

ANALISIS PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK ICBC INDONESIA

Suyatni

Universitas Ibnu Sina
suyatiibnusina@gmail.com

ABSTRAK

Kajian penelitian yang peneliti lakukan adalah pengaruh pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah di Bank ICBC Indonesia. Dengan objek penelitian pada nasabah di Bank ICBC Indonesia Cabang Batam. Sedangkan tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh secara serentak (simultan) dan individu (parsial) antara variabel *Reliability* (X1), *Responsiveness* (X2), *Assurance* (X3), *Emphaty* (X4), dan *Tangibles* (X5) terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 100 orang. Penelitian menggunakan kuesioner dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data. sedangkan analisis data yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara simultan ditunjukkan dengan besarnya F hitung sebesar 30,324 nilai ini lebih besar dari F tabel ($30,324 > 2,31$), ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari variabel *Reliability* (X1) *Responsiveness* (X2), *Assurance* (X3), *Emphaty* (X4), dan *Tangibles* (X5) terhadap kepuasan nasabah (Y), secara parsial variabel *reliability* (X1) memiliki nilai t hitung (-0,022), nilai ini lebih kecil dari t tabel (1,66123), variabel *assurance* (X2) memiliki nilai t hitung (0,465), nilai ini lebih kecil dari t tabel (1,66123), variabel *assurance* (X3) memiliki nilai t hitung (6,030), nilai ini lebih besar dari t tabel (1,66123), variabel *emphaty* (X4) memiliki nilai t hitung (6,011), nilai ini lebih besar dari t tabel (1,66123), variabel *tangibles* (X5) memiliki nilai t hitung (4,263) nilai ini lebih besar dari t tabel (1,66123). Kesimpulan dari penelitian ini adalah variabel *Assurance* (X3), *Emphaty* (X4), dan *Tangibles* (X5) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) dan variabel *Reliability* (X1), *Responsiveness* (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

Kata kunci: Pelayanan, *Customer Service*, Kepuasan Nasabah, SERVQUAL.

Abstract

Research studies that researchers do is the influence customer care service against customer satisfaction at Bank ICBC Indonesia. With the object of research on customers in Bank ICBC Indonesia Batam Branch. While the purpose of this research is to know the effect simultaneously (simultaneously) and individual (partial) between variable Reliability (X1), Responsiveness (X2), Assurance (X3), Emphaty (X4), and Tangibles (X5) on Customer Satisfaction (Y). This study took a sample of 100 people. The study used questionnaires and documentation as a data collection technique. While the data analysis used is multiple regression. The results showed that the service quality is simultaneously indicated by the magnitude of F count of 30.324 this value is greater than F table (30,324 > 2,31), it shows that there are significant influence of variable Reliability (X1) Responsiveness (X2), Assurance (X3), X (X4), and Tangibles (X5) on customer satisfaction (Y), partially variable reliability (X1) has t value (-0.022), this value is smaller than t table (1.66123), assurance variable (X2) has a value of t arithmetic (0.465), this value is smaller than t table (1.66123), assurance variable (X3) has t value (6,030), this value is bigger than t table (1.66123) Emphaty variable (X4) has t value (6,011), this value is bigger than t table (1,66123), tangibles variable (X5) has t value (4,263) this value is bigger than t table (1.66123) . The conclusion of this research are Assurance variable (X3), Emphaty (X4), and Tangibles (X5) have significant effect on customer satisfaction (Y) and variable Reliability (X1), Responsiveness (X2) has no significant effect on customer satisfaction (Y).

Keywords: Service, Customer Service, Customer Satisfaction, SERVQUAL

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Bank adalah salah satu sektor jasa yang sangat populer sekarang. Lembaga keuangan seperti perbankan merupakan instrumen penting dalam memperlancar jalannya pembangunan suatu negara. Banyaknya bank yang berdiri, nasabah akan dihadapkan pada banyak pilihan akan produk yang ditawarkan.

