

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT BANK MEGA SYARI'AH CABANG SEMUT SURABAYA

Sherly Rahayu Noer Luthfi'ah¹⁾, Damajanti Sri Lestari²⁾, Liling Listyawati³⁾

^{1) 2) 3)} Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Dr. Soetomo Surabaya

Email: sherlyrahayunur420@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan dan parsial dari dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Mega Syariah Cabang Semut Surabaya. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah PT Bank Mega Syariah Cabang Semut Surabaya. Jumlah sampel sebanyak 100 responden yang telah disebarluaskan melalui kuesioner. Pengambilan sampel menggunakan teknik simple random sampling serta menggunakan rumus slovin dalam menentukan sampel. Selanjutnya, data analisis menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda, uji F, uji koefisien determinasi, uji t serta uji dominan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi kualitas layanan ya terdiri dari tangible, responsiveness dan empathy berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Mega Syariah Cabang Semut Surabaya, sedangkan dimensi reliability dan assurance tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Mega Syariah Cabang Semut Surabaya. Dalam penelitian ini juga didapat hasil variabel dimensi tangible adalah variabel yang paling dominan dibanding variabel dimensi lainnya.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kepuasan nasabah, dan Dimensi Kualitas Layanan

ABSTRACT

This study aims to determine the simultaneous and partial effect of service quality dimensions on customer satisfaction at PT Bank Mega Syariah Semut Branch Surabaya, this research is a quantitative study using an associative approach. The population in this study were customers of PT Bank Mega Syariah Semut Surabaya. The number of samples is 100 respondents who have been distributed through questionnaires. Sampling using simple random sampling technique and using the slovin formula in determining the sample. Furthermore, data analysis using instrument test, classic assumption test, multiple linear regression analysis test, F test, coefficient of determination test, t test and dominance test. The results showed that the dimensions of service quality consisting of tangible, responsiveness and empathy had a significant effect on customer satisfaction at PT Bank Mega Syariah Semut Branch Surabaya, while the dimensions of reliability and assurance did not have a significant effect on customer satisfaction at PT Bank Mega Svariah Semut Branch Surabaya. In this study also obtained the results of the tangible dimension variable is the most dominant variable compared to other dimensional variables.

Keywords : Service Quality, Customer Satisfaction, and Service Quality Dimensions

A. LATAR BELAKANG

Di era globalisasi yang semakin kompetitif, kebutuhan dan pemasukan warga akan terus meningkat dengan seiring berjalannya waktu. Untuk itu pemerintah membutuhkan lembaga yang dapat dipercaya untuk mengelola keuangannya. Bank merupakan lembaga yang dipercaya pemerintah dalam bertindak sebagai mediator antara pihak disponsori dan berperan dalam departemen yang kekurangan dana. Sebagai wali amanat pemerintah, badan tersebut memiliki aturan dan peraturan yang lebih ketat untuk operasinya. Pemerintahan mulai mengatur beberapa bank yang akan membantu warga untuk mengatasi masalah keuangan yang mereka miliki. Tidak lupa dengan menentukan undang-undang yang mengkover bank agar tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan dan juga agar masyarakat dapat lebih percaya.

Sangat pentingnya dunia perbankan sehingga ada anggapan bahwa bank merupakan "nyawa" untuk menggerakkan roda perekonomian di suatu negara. Anggapan ini tentunya tidak salah, karena fungsi bank sebagai lembaga keuangan sangatlah vital, misalnya dalam hal penciptaan uang, mengedarkan uang, menyediakan uang untuk menunjang kegiatan usaha, mengamankan uang, tempat melakukan investasi, dan jasa keuangan lainnya. Selama ini bank sangat kerap kita dengar bahkan kita jumpai. Namun selama ini kita hanya mengenal bank umum/konvensional saja, tetapi ada bank dengan cara dan cara kerja yang berbeda, yaitu Bank Syariah.

Menurut Muhammad (2003:13) bank syariah adalah bank dengan aktivitas yang meninggalkan masalah riba. Bank Islam atau bank Syariah ini adalah bank yang beroperasi dengan tidak meng andalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut bank tanpa bunga adalah lembaga keuangan atau perbankan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasian nya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Bank Islam adalah lembaga keuangan

yang usaha pokok nya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasian nya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam.

Dalam persaingan pada bisnis perbankan yang semakin kompetitif dan dengan banyaknya bank yang berdiri saat ini, berbagai upaya dirancang sedemikian rupa agar menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah. Secara umum calon nasabah yang akan menyimpan dananya tentu memilih bank yang akan memberikan keuntungan, keamanan dan kemudahan. Terdapat beberapa faktor yang menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk menjadi nasabah pada suatu bank yang akan menjadi pilihannya, salah satu faktornya adalah produk yang ditawarkan oleh lembaga atau perusahaan tersebut. Dengan memahami keinginan dan kebutuhan nasabahnya maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran untuk menciptakan kepuasan nasabah.

Berhasil atau tidaknya suatu perusahaan dapat dinilai dari sejauh mana perusahaan tersebut mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan lebih baik. Dengan kata lain perusahaan mendapatkan kepuasan pelanggan sebagai bentuk kesuksesan di bidang usaha yang dia tawarkan. Kepuasan konsumen merupakan perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan (Rangkuti, 2008:32). Bank di Indonesia saat ini beredar luas didaerah" besar.Saat ini Indonesia memiliki beberapa bank yang bisa kita gunakan jasa dan juga produk yang mereka tawarkan. Dalam hal ini persaingan mulai berada di titik yang tinggi, mereka yang memiliki produk serupa juga akan meningkatkan manfaat nya agar dapat unggul dalam persaingan. Untuk itu beberapa bank yang ada di Indonesia terdapat keunggulan produk dan jasanya masing-masing agar konsumen dapat memilih apa yang mereka butuhkan dan kenyamanan dalam memberikan jasa yang mereka pilih.

Kepuasan nasabah adalah tugas utama yang tidak dapat diabaikan oleh setiap bisnis perbankan. Karena kepuasan nasabah merupakan aspek penting dalam menjaga citra sosial perusahaan secara keseluruhan, maka perlu untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah. Peningkatan kualitas pelayanan sangat penting untuk meningkatkan kepuasan nasabah, karena peran kepuasan nasabah dipandang penting sebagai kontribusi langsung atau tidak langsung untuk menjaga vitalitas perusahaan. Setiap organisasi mempunyai harapan yang besar agar pegawai dapat meningkatkan kinerja yang terbaik, karena itu kinerja merupakan unsur dari kesuksesan individu dalam melakukan suatu pekerjaan

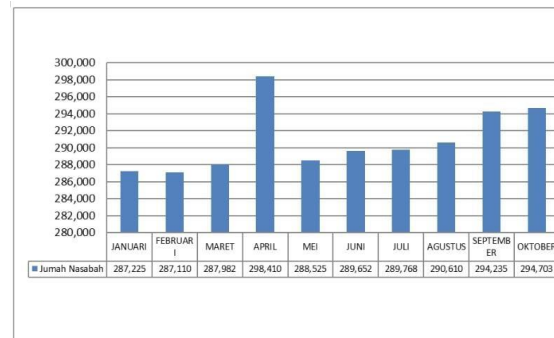
Setiap nasabah memiliki harapan ideal atas layanan yang ingin diperoleh pada saat menerima jasa. Kualitas layanan mengukur kualitas penyampaian layanan relatif terhadap harapan nasabah. Perusahaan yang memenuhi atau melebihi harapan dianggap memiliki kualitas pelayanan yang tinggi. Pada umumnya untuk mengukur sebuah kualitas pelayanan dilakukan dengan memperhatikan beberapa indikator, diantaranya tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Adapun yang menjadi tujuan dari kualitas pelayanan yaitu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap jasa yang ditawarkan, menghindari terjadinya tuntutan, membangun kepercayaan dan kepuasan nasabah sehingga para nasabah merasa diperhatikan segala kebutuhannya.

