

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Sutomo Padang

Fauzan

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi “KBP”. Padang, Indonesia

Email : fauzan.stiekbp@gmail.com

SonyaFutri Ramafina

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi “KBP”. Padang, Indonesia

Email : Sonyafutri92@gmail.com

Korespondensi penulis : fauzan.stiekbp@gmail.com

ABSTRACT. *This research aims to determine services that include tangible, empathy, reliability, responsibility and assurance on customer satisfaction. This research was conducted at Bank Sutomo Padang Branch Office. The population of this study was 71,600 customers. Meanwhile, the sample from this research was 123 customers. This research is quantitative research and the data analysis method uses multiple linear regression. The results of this research show that the tangible, empathy, responsibility and assurance variables have a positive effect on customer satisfaction, with each calculated t value being greater than the t table and the significant value being smaller in alpha. Meanwhile, the reliability variable does not have a positive and significant effect because the calculated t value is smaller than the t table and the significant value is greater than alpha. The conclusion is that the first hypothesis is accepted, the second hypothesis is accepted, the third hypothesis is rejected, the fourth hypothesis is accepted, and the fifth hypothesis is accepted.*

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction*

ABSTRAK. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelayanan yang meliputi *tangible, empathy, reliability, responsibility, dan assurance* terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini diadakan di Bank Sutomo Kantor Cabang Padang. Populasi dari penelitian ini adalah 71.600 nasabah. Sedangkan Sampel dari penelitian ini adalah 123 nasabah. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan metode analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *tangible, empathy, responsibility, dan assurance* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, dengan masing-masing nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikan lebih kecil dal alpha. Sedangkan variabel *reliability* tidak berpengaruh positif dan signifikan karena nilai t hitung lebih kecil dari t tabel dan nilai signifikan lebih besar dari alpha. Yang kesimpulannya hipotesis pertama diterima, hipotesis kedua diterima, hipotesis ketiga ditolak, hipotesis keempat diterima, dan hipotesis kelima diterima.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi dunia semakin cepat, dan kemajuan alat pembayaran tidak bisa dihindari. Bank akan ikut serta dalam alat pembayaran yang ditetapkan oleh undang-undang Republik Indonesia NO. 10 Tahun 1998 untuk di terbitkan kepada masyarakat dalam bentuk simpanan dan disalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit, untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat standar populasi umum. Bank juga berupaya untuk melanjutkan operasional perbankan dengan mematuhi peraturan perundangan-undangan perbankan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia (BI), penarikan dan penagihan, serta

memulihkan kepercayaan masyarakat kepada bank untuk kelancaran proses perbankan. Apalagi jika mengingat bahwa bank adalah badan usaha yang berbasis kepercayaan. Tingkat persaingan antar Bank meningkat dengan pesat, bentuk persaingan dapat ditinjau dari beberapa hal antara lain peningkatan mutu atau kualitas; keberagaman produk; pemberian bonus atau hadiah-hadiah untuk menarik minat nasabah. Namun yang banyak Bank pilih adalah peningkatan kualitas atau mutu yang diambil dari sisi kualitas pelayanan.

Semakin pesatnya perkembangan teknologi dan perubahan era yang semakin maju, menyebabkan banyak sekali tuntutan dan persyaratan yang diajukan oleh perusahaan-perusahaan maupun BUMN dalam mencari sumber daya manusia. Pengalaman serta keterampilan di bidanag tertentu sudah merupakan syarat yang diminta. Kualitas dipandang sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan kompetitif. Kualitas merupakan salah satu faktor utama yang menentukan pilihan konsumen terhadap produk dan jasa. Kepuasan konsumen tercapai apabila produk dan jasa yang ditawarkan memenuhi kebutuhan mereka. Perkembangan dan peningkatan pelayanan usaha semakin mendapat perhatian masyarakat. Hal ini tercermin dari ketatnya persaingan yang terjadi di antara banyak perusahaan.

Dalam beberapa dekade terakhir, sektor jasa mulai memainkan peran penting dalam perekonomian global. Namun, minat dan perhatian pada aspek kualitas layanan baru berkembang dalam 30 tahun terakhir. Kualitas produk (baik barang maupun jasa) berkontribusi besar pada kepuasan nasabah, retensi nasabah, komunikasi gethok tular (*word-of-mouth communication*), return saham, ROA (*Return on Asset*), biaya transaksi, dan perputaran asset (*asset turnover*) sangat terkait dengan persepsi terhadap kualitas barang dan jasa perbankan. (Fitri,2011).

Bank BTN (Persero) Tbk adalah Badan Usaha Milik Negara Indonesia yang berbentuk perseroan terbatas dan bergerak dibidang jasa keuangan yang di kelola oleh BUMN. Maksudnya adalah operasional BUMN dijalankan dan diatur oleh pemerintah melalui kementerian BUMN, juga modal dari perusahaan BUMN yang berasal dari pemerintah sebagai sarana memberikan pelayanan kepada masyarakat. Berdasarkan penjelasan di atas,berarti Bank BTN adalah Bank Milik Negara. modalnya berasal dari pemerintah dan misinya adalah meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Bank BTN fokus pada pembiayaan perumahan real estate dengan menawarkan Kredit Rumah Pilihan (KPR) kepada masyarakat luas dengan KPR bersubsidi baik berpenghasilan rendah dan menengah ke atas. Untuk itu, bank harus mampu menjaga kepercayaan yang diberikan oleh nasabahnya. Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabah, bank harus menjaga citra positif di mata

masyarakat. Tanpa citra positif, kepercayaan yang anda bangun tidak akan berhasil. (www.btn.co.id).