Salah satu strategi yang dapat menunjang keberhasilan bisnis dalam sektor perbankan adalah berusaha menawarkan kualitas jasa dengan kualitas pelayanan tinggi yang nampak dalam kinerja/performa dari layanan yang ada. Bagi nasabah, pelayanan yang bermutu sangat penting. Oleh karena itu, persaingan akan sangat dipengaruhi oleh kemampuan bank memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibandingkan pesaingnya.

Hal tersebut dikarenakan banyaknya usaha perbankan baik yang konvensional maupun yang syariah dimana setiap bank mengemas jasa mereka sedemikian rupa untuk menarik para konsumen, bahkan pelayanan yang diberikan tidak hanya terbatas pada fungsi awal bank sebagai lembaga keuangan yang berfungsi untuk menyimpan dan meminjam uang.

Berdasarkan pada hal tersebut diatas dapat dikatakan bahwa sebuah usaha perbankan haruslah mampu memberikan sebuah pelayanan yang prima dimana pelayanan yang prima tersebut dapat dijadikan sebagai sebuah keunggulan dibandingkan dengan usaha perbankan lainnya sehingga mampu bertahan dalam iklim persaingan yang ketat.

Salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah untuk memilih bank tertentu selain produk-produk yang dimunculkan oleh bank juga dipengaruhi oleh pelayanan. Faktor kualitas pelayanan merupakan kunci agar suatu bank dapat memenangkan persaingan yang terdapat dalam industri perbankan. Bank sebagai perusahaan jasa, tidak dapat mengabaikan dimensi-dimensi kualitas pelayanan, yaitu *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangibles* (bukti fisik). Kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut merupakan kunci utama untuk meningkatkan kepuasan nasabah yang pada akhirnya berujung pada loyalitas nasabah. Pengalaman membuktikan, nasabah-nasabah yang puas dan loyal akan membangun *customer based* yang lebih kokoh buat perkembangan masadepan sebuah bank.

Bank ICBC Indonesia yang bergerak dalam jasa keuangan tentunya harus mampu memenangkan persaingan yang kompetitif. Dalam persaingan yang begitu ketat Bank ICBC Indonesia tidak dapat hanya mengandalkan pengembangan produk jasa semata, melainkan dituntut untuk menjalin hubungan baik dengan para pengguna jasa atau nasabah melalui peningkatan kualitas produk dan jasa yang ditawarkan. Terciptanya kualitas pelayanan tentunya menciptakan kepuasan terhadap pengguna layanan, yang pada akhirnya dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya terjadi hubungan yang harmonis antara penyedia barang dan jasa dengan nasabah dan terciptanya loyalitas nasabah.

Dalam melaksanakan kegiatan penyediaan jasa perbankan bagi para nasabahnya, Bank ICBC Indonesia tentunya dihadapkan pada beberapa masalah yang menyangkut kegiatan operasionalnya. Permasalahan tersebut paling sering dihadapi oleh *front Liner* dikarenakan pelayanan pada bank lebih difokuskan pada bagian tersebut. Masalah-masalah tersebut dapat menyebabkan munculnya rasa ketidakpuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak bank. Faktor kualitas pelayanan merupakan kunci agar suatu bank dapat memenangkan

persaingan yang terdapat dalam industri perbankan. Karena itu, pelayanan pada Bank ICBC Indonesia harus ditingkatkan khususnya pada bagian *front liner*, sebab apabila pelayanan prima tidak ditingkatkan, kemungkinan nasabah akan berpaling ke bank lain yang dapat memberikan pelayanan yang lebih baik.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah objek penelitian yang diteliti Bank ICBC Indonesia, dengan menggunakan variabel kualitas pelayanan sebagai variabel bebas (*independent variable*) dan kepuasan nasabah sebagai variabel terikat (*dependent variable*).

konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama (*right the first time*). Selain itu juga berarti bahwa perusahaan yang bersangkutan memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal yang disepakati" (Tjiptono 2011). Kerangka Pemikiran

Dalam Pengukuran kepuasan nasabah Bank ICBC Indonesia, penulis menggunakan pendekatan kualitas jasa yang pertama kali diperkenalkan oleh Gronroos lewat konsep Service Quality dan model kualitas jasa total.

