedangkan dari data diatas pada tahun 2021 Jumlah debitur mengalami penurunan sebesar 963 dari tahun sebelumnya, hal ini dikarenakan kehati-hatian pihak bank dalam pemberian kredit dilapangan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis mengemukakan perumusan masalah sebagai berikut : “Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Perkreditan Rakyat Syariah (PERSERODA) Pekanbaru?” Adapun tujuan dari penlitian ini adalah : “Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Perkreditan Rakyat Syariah (PERSERODA) Pekanbaru”.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Dalam dunia bisnis, bukan hanya produk/jasa yang diperhatikan. Dalam hal berbisnis kualitas pelayanan harus bisa diperhatikan juga. Karena kualitas pelayanan merupakan cara mempertahankan pelanggan. Dengan adanya kualitas, berarti perusahaan harus memenuhi harapan-harapan pelanggan dan memuaskan kebutuhan mereka.

Menurut Gregorie (2010) kualitas adalah suatu karakteristik dari produk atau jasa yang bermanfaat untuk memuaskan kebutuhan yang bisa dijanjikan secara tertulis dari sebuah produk atau jasa tanpa adanya kesalahan atau kecacatan. Dalam Kothler dan Armstrong (2012) dikemukakan bahwa pelayanan adalah segala aktivitas dan berbagai kegiatan atau manfaat yang ditawarkan untuk dijual oleh suatu pihak kepada pihak lain yang secara esensial jasa ini tidak berwujud dan tidak menghasilkan perpindahan kepemilikan atas apapun.

Kualitas pelayanan jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Harapan pelanggan bisa berupa tiga macam tipe. Pertama, *will expectation*, yaitu tingkat kinerja yang diprediksi atau diperkirakan nasabah akan menerimanya, berdasarkan semua informasi yang diketahuinya. Tipe ini merupakan tingkatan harapan yang paling dimaksudkan oleh nasabah, sewaktu menilai kualitas pelayanan tertentu. Kedua, *should expectation*, yaitu tingkat kinerja

yang dianggap sudah sepatasnya diterima nasabah. Biasanya tuntutan dari apa apa yang diharapkan diterima jauh lebih besar daripada apa yang diperkirakan akan diterima. Ketiga, *ideal expectation*, yaitu tingkat kinerja optimum atau terbaik diharapkan dapat diterima nasabah (Budi, 2013).

Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Seringkali pada proses pelayanan memiliki beberapa kendala yang akan secara langsung berpengaruh terhadap kualitas pelayanan. Hal ini tidak terlepas adanya perbedaan antara nasabah dan pihak penyedia jasa. Menurut parusuraman dalam Tjiptono (2011), faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diharapkan pelanggan (*expected service*) dan persepsi/pendapat terhadap layanan (*perceived service*). Apabila persepsi pelayanan sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan, maka kualitas pelayanan bersangkutan akan dinilai baik dan positif. Jika persepsi terhadap layanan melebihi apa yang diharapkan pelanggan maka kualitas pelayanan merupakan kualitas pelayanan yang ideal. Sebaliknya apabila persepsi pelayanan lebih buruk dibandingkan dengan apa yang diharapkan pelanggan, maka kualitas pelayanan tersebut buruk.

Berdasarkan pernyataan tersebut Tjiptono (2011), mengungkapkan ada beberapa faktor yang dapat memperlancar dan menghambat pelayanan yang berkualitas, yaitu :

1) Sumber Daya Manusia

SDM merupakan salah satu hal yang paling penting dalam kemajuan perusahaan. SDM sangat berpengaruh terhadap kualitas pelayanan suatu perusahaan, sebab jika suatu SDM tidak memiliki kompetensi dan pengetahuan yang tinggi, dapat menyebabkan buruknya kualitas pelayanan, dan sebaliknya, jika SDM atau karyawan memiliki kompetensi dan

pengetahuan tinggi, hal tersebut dapat meningkatkan kualitas pelayanan asalkan pekerjaan yang mereka lakukan sesuai dengan tugas yang diberikan. Karyawan harus mempunyai keterampilan dan pengetahuan teknis yang diperlukan untuk menjalankan tugas sesuai dengan posisi atau jabatannya.

