

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH PADA BANK DANAMON CABANG SUDIRMAN BANDUNG**

**THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER
SATISFACTION IN BANK DANAMON SUDIRMAN BRANCH
BANDUNG**

Dinda Rifa Larasati¹, Cut Irna Setiawati²

^{1,2}Prodi S1 Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom
dindarifa@telkomuniversity.ac.id, irnacut@telkomuniversity.ac.id,

Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Universitas Telkom

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan pada Bank Danamon Cabang Sudirman, mengetahui bagaimana kepuasan nasabah dan mengetahui seberapa besar kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Metode penelitian dilakukan dengan metode kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dengan Penentuan responden dipilih menggunakan teknik *non-probability sampling*. Teknik uji pengolahan data dilakukan dengan uji regresi linier sederhana, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada Bank Danamon Cabang Sudirman dinyatakan cukup baik. Kepuasan nasabah pada Bank Danamon Cabang Sudirman dinyatakan cukup tinggi. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Danamon Cabang Sudirman berdasarkan hasil uji statistik yang menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kata kunci: kualitas pelayanan, kepuasan nasabah

ABSTRACT

This study aims to determine how the service quality at Bank Danamon Branch Sudirman, knowing how customer satisfaction and knowing how much service quality affects customer satisfaction. The research method is carried out by quantitative methods, with data collection techniques through distributing questionnaires with the determination of respondents selected using non-probability sampling techniques. The data processing test technique was carried out by using simple linear regression, the coefficient of determination and hypothesis testing.

The results showed that the service quality at Bank Danamon, Sudirman Branch, was quite good. Customer satisfaction at Bank Danamon, Sudirman Branch, is quite high. Service quality has an effect on customer satisfaction at Bank Danamon, Sudirman Branch, based on the results of statistical tests that show H_0 is rejected and H_a is accepted.

Key words: service quality, customer satisfaction

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Kualitas pelayanan yang baik adalah upaya yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan dalam bidang jasa yang erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang diharapkan oleh para konsumen adalah fasilitas yang memadai, pelayanan yang baik, kenyamanan, keamanan, ketenangan dan hasil yang memuaskan sehingga pihak manajemen harus memikirkan bagaimana kualitas pelayanan yang baik pada saat ini dapat terus berkembang demi kelancaran dimasa yang akan datang.

Kotler dalam Alma (2017:286), mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan *service* yang dihasilkan perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang menentukan keunggulan bank dalam menghadapi persaingan antar perbankan yang ada. Bank sebagai perusahaan jasa dalam bidang keuangan ataupun lainnya yang berkaitan dengan transaksi keuangan, yang perlu mengutamakan kualitas pelayanan. Apabila bank tidak mampu melayani nasabah dengan baik maka kemungkinan yang akan timbul adalah nasabah akan memutuskan hubungan bisnis dengan bank. Untuk itu kualitas pelayanan memegang peranan penting dalam mempengaruhi nasabah untuk melakukan transaksi.

Upaya peningkatan mutu pelayanan akan sangat efektif apabila peningkatan mutu pelayanan merupakan tujuan sehari-hari, mulai dari pimpinan puncak atau direktur sampai dengan para pelaksana pelayanan atau karyawan. Menurut Parasuraman, Zeithmal dan Berry (1988) mengidentifikasi sekumpulan atribut-atribut pelayanan secara lengkap yang mana dapat digunakan oleh para pelanggan sebagai kriteria-kriteria dalam menilai kinerja pelayanan perusahaan. Penilaian kualitas pelayanan tersebut didasarkan atas lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *Empathy* (empati) dan *tangibles* (berwujud). Atribut-atribut tersebut dapat dijabarkan dengan dimodifikasi sesuai dengan jenis usaha yang diteliti dan kemudian dijadikan kriteria-kriteria penilaian bagi pelanggan terhadap kinerja perusahaan.

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai respon efektif terhadap pengalaman melakukan konsumsi yang spesifik atau suatu evaluasi kesesuaian atau ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk setelah pemakaian. Olson dan Dover pada Spreng, Meckenzie dan Olshavsky (2006) mendefinisikan harapan sebagai kepercayaan seseorang terhadap kemampuan suatu produk pada suatu waktu di masa yang akan datang. (Oliver pada Irgelen et al, 2000).

