

Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah

Suharlina^{1✉}, Muh. Ferils²

Universitas Muhammadiyah, Mamuju.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Karossa Kabupaten Mamuju Tengah. Penelitian ini menggunakan dua sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder, menggunakan rumus slovin maka ditarik sampel pada penelitian ini sebanyak 97 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan secara parsial dan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kesimpulan penelitian ini menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$ sehingga variabel tersebut mampu menerangkan dengan baik dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kata kunci: Kualitas pelayanan; kepercayaan; kepuasan

The effect of service quality and trust on customer satisfaction

Abstract

This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction at PT. Madani National Capital Karossa Branch, Central Mamuju Regency. This research uses two data sources used, namely primary data and secondary data, using the slovin formula, a sample was drawn in this study as many as 97 respondents. Has a result of research shows that the quality of service and trust partially and simultaneously have a significant effect on customer satisfaction. The implications of this study state that the service quality variable with a significant value of $0.001 < 0.05$ so that the variable is able to explain well and have a significant effect on customer satisfaction.

Key words: *Quality of service; trust; satisfaction*

PENDAHULUAN

Dunia perekonomian sangat berperan signifikan dalam menguatkan pondasi suatu ekonomi Indonesia. Dengan tangguhnyanya suatu usaha harus memiliki struktur. Ini bertujuan untuk memberikan kontribusi bagi pelaku dan pencipta lapangan kerja untuk mengurangi garis kemiskinan yang sampai sekarang masih menjadi masalah besar di Indonesia.

Salah satu jenis anak usaha yang berada dibawah pegangan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yaitu pada PT. Permodalan Nasional Madani yang menawarkan jasa pembiayaan dalam mengembangkan bisnisnya. Permodalan Nasional Madani sendiri mempunyai dua produk jasa yang ditawarkan kepada calon nasabah yaitu permodalan nasional madani Mekaar dan permodalan nasional madani Ulaam. Dimana permodalan nasional madani Mekaar (membina ekonomi keluarga sejahtera) meluncurkan layanan pinjaman modal untuk perempuan prasejahtera pelaku usaha ultra mikro. Sedangkan permodalan nasional madani Ulaam (Usaha Melalui Unit Layanan Modal Mikro) yaitu menjadi gerai layanan di bawah satu atap atau “one stop shopping” bagi para pengusaha mikro dan kecil, yang dilengkapi dengan berbagai dukungan teknis bagi peminjam. Tujuannya adalah membantu usaha mikro dan kecil agar terus berkembang sekaligus mempercepat kemajuan usahanya.

Permodalan nasional madani cabang karossa untuk saat ini menerapkan produk jasa berupa Mekaar (membina ekonomi keluarga sejahtera) yang hanya diperuntukkan untuk pinjaman layanan modal bagi para perempuan prasejahtera bagi pelaku usaha. Dengan melihat kondisi ekonomi masyarakat yang ada di kecamatan karossa yang sebagian besar masyarakatnya bekerja sebagai petani sawit, dengan adanya permodalan nasional madani ini diharapkan dapat membantu masyarakat terkhusus perempuan prasejahtera. Pemberian modal ini diharapkan mampu untuk memenuhi kebutuhan usaha kecil, mikro dan menengah terhadap peningkatan produksi, keperluan perdagangan dan peningkatan utility of place.

Perkembangan dunia usaha di lembaga pembiayaan dan pemberian modal terus berkembang di kecamatan karossa sehingga terjadi persaingan diantara pembiayaan tersebut. Sebutlah koperasi simpan pinjam yang jaraknya tidak terlalu jauh dari tempat penelitian. Dalam hal tersebut, permodalan nasional madani harus mampu memberikan pelayanan serta mutu produk yang dapat mempertahankan para nasabahnya atau bahkan dapat menarik nasabah sebanyak-banyaknya. Sebab, antara permodalan nasional madani cabang karossa dan koperasi simpan pinjam sama-sama berkelud di bisnis pembiayaan yang menawarkan jasa dalam memasarkan produknya. Menurut survey nasabah lebih memilih pembiayaan yang mempunyai bunga rendah dibanding pembiayaan yang bunganya tinggi dan permodalan nasional madani mampu menjawab hal tersebut yaitu dengan bunga yang rendah mereka mampu mengumpulkan nasabah dalam jumlah yang besar. Dalam mencapai suatu tujuan perusahaan ini harus meningkatkan kualitas pelayanan yang prima serta memberikan rasa aman kepada nasabah, hal ini merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu perusahaan. Dalam persaingan suatu usaha bisnis permodalan bukan hanya mampu mencapai target, tetapi kualitas sumber daya manusia juga menjadi modal utama dalam meningkatkan pendapatan perusahaan. Di perusahaan ini sendiri memiliki pegawai yang handal dibidangnya, ada dua posisi dalam sistem kepegawaian mereka yaitu Finance Administrator Officer (FAO) dan Account Officer (AO). Sebagai pegawai kontrak mereka harus mampu mematuhi aturan yang telah dibuat oleh perusahaan tersebut.