Setiap karyawan diharapkan memiliki kesempatan untuk berkembang dalam perusahaan.setiap karyawan merupakan bagian paling berpengaruh demi kemajuan perusahaan, diantara beberapa bagian yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan yang berasal dari karyawan ialah : deskripsi pekerjaan (kejelasan pekerjaan suatu karyawan), rekrutmen dan seleksi karyawan (merekrut karyawan yang memiliki potensi, pengetahuan, dan kemampuan teknis), pelatihan dan pengembangan (mengadakan pelatihan dan pengembangan untuk meningkatkan potensi dan pengetahuan karyawan), sistem kompensasi (untuk memperhitungkan besarnya imbalan atau balasan jasa karyawan), jalur karir (tahap-tahap pekerjaan karyawan).

2) Organisasi/struktur

Dalam perusahaan karyawan harus memiliki koordinasi dan pembauran hingga menjadi dua kesatuan yang utuh dan menjalankan upaya pelayanan terhadap pengguna jasa sesuai dengan tugas dan fungsinya secara tersusun yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Organisasi merupakan suatu wadah yang didalamnya para anggota organisasi harus melakukan dan mengupayakan apa yang menjadi visi dan misi organisasi secara

bersama-sama dan mencapai suatu tujuan bersama.

3) Pengukuran

Pengukuran merupakan pengevaluasian kinerja dan pemantauan keluhan dan kepuasan pelanggan. Jika evaluasi suatu kinerja menghasilkan kesesuaian antara penyedia jasa dan harapan pelanggan, maka pelayanan yang diberikan berkualitas, jika hasil evaluasi tidak menunjukkan adanya kesetaraan antara penyedia jasa dan harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan tersebut buruk.

4) Pendukung sistem

Pendukung sistem juga dapat memperlancar dan sekaligus menghambat layanan yang berkualitas. Misalnya pada perangkat komputer, jika didalam penggunaan komputer tersebut terjadi kesalahan yang datang baik dari pihak pengguna maupun komputer itu sendiri, maka hal tersebut memperlambat pelayanan dan membuat pelayanan menjadi buruk.

5) Program

Rangkaian kegiatan dan tindakan yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan perusahaan yang meliputi pengelolaan keluhan pelanggan, alat-alat penjualan atau promosi, alat-alat manajemen berupa alat-alat yang menunjang pelayanan seperti sumber daya manusia, biaya pelayanan, cara yang dilakukan perusahaan dalam melayani pelanggan.

6) Komunii internal

Segenap kegiatan yang secara khusus diarahkan kepada seluruh anggota yang ada di perusahaan penyedia layanan dan terdiri atas prosedur dan kebijakan perusahaan dalam membentuk pelayanan terhadap pelanggan, serta umpan balik dalam organisasi. Suatu perusahaan harus memberikan umpan

balik terhadap pelanggan, contohnya perusahaan memberikan janji yang dapat menarik perhatian pelanggan, lalu perusahaan harus menepati janji tersebut sehingga pelanggan dapat percaya kualitas perusahaan.

7) Komunii eksternal

Komunii eksternal merupakan bentuk komunii yang diarahkan kepada pelanggan, yakni edui pelanggan, manajemen ekspektasi atau harapan pelanggan dan pembentukan citra positif perusahaan. Edui pelanggan merupakan cara perusahaan dalam mendidik pelanggan misalnya mengajarkan pelanggan cara pengisian formulir pelayanan, mengikuti alur pembayaran sesuai dengan prosedur dan sebagainya. Sedangkan dalam manajemen ekspektasi pelanggan dan pembentukan citra positif perusahaan misalnya suatu perusahaan menyebarkan iklan, brosur, pamflet berisi kelebihan-kelebihan suatu perusahaan.

Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2014) Kualitas pelayanan jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Tjiptono (2014) kualitas pelayanan jasa memiliki 5 indikator pengukuran yaitu :

- 1) Produk-produk fisik (*tangibles*) yaitu tersediannya fasilitas fisik, perlengkapan, dan sarana komunii dan lain-lain yang bisa dan harus ada dalam proses pelayanan.
- 2) Empati (*emphaty*) yang meliputi sikap dan kontak personal atau perusahaan untuk memahami kebutuhan dan kesulitan , nasabah, komunii yang baik, perhatian pribadi, dan kemudahan untuk melakukan komunii atau hubungan.