Peran karyawan sangat penting dalam mendukung keberhasilan semua bisnis, terutama yang beroperasi di industri jasa, khususnya bank. Karena karyawan memiliki kemampuan untuk mempengaruhi persepsi nasabah serta sebagai komunikator dalam citra perusahaannya. Efisiensi kerja karyawan tercermin dari kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabahnya, dimana berdasarkan persepsi nasabah untuk menilai kualitas pelayanan terhadap karyawan yang bekerja dip perusahaan jasa ataupun perbankan.

Bank Mega Syariah Cabang Semut Surabaya ini adalah salah satu cabang yang sudah melayani

banyak nasabah, berikut ini adalah jumlah nasabah dan jumlah keluhan yang didapat pada bulan Januari sampai dengan bulan Oktober tahun 2022.

Gambar 1.1 Jumlah Nasabah Bank Mega Syariah Cabang Semut Surabaya Pada Bulan Januari – Oktober Tahun 2022



Sumber: PT Bank Mega Syariah Cabang Semut Surabaya

Dapat dilihat dari gambar 1.1 diatas Bank Mega Syariah Cabang Semut Surabaya ini setiap bulannya terjadi peningkatan jumlah nasabah. Hanya pada bulan Februari dan Mei Bank tersebut telah mengalami penurunan nasabah. Pelayanan yang ada dikantor Bank mega syariah cabang semut Surabaya ini seperti kurangnya keramahan dalam melakukan pelayanan, jaringan ATM yang sering trouble dan juga lamanya melakukan tindakan dalam melayani nasabahnya. Hal ini dapat dilihat dari gerak-gerik nasabahnya yang sudah mulai jenuh menunggu untuk dapat ditindak lanjuti permasalahan yang dimilikinya oleh petugas yang ada di sana. Untuk itu Bank Mega syariah harus memperbaiki kinerja dan kualitas layanan lebih profesional, menawarkan jasa yang lebih inovatif dengan memperhatikan nilai yang diperoleh oleh nasabah. Selain itu, tentu saja dengan senantiasa menjaga kemurnian syariah sesuai dengan Al-qur'an dan Al-hadist.

Dalam penelitian ini juga tercantum data jumlah keluhan nasabah pada PT Bank Mega Syariah yang berada dicabang semut surabaya mulai bulan Januari hingga bulan oktober 2022. Data tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.1 Jumlah Keluhan Nasabah PT Bank Mega Syariah di Cabang Semut Surabaya Pada Bulan Januari-Oktober 2022

| No | Bulan | Jumlah Keluhan |
|----|-----------|----------------|
| 1 | Januari | 122 |
| 2 | Februari | 131 |
| 3 | Maret | 132 |
| 4 | April | 134 |
| 5 | Mei | 155 |
| 6 | Juni | 158 |
| 7 | Juli | 163 |
| 8 | Agustus | 172 |
| 9 | September | 177 |
| 10 | Oktober | 184 |

Sumber: PT Bank Mega Syariah Cabang Semut Surabaya.

Pada tabel 1.1 dapat diketahui bahwa keluhan nasabah setiap bulannya mengalami kenaikan. Kenaikan tersebut dipengaruhi oleh banyak faktor tergantung jenis keluhannya, dilihat dari survey sebagian besar disebabkan kurangnya kemampuan PT Bank Mega Syariah Cabang Semut Surabaya dalam memahami apa yang dibutuhkan oleh para nasabahnya. Hal tersebut mengindikasikan adanya penurunan kualitas pelayanan yang disampaikan oleh pihak penyedia jasa sehingga berdampak pada penurunan kepuasan nasabah. Untuk itu peneliti ingin mengetahui apakah dalam segi pelayanan yang diterapkan terjadi kendala ataupun sudah sesuai dengan yang diharapkan agar dapat bersaing dan berkembang baik sejalan dengan tingkat perekonomian yang setiap harinya bertambah tinggi didalam suatu daerah tersebut. Selain itu penelitian ini juga dirancang untuk menguji apakah 5 dimensi kualitas layanan yang berupa tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy berpengaruh pada kepuasan nasabah baik secara bersama-sama, individual dan juga dimensi mana yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Mega Syariah di Cabang Semut Surabaya.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis ingin mengangkat judul yaitu "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT BANK MEGA SYARIAH CABANG SEMUT SURABAYA". Sehingga dapat diketahui bagaimana kualitas layanan terhadap

kepuasan para nasabah didalam PT Bank Mega Syariah Cabang Semut Surabaya.

B. LANDASAN TEORI

Kualitas Layanan

Menurut Kotler & Keller (2005,153) mengemukakan bahwa Kualitas Pelayanan merupakan model yang menggambarkan kondisi konsumen dalam bentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima atau rasakan.

Menurut Kotler dan Keller (2016,442) terdapat lima dimensi kualitas layanan, yaitu Tangible (bukti fisik) Reliability (kehandalan), Responsiveness (daya tanggap), Assurance (jaminan) dan Emphaty (empati).

Terdapat juga indikator-indikator pada kelima dimensi kualitas layanan. Menurut Parasuraman dalam Etta Mamang Sangadji (2013:100) menyatakan bahwa lima indikator kualitas layanan adalah:

- Bukti fisik (tangible) tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan saran komunikasi, dan lain-lain yang bisa dan harus ada dalam proses jasa
- Kendala (reliability), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan akurat (accurately) dan kemampuan untuk dipercaya dan diandalkan (dependably), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (on time), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan, dan tanpa melakukan kesalahan.
- Daya tanggap (responsiveness), yaitu kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen.
- Jaminan (assurances), meliputi pengetahuan, kemampuan, keramahan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya dari kontak personal untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan

membuat mereka merasa terbebas dari bahaya dan risiko.

- e. Empati, yang meliputi sikap kontak personal atau perusahaan untuk memahami kebutuhan kesulitan konsumen dalam bentuk perhatian pribadi dan kemudahan untuk melakukan komunikasi.

Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler dan Keller (2009: 173), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dengan membandingkan kinerja atau hasil produk atau jasa yang dirasakan dengan harapan. Jika kinerja atau pengalaman tidak sesuai harapan, maka nasabah akan merasa tidak puas. Tetapi jika kenyataan sesuai dengan harapan, maka nasabah akan merasa puas. Dan jika kenyataan melebihi harapan, maka nasabah akan merasa sangat puas atau senang.

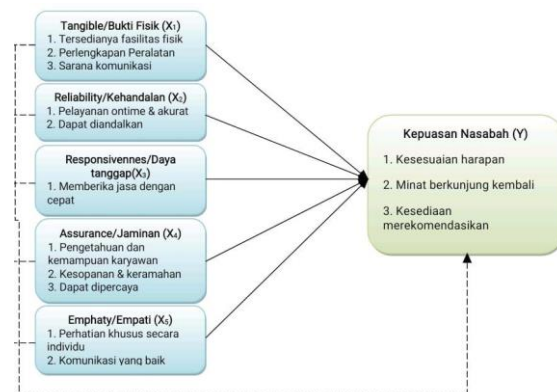
Menurut Hawkins dan Lonney di kutip dalam Tjiptono (2004:101) Indikator kepuasan nasabah terdiri dari :

- Kesesuaian Harapan merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh nasabah dengan yang dirasakan oleh nasabah
- Minat berkunjung kembali merupakan kesediaan nasabah untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk dan jasa terkait.
- Kesediaan merekomendasikan merupakan kesediaan nasabah untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.