PNM cabang karossa dalam memasarkan produknya mereka menawarkan kualitas jasa yakni permodalan berupa peningkatan usaha mikro, kecil dan menengah terkhusus untuk perempuan agar lebih produktif yang membuat calon nasabah tertarik untuk mengambil permodalan tersebut, selain itu bunga yang ditawarkan cukup rendah yaitu sebesar 2% dalam jangka waktu satu tahun dan angsuran dibayar setiap minggunya, sedangkan koperasi simpan pinjam dalam menawarkan jasanya mematok bunga sebesar 2,5% dan ini lebih tinggi dari pada permodalan nasional madani cabang karossa. Menurut Fandy Tjiptono (2011:331) “Pada prinsipnya kualitas jasa (dalam hal ini adalah kualitas pelayanan) berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan nasabah”. Kualitas pelayanan dapat menimbulkan loyalitas nasabah untuk kemungkinan besar menarik nasabah baru. Kualitas yang diberikan oleh perusahaan kepada nasabah akan memberikan persepsi nasabah atas nasabah terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Oleh karena itu, perlu dilakukan evaluasi untuk mengetahui apakah suatu perusahaan sudah memberikan pelayanan yang terbaik atau belum sama sekali.

Rendahnya kualitas pelayanan dapat mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah berkurang atau bahkan tidak puas sama sekali dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Nasabah sangat tergantung pada pemenuhan produk, layanan serta berbagai tingkat konsistensi dan hasil aktual. Apabila nasabah mengharapkan pelayanan yang tinggi dan ia merasakan lebih dari apa yang diharapkan dan tetap menggunakan produk atau pelayanan tersebut, maka dapat dikatakan nasabah tersebut percaya. Sebaliknya, bila nasabah mengharapkan tingkat pelayanan tertentu, dan pada kenyataannya nasabah tersebut menerima pelayanan yang rendah dari kualitas yang diharapkan, maka dapat dikatakan bahwa nasabah tersebut tidak percaya atau dengan kata lain kecewa. Dalam hal ini selain kualitas pelayanan yang ditingkatkan, kepercayaan juga menjadi penentu berhasil tidaknya perusahaan ini mencapai target yang telah di rencanakan.

Tingkat kepercayaan nasabah pada Permodalan Nasional Madani cabang karossa sangat tergantung pada pemenuhan produk, layanan serta berbagai tingkat konsistensi dan hasil aktual. Sehingga tujuan yang ingin dicapai oleh PNM ini jelas dan tidak salah sasaran. Adapun masalah yang timbul akibat kurangnya komunikasi yang baik antar nasabah menjadi salah satu acuan untuk perbaikan kualitas pelayanan yang lebih baik lagi kepada karyawan untuk meningkatkan kualitas mutu perusahaan. Selain dari kualitas pelayanan yang dapat menimbulkan kepuasan nasabah, kepercayaan merupakan faktor yang sangat penting, karena tanpa adanya sebuah kepercayaan maka nasabah tidak akan pernah menyimpan dananya dipenyedia jasa. Maka dari itu, Permodalan Nasional Madani Cabang Karossa harus mampu menjaga kepercayaan dari nasabah bahwa dana yang disimpan aman. Kepercayaan timbul karena adanya pengalaman masa lalu dan interaksi sebelumnya. Kepercayaan muncul ketika suatu kelompok percaya bahwa suatu tindakan dari kelompok lain akan memberikan hasil perubahan yang positif baginya. Dengan demikian kepercayaan nasabah merupakan suatu rasa aman dalam interaksinya terhadap sesuatu yang diinginkan dan akan memberikan hasil yang positif dan keuntungan bagi nasabah. Kurangnya suatu kepercayaan yang dimiliki nasabah terhadap PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Karossa akan menurunkan kepuasan bagi nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Mulyo (2007) dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah pada BPR Bank Pasar Kendal” menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan dan komitmen nasabah yang pada gilirannya akan berpengaruh secara positif signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Tinjauan Pustaka

Manajemen Pemasaran

Bila dipelajari dari berbagai literatur tentang manajemen pemasaran, maka nampak bahwa istilah manajemen pemasaran memiliki tiga pengertian, untuk lebih jelasnya berikut uraian tentang pengertian manajemen pemasaran tersebut.

Pertama, menurut Kotler dan Armstrong (2015:146) “Manajemen pemasaran sebagai kegiatan penganalisisan, pelaksanaan dan pengawasan program-prpogram yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi.