Menurut Kotler (2017) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan seseorang dengan harapannya. Oleh karena itu, kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan. Pelanggan kecewa bila kinerja tidak sesuai harapan, puas bila kinerja memenuhi harapan, dan sangat senang atau puas bila kinerja melebihi harapan. Layanan pelanggan yang dapat memuaskan keinginan pelanggan, yang didapatkan adalah loyalitas atau loyalitas dari pelanggan.

Kepuasan pelanggan berdampak pada kinerja keuangan bisnis apa pun. Logika dan pengalaman sehari-hari dalam berwirausaha menegaskan hal ini. Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran dan salah satu tujuan utama aktivitas kewirausahaan. Kepuasan pelanggan berkontribusi pada banyak aspek penting. Menciptakan loyalitas pelanggan, meningkatkan reputasi perusahaan, mengurangi elastisitas harga, mengurangi biaya transaksi di masa depan, dan meningkatkan efisiensi dan produktivitas karyawan. Pentingnya kepuasan pelanggan berkaitan dengan meningkatnya persaingan dan tingkat kerugian dan keuntungan perusahaan. Untuk alasan terakhir, keuntungan tidak selalu ditentukan oleh kepuasan pelanggan, tetapi juga oleh kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap produk dan perusahaan. Beberapa faktor itu jelas saling mempengaruhi karena di tengah ketatnya persaingan, kesetiaan nasabah menjadi hal yang sangat sulit dipertahankan.

Menurut Sanistasya (2015) kualitas pelayanan adalah perbandingan antara persepsi konsumen terhadap pelayanan dengan harapan konsumen terhadap pelayanan. Kualitas layanan sangat penting bagi bank untuk memuaskan nasabahnya. Pelayanan yang diberikan sebuah bank merupakan suatu upaya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Penilaian atas kualitas, pelayanan terdiri dari lima dimensi. Dimensi pertama adalah bentuk fisik (*Tangible*) yang merupakan penilaian terhadap bentuk fisik yang harus dimiliki oleh bank seperti gedung, perlengkapan kantor dan sarana komunikasi. Dimensi yang kedua adalah empati (*Empathy*) penilaian terhadap perhatian bank kepada nasabahnya serta pemahaman kebutuhan dan harapan nasabah dari sebuah bank.

Dimensi ketiga adalah tentang keandalan (*Reliability*) merupakan penilaian terhadap profesionalitas atau kemampuan bank dalam memberikan pelayanan pada Pelayanan yang diberikan sebuah bank merupakan suatu upaya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Dimensi keempat adalah dayatanggap (*Responsiveness*)

merupakan penilaian terhadap keinginan dan kemauan karyawan bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Dimensi kelima adalah Jaminan (*Assurance*) merupakan penilaian terhadap jaminan bahwa karyawan memiliki pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat atau perilaku yang dapat dipercaya. (Muji Widodo, 2016).

Aspek kualitas pelayanan merupakan faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilan suatu bank. Kualitas pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggan, pelayanan prima, ketepatan waktu, penanganan keluhan dan memberikan solusi terbaik kepada pelanggan. Ini adalah layanan yang harus disediakan bank untuk mempertahankan pelanggan mereka. Pelayanan merupakan faktor penting oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan sangat penting karena mampu meningkatkan jumlah nasabah, kepuasan yang dirasakan nasabah akan berdampak pada loyalitas yang dapat membawa keuntungan kepada bank, nasabah yang puas akan tertarik untuk melakukan pembelian ulang merekomendasikan kepada orang lain dan mempunyai komitmen positif terhadap produk barang atau jasa.

Masalah dengan layanan pelanggan adalah bahwa pelanggan terus-menerus mengeluh tentang layanan bank mereka. Pelanggan jenis ini tidak pernah puas ketika layanan pelanggan memberikan solusi. Pelanggan umumnya memberi tahu orang lain tentang pengalaman positif mereka. Jika Anda berurusan dengan pelanggan yang suka mengeluh sepanjang waktu hanya ada satu kunci layanan, pelanggan harus sabar. Situasi seperti ini sebenarnya bisa menimbulkan keluhan karyawan BTN.

Berdasarkan Latar belakang di atas, maka penulis tertarik mengkaji lebih dalam tentang **“Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Padang”**

LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Bukti Langsung (*tangible*) Terhadap Kepuasan Konsumen

Bukti langsung merupakan salah satu elemen penting yang dapat mengukur kualitas pelayanan, hal ini dikarenakan pelayanan merupakan hal yang tidak berwujud dan tidak dapat disentuh. Bukti langsung adalah penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil dan perlengkapan komunikasi. Dimensi bukti langsung (*tangible*) ini sering digunakan untuk mengangkat citra perusahaan di mata konsumen. Penampilan serta kemampuan sarana dan prasarana harus bersifat handal, keadaan lingkungan merupakan bukti fisik dari pelayanan yang diberikan penyedia pelayanan atau produsen. Penampilan fisik dari suatu pelayanan,

karyawan dan komunikasi pastinya akan memberikan warna tersendiri pada sebuah kualitas pelayanan konsumen (Marlius 2018).

