

Peran Dimensi *Service Quality* Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Bank Cimb Niaga Cabang Lumajang

Amri Rahman¹, Tri Palupi Robustin², Ratna Wijayanti D.P.³

Program Studi Manajemen

STIE Widya Gama Lumajang

Email : amriahman22@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran dimensi service quality terhadap kepuasan nasabah PT. Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara dimensi wujud fisik dengan kepuasan nasabah PT. Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang. Sedangkan dimensi keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang. Hasil uji F yang diterima adalah bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara wujud fisik PT Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang, keandalan PT. Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang, daya tanggap PT. Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang, jaminan PT. Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang dan Empati terhadap kepuasan nasabah PT. Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang. Ini dibuktikan dengan uji F di mana nilai signifikansinya adalah 0,000. Koefisien determinasi dalam kepuasan konsumen yang ditunjukkan oleh Adjusted R Square adalah 0,547, yang berarti bahwa kepuasan pelanggan 54,7% dipengaruhi oleh manifestasi fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Sedangkan 45,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Kata kunci: kepuasan pelanggan, wujud fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.

Abstract

This study aims to analyze the role of service quality dimensions on customer satisfaction of PT. CIMB Niaga Bank Lumajang Branch. The sampling technique used in this research is Purposive sampling. The results showed that there was a significant positive influence between the dimensions of physical form and customer satisfaction of PT. CIMB Niaga Bank Lumajang Branch. While the dimensions of reliability, responsiveness, assurance, and empathy have no significant positive effect on customer satisfaction at PT. CIMB Niaga Bank Lumajang Branch. The F test results received are that there is a positive and significant relationship between the physical form of PT Bank CIMB Niaga Lumajang Branch, the reliability of PT. CIMB Niaga Bank Lumajang Branch, responsiveness of PT. CIMB Niaga Bank Lumajang Branch, guaranteed by PT. CIMB Niaga Bank Lumajang Branch and Empathy towards customer satisfaction PT. CIMB Niaga Bank Lumajang Branch. This is proven by the F test where the significance value is 0,000. The coefficient of determination in consumer satisfaction shown by Adjusted R Square is 0.547, which means that customer satisfaction 54.7% is influenced by physical manifestations, reliability, responsiveness, assurance and empathy. While 45.3% is influenced by other variables not examined by the researcher.

Keywords: customer satisfaction, tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy.

PENDAHULUAN

Kini setiap perbankan di Indonesia sudah menunjukkan dalam sektor peningkatan kualitas pelayanan dalam hal sumberdaya manusia dengan menciptakan suatu program *learning center* dan *service academy* untuk menyamakan standar pelayanan yang harus diberikan para karyawan kepada nasabah agar kesan pelayanan tersebut dapat menyentuh hati nasabah dan menimbulkan rasa puas dan yakin akan apa yang mereka cari dalam menggunakan jasa perbankan tersebut. Namun ada banyak hal yang menyebabkan nasabah yang menggunakan jasa perbankan yang lain hal ini dikarenakan adanya kesalahan dari sumberdaya manusia maupun sistem teknologi yang digunakan dalam melayani nasabah seperti menurunnya kualitas pelayanan oleh *teller* dan sering *error* atau *trouble* fasilitas seperti ATM, *Mobile Banking*, *Internet Banking* dan *Phone Banking*.

Terdapat lima dimensi kualitas layanan yang dapat digunakan untuk melakukan evaluasi terhadap kualitas jasa menurut Valerie Zeithaml, A. Parasuraman, dan Leonard Berry yaitu :

1. *Tangible* (berwujud), yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan dan sarana prasarana, pegawai, dan material yang dipasang.
2. *Reliability* (keandalan) yaitu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat.
3. *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu kesadaran dan keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat dan tepat.
4. *Assurance* (kepastian) yaitu pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan.
5. *Empathy* (empati) yaitu kepedulian, dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan.

Industri perbankan adalah industri yang sangat bertumpu kepada kepercayaan masyarakat (*fiduciary financial institution*). Kepercayaan masyarakat (*fiduciary financial institution*) adalah segala-galanya bagi bank. Begitu masyarakat tidak percaya pada bank, bank akan menghadapi *rush* dan akhirnya koleps.

Sunarti (2017), telah melakukan penelitian tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo. Hasil dari penelitian ini berdasarkan uji F menunjukkan sig. F $0,000 < 0,05$ yang berarti Kualitas Pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji t juga menunjukkan bahwa variabel Daya Tanggap (X_3) memiliki pengaruh yang paling kuat dibanding variabel lainnya maka variabel Daya Tanggap (X_3) mempunyai pengaruh yang dominan terhadap kepuasan konsumen.