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek dan obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010:115).

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah nasabah tabungan Bank ICBC Indonesia cabang Batam yang aktif tiap bulannya berjumlah 1.000 nasabah.

Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi. Sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi (Uma Sekaran, 2011).

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2010)

Teknik pengambilan sampel menggunakan metode pengambilan acak sederhana atau tidak terbatas (*unrestricted probability sampling design*), yang lebih dikenal sebagai pengambilan acak sederhana yaitu tiap elemen populasi memiliki memiliki peluang yang diketahui dan sama untuk terpilih sebagai subjek (Sekaran 2009).

Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Gay (Mahmud, 2011:159), jumlah sampel 10% dari populasi sudah mencukupi. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank ICBC Indonesia yang aktif tiap bulan yang berjumlah 1.000. Jumlah sampel 10% dari 1.000 adalah 100 orang nasabah.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara :

- a. Daftar Pertanyaan (*Questioner*), Menurut Sugiyono (2010 :199), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membagikan seperangkat pertanyaan kepada responden untuk dijawab. Sehubungan dengan penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner kepada nasabah tentang tanggapannya terhadap kualitas pelayanan Bank ICBC Indonesia. Bentuk pertanyaan merupakan kombinasi pilihan berganda yang berpedoman dengan skala *likert*.

- b. Dokumentasi, Laporan Tahunan Bank ICBC Indonesia, yaitu pengumpulan data melalui buku tulis dan laporan-laporan dari Bank. Dalam penelitian ini variabel terikat yang digunakan adalah kepuasan nasabah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data ini dilaksanakan pada bulan Maret 2017 dengan cara menyebarkan kuesioner sebanyak 100 lembar kuisisioner. Untuk penghitungan validitas variabel pada penelitian menggunakan bantuan aplikasi program SPSS. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas terhadap 100 responden dapat dilihat dibawah ini:

Untuk perhitungan validitas variabel pada penelitian menggunakan bantuan aplikasi SPSS untuk variabel *Reliability* (X1) seperti pada . Dari perbandingan antara *corrected item-total correlation* hasil pengolahan data SPSS dengan nilai kritis sebesar 0,361, dapat simpulan semua item pertanyaan mempunyai r hitung yang lebih dari 0,361 (r tabel) dengan demikian semua item pertanyaan X1 adalah valid.

Untuk perhitungan validitas variabel pada penelitian menggunakan bantuan aplikasi SPSS untuk variabel *Responsiveness* (X2) . Dari perbandingan antara *corrected item-total correlation* hasil pengolahan data SPSS dengan nilai kritis sebesar 0,361, dapat simpulan semua item pertanyaan mempunyai r hitung yang lebih dari 0,361 (r tabel) dengan demikian semua item pertanyaan X2 adalah valid.

bantuan aplikasi SPSS untuk variabel *Assurance* (X3) Dari perbandingan antara *corrected item-total correlation* hasil pengolahan data SPSS dengan nilai kritis sebesar 0,361, dapat simpulan semua item pertanyaan mempunyai r hitung yang lebih dari 0,361 (r tabel) dengan demikian semua item pertanyaan X3 adalah valid.