Bukti langsung/fisik merupakan kemampuan perusahaan untuk menunjukkan eksistensinya kepada dunia luar, penampilan dan kemampuan serta sarana dan prasarana perusahaan yang bisa diandalkan serta lingkungannya yang menjadikan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumennya. Hubungan bukti langsung dengan kepuasan konsumen adalah bukti fisik mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen semakin baik tanggapan konsumen terhadap bukti fisik, maka semakin tinggi kepuasan konsumen (Amsi, Nasrul, and Yusuf 2020).

Pada penelitian terdahulu (Marlius 2018) dengan judul penelitian pengaruh dimensi kualitas pelayanan website akademik terhadap kepuasan mahasiswa pada Stie “kbp” menyatakan bahwa variabel bukti langsung (*tangible*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa pada website akademik Stie “Kbp”.

Penelitian (Armanto 2018) dengan judul penelitian pengaruh dimensi kualitas layanan terhadap terhadap kepuasan pelanggan indihome triple play menyatakan bahwa bukti langsung (*tangible*) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

H1: Diduga Bukti Langsung/Fisik(*tangible*) Berpengaruh Secara Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen

Pengaruh Kepedulian (*empathy*) Terhadap Kepuasan Konsumen

Kepedulian (*Empathy*) merupakan perhatian langsung yang diberikan perusahaan kepada pelanggan dapat dilakukan melalui sikap yang tulus bersifat individual atau pribadi kepada pelanggan, seperti kemudahan kontak dengan perusahaan, keterampilan karyawan berkomunikasi dengan pelanggan merupakan salah satu cara perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan. Hubungan antara kepedulian dan kepuasan pelanggan merupakan salah satu bentuk kepedulian yang memiliki pengaruh positif dalam hal kepuasan pelanggan. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap kepedulian yang diberikan oleh perusahaan maka tingkat kepuasan pelanggan akan semakin tinggi (Amsi et al. 2020).

Pada penelitian terdahulu (Idham 2013) dengan judul penelitian pengaruh dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah dengan implikasi loyalitas pada Pt. Bank Tabungan Pensiunan Nasional, TBK cabang Kertajaya Surabaya menyatakan bahwa variabel *emphaty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian (Armanto 2018) dengan judul penelitian pengaruh dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan indihome triple play menyatakan bahwa variabel *emphaty* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

H2 : Diduga Kepedulian (*emphaty*) Berpengaruh Secara Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen

Pengaruh Keandalan (*reliability*) Terhadap Kepuasan Konsumen

Keandalan merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menyediakan pelayanan sebagaimana mestinya yang dapat dijanjikan. Hubungan keandalan terhadap kepuasan konsumen semakin baik tanggapan konsumen terhadap keandalan perusahaan, maka kepuasan konsumen akan semakin tinggi. Dan apabila persepsi konsumen terhadap keandalan buruk maka kepuasan konsumen akan menjadi rendah (Amsi et al. 2020).

Pada penelitian terdahulu (Armanto 2018) dengan judul penelitian pengaruh dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan indihome triple play menyatakan bahwa variabel keandalan (*reliability*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian (Rahayu Triastity 2019) dengan judul penelitian pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen arfa barbershop di Surakarta menyatakan bahwa variabel keandalan (*reliability*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

H3 : Diduga Keandalan (*reliability*) Berpengaruh Secara Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen

Pengaruh Daya Tanggap (*responsiveness*) Terhadap Kepuasan Konsumen

Tanggapan merupakan ketersediaan dan keinginan karyawan untuk membantu konsumen dalam menanggapi permintaan mereka, dan memberitahukan konsumen kapan pelayanan tersebut dapat diberikan dalam waktu yang cepat. Tingkat keinginan atau perhatian tersebut akan menjadikan tolak ukur konsumen untuk melihat seberapa baiknya tanggapan perusahaan dalam membantu konsumen secara cepat dan tepat. Adapun salah satu bentuknya yaitu dapat dilakukan dengan memberikan informasi yang jelas serta tindak yang bermanfaat bagi konsumen (Khasanah and Pertiwi 2010).

Pada penelitian terdahulu (Marlius 2018) dengan judul penelitian pengaruh dimensi kualitas pelayanan website akademik terhadap kepuasan mahasiswa pada Stie “Kbp” menyatakan bahwa variabel *responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa pada website akademik Stie “Kbp”.

Penelitian (Sukma and Utomo 2020) dengan judul penelitian pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat pelapor pada polsek Tangerang polres Semarang menyatakan bahwa variabel *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat pelapor pada polsek Tangerang polres Semarang.

H4 : Diduga Respon/Tanggapan (*responsiveness*) Berpengaruh Secara Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen

Pengaruh Jaminan (*assurance*) Terhadap Kepuasan Konsumen

Jaminan (*assurance*) adalah jaminan yang diberikan kepada konsumen yang terdiri dari kemampuan, kesopanan, serta kepercayaan yang dapat diberikan karyawan kepada konsumen yang tidak menimbulkan bahaya atau rasa keraguan. Perilaku karyawan tersebut harus mampu menumbuhkan kepercayaan serta perusahaan diharapkan dapat menciptakan rasa aman terhadap konsumennya. Jaminan di dalam sebuah perusahaan dapat memberikan pengetahuan produk secara benar dan kesopanan dalam memberikan pelayanan serta keterampilan dalam memberikan pengetahuan dan keamanan untuk menginspirasi kepercayaan konsumen terhadap perusahaan (Khasanah and Pertiwi 2010).