Makin kompetitifnya lingkungan bisnis perbankan di Indonesia, menuntut perusahaan-perusahaan jasa perbankan untuk dapat beradaptasi dengan perubahan yang ada agar tetap bertahan dalam persaingan bisnis perbankan. Untuk itu setiap perusahaan jasa perbankan harus memiliki keunggulan kompetitif berupa peningkatan sumber-sumber daya yang dapat menciptakan nilai bagi perusahaan, sulit ditiru, bersifat langka dan tidak ada substitusi, sehingga dapat menjamin

kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan. Tanpa menemukan dan mengelaborasi berbagai keunggulan sulit rasanya bagi perusahaan untuk memenangkan persaingan bisnis.

Fenomena yang terjadi di Bank Danamon KCP Depok mengenai keluhan nasabah Tatang Sutarman yang mengeluhkan pelayanan Customer Service sangat tidak baik, tidak secara detail, profesional dan jelas menerangkan beberapa poin penting kepada nasabah. Pihak Danamon waktu itu pernah menelepon tetapi mereka hanya menawarkan program asuransi. “Kenapa pihak Danamon tidak lebih memprioritaskan menelepon memberitahukan hal-hal yang sangat penting kepada nasabah mengenai status tabungan saya yang gagal debit sebanyak 2 kali. Di mana rasa kepeduliannya terhadap nasabah?. Pihak Danamon lebih mementingkan produk-produk tabungan yang mereka miliki untuk ditawarkan kepada nasabah daripada peduli melindungi nasabahnya. Mungkin kepuasan nasabah dianggap tidak penting. Awalnya ingin menabung untuk masa depan ternyata tabungan saya ‘hangus’, tabungan saya sudah berjalan 5 tahun. Kepercayaan dibalas dengan Kekecewaan”. Demikian ungkapan nasabah. (<https://mediakonsumen.com,31,102017>)

Penelitian yang dilakukan Muhammad Rafi Ikhsa (2015) menghasilkan penelitian bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan Pelanggan Indra Cellular Kudus. Kualitas Layanan terhadap kepuasan konsumen yang diteliti oleh Hais Dama, dan Erik Siswoyo (2015), menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh, Rahmat Hidayat, dan Dwiaryani dan Febrina Rosnita menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji : “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Danamon Cabang Sudirman”.

1.2 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang perumusan masalah, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan pada Bank Danamon Cabang Sudirman
2. Untuk mengetahui kepuasan nasabah pada Bank Danamon Cabang Sudirman
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Danamon Cabang Sudirman

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran menurut Kotler dan Keller (2014:11) sebagai berikut “*Marketing management is the analysis, planning, implementation, and control of programs designed to create, build, and maintain beneficial exchanges with target buyer for purpose of achieving organizational objectives*”. Pendapat tersebut artinya : Manajemen pemasaran ialah kegiatan menganalisis, merencanakan, mengimplementasikan, dan mengawasi segala kegiatan (program), guna

memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

2.1.2 Kualitas Pelayanan

Dalam bisnis jasa, kualitas merupakan kunci keberhasilan usaha. Kualitas harus mulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini bahwa kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak perusahaan atau penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2016:57), *“Quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied need”*. Jasa atau pelayanan yang diberikan kepada konsumen oleh perusahaan tentunya harus berkualitas, Gronroos (2014:507) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai berikut : *“The total service quality is perceived by the customer as a comparison between the expected service, which he or she expected to get, and perceived service, which the customer feels he in fact has received”*. Adapun pengertian kualitas jasa menurut Wyckof (2013:59) adalah: *“Tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.*

2.1.3 Kepuasan Konsumen

Kepuasan menurut Lovelock-Wright yang di alih bahasakan oleh Widyantoro (2014:102) adalah keadaan emosional, reaksi pasca pembelian mereka dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan, atau kesenangan. Definisi lain dari pakar pemasaran Kotler-Keller yang di alih bahasakan oleh Molan (2016:177) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Sedangkan menurut Engel yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2014:349) yaitu kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pembeli dimana alternative yang dipilih sekurang- kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan

Suatu perusahaan dalam menentukan strategi pemasarannya harus menentukan pemasaran yang akan dijalkannya. Pada perusahaan jasa, strategi pemasarannya tidak cukup hanya dengan menggunakan pendekatan pemasaran tradisional bank itu Jasa adalah sesuatu yang diproduksi dan dikonsumsi bersamaan. Dalam hal ini pelanggan dibawa ke dalam kontak langsung dengan operasi. Pelanggan merupakan suatu sumber penting dari ketidakpastian yang sulit dikendalikan. Jasa lebih dari sekedar hasil yang tidak terlihat, jasa merupakan interaksi sosial antara produsen dan konsumen.