Untuk perhitungan validitas variabel pada penelitian menggunakan bantuan aplikasi SPSS untuk variabel *Emphaty* (X4) seperti pada. Dari perbandingan antara *corrected item-total correlation* hasil pengolahan data SPSS dengan nilai kritsi sebesar 0,361, dapat simpulan semua item pertanyaan mempunyai r hitung yang lebih dari 0,361 (r tabel) dengan demikian semua item pertanyaan X4 adalah valid.

bantuan aplikasi SPSS untuk variabel *Tangibles* (X5) seperti pada tabel Dari perbandingan antara *corrected item-total correlation* hasil pengolahan data SPSS dengan nilai kritis sebesar 0,361, dapat simpulan semua item pertanyaan mempunyai r hitung yang lebih dari 0,361 (r tabel) dengan demikian semua item pertanyaan X5 adalah valid.

Untuk perhitungan validitas variabel pada penelitian menggunakan bantuan aplikasi SPSS untuk variabel Kepuasan Nasabah (Y) seperti pada tabel 4.6 diatas. Dari perbandingan antara *corrected item-total correlation* hasil pengolahan data SPSS dengan nilai kritis sebesar 0,361, dapat simpulan semua item pertanyaan mempunyai r hitung yang lebih dari 0,361 (r tabel) dengan demikian semua item pertanyaan Y adalah valid. Uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel yang diuji reliabel, karena hasil koefisien Alpha lebih besar dari nilai kritis 70% atau 0,7.

Uji Normalitas

Pada hasil output SPSS 16 yang ditunjukkan pada gambar dibawah, tampak dari gambar tersebut menunjukkan bahwa sekelompok data mengikuti garis diagonal. Dengan demikian data tersebut bisa dikatakan mempunyai sebaran yang normal atau dengan kata lain telah memenuhi asumsi normalitas sebaran data.

Untuk memastikan apakah data di sepanjang garis diagonal berdistribusi normal maka dilakukan uji *Kolmogorv Sminorv* (KS) dengan melihat residualnya apakah berdistribusi normal atau tidak.

Pada hasil output SPSS 16 yang terdapat pada tabel di atas, menunjukkan nilai signifikansi untuk *standardize* residual dari seluruh variabel *independent* dan *dependent* yang akan diuji sebesar 0,785 yang lebih besar dari alpha 0,05, sehingga H_0 diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel *independent* dan *dependent* yang digunakan dalam pengujian mempunyai sebaran yang normal, sehingga dapat dilakukan pengujian lenih lanjut karena asumsi kenormalan data telah terpenuhi.

Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas dan sebaliknya apabila nilai signifikansi $<0,05$ maka model regresi terjadi heteroskedastisitas. Pada hasil output SPSS 16 yang terdapat pada tabel di atas, menunjukkan nilai signifikansi dari masing-masing variabel bebas lebih besar dari nilai 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil dari analisis statistik ini konsisten dengan hasil grafik *scatterplot* pada uji heteroskedastisitas sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa dalam model regresi penelitian tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas

Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat dilihat dari *Value Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Apabila nilai VIF lebih besar dari 10 maka terjadi multikolinearitas, sebaliknya apabila nilai VIF kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Apabila nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,1 maka terjadi multikolinearitas, sebaliknya apabila nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 maka tidak terjadi multikolinearitas. VIF dan *Tolerance* merupakan pengukur adanya multikolinearitas antara variabel-variabel bebas.

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa variabel bahwa variabel *Reliability* (X1), *Responsiveness* (X2), *Assurance* (X3), *Emphaty* (X4), dan *Tangibles* (X5), lima variabel bebas tersebut tidak terjadi multikolinearitas dengan ditunjukkan nilai VIF dari lima variabel bebas tersebut lebih kecil dari 10 dan nilai *tolerance* dari lima variabel bebas lebih besar dari 0,1.