Pada penelitian terdahulu (Marlius 2018) dengan judul penelitian pengaruh dimensi kualitas pelayanan website akademik terhadap kepuasan mahasiswa pada Stie “Kbp” menyatakan bahwa variabel *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa pada website akademik Stie “Kbp”.

Penelitian (Armanto 2018) dengan judul penelitian pengaruh dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan indihome triple play menyatakan bahwa variabel *assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H5: Diduga Jaminan (*assurance*) Berpengaruh Secara Positif dan Signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sugiyono (2019) mengemukakan bahwa metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat dan positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data berdasarkan instrumen peneliti, analisis data berupa kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan.

Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir – butir dalam suatu daftar (konstruk) pertanyaan dalam mendefinisikan variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu (Sugiyono 2017).

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsisten responden dalam menjawab yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner(Sugiyono 2017).

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah suatu data terdistribusi normal atau tidak. Indikator digunakan dalam uji normalitas adalah one sample komogrof smirnov test, dengan standar α 0,05 (Sugiyono, 2017). Sehingga dapat disimpulkan :

Uji Multikolinearitas

Menurut (Sugiyono 2017) untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai *tolerance* yang umum dipakai adalah $> 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF < 10$ yang menandakan tidak terjadinya multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dapat menggunakan Uji glejser. Dalam uji ini apabila bila signifikansi $> 0,05$ atau kesalahan menolak data maka tidak terdapat gejala heteroskedastisitas, model yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas (Sugiyono 2017)

Analisa Regresi Linear Berganda

Menurut Sujarweni (2016), regresi berganda bertujuan untuk menguji pengaruh antara variabel bebas (*independent*) dengan variabel (*dependen*).

Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan adalah :

Uji t

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Kriteria pengujian menggunakan taraf signifikan sebesar 0,05 dan perbandingan antara t hitung dengan ttabel. Apabila nilai signifikan kecil dari 0.05 dan nilai t hitung lebih besar dari t tabel maka H_0 ditolak atau H_a diterima. Apabila nilai signifikan besar dari 0.05 dan nilai t hitung lebih kecil dari t tabel maka H_0 diterima atau H_a ditolak (Sugiyono 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Kepuasan nasabah (Y)

Berdasarkan uji Validitas dengan menggunakan *Pearson Correlation* untuk hasil dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.4
Uji Validitas Variabel Kepuasan nasabah(Y)

Pernyataan	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	Kesimpulan
Y.1	0.718	0.000	Valid
Y.2	0.776	0.000	Valid
Y.3	0.866	0.000	Valid
Y.4	0.790	0.000	Valid

Sumber : Data SPSS 24 (Data diolah tahun 2023)

Dari tabel 4.4 diatas diambil diketahui bahwa dari semua pernyataan mengenai variabel kepuasan nasabah dapat dinyatakan valid dimana *Pearson Correlation* lebih besar dari nilai *Sig.(2-tailed)* sebesar 0.000, maka dapat dilanjutkan penelitian selanjutnya.

Bukti Fisik (X1)

Berdasarkan uji Validitas dengan menggunakan *Pearson Correlation* untuk hasil dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.5
Uji Validitas Bukti Fisik (X1)

Pertanyaan	Pearson Correlation	Sig.(2-tailed)	Kesimpulan
X1.1	0.872	0.000	Valid
X1.2	0.896	0.000	Valid
X1.3	0.868	0.000	Valid
X1.4	0.873	0.000	Valid
X1.5	0.828	0.000	Valid

Sumber : Data SPSS 24 (Data diolah tahun 2023)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari semua pernyataan mengenai variabel Bukti Fisik dapat dinyatakan valid dimana *Pearson Correlation* lebih besar dari nilai *Sig.(2-tailed)* sebesar 0.000, maka dapat dilanjutkan penelitian selanjutnya.

Empati (X2)

Berdasarkan uji Validitas dengan menggunakan *Pearson Correlation* untuk hasil dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.6
Uji Validitas Empati (X2)

Pertanyaan	Pearson Correlation	Sig.(2-tailed)	Kesimpulan
X2.1	0.702	0.000	Valid
X2.2	0.773	0.000	Valid
X2.3	0.822	0.000	Valid
X2.4	0.871	0.000	Valid

Sumber : Data SPSS 24 (Data diolah tahun 2023)

Dari tabel diatas diambil diketahui bahwa dari semua pernyataan mengenai variabel Empati dapat dinyatakan valid dimana *Pearson Correlation* lebih besar dari nilai sebesar 0.000, *sig.(2-tailed)* maka dapat dilanjutkan penelitian selanjutnya

Keandalan(X3)

Berdasarkan uji Validitas dengan menggunakan *Pearson Correlation* untuk hasil dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.7
Uji Validitas Variabel Keandalan (X3)

Pertanyaan	Pearson Correlation	Sig.(2-tailed)	Kesimpulan
X3.1	0.844	0.000	Valid
X3.2	0.832	0.000	Valid
X3.3	0.845	0.000	Valid
X3.4	0.874	0.000	Valid
X3.5	0.841	0.000	Valid

Sumber : Data SPSS 24 (Data diolah tahunValid 2023)

Dari tabel diatas diambil diketahui bahwa dari semua pernyataan mengenai variabel Keandalan dapat dinyatakan valid dimana *Pearson Correlation* lebih besar dari nilai *Sig.(2-tailed)* sebesar 0.000, maka dapat dilanjutkan penelitian selanjutnya.