Kerangka Konsep

Dalam penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Mega Syariah Cabang Semut Surabaya, penulis membuat kerangka konseptual sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual



Sumber : Diolah oleh peneliti

Dari gambar kerangka berfikir diatas dapat dijelaskan bahwa penelitian ini memiliki Variabel bebas kualitas layanan yang terdiri dari 5 dimensi yaitu Tangible (X₁), Reliability (X₂), Responsiveness (X₃), Assurance (X₄), Empathy (X₅). Adapun satu Variabel terikat yang tercantum didalamnya yaitu Kepuasan Nasabah (Y).

Dalam penelitian ini dapat diuji pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Mega Syariah Cabang Semut Surabaya baik secara simultan yang ditunjukkan oleh garis putus-putus dan juga secara parsial yang ditunjukkan oleh garis lurus.

Hipotesis

Hipotesa yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1 : Diduga kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik / tangible (X₁), keandalan / reliability (X₂), daya tanggap / responsiveness (X₃), jaminan / assurance (X₄), empati / empathy (X₅) secara simultan berpengaruh pada kepuasan nasabah PT Bank Mega Syariah Cabang Semut Surabaya

H2 : Diduga kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik / tangible (X₁), keandalan / reliability (X₂), daya tanggap / responsiveness (X₃), jaminan / assurance (X₄), empati / empathy (X₅) secara parsial berpengaruh pada kepuasan nasabah PT Bank Mega Syariah Cabang Semut Surabaya

H3 : Diduga diantara kelima dimensi kualitas layanan Daya Tanggap / Responsiveness (X_3) yang berpengaruh dominan pada kepuasan nasabah PT Bank Mega Syariah Cabang Semut Surabaya

C. METODE

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan asosiatif yang bersifat kausal. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitas Layanan sedangkan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kepuasan Nasabah PT Bank Mega Syariah yang berada di Cabang Semut Surabaya.

Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan definisi yang diberikan penulis dengan cara memberikan arti suatu konsep atau variabel agar dapat diukur dengan melihat indikator pada variabel tersebut (Nazir, 2017:110). Adapun variable beserta operasionalnya dijelaskan sebagai berikut :

a. Kualitas Layanan

- Tangible (bukti fisik) yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal. Yang di maksud bahwa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan.
- Reliability (keandalan) yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai yang di sajikan secara akurat dan terpercaya seperti mem berikan pelayanan tepat waktu dan dapat diandalkan.
- Responsiveness (daya tanggap) yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada nasabah, dengan penyampaian informasi yang jelas.

- Assurance (jaminan) yaitu pengetahuan, kesopanan tunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah kepada perusahaan.
- Emphaty (empati) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang di berikan kepada para nasabah dengan berupaya mema hami keinginan nasabah. Sebagai contoh perusahaan harus mengetahui keinginan nasabah secara spesifik dari bentuk fisik produk atau jasa sampai pendistribusian yang tepat.

b. Kepuasan Nasabah

- Kesesuaian Harapan yaitu merupakan tingkat kesesuaian harapan nasabah yang diterima sudah sesuai dengan yang diharapkan oleh nasabah.
- Minat berkunjung kembali yaitu merupakan kesediaan nasabah untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa terkait.
- Kesediaan merekomendasikan yaitu merupakan kesediaan nasabah untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.

1. Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data yang diperlukan penelitian ini dilakukan pada PT Bank Mega Syari'ah Cabang Semut Surabaya yang beralamatkan di Pertokoan semut megah blok C 5-6 Jl. Waspada Kota Surabaya, Jawa Timur – 60161 Telepon 031-3536703.

Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi dari sasaran pengumpulan data dalam penelitian ini seluruh nasabah pada

PT Bank Mega Syariah Cabang semut Surabaya yang terakhir tercatat di bulan Januari sampai dengan Oktober pada tahun 2022 dengan jumlah 294.703 nasabah.

b. Sampel

Menurut (Sugiyono 2010: 118), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, apabila peneliti melakukan penelitian terhadap populasi yang besar, sementara peneliti ingin meneliti tentang populasi tersebut dan peneliti memiliki keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel, sehingga generalisasi kepada populasi yang diteliti. Maknanya sampel yang diambil dapat mewakili atau representatif bagi populasi tersebut.

Dalam penelitian ini untuk menentukan sampel populasi digunakan teknik Sampling yaitu teknik Accidental Sampling, Menurut Sugiyono (2019:99) teknik accidental sampling merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok dengan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Adapun jumlah sample ditentukan berdasarkan dengan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = tingkat kesalahan sampel / Error (10%)

$$\text{Jadi, } n = \frac{294.703}{1 + 294.703 \times 10\% ^2}$$

$$n = \frac{294.703}{1 + (294.703 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{294.703}{1 + 2.947,03}$$

$$n = \frac{294.703}{2.948,03}$$

n = 99,96 dibulatkan menjadi 100

Dengan demikian jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 100 nasabah responden.

Teknik Pengumpulan Data

a. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2016:142) Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner penelitian ini merupakan sekumpulan pertanyaan atau pernyataan yang dipersiapkan peneliti untuk dijawab langsung oleh responden terkait masalah yang sedang diteliti dengan menggunakan skala likert. Adapun skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert.

b. Studi Pustaka

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca, mempelajari, dan mengkaji literatur atau sumber yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Studi pustaka dapat diperoleh dari data yang relevan terhadap permasalahan yang akan diteliti dengan melakukan studi pustaka lainnya seperti buku, jurnal, dan artikel yang berkaitan dengan objek yang diteliti. Sehingga sumber data yang digunakan adalah data sekunder.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang bersumber pada benda-benda tertulis. Metode dokumentasi dilakukan dengan jalan melihat, membaca dan mempelajari kemudian mencatat data tertulis yang ada hubungannya dengan objek penelitian. Data ini diperoleh dari dokumen atau catatan administrasi kantor. Dalam penelitian ini metode dokumentasi dilakukan untuk mengetahui jumlah nasabah dan mendapatkan data-data yang diperlukan.

Teknik Analisis Data

1) Uji Instrumen

- Uji Validitas

- Uji Reliabilitas
- 2) **Uji Asumsi Klasik**
 - Uji Normalitas
 - Uji Heterokedastisitas
 - Uji Multikolinearitas
- 3) **Analisis Regresi Linier Berganda**
- 4) **Uji Hipotesis**
 - Uji F (Simutan)
 - Uji R² (Koefisien Determinasi)
 - Uji t (Parsial)
 - Uji Dominan

D. HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

Analisis Deskriptif Karakteristik Responden

- Karakteristik Responden Berdasar kan Jenis Kelamin Responden yang mengisi kuesioner dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 4.1 berikut :

| No | Jenis Kelamin | Jumlah | Presentase |
|-------|---------------|--------|------------|
| 1 | Laki-laki | 44 | 44% |
| 2 | Perempuan | 56 | 56% |
| TOTAL | | 100 | 100% |

Sumber : Data diolah oleh peneliti

Dari tabel 4.1. di atas dapat diketahui jika jenis kelamin responden laki-laki sebanyak 44 orang dengan persentase sebesar 44%. Sedangkan responden perempuan sebanyak 56 orang dengan persentase 56%. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa sannya responden perempuan lebih mendo minasi dibandingkan dengan res ponden laki-laki.

- Responden yang mengisi kuesioner dikelompokkan berdasarkan usia dapat dilihat pada Tabel 4.2 berikut:

| No | Usia | Jumlah | Presentase |
|-------|-------------|--------|------------|
| 1 | < 20 Tahun | 11 | 11% |
| 2 | 21-30 Tahun | 54 | 54% |
| 3 | 31-40 Tahun | 23 | 23% |
| 4 | 41-50 Tahun | 9 | 9% |
| 5 | >51 Tahun | 3 | 3% |
| TOTAL | | 100 | 100% |

Sumber : Data diolah oleh peneliti

Dari tabel 4.2. diketahui bahwa responden yang berusia kurang dari 20 tahun sebanyak 11 orang dengan persentase sebesar 11%. Responden yang berusia 21-30 tahun sebanyak 54 orang dengan persentase 54%. Responden yang berusia 31-40 tahun sebanyak 23 orang dengan persentase 23%. Responden yang berusia 41-50 tahun sebanyak 9 orang dengan presentase 9% sedangkan responden yang berusia diatas 51 tahun sebanyak 3 orang dengan presentase 3%.

Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwasannya responden dengan usia 21-30 lebih dominan dibanding usia responden lainnya.

- Responden yang mengisi kuesioner dikelompokkan berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada Tabel 4.3 berikut :

| No | Pendidikan Terakhir | Jumlah | Presentase |
|-------|---------------------|--------|------------|
| 1 | SD | 6 | 6% |
| 2 | SMP | 18 | 18% |
| 3 | SMA | 63 | 63% |
| 4 | Diploma | 9 | 9% |
| 5 | S1/S2/S3 | 5 | 5% |
| TOTAL | | 100 | 100% |

Sumber : Data diolah oleh peneliti

Dari tabel 4.3. diketahui bahwa responden yang memiliki pendidikan terakhir SD sebanyak 6 orang dengan persentase sebesar 6%. Responden yang memiliki pendidikan terakhir SMP sebanyak 18 orang dengan persentase 18%. Responden yang memiliki pendidikan terakhir SMA sebanyak 63 orang dengan persentase 63%. Responden yang memiliki pendidikan terakhir Diploma sebanyak 9 orang dengan presentase 9% sedangkan responden yang memiliki pendidikan terakhir S1/S2/S3 sebanyak 5 orang dengan presentase 5%.

Dari hal tersbut dapat disimpulkan bahwasan nya responden yang memiliki

pendidikan terakhir SMA lebih dominan dibanding pendidikan terakhir responden lainnya.

- Responden yang mengisi kuesioner dikelompokkan berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada Tabel 4.4 berikut :

| No | Pekerjaan | Jumlah | Presentase |
|-------|-------------------|--------|------------|
| 1 | Pegawai Swasta | 32 | 32% |
| 2 | Wirausaha | 42 | 42% |
| 3 | Pelajar/Mahasiswa | 24 | 24% |
| 4 | Lainnya | 3 | 3% |
| TOTAL | | 100 | 100% |

Sumber : Data diolah oleh peneliti

Dari tabel 4.4.diketahui bahwa responden yang memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta sebanyak 32 orang dengan persentase sebesar 32%.Responden yang memiliki pekerjaan sebagai wirausaha sebanyak 42 orang dengan persentase 42%. Responden yang masih pelajar/mahasiswa sebanyak 24 orang dengan persentase 24% sedangkan responden yang memilih pekerjaan lainnya sebanyak 3 orang dengan presentase 3%.

Dari hal tersbut dapat disimpulkan bahwasan nya responden yang memiliki pekerjaan sebagai wirausaha lebih dominan dibanding pekerjaan responden lainnya.

- Responden yang mengisi kuesioner dikelompokkan berdasarkan pendapatan perbulan dapat dilihat pada Tabel 4.5 berikut :

| No | Pendapatan Perbulan | Jumlah | Presentase |
|-------|-----------------------------|--------|------------|
| 1 | <Rp 500.000 | 18 | 18% |
| 2 | Rp 500.000 – Rp 1.000.000 | 4 | 4% |
| 3 | Rp 1.500.000 – Rp 2.000.000 | 15 | 15% |
| 4 | Rp 2.500.000 – Rp 3.000.000 | 17 | 17% |
| 5 | >Rp 3.000.000 | 47 | 47% |
| TOTAL | | 100 | 100% |

Sumber : Data diolah oleh peneliti

Dari tabel 4.5.diketahui bahwa responden yang memiliki pendapatan perbulan dengan gaji kurang dari Rp 500.000 sebanyak 18 orang dengan

persentase sebesar 18%. Responden yang memiliki pendapatan perbulan dengan gaji sebesar Rp 500.000 – Rp 1.000.000 sebanyak 4 orang dengan persentase 4%.Responden yang memiliki pendapatan perbulan dengan gaji sebesar Rp 1.500.000 – Rp 2.000.000 sebanyak 15 orang dengan persentase 15%. Responden yang memiliki pendapatan perbulan dengan gaji sebesar Rp 2.500.000 – Rp 3.000.000 sebanyak 17 orang dengan persentase 17% sedangkan responden yang memilih pendapatan perbulan dengan gaji lebih dari Rp 3.000.000 sebanyak 47 orang dengan persentase 47%

Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwasan nya responden yang memiliki pendapatan perbulan lebih dari Rp 3.000.000 lebih dominan dibanding pendapatan perbulan responden lainnya.

Hasil Uji Instrumen

- Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dan r tabel dengan nilai signifikan 5% atau 0,05. Jika r hitung > r tabel maka item-item kuesioner dikatakan valid.Tetapi sebaliknya, jika r hitung < r tabel maka item-item kuesioner tersebut tidak valid.

| Variabel | Indikator | r hitung | r tabel | Keterangan |
|----------------------|----------------------------|----------|---------|------------|
| Kualias layanan (X) | Tangible | | | |
| | X1.1 | 0,790 | 0,1966 | Valid |
| | X1.2 | 0,821 | 0,1966 | Valid |
| | X1.3 | 0,827 | 0,1966 | Valid |
| | Reliability | | | |
| | X1.4 | 0,952 | 0,1966 | Valid |
| | X1.5 | 0,949 | 0,1966 | Valid |
| | Responsivennes | | | |
| | X1.6 | 0,954 | 0,1966 | Valid |
| | X1.7 | 0,956 | 0,1966 | Valid |
| | Assurance | | | |
| | X1.8 | 0,827 | 0,1966 | Valid |
| | X1.9 | 0,845 | 0,1966 | Valid |
| | X1.10 | 0,851 | 0,1966 | Valid |
| Emphaty | | | | |
| X1.11 | 0,905 | 0,1966 | Valid | |
| X1.12 | 0,897 | 0,1966 | Valid | |
| Kepuasan Nasabah (Y) | Kesesuaian Harapan | | | |
| | Y1.1 | 0,705 | 0,1966 | Valid |
| | Y1.2 | 0,634 | 0,1966 | Valid |
| | Y1.3 | 0,667 | 0,1966 | Valid |
| | Minat berkunjung kembali | | | |
| | Y1.4 | 0,646 | 0,1966 | Valid |
| | Y1.5 | 0,682 | 0,1966 | Valid |
| | Kesediaan Merekomendasikan | | | |
| | Y1.6 | 0,740 | 0,1966 | Valid |
| | Y1.7 | 0,646 | 0,1966 | Valid |

Sumber : Output data SPSS

Pada kasus ini (df) dapat dihitung dengan rumus $df = n - 2 = 100 - 2 = 98$ dengan alpha 0,05, maka didapat rtabel sebesar 0,1966. Berdasarkan tabel 4.14 di atas diketahui bahwa dengan sampel sebanyak 100 responden didapat nilai r tabel adalah 0,1966 dan r hitung sebagaimana yang tertera pada tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item untuk variabel kualitas layanan (X) dan kepuasan nasabah (Y) adalah valid sesuai dengan uji validitas.

➤ Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas yang digunakan untuk mengetahui atau menunjukkan apakah suatu alat ukur dapat dipercaya dan diandalkan atau tidak. Alat untuk mengukur uji reliabilitas adalah Cronbach Alpha dengan batasan nilai sebesar 0,6. Jadi, suatu instrument dikatakan reliable jika nilai Cronbach Alpha $> 0,6$ namun jika nilai Cronbach Alpha $< 0,6$ maka instrumen tersebut tidak reliabel.