Analisis Korelasi Ganda

Analisis korelasi yang digunakan adalah *Pearson Product Moment*, korelasi antara *Reliability* (X1), *Responsiveness* (X2), *Assurance* (X3), *Emphaty* (X4), dan *Tangibles* (X5) adanya hubungan yang signifikan secara positif antara *assurance* X3 ($R_{x3} = 0,547$ dan $sig = 0.000$), *emphaty* X4 ($R_{x4} = 0,551$ dan $sig = 0.000$) dan *tangibles* X5 ($R_{x5} = 0,558$ dan $sig = 0.000$) dengan Y. Artinya adanya peningkatan faktor X3, X4, dan X5 yang baik secara nyata akan meningkatkan Y.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil dari analisis determinasi dapat dilihat pada tabel 4.20 dari hasil analisis regresi berganda ini, diperoleh angka *R Square* sebesar 0,617 atau (61,7%). (kepuasan nasabah) sebesar 61,7%. Atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model (*Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty*, dan *Tangibles*) mampu menjelaskan sebesar 61,7% variasi variabel dependen (kepuasan nasabah). Sedangkan sisanya sebesar 38,3% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Uji F

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen yaitu variabel *Reliability* (X1), *Responsiveness* (X2), *Assurance* (X3), *Emphaty* (X4), dan *Tangibles* (X5) dengan variabel dependen yaitu kepuasan nasabah (Y). Untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan mempengaruhi secara bersama-sama terhadap variabel terikat, maka digunakan uji F. Pengujian dilakukan dengan membandingkan taraf signifikan 0,05 dan F hitung > dari F tabel.

Berdasarkan dapat dilihat pengaruh variabel *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty*, dan *Tangibles* pada pengujian F sebesar 30,324 dan signifikan 0,000. Nilai tersebut lebih besar dari F tabel ($30,324 > 2,31$) sedangkan signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), oleh karena itu H_0 ditolak dan H_a diterima

Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari variabel *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty*, dan *Tangibles* secara bersamaan terhadap kepuasan nasabah.

Uji t

Untuk menunjukkan apakah variabel independen secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat maka digunakan uji t. Pengujian dilakukan dengan membandingkan taraf 0,05 dan t hitung > dari t tabel.

1. Variabel *reliability* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank ICBC Indonesia Cabang Batam.

H_0 : Variabel *reliability* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank ICBC Indonesia Cabang Batam.

H_a : Variabel *reliability* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank ICBC Indonesia Cabang Batam.

Didasarkan hasil perhitungan diperoleh angka t hitung sebesar $-0,022 < t$ tabel 1,66123 dengan taraf signifikan 0,983, oleh karena itu H_a ditolak dan H_0 diterima. Artinya variabel *reliability* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian pendahuluan Hulwani (2007), yaitu variabel *reliability* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

2. Variabel *responsiveness* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank ICBC Indonesia Cabang Batam.

H_0 : Variabel *responsiveness* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank ICBC Indonesia Cabang Batam.

H_a : Variabel *responsiveness* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank ICBC Indonesia Cabang Batam.

Didasarkan hasil perhitungan diperoleh angka t hitung sebesar $0,465 < t$ tabel 1,66123 dengan taraf signifikan 0,643, oleh karena itu H_a ditolak dan H_0 diterima. Artinya variabel *responsiveness* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian pendahuluan Hulwani (2007) dan Simamora (2006), yaitu variabel *responsiveness* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

3. Variabel *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Didasarkan hasil perhitungan diperoleh angka t hitung sebesar $6,030 > t$ tabel $1,66123$ Artinya variabel *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.dengan taraf signifikan $0,000$, oleh karena itu H_0 ditolak dan H_a diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Kotler (2008:50) yaitu jaminan adalah "pengetahuan dan kesopanan dari karyawan, dan kemampuan untuk mendapatkan kepercayaan dan keyakinan". Dan secara kesimpulan, jaminan adalah kemampuan penyedia jasa untuk membangkitkan keyakinan diri konsumen bahwa pihak

penyedia jasa memiliki pengetahuan dan kesopanan dan mampu memenuhi keutuhan konsumennya. Dan secara kesimpulan, jaminan adalah kemampuan penyedia jasa untuk membangkitkan keyakinan diri konsumen bahwa pihak penyedia jasa memiliki pengetahuan dan kesopanan dan mampu memenuhi keutuhan konsumennya. Dan Penelitian ini didukung oleh peneliti lain yaitu Hulwani (2007) "Pengaruh pelayan terhadap kepuasan pelanggan Mode Fashion di Pasar Petisah" dengan variabel X3 terhadap Y.