Daya Tanggap (X4)

Berdasarkan uji Validitas dengan menggunakan *Pearson Correlaton* untuk hasil dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.8
Uji Validitas Variabel Daya Tanggap (X4)

Pertanyaan	Pearson Correlaton	Sig.(2-tailed)	Kesimpulan
X4.1	0.885	0.000	Valid
X4.2	0.847	0.000	Valid
X4.3	0.868	0.000	Valid
X4.4	0.893	0.000	Valid

Sumber : Data SPSS 24 (Data diolah tahunValid 2023)

Dari tabel diatas diambil diketahui bahwa dari semua pernyataan mengenai variabel Daya Tanggap dapat dinyatakan valid dimana *Pearson Correlaton* lebih besar dari nilai *Sig.(2-tailed)* sebesar 0.000, maka dapat dilanjutkan penelitian selanjutnya.

Jaminan (X5)

Berdasarkan uji Validitas dengan menggunakan *Pearson Correlation* untuk hasil dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.9
Uji Validitas Variabel Jaminan(X5)

Pertanyaan	Pearson Correlation	Sig.(2-tailed)	Kesimpulan
X5.1	0.814	0.000	Valid
X5.2	0.819	0.000	Valid
X5.3	0.833	0.000	Valid
X5.4	0.799	0.000	Valid

Sumber : Data SPSS 24 (Data diolah tahunValid 2023)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari semua pernyataan mengenai variabel jaminan dapat dinyatakan valid dimana *Pearson Correlation* lebih besar dari nilai *Sig.(2-tailed)* sebesar 0.000, maka dapat dilanjutkan penelitian selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Berdasarkan uji Reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach Alpha* untuk hasil dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.10
Uji Reliabilitas

No.	Variabel Penelitian	Cronbach's Alpha	Role Of Thumb	Kesimpulan
1.	Kepuasan Nasabah (Y)	0.804	0.600	Reliabel
2.	<i>Tangible</i> (X1)	0.918	0.600	Reliabel
3.	<i>Emphaty</i> (X2)	0.799	0.600	Reliabel
4.	<i>Reliability</i> (X3)	0.904	0.600	Reliabel
5	<i>Responsiveness</i> (X4)	0,895	0.600	Reliabel
6	<i>Assurance</i> (X5)	0,833	0.600	Reliabel

Sumber : Data SPSS 24 (Data diolah tahun 2023)

Dari tabel diatas dapat dinyatakan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel *Tangible* (X1), *Emphaty* (X2), *Reliability* (X3), *Responsiveness* (X4), *Assurance* (X5) dan

kepuasan nasabah (Y) lebih besar *Role Of Thumb* 0.600, maka dapat disimpulkan bahwa variabel yang diteliti dinyatakan Reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Berdasarkan uji Normalitas dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* untuk hasil dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.11
Uji Normalitas

Asymp. Sig. (2-tailed)	Alpha	Ket.
0.057	0,05	Terdistribusi Normal

Sumber : Data SPSS 24 (Data diolah tahun 2023)

Berdasarkan tabel di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa data yang diolah Terdistribusi Normal.

Uji Multikolinieritas

Berdasarkan uji Multikolinieritas dengan menggunakan *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *Tolerance Value* untuk hasil dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolinieritas

No	Variabel	VIF	Tolerance	Kesimpulan
1	<i>Tangible (X1)</i>	1.049	0.953	Bebas Gejala Multikolinieritas
2	<i>Emphaty (X2)</i>	1.070	0.934	Bebas Gejala Multikolinieritas
3	<i>Reliability (X3)</i>	1.050	0.952	Bebas Gejala Multikolinieritas
4	<i>Responsiveness(X4)</i>	1.047	0.955	Bebas Gejala Multikolinieritas
5	<i>Assurance (X5)</i>	1.029	0.972	Bebas Gejala Multikolinieritas

Sumber : Data SPSS 24 (Data diolah tahun 2023)

Berdasarkan hasil Uji Multikolinieritas pada tabel diatas dapat ditarik disimpulkan bahwa di antara keenam variabel tersebut tidak adanya persoalan multikolinieritas atau biasa di sebut Bebas dari Gejala Multikolinieritas.

Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan uji Heterokedastisitas dengan menggunakan metode *uji part* untuk hasil dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 4.13
Hasil Uji Heteroskedastisitas

No	Variabel	Sign	Alpha	Kesimpulan
1	<i>Tangible (X1)</i>	0.062	0.05	Bebas Gejala Heteroskedastisitas
2	<i>Emphaty (X2)</i>	0.034	0.05	Bebas Gejala Heteroskedastisitas
3	<i>Reliability (X3)</i>	0.127	0.05	Bebas Gejala Heteroskedastisitas
4	<i>Responsiveness(X4)</i>	0.014	0.05	Bebas Gejala Heteroskedastisitas
5	<i>Assurance (X5)</i>	0.049	0.05	Bebas Gejala Heteroskedastisitas

Sumber : Data SPSS 24 (Data diolah tahun 2023)

Berdasarkan hasil olahan data dari uji Heteroskedastisitas pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa variabel independen terbebas dari Gejala Heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Berganda dapat di gunakan atau di fungsikan untuk mengetahui hubungan antara variabel independent (variabel bebas) dengan variabel dependen (terikat). Berikut adalah uji dari regresi berganda yang telah dilakukan pada tabel 4.14 di bawah ini:

Tabel 4.14
Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Keterangan	Coefficient
Constand	5.626
<i>Tangible (X1)</i>	0.088
<i>Emphaty (X2)</i>	0.183
<i>Reliability (X3)</i>	0.081
<i>Responsiveness(X4)</i>	0.151
<i>Assurance (X5)</i>	0.146

Sumber : Data SPSS 24 (Data diolah tahun 2023)

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

$$Y = 5.626 + 0.088(X_1) + 0.183(X_2) + 0.081(X_3) + 0.151(X_4) + 0.146(X_5)$$

Persamaan regresi linear berganda diatas mempunyai arti sebagai berikut :

1. Nilai Konstanta mempunyai nilai positif sebesar 5.626 satuan apabila bukti fisik, empati, keandalan, daya tanggap dan jaminan pada NasabahPT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Sutomo Padang, sama dengan nol maka kepuasan nasabah masih bernilai tetap 5.626 satuan.
2. Nilai variabel bukti fisik 0.088 satuan Artinya koefisien regresi bukti fisik menunjukkan arah positif. Hal ini berarti jika bukti fisik meningkat maka kepuasan nasabah juga akan meningkat sebesar 0.088 satuan.
3. Nilai variabel Empati 0.183 satuan Artinya koefisien regresi kepedulian menunjukkan arah positif. Hal ini berarti jika empati meningkat maka kepuasan nasabah juga akan meningkat sebesar 0.183 satuan.
4. Nilai variabel keandalan 0.081 satuan Artinya koefisien regresi keandalan menunjukkan arah positif. Hal ini berarti jika keandalan meningkat maka kepuasan nasabah juga akan meningkat sebesar 0.081 satuan.

5. Nilai variabel daya tanggap 0.151 satuan Artinya koefisien regresi tanggapan menunjukkan arah positif. Hal ini berarti jika daya tanggap meningkat maka kepuasan nasabah juga akan meningkat sebesar 0.151 satuan.
6. Nilai variabel jaminan 0.146 satuan Artinya koefisien regresi jaminan menunjukkan arah positif. Hal ini berarti jika jaminan meningkat maka kepuasan nasabah juga akan meningkat sebesar 0.146 satuan.

Uji Hipotesis

Uji T

Untuk mengetahui pengaruh bukti fisik, Empati, keandalan, daya tanggap dan jaminan terhadap Kepuasan nasabah, maka dilakukan hipotesis melalui uji t dengan menggunakan tingkat signifikan 5% ($\alpha=0.05$) dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji T

No	Variabel	t-hitung	t-tabel	A	Sign	Kesimpulan
1	Bukti Fisik (X1)	1.882	1.657	0.05	0.022	H1 diterima
2	Empati (X2)	2.146	1.657	0.05	0.038	H2 diterima
3	Keandalan (X3)	1.536	1.657	0.05	0.167	H3 ditolak
4	Daya Tanggap (X4)	2.493	1.657	0.05	0.002	H4 diterima
5	Jaminan (X5)	1.989	1.657	0.05	0.011	H5 diterima

Sumber : Data SPSS 24 (Data diolah tahun 2023)

Berdasarkan hasil tabel uji t secara parsial di atas dapat dilakukan sebagai berikut :

1. Pengaruh variabel bukti fisik terhadap Nasabah (H1). Variabel bukti fisik (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Sutomo Padang, maka hipotesis satu (H1) dalam penelitian ini dinyatakan **diterima**.
2. Pengaruh variabel empati terhadap kepuasan nasabah (H2). Variabel empati (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Sutomo Padang, maka hipotesis lima (H2) dalam penelitian ini dinyatakan **diterima**.
3. Pengaruh variabel keandalan terhadap kepuasan nasabah (H3). Variabel keandalan (X3) tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Sutomo Padang, maka hipotesis dua (H3) dalam penelitian ini dinyatakan **ditolak**.
4. Pengaruh variabel daya tanggap terhadap kepuasan nasabah (H4). Variabel tanggapan (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Nasabah PT. Bank

Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Sutomo Padang, maka hipotesis tiga (H4) dalam penelitian ini dinyatakan **diterima**.

5. Pengaruh variabel jaminan terhadap kepuasan nasabah (H5). Variabel jaminan (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan NasabahPT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Sutomo Padang, maka hipotesis empat (H5) dalam penelitian ini dinyatakan diterima.