- 3) Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*on time*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan dan tanpa melakukan kesalahan.
- 4) Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu dalam memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.
- 5) Jaminan (*assurance*) meliputi pengetahuan, kemampuan, keramahan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya dari kontak personal untuk mengilangkan sifat keragu-raguan pelanggan dan membuat mereka merasa terbebas dari bahaya dan resiko.

Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan salah satu hal yang memiliki peranan penting dalam bisnis. Kepuasan nasabah merupakan tonggak utama dalam keberhasilan suatu perusahaan. Oleh karena itu, dalam upaya pemenuhan kepuasan nasabah, perusahaan harus jeli dalam mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan nasabah yang setiap saat berubah. Apabila produsen dapat menghasilkan produk dan jasa sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan nasabah maka nasabah akan merasa puas. Setiap nasabah memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda. Menurut Philip Kotler (Sunnyoto, 2013), nasabah bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja dibawah harapan, pelangan akan merasa kecewa tetapi kinerja sesuai dengan harapan nasabah akan merasa puas dan bila kinerja bisa melebihi harapan maka nasabah akan merasakan sangat puas senang atau gembira.

Menurut Pratiwi (2010) kepuasan didefinisikan sebagai perasaan senang atau

kecewa sseorang dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan dalam hubungan dan harapannya. Sedangkan menurut Lovelock dan Wright dalam Januar Efendi (2016) kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pasca pembelian mereka, dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan dan kesenangan. Kepuasan dipengaruhi oleh perbandingan layanan yang dipahami dengan pelayanan yang diharapkan, dan sebagai reaksi emosional jangka pendek pelanggan terhadap kinerja pelayanan tertentu.

Berdasarkan pengertian para ahli dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah merupakan penilaian setiap nasabah dengan membandingkan antara kondisi yang ada dengan kondisi yang diharapkan. Jika produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, jika produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan merasa kecewa.

Pengukuran Kepuasan Nasabah

Kotler dalam Suci (2015) mengemukakan empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan antara lain :

- 1) Sistem keluhan dan saran, setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan biasanya meliputi kotak saran yang diletakkan di tempat strategis, menyediakan kartu komentar (yang bisa diisi langsung ataupun yang bisa dikirimkan via pos kepada perusahaan), menyediakan saluran telepon khusus, dan lain-lain.
- 2) Survey kepuasan pelanggan, Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan menggunakan metode *survey*, baik melalui pos ataupun telepon maupun wawancara pribadi. Melalui *survey*

- perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.
- 3) Pembeli Bayangan, metode ini dilaksanakan dengan cara memperkerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan pesaing. Lalu pembeli bayangan tersebut menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para pembeli bayangan juga dapat mengamati atau menilai cara pesaingnya menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan pelanggan.
 - 4) Analisis pelanggan lain, metode ini sedikit unik. Perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang beralih pemasok. Yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut.

Indikator Kepuasan Nasabah

Menurut Tjiptono (2011) untuk mengukur kepuasan terhadap pelanggan, indikator yang dipakai secara umum yaitu :

- 1) Kepuasan pelanggan keseluruhan yaitu kepuasan pelanggan secara keseluruhan atau jasa mereka terima dibandingkan dengan jasa para pesaing.
- 2) Kepuasan pelanggan terhadap harapan yaitu menilai jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik seperti kecepatan layanan atau keramahan staff pelayanan terhadap pelanggan, pada cara ini kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan

pelanggan dan kinerja aktual dari jasa yang dijual perusahaan.

- 3) Minat pembelian ulang yaitu kepuasan pelanggan diukur berdasarkan apakah mereka akan mengadakan pembelian ulang jasa sama mereka konsumsi.
- 4) Kesedian untuk merekomendasikan yaitu kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk atau jasa kepada teman atau sekeluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditinjau lanjuti.
- 5) Ketidakpuasan pelanggan, hal ini dilihat dari beberapa aspek untuk mengetahui ketidakpuasan pelanggan seperti komplain yang membuat pelanggan beralih ke perusahaan jasa lainnya.

METODE PENELITIAN

Jenis Dan Sumber Data

Menurut Umar (2013) data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan, dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Menurut Umar (2013) data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data perimer atau oleh pihak lain. Data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data yang telah diolah seperti tabel, laporan kegiatan/absensi, dokumentasi serta data yang telah ada yang berhubungan dengan peneliti.