Kedua, menurut Suparyanto & Rosad (2015:1) “Manajemen pemasaran sebagai kegiatan penganalisisan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun dan memelihara keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi atau perusahaan dalam jangka panjang.

Ketiga, menurut Ben M. Enis dalam Buchari Alma (2014:130) “Manajemen pemasaran adalah proses untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh individu atau perusahaan.

Dari definisi yang diberikan oleh para ahli diatas tersebut, maka dapat ditarik sebagai kesimpulan bahwa manajemen pemasaran secara umum adalah suatu proses dalam penganalisisan, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian suatu program yang dibentuk dalam rangka untuk mencapai tujuan suatu individu atau perusahaan dengan cara yang efektif dan efisien.

Kualitas Pelayanan

Perusahaan dalam mempertahankan eksistensinya dan tetap menduduki puncak nomor satu lebih unggul dari pesaingnya, kuncinya adalah mampu memenuhi harapan konsumen mengenai mutu jasa. Kualitas pelayanan dimaksudkan untuk memberikan rasa nyaman kepada nasabah saat melakukan pengambilan kedua atau bahkan lebih, hal ini berdampak positif terhadap citra perusahaan di mata masyarakat luas. Jadi integritas karyawan dalam melayani nasabah harus mampu memberikan rasa puas

dengan cara berkomunikasi yang baik, peduli kepada nasabah setiap ada keluhan, memberikan jasa sesuai perjanjian dan serta mampu menjaga kepercayaan dari nasabah tersebut.

Menurut Ibrahim dalam Hardiansyah (2011:40) “Kualitas pelayanan sebagai suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan dimana penelitian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan publik tersebut”.

Menurut Tjiptono (2014:268) “Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan”. Menurut Kasmir (2017:47) “Kualitas pelayanan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi yang bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan”.

Berdasarkan penjelasan tersebut diatas maka dapat ditarik sebagai kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah harapan masyarakat sebagai penerima layanan, mengharapkan tingkat keunggulan-keunggulan terhadap setiap jasa yang ditawarkan agar keinginan pelanggan atau nasabah tersebut dapat terpenuhi dengan baik.

METODE

Lokasi penelitian ini berada di PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Karossa Kabupaten Mamuju Tengah. Waktu penelitian yang dibutuhkan kurang lebih dua bulan, yaitu dimulai pada bulan Agustus sampai pada bulan September 2021.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan data kualitatif, dalam penelitian ini ada dua sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu diambil dari data primer adalah seluruh nasabah PT. Permodalan Nasional Madani di Kecamatan Karossa kabupaten Mamuju Tengah yang berjumlah 2.982 pada tahun 2020.

Dalam penelitian ini tehnik sampel yang digunakan yaitu tehnik non probability sampling, dengan metode acedential sampling, “dimana suatu metode pengambilan sampel dengan mengambil responden yang kebetulan ada atau tersedia di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian” (Notoatmodjo, 2010).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Reliabilitas

Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan cronbach alpha. Adapun ketentuannya yaitu nilai cronbach alpha > 0,6. apabila nilai perhitungan melalui spss menghasilkan angka cronbach alpha lebih besardari 0,6 dapat disimpulkan kuesioner yang dimaksud reliabel dan berlaku sebaliknya.

Tabel 1.
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas pelayanan (x1)	0,940	Reliabel
Kepercayaan (x2)	0,932	Reliabel
Kepuasan Nasabah (y)	0,935	Reliabel

Berdasarkan perbandingan pada tabel 24 diatas semua nilai cronbach alpha dari hasil pengolahan data pada spss menunjukkan semua angka pada masing-masing variabel memenuhi standar reliable atau lebih besar dari 0,60 sehingga alat ukur dalam penelitian ini semuanya valid dan memenuhi standar penelitian.

Pengujian Analisis Regresi Linear Berganda

Sebelum memulai menghitung hasil analisis linear berganda adapun rumus mencari ttabeladalah:

Cara menguji ttabel

Rumus: = $N - K$

= $97 - 3$

= 94

N = Jumlah responden

K = Jumlah variabel X dan Y

Jadi, ttabel = 1,66123 (cara pendapatan nilai dapat dilihat pada tabel ttabel).

Cara mencari Ftabel

Rumus: $df1 = K - 1$

= $3 - 1$

$$= 2$$

$$df2 = N - K$$

$$= 97 - 3$$

$$= 94$$

K = Jumlah semua variabel baik dependen maupun independen

N = Jumlah responden

Jadi, $F_{tabel} = 3,093$ (cara pendapatan nilai dapat dilihat pada nilai tabel F_{tabel}).

Metode regresi linear berganda dimaksudkan untuk mengetahui eratnya hubungan antar kedua variabel yaitu variabel dependent dan variabel independent. Pengelolaan data dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS (Statistical Package for Social Science).