Pembahasan

Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan NasabahPT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Sutomo Padang.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama, ditemukan bahwa variabel bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan NasabahPT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Sutomo Padang. Dimana nilai t hitung lebih besar dari t tabel $1.882 > 1.657$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha ($0.022 < 0,05$). Maka, dalam penelitian ini hipotesis pertama (H1) **diterima**. Berarti bahwa bukti fisik seperti lingkungan sekitar tempat PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Sutomo Padang atau menyediakan produk atau jasa yang sangat tertata rapi dan kondisi bangunan yang kokoh serta ukuran bangunan yang memadai akan berpengaruh terhadap persepsi konsumen untuk merasakan puas dan loyal, semakin baik bukti fisik yang mampu diciptakan maka semakin meningkat pula tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen yang dirasakan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian pada penelitian (Armanto 2018) dengan judul penelitian pengaruh dimensi kualitas layanan terhadap terhadap kepuasan pelanggan indihome triple play menyatakan bahwa bukti langsung (*tangible*) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dan penelitian (Marlius 2018) dengan judul penelitian pengaruh dimensi kualitas pelayanan website akademik terhadap kepuasan mahasiswa pada Stie "kbp" menyatakan bahwa variabel bukti langsung (*tangible*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa pada website akademik Stie "Kbp".

Pengaruh Empati Terhadap Kepuasan NasabahPT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Sutomo Padang.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua, ditemukan bahwa variabel Empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Sutomo Padang. Dimana nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2.146 > 1.657$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha ($0.038 < 0,05$). Maka, dalam penelitian ini hipotesis kedua (H2) **diterima**. Hal ini berarti bahwa semakin baik empati yang

diberikan karyawan, maka kepuasan nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Sutomo Padang akan semakin tinggi. Dengan empati yang diberikan oleh pihak PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Sutomo Padang kepada nasabahnya dalam setiap pelayanannya akan membuat nasabah puas untuk berinteraksi dengan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Sutomo Padang tersebut. Semakin baik persepsi nasabah akan empati yang diberikan oleh pihak PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Sutomo Padang. Kepada nasabahnya maka kepuasan nasabah akan semakin baik.

Penelitian ini juga sejalan dengan Penelitian (Armanto 2018) dengan judul penelitian pengaruh dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan indihome triple play menyatakan bahwa variabel *emphaty* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. (Idham 2013) dengan judul penelitian pengaruh dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah dengan implikasi loyalitas pada Pt. Bank Tabungan Pensiunan Nasional, TBK cabang Kertajaya Surabaya menyatakan bahwa variabel *emphaty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Pengaruh Keandalan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Sutomo Padang.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga, ditemukan bahwa variabel keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Sutomo Padang. Dimana nilai t hitung lebih kecil dari t tabel $1.536 > 1.657$ dan nilai signifikansi lebih besar dari nilai α ($0.167 < 0,05$). Maka, dalam penelitian ini hipotesis ketiga (H_3) **ditolak**. Yang berarti bahwa dengan adanya keandalan karyawan dalam melayani Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Sutomo Padang, akan memberikan kepuasan kepada nasabah, setelah nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan.

Penelitian ini didukung sejalan dengan (Fitria Wulandari 2020) judul penelitian pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen rumah makan ayam penyet jogja di Aceh barat daya menyatakan bahwa variabel keandalan (*reliability*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini juga didukung dengan (Riyanto 2015) dengan judul penelitian pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen rumah makan SSP (SPECIAL SUPER PENYET) menyatakan bahwa variabel keandalan (*reliability*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Sutomo Padang.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keempat, ditemukan bahwa variabel daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Sutomo Padang. Dimana nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2.493 > 1.657$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha ($0.002 < 0,05$). Maka, dalam penelitian ini hipotesis keempat (H_4) **diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa daya tanggap dalam melayani nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Sutomo Padang dibutuhkan untuk menciptakan kepuasan nasabah karena semakin baik daya tanggap karyawan dalam melayani nasabah pasti nasabah akan nyaman dan cepat memahami dan merasa puas dalam pelayanan tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan Penelitian (Sukma and Utomo 2020) dengan judul penelitian pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat pelapor pada polsek Tangerang polres Semarang menyatakan bahwa variabel *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat pelapor pada polsek Tangerang polres Semarang. Dan didukung (Marlius 2018) dengan judul penelitian pengaruh dimensi kualitas pelayanan website akademik terhadap kepuasan mahasiswa pada Stie “Kbp” menyatakan bahwa variabel *responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa pada website akademik Stie “Kbp”. Dan

Pengaruh Jaminan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Sutomo Padang.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kelima, ditemukan bahwa variabel Jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Sutomo Padang. Dimana nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($1.989 > 1.657$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha ($0.011 < 0,05$). Maka, dalam penelitian ini hipotesis kelima (H_5) **diterima**. Hal ini menunjukkan apabila jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para karyawan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Sutomo Padang untuk menumbuhkan rasa percaya kepada para Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Sutomo Padang. Semakin baik persepsi nasabah akan jaminan yang di berikan oleh PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Sutomo Padang kepada nasabah maka kepuasan nasabah juga akan semakin tinggi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Penelitian (Armanto 2018) dengan judul penelitian pengaruh dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan indihome triple play menyatakan bahwa variabel *assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan (Marlius 2018) dengan judul penelitian pengaruh dimensi kualitas pelayanan website akademik terhadap kepuasan mahasiswa pada Stie “Kbp” menyatakan bahwa variabel *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa pada website akademik Stie “Kbp”.