Populasi dan Sampel

Populasi menurut Sekaran dalam Andespa (2012) populasi merupakan sekolompok benda, kejadian atau orang yang dijadikan objek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah 963 nasabah pada tahun 2021 yang berkunjung ke PT. BPRS Pekanbaru. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut menurut Sugiyono (2012). Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *accidental sampling*, sampel didapat dengan menggunakan

rumus slovin. Dengan demikian jumlah sampel adalah dibulatkan menjadi 91 Nasabah. Teknik pengumpulan sampel dilakukan secara *Convenience sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan saja, anggota populasi yang ditemui peneliti dan bersedia menjadi responden dijadikan sampel (Ronie Andespa, 2012).

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian penulis melakukan pengamatan dan terjun kelapangan secara langsung ke lokasi penelitian. Menurut Sugiyono (2016) kuisioner yaitu suatu metode pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya terlebih dahulu selanjutnya menyebarkan kepada objek penelitian kepada nasabah yang berkunjung ke PT. BPRS Pekanbaru.

Teknik Analisis Data

Penggunaan metode deskriptif dalam penelitian ini adalah untuk tujuan mencari nilai mean, median, modus serta membuat tabel distribusi frekuensi. Hasil perhitungan tersebut dilanjutkan untuk mendukung analisis regresi yang akan dilakukan pada tahap berikutnya guna pengujian hipotesis. Metode deskriptif hanya untuk memberikan deskripsi atas variabel independen dan variabel dependen tanpa bermaksud membuat suatu kesimpulan.

Dalam menganalisis data penulis, menggunakan deskriptif dan kuantitatif. Menurut Arikunto (2010), deskriptif adalah membandingkan antara kenyataan yang sebenarnya dengan teori-teori yang ada

hubungannya dengan permasalahan guna menarik suatu kesimpulan dan mentabulasikan dalam bentuk tabel-tabel distribusi frekuensi. Menurut Sugiyono (2012) kuantitatif adalah penelitian berdasarkan pada data yang dapat dihitung untuk menghasilkan penaksiran yang kokoh.

Selanjutnya data tersebut diberi skor sehingga menjadi data kuantitatif, dalam penulisan ini untuk menentukan nilai jawaban setiap pertanyaan, maka penulis menggunakan *Skala Likert*.

Regresi Linier Sederhana

Persamaan regresi sederhana. Untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen (X) secara individu terhadap variabel dependen (Y) dengan asumsi variabel lainnya adalah konstan. Langkah-langkah pengajuan diawali dengan membuat formulasi hipotesis. Syarat koefesien determinasi (R^2) dikatakan kuat atau lemah yaitu apabila R^2 mendekati angka 1. Maka berarti variasi perubahan variabel terikat dan apabila R^2 mendekati nol maka pengaruh variabel bebas terdapat variabel serentak atau lemah (Ghozali, 2015).

HASIL PENELITIAN

Analisis Regresi Linear Sederhana

Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPRS Pekanbaru dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan beberapa analisis statistik. Bedasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan bantuan SPSS, diperoleh data-data sebagai berikut :

Tabel 5
Rekapitulasi Hasil Regresi Linear Sederhana.

Model		Coefficients ^a			
		Unstandardized Coefficients		Beta	t
		B	Std. Error		
1	(Constant)	5.600	2.679		2.090
	Kualitas Pelayanan	.897	.073	.795	12.345

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Data Olahan, 2022

Pada penelitian ini yang menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana (*Simple Regression*) dimaksudkan untuk mencari pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan nasabah pada PT. BPRS Pekanbaru. Dari persamaan regresi menunjukkan koefisien regresi dari b, bernilai positif. Hal ini menunjukkan variabel-variabel bebas apabila ditingkatkan persamaannya akan menimbulkan peningkatan pula pada variabel terikatnya. Konstanta sebesar 5,600, artinya jika variabel kualitas pelayanan (X) nilainya adalah 0, maka kepuasan nasabah (Y) nilainya positif yaitu sebesar 5,600. Nilai Koefisien variabel kualitas pelayanan 0,897 menunjukkan bahwa setiap perubahan kenaikan variabel kualitas pelayanan sebesar 1 satuan, maka kepuasan nasabah akan berubah naik sebesar 0,897 satuan atau 89,7% dari perubahan variabel kualitas pelayanan.