Penciptaan kualitas menjadi salah satu karakteristik dasar dalam orientasi pemasaran modern yaitu lewat pemberian perhatian lebih terhadap konsumen serta menciptakan pelayanan yang cukup kuat. Implikasi dari hal tersebut menjadikan

kualitas suatu pelayanan terhadap para konsumen agar mendapatkan pelanggan yang loyal dari pelayanan itu sendiri di benak pikiran konsumen dan menjadikan motivasi dasar bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang. Menurut Tjiptono (2014;23), loyalitas adalah situasi dimana konsumen bersikap positif terhadap produk atau produsen (penyedia jasa) dan disertai pola pembelian ulang yang konsisten.

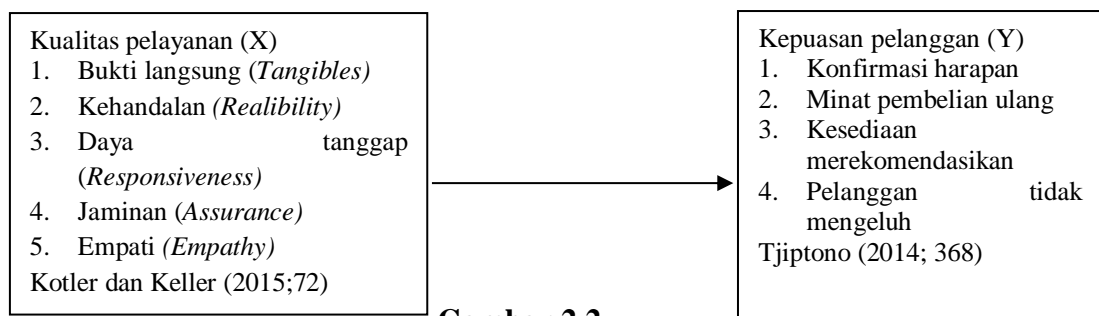
Penelitian yang dilakukan Munjiyah (2017) pada Taksi Blue Bird menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Begitu pula penelitian yang dilakukan Elsa Astriyani (2016) bahwa Kualitas pelayanan dan atribut produk E-Karip berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Penelitian Rimma Roslika Situmorang (2017) mempertegas kembali hasil penelitian bahwa pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Hotel Dyan Graha Pekanbaru.

2.2.2 Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan

Kualitas pelayanan merupakan tolak ukur dalam menentukan kepuasan konsumen atau tidaknya seorang pengguna jasa, karena melalui kualitas pelayanan akan dapat menilai kinerja dan merasakan puas atau tidaknya konsumen dengan layanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen diperkuat dalam jurnal penelitian yang telah dilakukan oleh Brian Farizal (Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol.2 No.7 2013) Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan yang baik maka keputusan dari banyak konsumen akan berdampak positif dikarenakan kualitas pelayanan dapat memberikan nilai lebih terhadap kepuasan konsumen, sama halnya seperti penelitian yang dilakukan Kevin Simon (Jurnal manajemen dan start-up bisnis Vol.1 No.3 Agustus 2016) Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Menurut Zeithaml (2010) bahwa pelayanan merupakan hasil penilaian pelanggan atau keunggulan atau keistimewaan layanan secara menyeluruh. Apabila penilaian yang dihasilkan merupakan penilaian yang positif, maka kualitas pelayanan ini akan berdampak pada kepuasan konsumen.