Transtianingzah (2006) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah pada Bank Muamalat Cabang Solo”. Objek penelitian ini di Bank Muamalat Cabang Solo, dengan sample sebanyak 60 responden nasabah. Hasilnya ialah bahwa *realibility*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah tempat dan periode penelitian. Tempat yang digunakan dalam melakukan penelitian ini yaitu PT. Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang. Peneliti tertarik untuk mengambil topik tentang peran dimensi *service quality* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang ini, karena peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh dimensi *service quality* atas jasa yang ditawarkan dalam kepuasan mereka untuk menabung dan mempercayai PT. Bank CIMB Niaga sebagai pilihan melakukan transaksi pada bank.

Mengingat pentingnya peran dimensi *service quality* pada perusahaan jasa khususnya pada PT BANK CIMB Niaga, Peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul “Peran Dimensi *Service Quality* Terhadap

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan penelitian empiris. Menurut Sugiyono (2017:8) penelitian kuantitatif adalah "Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan."

Penelitian ini juga bertujuan untuk menguji secara empiris variabel dimensi kualitas pelayanan yang mempengaruhi variabel kepuasan nasabah PT. Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang. Penelitian empiris atau *empirical research*, merupakan penelitian terhadap fakta empiris yang diperoleh berdasarkan observasi terhadap fakta tanpa perantara orang lain dan objek yang diteliti lebih ditekankan pada kejadian sebenarnya (Nur Indriantoro, 2009:29).

Jadi dalam penelitian ini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi). Untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri dari dimensi kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y), maka dalam penelitian ini digunakan teknik analisis regresi linier berganda, dengan teknik tersebut akan dapat diuji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara parsial dan pengaruh secara simultan antara variabel independen (X) yaitu dimensi *service quality* terhadap variabel dependen (Y), yaitu kepuasan konsumen

Variabel independen adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Variabel yang dilambangkan dengan (X) ini memiliki pengaruh positif maupun negatif terhadap variabel dependennya. Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel independennya adalah :

- 1) *Tangibles* (X_1).
- 2) *Reliability* (X_2)
- 3) *Responsibeleness* (X_3)
- 4) *Asurance* (X_4)
- 5) *Empathy* (X_5)

Variabel dependen adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen dan sering disebut sebagai variabel konsekuensi. (Indriantoro dan Supomo, 1999:37). Hakekat sebuah masalah mudah terlihat dengan mengenali berbagai variabel dependen yang digunakan dalam sebuah model. Variabilitas dari atau atas faktor inilah yang berusaha untuk dijelaskan oleh seorang peneliti. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah kepuasan nasabah (Y).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Jumlah butir pernyataan instrumen kuesioner dalam penelitian ini semuanya adalah 24 butir dengan perincian instrumen tangible (X_1), reliability (X_2), responsiveness (X_3), assurance (X_4), empathy (X_5) dan kepuasan nasabah (Y) masing-masing terdiri atas 4 butir. Hasil uji validitas ternyata semua ítem pertanyaan valid. Ketentuan validitas instrument sah apabila r hitung lebih besar dari r kritis atau bila korelasi tiap variabel positif dan besarnya 0,3 ke atas maka variabel tersebut merupakan *construct* yang kuat dan hasil uji reliabilitas ternyata semua ítem dalam semua variabel dinyatakan sangat reliabel karena angka *Cronbach's Alpha* 0.903 > dari 0,801. maka semua variabel dikatakan sangat reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk menguji apakah model regresi linier bebas dari adanya bias atau penyimpangan sehingga diperoleh model regresi yang benar-benar BLUE (Best Linear Unbiased Estimator).

1. Uji Multikolinieritas

Hasil uji menunjukkan besarnya nilai tolerance untuk semua variable $> 0,1$ dan nilai VIF masing-masing variabel < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas

2. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan pola gambar *Scatterplot* yang menunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk pola tertentu atau tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov, dapat disimpulkan nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* dan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)*, adalah 0,823 dan 0,507 $> 0,05$. Hal ini berarti variabel dimensi service quality berdistribusi data normal.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda tersebut apabila ditulis dalam bentuk *unstandardized* dari persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = -0,030 + 0,366 X_1 + 0,059 X_2 + 0,273 X_3 + 0,137 X_4 + 0,180 X_5 + 2.290$$