4. Variabel *emphaty* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank ICBC Indonesia Cabang Batam.

Didasarkan hasil perhitungan diperoleh angka t hitung sebesar $6,011 > t$ tabel $1,66123$ dengan taraf signifikan $0,000$, oleh karena itu H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel *emphaty* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Kotler (2008:53) empati adalah "kesediaan memberikan perhatian yang mendalam dan khusus kepada masing-masing pelanggan", teori Tjiptono (2011:70). empati adalah "perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasional yang nyaman". Secara kesimpulan, empati adalah kemampuan karyawan memberikan perhatian yang tulus dan bersikap individual yang diberikan kepada konsumendengan berupaya memahami keinginannya. Dan penelitian ini didukung oleh peneliti lain yaitu Simamora (2006) "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Lembaga Pendidikan Politeknik Mandiri Bina Prestasi (MBP) Medan" dengan variabel X5 terhadap Y.

5. Variabel *tangibles* berpengaruh signifikan terhadap kepuasannasabah Bank ICBC Indonesia Cabang Batam.

Didasarkan hasil perhitungan diperoleh angka t hitung sebesar $4,263 > t$ tabel $1,66123$ dengan taraf signifikan $0,000$, oleh karena itu H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel *tangibles* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Tjiptono (2011:70) bukti fisik adalah "berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan", teori Kotler (2008:56) bukti fisik adalah "penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan bahan komunikasi". Dan secara kesimpulan, bukti fisik adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan penampilan dan kemampuan sarana prasarana fisik. Dan penelitian ini didukung oleh peneliti lain yaitu Hulwani (2007) "Pengaruh pelayan terhadapkepuasan pelanggan Mode Fashion di Pasar Petisah" dengan variabel X5 terhadap Y, dan Simamora (2006) "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Lembaga Pendidikan Politeknik Mandiri Bina Prestasi (MBP) Medan"dengan variabel X1 terhadap Y.

Pengujian melalui regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis sejauh mana pengaruh *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty*, dan *Tangibles* terhadap kepuasan nasabah Bank ICBC Indonesia Cabang Batam.

Persamaan regresi antara *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty*, dan *Tangibles* terhadap kepuasan nasabah dapat dituliskan sebagai berikut:

a. Konstanta = -2,840

Nilai konstanta -2,840, menunjukkan bahwa kepuasan nasabah akan konstan sebesar -284% jika tidak dipengaruhi variabel *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty*, dan *Tangibles*.

b. $b_1 = -0,001$

Dapat dilihat bahwa nilai konstan dari koefisien regresi (b_1) sebesar -0,001, dapat diasumsikan bahwa dengan peningkatan variabel *reliability* maka secara langsung tidak akan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank ICBC Indonesia Cabang Batam.

c. $b_2 = 0,030$

Dapat dilihat bahwa nilai konstan dari koefisien regresi (b_2) sebesar 0,030 dengan tanda positif, dapat diasumsikan bahwa dengan peningkatan variabel *responsiveness* maka secara langsung akan

berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank ICBC Indonesia Cabang Batam.

d. $b_3 = 0,478$

Dapat dilihat bahwa nilai konstan dari koefisien regresi (b_3) sebesar 0,478 dengan tanda positif, dapat diasumsikan bahwa dengan peningkatan variabel *assurance* maka secara langsung akan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank ICBC Indonesia Cabang Batam.

e. $b_4 = 0,384$

Dapat dilihat bahwa nilai konstan dari koefisien regresi (b_4) sebesar 0,384 dengan tanda positif, dapat diasumsikan bahwa dengan peningkatan variabel *emphaty* maka secara langsung akan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank ICBC Indonesia Cabang Batam.

f. $b_5 = 0,236$

Dapat dilihat bahwa nilai konstan dari koefisien regresi (b_5) sebesar 0,236 dengan tanda positif, dapat diasumsikan bahwa dengan peningkatan variabel *tangibles* maka secara langsung akan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank ICBC Indonesia Cabang Batam.