Berikut adalah hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini yang dapat dilihat pada tabel 4.15 di bawah ini :

| Variabel | Indikator | Cronbach's Alpha | Nilai Standart Cronbach Alpha | Keterangan |
|----------------------|----------------------------|------------------|-------------------------------|------------|
| Kualias layanan (X) | Tangible | | | |
| | X1.1 | 0,844 | 0,6 | Reliabel |
| | X1.2 | 0,843 | 0,6 | Reliabel |
| | X1.3 | 0,852 | 0,6 | Reliabel |
| | Reliability | | | |
| | X1.4 | 0,847 | 0,6 | Reliabel |
| | X1.5 | 0,844 | 0,6 | Reliabel |
| | Responsiveness | | | |
| | X1.6 | 0,867 | 0,6 | Reliabel |
| | X1.7 | 0,866 | 0,6 | Reliabel |
| | Assurance | | | |
| | X1.8 | 0,848 | 0,6 | Reliabel |
| X1.9 | 0,843 | 0,6 | Reliabel | |
| X1.10 | 0,844 | 0,6 | Reliabel | |
| Emphaty | | | | |
| X1.11 | 0,842 | 0,6 | Reliabel | |
| X1.12 | 0,849 | 0,6 | Reliabel | |
| Kepuasan Nasabah (Y) | Kesesuaian Harapan | | | |
| | Y1.1 | 0,768 | 0,6 | Reliabel |
| | Y1.2 | 0,781 | 0,6 | Reliabel |
| | Y1.3 | 0,774 | 0,6 | Reliabel |
| | Minat berkunjung kembali | | | |
| | Y1.4 | 0,783 | 0,6 | Reliabel |
| | Y1.5 | 0,774 | 0,6 | Reliabel |
| | Kesediaan Merekomendasikan | | | |
| | Y1.6 | 0,758 | 0,6 | Reliabel |
| | Y1.7 | 0,779 | 0,6 | Reliabel |

Sumber : Output data SPSS

Berdasarkan tabel 4.15 di atas diketahui bahwa dengan sampel sebanyak 100 responden didapat nilai Cronbach's Alpha untuk setiap item

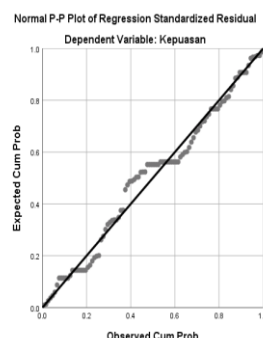
adalah lebih dari 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item untuk variabel kualitas layanan (X) dan kepuasan nasabah (Y) adalah reliabel sesuai dengan uji reliabilitas.

Hasil Uji Asumsi Klasik

➤ Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi dan variabel mempunyai distribusi yang normal atau tidak dengan melihat dari grafik normal Probability Plot (P-Plot). Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Berikut adalah hasil yang diperoleh melalui pengujian normalitas dengan program SPSS 25:



Sumber : Output data SPSS

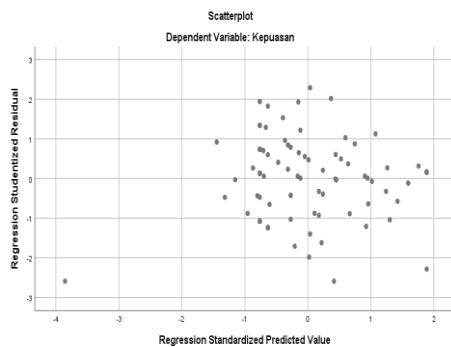
Berdasarkan gambar grafik P-Plot di atas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar mengikuti arah garis diagonal sehingga menunjukkan data yang ada telah berdistribusi normal atau model regresi berdistribusi normal.

➤ Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk melakukan uji ini yaitu dengan melihat grafik Plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID di mana sumbu Y adalah yang

terprediksi dan sumbu X adalah nilai residual (Ghozali, 2018:138).

Berikut adalah hasil yang diperoleh melalui pengujian heteroskedastisitas dengan program SPSS 25.



Sumber : Output data SPSS

Berdasarkan gambar 4.3 di atas dapat dilihat bahwa titik-titik yang menyebar tidak membentuk pola yang jelas dan titik-titik yang menyebar juga di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

➤ Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) karena model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinearitas atau tidak ada korelasi di antara variabel independen. Uji multikolinearitas ini bisa dilihat dari nilai tolerance dan VIF (Variance Inflation Factor) dengan ketentuan nilai tolerance <0,1 atau sama dengan nilai VIF > 10 yang menunjukkan adanya multikolinearitas dan sebaliknya jika nilai tolerance > 0,1 VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2018:107).

Berikut adalah hasil yang diperoleh melalui pengujian multikolinearitas dengan program SPSS 25:

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | Collinearity Statistics | | |
|-------|----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------------------------|-----------|-------|
| | | B | Std. Error | Beta | t | Sig. | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 3,560 | 2,739 | | 1,300 | .197 | | |
| | Tangible | .918 | .215 | .433 | 4,263 | .000 | .446 | 2,244 |
| | Reliability | .121 | .193 | .051 | .626 | .533 | .681 | 1,469 |
| | Responsiveness | .639 | .212 | .220 | 3,015 | .003 | .867 | 1,154 |
| | Assurance | .289 | .223 | .138 | 1,292 | .199 | .402 | 2,488 |
| | Empathy | .548 | .258 | .190 | 2,122 | .036 | .574 | 1,741 |

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : Output data SPSS

Berdasarkan tabel 4.16 di atas dapat dilihat bahwa semua nilai tolerancedi atas 0,1 dan nilai VIF yang masih di bawah nilai 10 sehingga dapat disimpulkan model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas di antara variable independen (bebas).

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda (Multiple Regression) merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dan juga menunjukkan arah hubungan antara variabel independen yang dalam hal ini adalah kualitas layanan (X) dengan variabel dependen yaitu kepuasan nasabah (Y).

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + b_4.X_4 + b_5.X_5 + e$$

Berikut adalah hasil uji regresi linier berganda yang dapat dilihat pada tabel 4.11 di bawah ini.

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | t | Sig. |
|-------|----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | | |
| 1 | (Constant) | 3,560 | 2,739 | | | 1,300 | .197 |
| | Tangible | .918 | .215 | .433 | 4,263 | .000 | |
| | Reliability | .121 | .193 | .051 | .626 | .533 | |
| | Responsiveness | .639 | .212 | .220 | 3,015 | .003 | |
| | Assurance | .289 | .223 | .138 | 1,292 | .199 | |
| | Empathy | .548 | .258 | .190 | 2,122 | .036 | |

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : Output data SPSS

Berdasarkan keterangan diatas maka model yang dibentuk dalam penelitian ini adlah sebagai berikut:

$$Y = 3,560 + 0,918.X_1 + 0,121.X_2 + 0,639.X_3 + 0,286.X_4 + 0,548.X_5$$

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan bahwa :