- Konstanta sebesar -0,030 menyatakan bahwa jika variabel independen dianggap konstan, maka rata-rata kepuasan konsumen sebesar -0,030.
- Koefisien regresi X_1 (*Tangible*) dari perhitungan linear berganda dapat dilihat sebesar 0,366 hal ini berarti disetiap ada peningkatan *tangible* sebesar 1 nasabah maka kepuasan nasabah akan meningkat 0,366 dan terjadi hubungan positif antara *Tangible* dan Kepuasan Nasabah.
- Koefisien regresi X_2 (*Reliability*) dari perhitungan linear berganda dapat dilihat sebesar 0,059 hal ini berarti disetiap ada peningkatan *reliability* sebesar 1 nasabah maka kepuasan nasabah akan meningkat 0,059 dan terjadi hubungan positif antara *Reliability* dan Kepuasan Nasabah.
- Koefisien regresi X_3 (*Responsiveness*) dari perhitungan linear berganda dapat dilihat sebesar 0,273 hal ini berarti disetiap ada peningkatan *Responsiveness* sebesar 1 nasabah maka kepuasan nasabah akan meningkat 0,273 dan terjadi hubungan positif antara *Responsiveness* dan Kepuasan Nasabah.
- Koefisien regresi X_4 (*Assurance*) dari perhitungan linear berganda dapat dilihat sebesar 0,137 hal ini berarti disetiap ada peningkatan *Assurance* sebesar 1 nasabah maka kepuasan nasabah akan meningkat 0,137 dan terjadi hubungan positif antara *Assurance* dan Kepuasan Nasabah.
- Koefisien regresi X_5 (*Empathy*) dari perhitungan linear berganda dapat dilihat sebesar 0,180 hal ini berarti disetiap ada peningkatan *Empathy* sebesar 1 nasabah maka kepuasan nasabah akan meningkat 0,180 dan terjadi hubungan positif antara *Empathy* dan Kepuasan Nasabah.

Berdasarkan persamaan regresi tersebut diketahui bahwa arah koefisien regresi variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* bertanda positif atau nilai koefisien regresi (b_1, b_2, b_3, b_4, b_5) > 0 . Dengan demikian sifat pengaruh masing-masing dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah adalah positif. Apabila dimensi kualitas pelayanan jasa *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* semakin ditingkatkan, maka kepuasan nasabah akan semakin meningkat.

Pengujian Hipotesis

1. Pengujian secara parsial

- Hasil uji t tangible diperoleh p value (0,026) < 0,05 berarti H_0 ditolak
- Hasil uji t reliability diperoleh p value (0,703) > 0,05 berarti H_a ditolak.
- Hasil uji t responsiveness diperoleh p value (0,084) > 0,05 berarti H_a ditolak
- Hasil uji t assurance diperoleh p value (0,442) > 0,05 berarti H_a ditolak
- Hasil uji t empathy, diperoleh p value (0,163) > 0,05 berarti H_a ditolak

Dengan demikian hipotesis yang menyatakan "Terdapat pengaruh yang signifikan dimensi kualitas pelayanan jasa adalah tangible secara parsial terhadap kepuasan nasabah pengguna jasa layanan perbankan PT. Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang" terbukti kebenarannya, sedangkan dimensi reliability, responsiveness, assurance, dan empathy tidak berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah PT. Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang.

2. Pengujian secara simultan

Hasil uji F diperoleh dari tabel *Anova* uji F menghasilkan F-hitung sebesar 15,240 dengan nilai probabilitas (sig) 0,000, dan F-tabel sebesar 3,20 dengan nilai signifikansi 0,05. Karena nilai F-hitung > F-tabel (15,240 > 3,20) maka menolak H_0 dan menerima H_a bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara dimensi *service quality* secara bersama-sama terhadap Kepuasan Nasabah.

3. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Hasil uji koefisiensi determinasi sebesar 0,585 dan Adjusted R square sebesar 0,547. Hal ini berarti 54,7% kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh peran dimensi *service quality*, sedangkan sisanya yaitu 45,3 % Kepuasan Nasabah dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pembahasan mengenai pengaruh *service quality* yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap kepuasan nasabah PT Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang diuraikan sebagai berikut :

- Pengaruh *Tangible* terhadap kepuasan nasabah PT Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang (X_1)

Hasil pengujian statistik yang telah dilakukan menunjukkan adanya pengaruh positif, signifikan *tangible* terhadap kepuasan nasabah Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang. Hal ini diperoleh dari hasil uji regresi dengan nilai t hitung = 2,287 dengan tingkat signifikansi 0,026 lebih kecil dari 0,05 (0,026 < 0,05), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,366; maka hipotesis pertama dalam penelitian ini terbukti yaitu *tangible* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah PT Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian dari Sutrayoga dan Pramudana (2013), mengungkapkan bahwa *tangible* memiliki hubungan yang cukup kuat dengan kepuasan nasabah. Semakin baik persepsi nasabah terhadap bukti fisik maka kepuasan juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi konsumen terhadap bukti fisik buruk maka kepuasan juga akan semakin rendah.