Kesimpulan

Setelah melakukan evaluasi hasil studi yang telah dilakukan, maka penulis

mengambil beberapa kesimpulan bahwa:

1. Secara simultan ditunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty*, dan *Tangibles* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank ICBC Indonesia Cabang Batam. Hal ini dapat dilihat dari F hitung yaitu pada tabel *coefficient* menunjukkan

nilai F hitung 30,324. Kemudian kriteria yang digunakan: F hitung > F tabel ($30,324 > 0,3090$) sedangkan signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama lima variabel ini berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank ICBC Indonesia Cabang Batam.

2. Secara parsial (individual) ditunjukkan bahwa hanya tiga variabel yaitu *Assurance*, *Emphaty*, dan *Tangibles* yang secara signifikan mempengaruhi kepuasan nasabah Bank ICBC Indonesia Cabang Batam. Variabel *assurance* dengan t hitung 6,030 dan tingkat signifikansi 0,000, *emphaty* dengan t hitung 6,011 dan tingkat signifikansi 0,000, dan *tangibles* dengan t hitung 4,263 dan tingkat signifikansi 0,000.
3. Faktor yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah Bank ICBC Indonesia Cabang Batam adalah variabel *emphaty*. *Emphaty* mempunyai t hitung yang lebih besar dari variabel lainnya yaitu sebesar 6,011. Hal ini menunjukkan bahwa karena staff Bank ICBC Indonesia memberikan rasa empati yang kuat kepada nasabah.

Saran

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang secara simultan atau serentak mempengaruhi kepuasan nasabah Bank ICBC Indonesia Cabang Batam. Maka ini perlu dipertahankan, dan agar lebih maksimal maka kelima variabel *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty*, dan *Tangibles* perlu ditingkatkan dengan cara pelatihan atau *training*, sehingga nasabah Bank ICBC Indonesia dapat dipertahankan dan bertambah banyak.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Assurance*, *Emphaty*, dan *Tangibles* dapat mempengaruhi kepuasan nasabah secara parsial, maka ketiga variabel tersebut perlu dipertahankan, sedangkan variabel *Reliability* dan *Responsiveness* tidak menunjukkan pengaruh secara parsial pada kepuasan nasabah Bank ICBC Indonesia. Ini menunjukkan perlu adanya peningkatan dan perbaikan pada kedua variabel tersebut.

Daftar Pustaka

Company Profile PT. Bank ICBC Indonesia, Batam, 2016

Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Edisi Keempat. Semarang: Universitas Diponegoro

Hulwani, Masila. 2007. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Mode Fashion di Pasar Petisah. *Skripsi*. Medan: Universitas Sumatera Utara

Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks

Mahendraswara, Krisna. 2011. Studi Terhadap Kualitas Pelayanan di Hotel Grand Candi Semarang. *Skripsi*. Semarang: Universitas Diponegoro

Priyatno, Duwi. 2010. *Paham Analisis Statistik data dengan SPSS*. Yogyakarta: MediaKom

Sekaran, Uma. 2007. *Research Methods For Business Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Edisi 4 Buku 1. Jakarta: Salemba Empat

Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods For Business Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Edisi 4 Buku 2. Jakarta: Salemba Empat

Simamora, Bilson. 2006. *Analisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Simamora, Gloria. 2006. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Mahasiswa pada Lembaga Pendidikan Politeknik Mandiri Bina

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama Cetakan Kedua. Malang: Bayumedia Publishing

Tjiptono, Fandy. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: And