- Nilai konstanta (a) kepuasan nasabah (Y) sebesar 3,560 yang menyatakan jika variabel kualitas layanan yang terdiri dari tangible (X_1), reliability (X_2), responsiveness (X_3), assurance (X_4) dan empathy (X_5) nilainya sama dengan 0 maka kepuasan nasabah (Y) pada Bank Mega Syariah Cabang Semut Surabaya sebesar 3,560 satuan.
- Nilai koefisien regresi (b_1) tangible (X_1) sebesar 0,918 yang berarti jika terjadi peningkatan tangible sebesar satu satuan maka kepuasan nasabah (Y) pada Bank Mega Syariah Cabang Semut Surabaya akan meningkat sebesar 0,918 satuan dengan asumsi besarnya variabel bebas reliability (X_2), responsiveness (X_3), assurance (X_4) dan empathy (X_5) tetap. Begitu juga sebaliknya, jika terjadi penurunan satu satuan maka kepuasan nasabah (Y) juga menurun sebesar 0,918 satuan.
- Nilai koefisien regresi (b_2) reliability (X_2) sebesar 0,121 yang berarti jika terjadi peningkatan reliability sebesar satu satuan maka kepuasan nasabah (Y) pada Bank Mega Syariah Cabang Semut Surabaya akan meningkat sebesar 0,121 satuan dengan asumsi besarnya variabel bebas tangible (X_1), responsiveness (X_3), assurance (X_4) dan empathy (X_5) tetap. Begitu juga sebaliknya, jika terjadi penurunan satu satuan maka kepuasan nasabah (Y) juga menurun sebesar 0,121 satuan.
- Nilai koefisien regresi (b_3) responsiveness (X_3), sebesar 0,639 yang berarti jika terjadi peningkatan responsiveness sebesar satu satuan maka kepuasan nasabah (Y) pada Bank Mega Syariah Cabang Semut Surabaya akan meningkat sebesar 0,639 satuan dengan asumsi besarnya variabel bebas tangible (X_1), reliability (X_2), assurance (X_4) dan empathy (X_5) tetap. Begitu juga sebaliknya, jika terjadi penurunan satu satuan maka kepuasan nasabah (Y) juga menurun sebesar 0,639 satuan.
- Nilai koefisien regresi (b_4) assurance (X_4), sebesar 0,286 yang berarti jika terjadi peningkatan assurance sebesar satu satuan maka kepuasan nasabah (Y) pada Bank Mega Syariah Cabang Semut Surabaya akan meningkat sebesar 0,286 satuan dengan asumsi besarnya variabel bebas tangible (X_1), reliability (X_2), responsiveness (X_3), dan empathy (X_5) tetap. Begitu juga sebaliknya, jika terjadi penurunan satu satuan maka kepuasan nasabah (Y) juga menurun sebesar 0,286 satuan.
- Nilai koefisien regresi (b_5) empathy (X_5), sebesar 0,548 yang berarti jika terjadi peningkatan empathy sebesar satu satuan maka kepuasan nasabah (Y) pada Bank Mega Syariah Cabang Semut Surabaya akan meningkat sebesar 0,548 satuan dengan asumsi besarnya variabel bebas tangible (X_1), reliability (X_2), responsiveness (X_3), dan assurance (X_4), tetap. Begitu juga sebaliknya, jika terjadi penurunan satu satuan maka kepuasan nasabah (Y) juga menurun sebesar 0,548 satuan.

Hasil Uji Hipotesis

➤ Hasil Uji F (Simultan)

Uji hipotesis secara simultan digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas yaitu tangible (X_1), reliability (X_2), responsiveness (X_3), dan empathy (X_5) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah (Y) secara bersama-sama (simultan).

Uji F ini dapat dilihat dari hasil pengujian SPSS sebagai berikut :

| ANOVA | | | | | | |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 346.536 | 5 | 69.307 | 24.672 | .000 ^b |
| | Residual | 264.054 | 94 | 2.809 | | |
| | Total | 610.590 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Empathy, Responsiveness, Reliability, Tangible, Assurance

Berdasarkan tabel 4.18 di atas untuk mengetahui besarnya F tabel dengan tingkat signifikansi 0,05 yaitu dengan rumus :

Kriteria : $F_{hitung} > F_{tabel}$, signifikansi < 0,05

$F_{tabel} : df = n - k - 1$ (n=jumlah sampel), (k=jumlah variabel independen),

maka $df = 100 - 5 - 1 = 94$

Hasil uji F hitung = 24,672 > 2,31

Berdasarkan nilai F tabel dan nilai F hitung pada tabel 4.12 di atas dapat diketahui bahwa F hitung (24,672) > F tabel (2,31) dan nilai signifikan 0,000 < 0,05 maka H_0 ditolak H_a diterima yang artinya bahwa variabel bebas yaitu tangible (X_1), reliability (X_2), responsiveness (X_3), assurance (X_4) dan empathy (X_5) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah (Y) Bank Mega Syariah Cabang Semut Surabaya.

➤ Hasil Uji R^2 (Uji Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh atau seberapa besar pengaruh tangible (X_1), reliability (X_2), responsiveness (X_3), assurance (X_4) dan empathy (X_5) secara

bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan nasabah (Y).

Berikut adalah tabel 4.19 yang menunjukkan hasil uji R^2 :

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .753 ^a | .568 | .545 | 1.676 |

a. Predictors: (Constant), Empathy, Responsiveness, Reliability, Tangible, Assurance

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : Output Data SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.19 di atas diperoleh nilai Adjusted R-Square (R^2) sebesar 0,545 atau 54,5%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase dari variabel tangible (X_1), reliability (X_2), responsiveness (X_3), assurance (X_4) dan empathy (X_5) secara simultan sebesar 54,5%. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan (Y) dipengaruhi oleh variabel tangible (X_1), reliability (X_2), responsiveness (X_3), assurance (X_4) dan empathy (X_5) sebesar 54,5%. dan sisanya sebesar 45,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

➤ Hasil Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui variabel tangible (X_1), reliability (X_2), responsiveness (X_3), assurance (X_4) dan empathy (X_5) berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah (Y).

Uji t ini dapat dilihat dari hasil pengujian SPSS sebagai berikut :

| Model | | Coefficients ^a | | | | |
|-------|----------------|-----------------------------|-------|---------------------------|-------|------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | Sig. |
| | B | Std. Error | Beta | t | | |
| 1 | (Constant) | 3.560 | 2.739 | | 1.300 | .197 |
| | Tangible | .918 | .215 | .433 | 4.263 | .000 |
| | Reliability | .121 | .193 | .051 | .626 | .533 |
| | Responsiveness | .639 | .212 | .220 | 3.015 | .003 |
| | Assurance | .289 | .223 | .138 | 1.292 | .199 |
| | Empathy | .548 | .258 | .190 | 2.122 | .036 |

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : Output Data SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.20 di atas untuk mengetahui besarnya t tabel dengan

tingkat signifikansi 0,05 yaitu dengan rumus :

t hitung > t table

Signifikansi < 0,05

t table = $(\alpha/2); (n-k-1)$

= $(0,05/2); (100-5-1)$

= 0,025 ; 94

= 1,985

Berdasarkan nilai t tabel dan nilai t hitung pada tabel 4.14 di atas dapat diketahui bahwa :

- Variabel tangible (X₁) mempunyai nilai t hitung (4.263) > t tabel (1,985) dan nilai signifikan 0,000 < 0,05 maka Ho ditolak Ha diterima yang artinya bahwa variabel tangible (X₁) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) pada PT Bank Mega Syariah Cabang Semut Surabaya.
- Variabel reliability (X₂) mempunyai nilai t hitung (0,626) < t tabel (1,985) dan nilai signifikan 0,533 > 0,05 maka Ho diterima Ha ditolak yang artinya bahwa variabel reliability (X₂) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) pada PT Bank Mega Syariah Cabang Semut Surabaya.
- Variabel responsiveness (X₃) mempunyai nilai t hitung (3.015) > t tabel (1,985) dan nilai signifikan 0,003 < 0,05 maka Ho ditolak Ha diterima yang artinya bahwa variabel responsiveness (X₃) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) pada PT Bank Mega Syariah Cabang Semut Surabaya.
- Variabel assurance (X₄) mempunyai nilai t hitung (1.292) < t tabel (1,985) dan nilai signifikan 0,199 > 0,05 maka Ho diterima Ha ditolak yang artinya bahwa variabel assurance (X₄)

secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) pada PT Bank Mega Syariah Cabang Semut Surabaya.