- Pengaruh *Reliability* terhadap kepuasan nasabah PT Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang (X_2)

Hasil pengujian statistik yang telah dilakukan menunjukkan adanya pengaruh positif *reliability* terhadap kepuasan nasabah Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang. Hal ini diperoleh dari hasil uji regresi dengan nilai t hitung = 0,384 dengan tingkat signifikansi 0,703 lebih besar dari 0,05 (0,703 > 0,05), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,059; maka hipotesis kedua dalam penelitian ini terbukti yaitu

reliability tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Sutrayoga dan Pramudana (2013), yang menyatakan bahwa *reliability* mempunyai hubungan yang positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang.

3. Pengaruh *Responsiveness* terhadap kepuasan nasabah PT Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang (X_3)

Hasil pengujian statistik yang telah dilakukan menunjukkan adanya pengaruh positif *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang. Hal ini diperoleh dari hasil uji regresi dengan nilai t hitung = 1,762 dengan tingkat signifikansi 0,084 lebih besar dari 0,05 ($0,084 > 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,273; maka hipotesis ketiga dalam penelitian ini terbukti yaitu *responsiveness* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Sutrayoga dan Pramudana (2013), yang menyatakan bahwa *responsiveness* mempunyai hubungan yang positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang.

4. Pengaruh *Assurance* terhadap kepuasan nasabah PT Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang (X_4)

Hasil pengujian statistik yang telah dilakukan menunjukkan adanya pengaruh positif *assurance* terhadap kepuasan nasabah Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang. Hal ini diperoleh dari hasil uji regresi dengan nilai t hitung = 0,774 dengan tingkat signifikansi 0,442 lebih besar dari 0,05 ($0,442 > 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,137; maka hipotesis keempat dalam penelitian ini terbukti yaitu *assurance* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Sutrayoga dan Pramudana (2013), yang menyatakan bahwa *assurance* mempunyai hubungan yang positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang.

5. Pengaruh *Emphaty* terhadap kepuasan nasabah PT Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang (X_5)

Hasil pengujian statistik yang telah dilakukan menunjukkan adanya pengaruh positif *emphaty* terhadap kepuasan nasabah Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang. Hal ini diperoleh dari hasil uji regresi dengan nilai t hitung = 1,415 dengan tingkat signifikansi 0,163 lebih besar dari 0,05 ($0,163 > 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,180; maka hipotesis kelima dalam penelitian ini terbukti yaitu *emphaty* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Sutrayoga dan Pramudana (2013), yang menyatakan bahwa *emphaty* mempunyai hubungan yang positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang.

6. Pengaruh *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty* terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang.

Berdasarkan hasil uji F memperlihatkan bahwa pengaruh secara bersamaan dari seluruh variabel independen (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty*) terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang menunjukkan hasil yang signifikan. Hal tersebut ditunjukkan dari besarnya nilai F-hitung sebesar 15,240 dengan tingkat signifikansi 0,000 (kurang dari 0,05)

Hasil ini menunjukkan bahwa penelitian ini relevan dengan teori yang menyatakan bahwa pencapaian kepuasan konsumen/ nasabah dapat diciptakan melalui peningkatan

kualitas pelayanan dengan beberapa pendekatan. Menurut Lupiyoadi, dkk (2008:192). Beberapa aspek dalam mengetahui kepuasan konsumen yaitu sebagai berikut :

- a. Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan pelanggan.
- b. Perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi didalam perbaikan proses pelayanan.
- c. Memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan.
- d. Mengembangkan dan menerapkan *accountable*, *proactive*, dan *partnership marketing* sesuai dengan situasi pemasaran.

Kesimpulan

Berdasarkan pada analisis data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian statistik yang telah dilakukan menunjukkan adanya pengaruh positif, signifikan *tangible* terhadap kepuasan nasabah Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang. Hal ini diperoleh dari hasil uji regresi dengan nilai t hitung = 2,287 dengan tingkat signifikansi 0,026 lebih kecil dari 0,05 ($0,026 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,366; maka hipotesis pertama dalam penelitian ini terbukti yaitu *tangible* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang.