Gambar 2.2
Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis

H₀ : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

H_a : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

3. Metode Penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Metode penelitian kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2017:17) yaitu :“Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan datamenggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik,dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sedangkan objek penelitian merupakan sasaran untuk mendapatkan suatu data. sesuai dengan pendapat Sugiyono (2017:13) mendefinisikan objek penelitian sebagai sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid dan *reliable* tentang suatu hal (variabel tertentu). Objek penelitian ini adalah Bank Danamon Kantor Cabang Sudirman

3.2 Operasionalisasi Variabel

1. Variabel Bebas (*independent variable*)

Variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel lain yang tidak bebas Sugiyono (2017:59).Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan

2. Variabel Terikat (*dependent variable*)

Variabel yang dipengaruhi oleh variabel lainnya atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas Sugiyono (2017:59). Sesuai masalah yang diteliti maka yang menjadi variabel terikat (*dependent variable*) adalah kepuasan nasabah.

3.3 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.3.1 Uji Validitas

Nilai validitas masing-masing butir pernyataan dapat dilihat pada nilai *Corrected Item-Total Correlation* masing-masing butir pernyataan. Dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 115. Maka berdasarkan data perhitungan SPSS koefisien korelasi (r) diketahui bahwa seluruh korelasi item variabel X (Kualitas pelayanan) lebih besar dari r tabel atau 0,182 maka instrumen dinyatakan valid. Begitu pula untuk variabel Y (Kepuasan nasabah), jika korelasi item variabel Y lebih besar dari r tabel atau 0,182 maka instrumen dinyatakan valid. Berikut ini merupakan hasil uji validitas dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 115 orang.

3.3.2 Uji Reliabilitas

Menurut Nazir (2011:133) mendefinisikan reliabel sebagai berikut: Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Instrumen dikatakan reliabel karena tidak berubah-ubah pengukurannya dan dapat diandalkan karena penggunaan alat ukur tersebut jika digunakan berkali-kali akan memberikan hasil atau data yang serupa (konsisten).

3.4 Teknik Analisis Data

3.4.1 Analisis Koefisien Korelasi

Untuk menentukan hubungan antara kedua variabel yang ada, yaitu variabel independen dan variabel dependen, maka dilakukan uji korelasi *Pearson*.

3.4.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Koefisien determinasi ini digunakan karena dapat menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi terletak antara nol dan satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang mendekati 0 menunjukkan kemampuan variabel independen sangat terbatas dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai R^2 yang mendekati 1 menunjukkan semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2011).

Hasil koefisien determinasi ini dapat dilihat dari perhitungan dengan program Microsoft/SPSS atau secara manual dengan rumus koefisien determinasi adalah :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Dimana :

Kd = koefisien determinasi

r = koefisien korelasi

3.4.3 Rancangan Pengujian Hipotesis (Uji t)

Untuk menguji apakah terdapat pengaruh yang positif antara variabel X terhadap Y, maka penulis melakukan pengujian, uji hipotesis yang digunakan untuk menentukan apakah diterima atau ditolak variabel yang diteliti. Analisis ini digunakan untuk menguji hipotesis, dimana hipotesis tersebut dapat diterima atau ditolak. Hipotesis:

$H_a = 0$: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan nasabah di Bank Danamon.

$H_0 \neq 0$: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan nasabah di Bank Danamon.

3.4.4 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi sederhana yaitu untuk meramalkan nilai variabel terikat (Y). Analisis regresi sederhana adalah alat analisis peramalan nilai hubungan dua variabel terhadap satu variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsional atau hubungan.

Persamaan regresi linier sederhana dirumuskan dengan:

$$Y = a + \beta x$$

Dimana:

- Y = kepuasan nasabah
 a = Konstanta/Slope
 bx = Kualitas pelayanan
 e = Kesalahan acak (*error term*)

Dalam perhitungannya penulis menggunakan program SPSS 25

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

4.1 Hasil Penelitian

Pada bab ini penulis membahas hasil penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Danamon cabang Sudirman Bandung. Dari pembahasan ini diharapkan dapat diperoleh kesimpulan tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Adapun yang menjadi gambaran umum responden meliputi usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir dan lama menjadi nasabah.

4.1.1 Tanggapan mengenai Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan sebesar 3,20 dinyatakan cukup baik karena berada pada interval 2,60 - 3,39. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang dilaksanakan oleh Bank Danamon cabang Sudirman Bandung dianggap cukup baik. Adapun nilai rata-rata tertinggi yang diperoleh adalah sebesar 3,83 yang terdapat pada pernyataan "Kecepatan karyawan dalam menanggapi nasabah" sedangkan nilai rata-rata terendah yang diperoleh adalah sebesar 2,56 yang terdapat pada pernyataan "Promo yang diberikan Bank Danamon sesuai yang dijanjikan".