- Variabel empathy (X₅) mempunyai nilai t hitung (2.122) > t tabel (1,985) dan nilai signifikan 0,036 < 0,05 maka Ho ditolak Ha diterima yang artinya bahwa variabel empathy (X₅) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) pada PT Bank Mega Syariah Cabang Semut Surabaya.

➤ Hasil Uji Dominan

Uji dominan dalam penelitian ini menggunakan koefisien Beta (Beta Coefficient) untuk mengetahui persentase masing-masing atau secara parsial pengaruh tangible (X₁), reliability (X₂), responsiveness (X₃), assurance (X₄) dan empathy (X₅) terhadap kepuasan nasabah (Y).

Nilai koefisien Beta (Beta Coefficient) dapat dilihat pada tabel 4.21 di bawah ini.

Hasil Uji Dominan (Beta Coefficient)

| Model | Unstandardized Coefficients | |
|----------------|-----------------------------|------------|
| | B | Std. Error |
| (Constant) | 3.560 | 2.739 |
| Tangible | .918 | .215 |
| Reliability | .121 | .193 |
| Responsiveness | .639 | .212 |
| Assurance | .289 | .223 |
| Empathy | .548 | .258 |

Sumber : Output Data SPSS 25

Berdasarkan tabel diatas nilai dominan dapat dilihat dari tabel B yang jauh dari angka 0 maka variable tersebut yang dominan berpengaruh terhadap variable kepuasan nasabah (Y).

Tangible (X₁) memiliki nilai beta sebesar 0,918, reliability (X₂) memiliki nilai beta sebesar 0,121, responsiveness (X₃) memiliki nilai beta sebesar 0,639, assurance (X₄) memiliki nilai beta sebesar 0,289 dan empathy (X₅)

memiliki nilai beta sebesar 0,548. Variabel tangible (X_1) memiliki nilai beta yang jauh dari angka 0, maka dapat disimpulkan bahwa variabel tangible (X_1) adalah variabel yang dominan dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pembahasan dari penelitian ini adalah untuk mengulas atau membahas secara ringkas mengenai hasil atau analisis yang telah dilakukan. Adapun pembahasan dari hasil penelitian diuraikan sebagai berikut :

1) Hasil Uji Instrumen

Hasil yang didapat dari uji validitas bahwa seluruh responden dikatakan valid karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel, sedangkan hasil yang didapat dari uji reliabilitas bahwa seluruh responden dikatakan reliabel karena nilai cronbach's alpha lebih besar dari 0,6.

Dari hasil uji instrumen yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas menyatakan bahwa masing-masing variabel telah memenuhi syarat valid dan reliabel sehingga kuesioner layak untuk dijadikan sebagai alat penelitian dan jawaban yang diberikan responden konsisten.

2) Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil uji asumsi klasik menyatakan bahwa data mendis tribusikan normal karna P-Plot terletak disekitas garis diagonal yang terhindar dari gejala multikolinearitas karna nilai tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF dari semua variabel lebih kecil dari 10 serta tidak terjadi heteroskedastisitas yang ditunjukkan dengan adanya titik-titik yang menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y.

3) Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Hasil uji regresi linier berganda diperoleh dari persamaan regresi linier yaitu:

$$Y = 3,560 + 0,918.X_1 + 0,121.X_2 + 0,639.X_3 + 0,286.X_4 + 0,548.X_5$$

- a. Persamaan regresi linier tersebut bernilai positif yang artinya jika setiap kenaikan variabel X maka akan terjadi kenaikan pula pada variabel Y .
- b. Nilai konstanta (a) pada kesamaan regresi sebesar 3,560 yang berarti bahwa jika variabel kualitas layanan yang terdiri dari tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy nilainya sama dengan 0 maka kepuasan nasabah pada Bank Mega Syariah Cabang Semut Surabaya sebesar 3,560.
- c. Nilai koefisien regresi tangible (b_1) sebesar 0,918 yang berarti jika terjadi peningkatan satu satuan maka kepuasan nasabah pada Bank Mega Syariah Cabang Semut Surabaya akan meningkat sebesar 0,918 satuan. Begitu juga sebaliknya, jika terjadi penurunan satu satuan maka kepuasan nasabah akan menurun sebesar 0,918 satuan.
- d. Nilai koefisien regresi reliability (b_2) sebesar 0,121 yang berarti jika terjadi peningkatan satu satuan maka kepuasan nasabah pada Bank Mega Syariah Cabang Semut Surabaya akan meningkat sebesar 0,121. Begitu juga sebaliknya, jika terjadi penurunan satu satuan maka kepuasan nasabah akan menurun sebesar 0,121 satuan.
- e. Nilai koefisien regresi responsiveness (b_3), sebesar 0,639 yang berarti jika terjadi peningkatan satu satuan maka kepuasan nasabah pada Bank Mega Syariah Cabang Semut Surabaya akan meningkat sebesar 0,639. Begitu juga sebaliknya, jika terjadi penurunan

- satu satuan maka kepuasan nasabah jugamenurun sebesar 0,639 satuan.
- f. Nilai koefisien regresi assurance (b_4), sebesar 0,286 yang berarti jika terjadi peningkatan satu satuan maka kepuasan nasabah pada Bank Mega Syariah Cabang Semut Surabaya akan meningkat sebesar 0,286 satuan. Begitu juga sebaliknya, jika terjadi penurunan satu satuan maka kepuasan nasabah juga menurun sebesar 0,286 satuan.
 - g. Nilai koefisien regresi empathy (b_5), sebesar 0,548 yang berarti jika terjadi peningkatan satu satuan maka kepuasan nasabah (Y) pada Bank Mega Syariah Cabang Semut Surabaya akan meningkat sebesar 0,548 satuan. Begitu juga sebaliknya, jika terjadi penurunan satu satuan maka kepuasan nasabah juga menurun sebesar 0,548 satuan.
- 4) Hasil Uji Hipotesa
- a. Berdasarkan pengujian simultan (Uji F) diperoleh hasil bahwa seluruh variabel bebas yang terdiri dari tangible (X_1), reliability (X_2), responsiveness (X_3), assurance (X_4) dan empathy (X_5) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah (Y) dengan nilai F hitung ($24,672$) > F tabel ($2,31$) yang menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya bahwa kelima dimensi kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah di Bank Mega Syariah Cabang Semut Surabaya. Hal ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Reza Nurul Ichsan dan Ahmad Karim (2021) dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT Jasa Raharja Medan.
 - b. Berdasarkan Uji Koefisien Determinasi R^2 diperoleh nilai *Adjusted R-Square* sebesar 0,545 atau 54,5%. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh tangible (X_1), reliability (X_2), responsiveness (X_3), assurance (X_4) dan empathy (X_5) terhadap kepuasan nasabah Bank Mega Syariah Cabang Semut Surabaya sebesar 54,5 dan sisanya sebesar 45,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
 - c. Berdasarkan Uji t yang dilakukan secara parsial variabel tangible, reliability, responsiveness, assurance dan juga empathy terhadap kepuasan nasabah dapat dijelaskan sebagai berikut :
 - Berdasarkan hasil uji parsial (Uji t) diperoleh nilai Variabel tangible (X_1) mempunyai nilai t hitung ($4,263$) > t tabel ($1,985$) dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak H_a diterima yang artinya bahwa variabel tangible (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Hal ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Reza Nurul Ichsan dan Ahmad Karim (2021) dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap

- Kepuasan Nasabah PT Jasa Raharja Medan.
- Variabel reliability (X_2) mempunyai nilai t hitung (0,626) < t tabel (1,985) dan nilai signifikan 0,533 > 0,05 maka H_0 diterima H_a ditolak yang artinya bahwa variabel reliability (X_2) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Hal ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Meli Andriyani dan Riski Ardianto (2020) dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Yang Ada Di Daerah Cibubur.
 - Variabel respon siveness (X_3) mempunyai nilai t hitung (3.015) > t tabel (1,985) dan nilai signifikan 0,003 < 0,05 maka H_0 ditolak H_a diterima yang artinya bahwa variabel respon siveness (X_3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Hal ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Reza Nurul Ichsan dan Ahmad Karim (2021) dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT Jasa Raharja Medan.
 - Variabel assurance (X_4) mempunyai nilai t hitung (1.292) < t tabel (1,985) dan nilai signifikan 0,199 > 0,05 maka H_0 diterima H_a ditolak yang artinya bahwa variabel assurance (X_4) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Hal ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Meli Andriyani dan Riski Ardianto (2020) dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Yang Ada Di Daerah Cibubur.
 - Variabel empathy (X_5) mempunyai nilai t hitung (2.122) > t tabel (1,985) dan nilai signifikan 0,036 < 0,05 maka H_0 ditolak H_a diterima yang artinya bahwa variabel empathy (X_5) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Hal ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Reza Nurul Ichsan dan Ahmad Karim (2021) dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT Jasa Raharja Medan.
 - Jadi dapat dijelaskan bahwa nasabah Bank Mega Syariah di cabang semut Surabaya rata-rata merasakan kepuasan dari bangunan, interior, respon cepat dan

pelayanan individu yang diberikan oleh karyawan/pemberi jasa tersebut, mereka para nasabah tidak terlalu memperhatikan dan memperlakukan tentang pelayanan yang lambat/tidak ontime dan juga jaminan-jaminan yang mereka peroleh di Bank Mega Cabang Semut Surabaya maka dari itu variabel tangible, responsiveness dan juga empathy berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah sedangkan variabel reliability dan juga assurance tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Mega Syariah Cabang Semut Surabaya

- d. Berdasarkan Uji Dominan diperoleh nilai beta tangible (X_1) sebesar 0,918, reliability (X_2) sebesar 0,121, responsiveness (X_3) sebesar 0,639, assurance (X_4) sebesar 0,289 dan empathy (X_5) sebesar 0,548. Variabel tangible (X_1) memiliki nilai B yang jauh dari angka 0, maka dapat disimpulkan bahwa variabel tangible (X_1) adalah variabel yang dominan dalam penelitian ini.

E. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

➤ Kesimpulan

- Berdasarkan hasil pengujian simultan (Uji F) diperoleh hasil bahwa seluruh variabel bebas yang terdiri dari tangible (X_1), reliability (X_2), responsiveness (X_3), assurance (X_4)

dan empathy (X_5) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) dengan nilai Fhitung 24,672 > Ftabel 2,31 yang menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya bahwa kualitas layanan yang terdiri dari tangible (X_1), reliability (X_2), responsiveness (X_3), assurance (X_4) dan empathy (X_5) berpengaruh simultan terhadap kepuasan nasabah (Y). Hal ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Reza Nurul Ihsan dan Ahmad Karim (2021) dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT Jasa Raharja Medan.

- Berdasarkan hasil pengujian parsial (Uji t), variabel tangible memperoleh nilai t hitung sebesar 4.263 dengan tingkat sig 0,000, variabel responsiveness memperoleh nilai t hitung sebesar 3.015 dengan tingkat sig 0,003, dan variabel empathy memperoleh nilai t hitung sebesar 2.122 dengan tingkat sig 0,039. Jika dibandingkan dengan nilai t tabel (1,985) maka nilai t hitung > t tabel. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya bahwa variabel tangible, responsiveness, dan empathy berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Mega Syariah Cabang Semut Surabaya. Sedangkan variabel reliability memperoleh nilai t hitung sebesar 0,626 dengan tingkat sig 0,533 dan variabel assurance memperoleh nilai t hitung sebesar 1.292 dengan tingkat sig 0,199. Jika dibandingkan dengan nilai t tabel (1,985) maka nilai t hitung < t tabel. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya bahwa variabel reliability dan assurance tidak

berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Mega Syariah Cabang Semut Surabaya. Hal ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Reza Nurul Ichsan dan Ahmad Karim (2021) dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT Jasa Raharja Medan.

- Berdasarkan hasil Uji Dominan yang menggunakan Nilai Koefisien Beta (Beta Coefficient) variabel tangible (X₁) memiliki nilai b lebih besar dari variabel lainnya. Tangible (X₁) memiliki nilai b sebesar 0,918, reliability (X₂) memiliki nilai b sebesar 0,121, responsiveness (X₃) memiliki nilai b sebesar 0,639, assurance (X₄) memiliki nilai b sebesar 0,289 dan empathy (X₅) memiliki nilai b sebesar 0,548. Variabel tangible (X₁) memiliki nilai b paling jauh dari angka 0, maka dapat disimpulkan bahwa variabel tangible (X₁) adalah variabel yang dominan dalam penelitian ini. Hal ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Reza Nurul Ichsan dan Ahmad Karim (2021) dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT Jasa Raharja Medan.

➤ Rekomendasi

- Bagi Perusahaan karena hasil dari penelitian ini bahwa 5 dimensi kualitas layanan yaitu tangible, responsiveness, dan empathy berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, dimana faktor tangible memiliki pengaruh lebih besar dari faktor yang lainnya. Untuk itu disarankan kepada pihak Bank Mega Syariah yang ada di Cabang Semut Surabaya untuk terus

mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas yang dimiliki seperti memiliki lokasi yang strategis agar mudah dijangkau oleh masyarakat, meningkatkan akses-akses yang dibutuhkan seperti tempat parkir yang aman dan ruangan-ruangan yang bersih agar konsumen dapat merasa nyaman saat menerima jasa yang diberikan.

- Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas variabel atau faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap Bank Mega Syariah di Cabang Semut Surabaya. Dan juga diharapkan bagi peneliti selanjutnya bisa memperoleh hasil yang lebih baik lagi agar dapat menjadi rujukan serta pertimbangan bagi perusahaan

REFERENSI

- Arianto, N., Patilaya, E. 2018. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Salt n Pepper Pada PT. Mitra Busana Sentosa Bintaro. *Jurnal KREATIF: Pemasaran, Sumber daya Manusia dan Keuangan*, Vol. 6, No. 2
- Danny, T.W., dan F. Chandra. 2001. "Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Terhadap Tingkat Penjualan di Warung Bu Kris (Studi Kasus Pada Ayam Penyet Sebagai Menu Unggulan Warung Bu Kris)". *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. 3 (2):85-95.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. (2019). *service quality & customer satisfaction* (f. tjiptono (ed.); 5th ed.). cv. andi ofset.
- Fandy Tjiptono, (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4: Andi.
- Irawan.(2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: Liberty

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited. Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm. United States of America: Mc Graw Hill Education.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Alih Bahasa : Benyamin Molan. Manajemen Pemasaran. Edisi Keduabelas. Jilid 1. Cetakan Keempat. PT. Indeks. Jakarta.*
- Kotler.P dan G. Armstrong. 2014. *Prinsip-prinsip Manajemen. Edisi 14.Jilid 1.Erlangga. Jakarta.*
- Lupiyoadi, Rambat. 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa.Jakarta : Salemba Empat.*
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen - Pemasaran Jasa Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.*
- Muhammad. 2005. *Manajemen Bank Syariah. Edisi Revisi. Yogyakarta : UPP AMP YKPN.*
- Nur Rianto Al Arif. 2012. *Fundamentals of Islamic Bank Marketing. Bandung: Alfabeta.*
- Priansa, D.J. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu. Bandung : CV Pustaka Setia*
- Rangkuti, Freddy. 2008. *The Power of Brands, Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merk. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.*
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.*
- Sugiyono.(2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. (Sutopo, Ed.). Bandung: Alfabeta.*
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa.Andi.Yogyakarta.*
- Zeithaml, Valerie A, Bitner, Mary Jo & Gremler, Dwayne D. (2017). *Service*