Hasil pengujian statistik yang telah dilakukan menunjukkan adanya pengaruh positif *reliability* terhadap kepuasan nasabah Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang. Hal ini diperoleh dari hasil uji regresi dengan nilai t hitung = 0,384 dengan tingkat signifikansi 0,703 lebih besar dari 0,05 ($0,703 > 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,059; maka hipotesis kedua dalam penelitian ini terbukti yaitu *reliability* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang.

Hasil pengujian statistik yang telah dilakukan menunjukkan adanya pengaruh positif *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang. Hal ini diperoleh dari hasil uji regresi dengan nilai t hitung = 1,762 dengan tingkat signifikansi 0,084 lebih besar dari 0,05 ($0,084 > 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,273; maka hipotesis ketiga dalam penelitian ini terbukti yaitu *responsiveness* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang.

Hasil pengujian statistik yang telah dilakukan menunjukkan adanya pengaruh positif *assurance* terhadap kepuasan nasabah Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang. Hal ini diperoleh dari hasil uji regresi dengan nilai t hitung = 0,774 dengan tingkat signifikansi 0,442 lebih besar dari 0,05 ($0,442 > 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,137; maka hipotesis keempat dalam penelitian ini terbukti yaitu *assurance* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang.

Hasil pengujian statistik yang telah dilakukan menunjukkan adanya pengaruh positif *emphaty* terhadap kepuasan nasabah Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang. Hal ini diperoleh dari hasil uji regresi dengan nilai t hitung = 1,415 dengan tingkat signifikansi 0,163 lebih besar dari 0,05 ($0,163 > 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,180; maka hipotesis kelima dalam penelitian ini terbukti yaitu *emphaty* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang

Berdasarkan hasil uji F memperlihatkan bahwa pengaruh secara bersamaan dari seluruh variabel independen (*Tangibel*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty*) terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank CIMB Niaga Cabang Lumajang menunjukkan hasil yang signifikan. Hal tersebut ditunjukkan dari besarnya nilai F-hitung sebesar 15,240 dengan tingkat signifikansi 0,000 (kurang dari 0,05).

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiono, Budi, dan Sumarno, (2006), "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit St. Elisabeth Semarang", *EKSPLANASI*, Vol. 1, no. 1, April 2006, p. 1 –18
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*, Edisi Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, Nurmaidah. 2006. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Putri Hijau Medan (Tesis).
- Hasan. 2006. "Pengaruh Kualitas Jasa Bank Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Semarang". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, P 1-14.
- Iswahyudi, Haris. 2009. *Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah di BMT Amanah Ummah*. Skripsi tidak diterbitkan. Surakarta: Program Studi Manajemen Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Surakarta.
- Jogiyanto .2009. *Metodologi Penelitian Bisnis, Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Edisi Kedua BPFE. Yogyakarta
- Kotler, Philip. 1995. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan Implementasi dan Pengadilan*. Jakarta : Salemba Empat.
- Kotler, Philip, 1997. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Control* Jilid I. Edisi Kesembilan. PT Prenhallindo. Jakarta.
- Lupiyoadi, R. 2004. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Jakarta : Salemba Empat
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A., 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat
- Munawaroh, Munjiati. 2000. *Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan pada Industri Pendidikan di Yogyakarta*. Universitas Muhammadiyah Surakarta: JSB No. 5 Vol 2
- Parasuraman, Zeithaml. A.V dan Berry L., 1985. *A Conceptual model of Service Quality: Journal of Retailing*, Vol. 7: 420-450.
- Royne, Maria Stafford, 1994. *How Customer Service Quality*. *Journal of Retail Banking*, Vol xvii, No 2 Summer 1-15.
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat: Jakarta.
- Santoso, Singgih, *SPSS Statistik Multivariat*, 2002, Elek Media Komputindo, Jakarta
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- Susanto, (2001), Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah BPR-BKK KarangmalangKabupaten Sragen, Tesis tidak dipublikasikan, MM-UMS, Surakarta.
- Sutrayoga dan Pramudana, 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Bengkel Mobil Paramitha Auto Graha Denpasar*. Fakultas Ekonomi Universitas Udayana (Unud) Bali. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Bayu Media Publishing.
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Service, Quality dan Satisfaction* Edisi 4. Yogyakarta : Penerbit Andi Yogyakarta.
- Transtianingzah, Fia. 2006. Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Cabang Solo (Tesis).
- Sulistyan, R. B., Pradesa, H. A., & Kasim, K. T. (2017). Peran Mediasi Kepuasan dalam Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Institusi terhadap Retensi Mahasiswa. *Wiga: Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 7(2), 77-78.