Uji Hipotesis Distribusi (Uji t)

Pembuktian hipotesis dilakukan untuk melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya, sehingga nantinya dapat diketahui apakah variabel bebas mempengaruhi variabel terikat, yakni kepuasan nasabah pada PT.

BPRS Pekanbaru dari satu variabel bebas yang diteliti.

Berdasarkan pada hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS diperoleh besarnya nilai koefisien regresi secara parsial dengan variabel bebas yang diteliti. Maka bedasarkan hasil pengujian pada variabel kualitas pelayanan (X) dengan menggunakan bantuan SPSS diperoleh t_{hitung} sebesar 12,345. Maka bila dibandingkan pada t_{tabel} pada signifikan $\alpha = 5\%$, yakni sebesar 1,987 dapat dilihat bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($12,345 > 1,987$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPRS Pekanbaru. Hal ini berarti jawaban hipotesis jawaban penelitian ini H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Koefisien Determinasi R^2

Apabila nilai R mendekati +1 maka secara bersama-sama variabel-variabel bebas tersebut mempunyai hubungan positif yang kuat. Berikut hasil dari pengolahan data dengan menggunakan bantuan SPSS yang dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 6
Hasil Output SPSS.
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.795 ^a	.631	.627	2.91742

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan
b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Data Olahan, 2022

Dari tabel diatas diperoleh nilai R. Square (R^2) sebesar 0,631 (63,1%) ini menerangkan bahwa variabel kualitas pelayanan memberikan sumbangan pengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPRS Pekanbaru sebesar 63,1%. Sedangkan sisanya sebesar 36,9% menggambarkan variabel bebas lainnya yang tidak diamati dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Bersadarkan hasil penelitian melalui analisis deskriptif pada variabel kualitas pelayanan pada PT. BPRS Pekanbaru, ditemukan tanggapan responden dengan nilai rata-rata sebesar 3,66 termasuk dalam kategori setuju sedangkan pada variabel kepuasan nasabah berada pada kategori setuju dengan nilai rata-rata sebesar 3,85. Berdasarkan hasil persamaan regresi linear sederhana diperoleh konstanta sebesar

5,600, artinya jika variabel kualitas pelayanan nilainya adalah 0, maka kepuasan nasabah nilainya positif yaitu sebesar 5,600. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPRS Pekanbaru, hal ini terbukti berdasarkan uji t ditemukan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($12,345 > 1.987$). Besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan kerja, adalah sebesar 0,631 (63,1%) hal ini terbukti berdasarkan hasil uji determinasi dimana diperoleh nilai R^2 sebesar 0,631.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2018, *manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*, Edisi Revisi, Cetakan Ke-13, CV. Alfabeta, Bandung.
- Agesha Marsyaf, 2020. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Rumah Makan Zam Zam Sipin Kota Jambi*. Universitas Muhammadiyah Jambi
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Berry, dan Pasururaman, 2003, *Jurnal Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan*, Vol 21-24-30.
- Eko Pramono, 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Kopitiam Cemara 999 Pekanbaru*. STIE Riau
- Endang Siswati Prihastuti, Ruben, 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Restoran Saung Citra Bandar Lampung*. Universitas Bandar Lampung
- Sunyoto. 2015. *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Daryanto, 2011, *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*, Satu Nusa Studio, Bandung
- Djaslim Saladin. 2010. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian*, Linda karya, Bandung.
- Fandy Tjiptono. 2014. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, CV Andi Offset, Yogyakarta.
- Kotler, Philip Keller Kevin Lane. 2015. *Manajemen Pemasaran*, ed. tiga belas, alih bahasakan: Benyamin Molan, Bahasa Indonesia PT. Indeks, Jakarta.
- Mursid,M, 2014, *Manajemen Pemasaran*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Sudaryono, 2016, *Manajemen Pemasaran (Teori & Implementasi)*, Ed-1, CV. Ando Offset, Yogyakarta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Suhardi, 2018. *Pengantar Manajemen dan Apliinya*. Gava Media. Yogyakarta.
- Stanton, William J. 2012. *Prinsip pemasaran*, alih bahasa : Yohanes Lamarto Penerbit Erlangga, Jakarta.