4.1.2 Tanggapan Mengenai Kepuasan nasabah

Kepuasan nasabah pada Bank Danamon cabang Sudirman Bandung dianggap cukup tinggi. Adapun nilai rata-rata tertinggi yang diperoleh adalah sebesar 3,66 yang terdapat pada pernyataan "Informasi yang diberikan karyawan sudah sesuai dengan harapan" sedangkan nilai rata-rata terendah yang diperoleh adalah sebesar 2,83 yang terdapat pada pernyataan "Saya bersedia untuk merekomendasikan Bank Danamon cabang Sudirman Bandung pada sahabat dan kerabat".

4.1.3 Analisis Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah, dicari dengan bantuan SPSS. Berikut adalah hasil perhitungan korelasi:

Tabel 4.1
Uji Korelasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.611 ^a	.373	.371	.71681

a. Predictors: (Constant), X

Sumber: olah data SPSS 25, 2020

Berdasarkan hasil perhitungan korelasi diatas, maka diperoleh nilai r_s sebesar 0,611. Artinya kualitas pelayanan memiliki hubungan yang kuat dengan kepuasan nasabah yang berada pada interval 0,600 – 0,799.

4.1.4 Analisis Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah berdasarkan nilai r square yaitu 0,373 atau 37,3%, maka besarnya pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan nasabah sebesar 37,3% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan yang baik berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

4.1.5 Pengujian Hipotesis

Tabel 4.2
Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig,
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	1,331	,148		9,011	,000
	Kualitas pelayanan	,608	,041	,611	14,695	,000

a, Dependent Variable: Y

Sumber: olah data SPSS 25, 2020

Berdasarkan perhitungan statistik uji t di atas, $t_{hitung} = 14,695$ lebih besar dari $t_{tabel} (0,05;363) = 1,972$, maka H_a ditolak dan H_o diterima. Ini berarti terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah pada Bank Danamon cabang Sudirman Bandung.

4.1.6 Analisis Regresi Linier Sederhana

Hasil analisis data persamaan regresi sederhana berdasarkan perhitungan SPSS versi 25.0 diperoleh persamaan sebagai berikut :

Tabel 4.3
Analisis Regresi Linier
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig,
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	1,331	,148		9,011	,000
	Kualitas pelayanan	,608	,041	,611	14,695	,000

$$Y = a + \beta x$$

$$Y = 1,331 + 0,608X$$

Nilai kualitas pelayanan sebesar 0,608, hal ini menunjukkan arah positif maka jika kualitas pelayanan dinaikkan maka variabel kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,608.

4.2 Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan nilai $t_{hitung} = 14,695$ lebih besar dari $t_{tabel} = 1,972$,

maka H_a ditolak dan H_o diterima. Ini berarti terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah pada Bank Danamon cabang Sudirman Bandung. Sejalan dengan pendapat Zeithaml (2010) bahwa pelayanan merupakan hasil penilaian pelanggan atau keunggulan atau keistimewaan layanan secara menyeluruh. Apabila penilaian yang dihasilkan merupakan penilaian yang positif, maka kualitas pelayanan ini akan berdampak pada kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan yang baik maka keputusan dari banyak konsumen akan berdampak positif dikarenakan kualitas pelayanan dapat memberikan nilai lebih terhadap kepuasan konsumen, sama halnya seperti penelitian yang dilakukan Kevin Simon (Jurnal manajemen dan start-up bisnis Vol.1 No.3 Agustus 2016) Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan Munjiyah (2017) pada Taksi Blue Bird menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pelanggan. Begitu pula penelitian yang dilakukan Elsa Astriyani (2016) bahwa Kualitas pelayanan dan atribut produk E-Karip berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Penelitian Rimma Roslika Situmorang (2017) mempertegas kembali hasil penelitian bahwa pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pelanggan Hotel Dyan Graha Pekanbaru.