PENUTUP

Kesimpulan

Pada hasil penelitian yang sudah dilakukan bahwa dapat ditarik kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. *Tangible* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Sutomo Padang, maka kesimpulannya yaitu hipotesis yang pertama diterima.
2. *Emphaty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Sutomo Padang, maka kesimpulannya yaitu hipotesis yang kedua diterima.
3. *Reliability* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Sutomo Padang, maka kesimpulannya yaitu hipotesis yang ketiga ditolak.
4. *Responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Sutomo Padang, maka kesimpulannya yaitu hipotesis yang keempat diterima.
5. *Assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Sutomo Padang, maka kesimpulannya yaitu hipotesis yang kelima diterima.

Saran

Berdasarkan permasalahan dan kesimpulan dari penelitian ini, maka dari itu penulis mencoba untuk memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan
Perusahaan disarankan untuk meningkatkan bukti fisik, empati, keandalan, daya tanggap, jaminan agar nasabah merasa puas dengan pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaan.

2. Bagi Peneliti yang akan Datang

Bagi Peneliti yang akan datang yang ingin melakukan penelitian serupa agar dapat mengembangkan hasil penelitian ini, penelitian ini dilakukan tidak terbatas pada Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Sutomo Padang, akan tetapi dapat diperluas lagi. Selain itu, Peneliti yang akan datang dapat menambahkan variabel independen selain yang diteliti dalam penelitian ini, karena dalam penelitian penulisan skripsi ini penulis merasa masih ada beberapa indikator yang belum bisa penulis jelaskan dan masih jauh dari kesempurnaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amsi, Efi, Nasrul Nasrul, and Yusuf Yusuf. 2020. "Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kantor Cabang Utama Kendari." *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 12(2):94–105.
- Anggita, Sarimonang & Darna. 2020. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Coffeenatics Medan." *Anggita, Sarimonang & Darna* 6(1).
- Armanto, Ichsan Dwi. 2018. "Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Triple Play." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 7(3):1282.
- Fitri. (2011). *Pengaruh Pelayanan Customer Service PT Bank Tabungan. Artikel Ilmiah* 1–87.
- Fitria Wulandari. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Ayam Penyet Jogja di Aceh Barat daya.
- Gandhy, Kurnia, and Arief Syah Safrianto. 2020. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Coffee Shop San9a Galaxy." *Jurnal Ekonomi Dan Industri* 21(3):42–49.
- H.R, Rambu Dyah Ayu Yaya, Universitas Islam Kadiri, Klarasrambudyah@gmail.com, Heru Sutapa, Universitas Islam Kadiri, and Herusoet@gmail.com. 2022. "OPTIMAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen." *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Vol.2, No.3 September 2022 e-ISSN: 2962-4010; p-ISSN: 2962-4444, Hal 126-138 Pengaruh Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Sap Kediri* 2(3):126–38.
- Idham, Bindi Febry. 2013. "Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Implikasi Loyalitas Pada Pt. Bank Tabungan Pensiunan Nasional, Tbk Cabang Kertajaya Surabaya." *Journal of Business and Banking* 3(1):93.
- Jayanti, Kurnia Firmanda, Feti Fatimah, and Ahmad Izudin. 2022. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang Jne Di Besuki." *Relasi : Jurnal Ekonomi* 18(1):182–91.
- Khasanah, Imroatul, and Octarina Dina Pertiwi. 2010. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen RS St. Elisabeth Semarang." *Jurnal Ilmiah Aset* 12(2):117–24.

- Kotler, and Keller. 2007. "Manajemen Pemasaran."
- Marlius, Doni. 2018. "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Website Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Stie 'Kbp.'" *Jurnal Ipteks Terapan* 12(2):116.
- Mas'ud, Anshar Anwar, Elimawaty Rombe, and Enki P. Nainggolan. 2018. "Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Perilaku Pembelian Ulang Konsumen Pada Café Dan Resto Bangi Kopitiam Di Kota Palu." *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)* 4(1):71–80.
- Nugroho, (2005) Pengaruh Drop Box dan E-Filling terhadap kepatuhan penyampaian SPT Tahunan PPh, *1*, 44-55.
- Panjaitan, Januar Efendi, and 2016:272 Ai Lili Yuliaty. 2016. "Kepuasan Pelanggan Dapat Diukur Dengan Beberapa Indikator." *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* 272.
- Puji Lestari, Fibria Anggraini. 2018. "Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Sosio E-Kons* 10(2):179.
- Rahayu Triastity, Farizky. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Arfa Barbershop Di Surakarta." *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan* 15(3):346–53.
- Riyanto, A. (2015). Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan SSP (SPECIAL SUPER PENYET).
- Sangadji, Mamang, and Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. 1st ed. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Sanistasya, P. A. (2015). Pengaruh Kulaitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan Britama Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Samarinda. *eJournal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(1), 231-243. <https://doi.org/2355-5408>.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. 3rd ed. bandung: Bandung : CV.Alfabeta.
- Sukma, Herlis, and Hardi Utomo. 2020. "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Pelapor Pada Polsek Tenganan Polres Semarang." *Among Makarti* 13(1):78–92.
- Yahya, Yahya-, Zenitha- Maulida, Yusra- Yusra, and Lidya- Makmur. 2020. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Maskapai Penerbangan Batik Air Banda Aceh." *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis* 9(1):1–12.