Kesimpulan Dan Saran

5.1 Kesimpulan

1. Kualitas pelayanan pada Bank Danamon Cabang Sudirman dinyatakan cukup baik seperti dalam menanggapi setiap keluhan nasabah yang walau demikian masih ada yang perlu ditingkatkan seperti dalam menepati janji pada nasabah mengenai pemberian promo.
2. Kepuasan nasabah pada Bank Danamon Cabang Sudirman dinyatakan cukup tinggi seperti dalam memberikan informasi yang diberikan karyawan kepada nasabah yang sudah sesuai dengan harapan, walau demikian nasabah belum sepenuhnya merekomendasikan Bank Danamon cabang Sudirman Bandung pada sahabat dan kerabat untuk menjadi nasabah.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Danamon Cabang Sudirman berdasarkan hasil uji statistik menunjukkan H_o ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian kualitas pelayanan yang baik mampu meningkatkan kepuasan nasabah.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan Bank Danamon Cabang Sudirman perlu terus ditingkatkan karena kualitas pelayanan dalam kategori cukup baik. Untuk menghindari antrian sebaiknya Bank Danamon Cabang Sudirman menambah jumlah konter atau loket bagi yang akan melakukan penarikan maupun setoran tunai. Menambah meja pelayanan seperti pembuatan buku tabungan, ATM dan layanan keluhan nasabah. Selain itu dalam upaya peningkatan kualitas

pelayanan kepada nasabah dapat dilakukan dengan menambah lokasi ATM baik untuk penarikan maupun setoran di lokasi sekitar jalan Sudirman. Membuka layanan bank mobil keliling dengan rute wilayah pusat Kota Bandung sehingga memudahkan nasabah untuk mengakses lokasi terdekat.

2. Bagi Bank Danamon hendaknya mampu meningkatkan kualitas pelayanan dengan memperluas kantor cabang, meningkatkan fasilitas dan juga kecepatan dalam transaksi. agar memudahkan para nasabah dalam menabung atau menggunakan fasilitas dan jasa bank lainnya. Hal ini dilakukan agar gap yang terjadi antara kinerja yang dirasakan dengan kinerja yang diharapkan nasabah tidak terlalu jauh. Terutama dimensi *tangible* yaitu mengenai kelengkapan fasilitas Bank Danamon seperti peralatan kantor dan tempat parkir, kebersihan dan kenyamanan kantor Bank Danamon, tata letak dan desain kantor Bank Danamon serta penampilan karyawan Bank Danamon, dengan demikian Bank Danamon diharapkan dapat meraih lebih banyak nasabah dan meningkatkan kompetensinya di dunia perbankan Indonesia.
3. Untuk meningkatkan kepercayaan nasabah sebaiknya Bank Danamon Cabang Sudirman dapat memberikan kepercayaan pada nasabah dengan mampu mendahulukan kepentingan nasabah dan memenuhi kebutuhan para nasabah, agar nasabah dapat merasakan layanan yang sesuai harapan sehingga dapat merekomendasikan Bank Danamon Cabang Sudirman pada calon nasabah lainnya.
4. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan penelitian dengan variabel lain selain kualitas pelayanan sehingga akan diketahui besarnya faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah.

REFERENSI

- Alma, B. 2014. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta, Bandung
- Arikunto, Suharsimi. 2013. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipata.
- Astriyani, Elsa, 2016, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Atribut Produk E-Karip Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada BTPN Purna Bakti Kcp.Ciamis). Repository widyatama
- Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gronroos, Cristian. 2014. Service management and Marketing 3. Chichester, NY: Wiley
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane, 2016, Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi. 13, Erlangga
- Munjiyah, 2017, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bauran Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Taksi Blue Bird Di Kota Bandung (Studi pada masyarakat pengguna Taksi Blue Bird di Kota Bandung), Repository Widyatama
- Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. 2013. "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service

- Quality". *Journal of Retailing*. Vol 64 (1) pp 12- 37
- Rimma Roslika Situmorang, 2017, Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Hotel Dyan Graha Pekanbaru), *JOM FISIP* Vol . 4 No. 2 –Oktober 2017
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Tjiptono Fandy, Ph.D, 2014, *Pemasaran Jasa*, Andi, Yogyakarta
- Wyckof. 2006. *Komponen dan Dimensi Kualitas Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. 2012. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* 6 thed. Mc.Graw-Hill. Boston