Berikut uraian hasil pengolahan data regresi linear berganda menggunakan software SPSS seri 22.0:

Tabel 2.
Hasil Analisis Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	
1						
	(Constant)	2,963	1,157		2,561	,012
	Kualitas Pelayanan	,353	,100	,358	3,525	,001
	Kepercayaan	,537	,108	,505	4,978	,000

Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil analisis statistic coefficients pada tabel diatas, output persamaan regresi linear berganda tersebut dapat ditafsirkan sebagai berikut:

Konstanta

Nilai konstanta pada persamaan regresi linear berganda pada output tersebut sebesar 2,963 yang berarti bahwa jika nilai variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan dalam keadaan tetap atau tidak mengalami perubahan, maka nilai kepuasan nasabah adalah sebesar 2,963;

$b_1 = 0,353$, yang berarti bahwa jika variabel kualitas pelayanan meningkat satu satuan, maka kepuasan nasabah juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,353 dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau dalam kondisi konstan;

$b_2 = 0,537$, yang artinya bahwa jika variabel kepercayaan meningkat satu satuan, maka kepuasan nasabah juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,537 dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau dalam kondisi konstan;

Berdasarkan uraian pada tabel diatas maka dapat diketahui bahwa dari kedua variabel independen, variabel kepercayaan (X2) paling dominan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Hal tersebut dikarenakan nilai koefisien regresi variabel kepercayaan yang paling besar jika dibandingkan dengan variabel kualitas pelayanan yaitu sebesar 0,537 dengan tingkat signifikan 0,000. Oleh karena itu, maka hipotesis dalam penelitian ini diterima.

Pengujian Signifikansi Secara Parsial (Uji t)

Berdasarkan hasil analisis statistic coefficients Sig pada tabel 25 diatas, pengujian masing-masing variabel secara parsial atau satu persatu dapat dijelaskan sebagai berikut:

Hasil analisis untuk variabel kualitas pelayanan (X1), diperoleh nilai Sig = 0,001 < $\alpha = 0,05$ dan $t_{hitung} = 3,525 > t_{tabel} = 1,66123$. Hal ini menunjukkan arti bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Karossa Kabupaten Mamuju Tengah; dan

Hasil analisis untuk variabel kepercayaan (X2), diperoleh nilai Sig = 0,000, dengan menggunakan batas signifikan $\alpha = 0,05$ dapat diketahui bahwa nilai Sig = 0,000 < $\alpha = 0,05$ dan $t_{hitung} = 4,978 > t_{tabel} = 1,66123$. Hal ini berarti bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Karossa Kabupaten Mamuju Tengah.

Pengujian Signifikansi Secara Simultan (Uji F)

Hasil perhitungan uji signifikan secara simultan (Uji F) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.
Hasil Signifikansi Secara Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model		Sum of squares	Df	Mean square	F	Sig.
1	Regression	1256.207	2	628,104	99.022	0,000
	Residual	596,246	94	6,343		
	Total	1852,454	96			

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai Sig = 0,000, dengan menggunakan batasan signifikan $\alpha = 0,05$, dengan demikian kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Permodalan Nasional Madani cabang karossa kabupaten mamuju tengah. Dan nilai Fhitung = 99,022 > Ftabel = 3,093 kualitas pelayanan dan kepercayaan secara bersama-sama dapat menerangkan kepuasan nasabah pada Permodalan Nasional Madani Cabang Karossa Kabupaten Mamuju Tengah.

Analisis Angka Koefisien Determinasi

Tabel 4.
Hasil Koefisien Korelasi (R) Determinasi (R2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,823a	0,678	0,671	2,519

Berdasarkan hasil tabel diatas menjelaskan bahwa besarnya koefisien korelasi (R) sebesar 0,823 termasuk dalam kategori hubungan yang kuat. Nilai dari R Square sebesar 0,678 atau 67,8% mampu menjelaskan korelasi variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah. Adapun nilai dari Adjusted R square sebesar 0,671 atau 67,1% yang berarti bahwa mampu menjelaskan korelasi variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah di permodalan nasional madani cabang karossa, namun terdapat beberapa variabel lain yang mempengaruhi terhadap kepuasan nasabah yaitu sebesar 32,9%.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan secara parsial dan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Karossa Kabupaten Mamuju Tengah. Pembahasan mengenai pengaruh variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah dapat diuraikan sebagai berikut:

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah

Kualitas pelayanan terbaik yang diberikan oleh suatu perusahaan jasa kepada para nasabahnya dapat menjadi acuan bagi para nasabah untuk tetap bertahan menjadi nasabah atau memilih dan memutuskan untuk tidak menjadi bagian dari perusahaan jasa tersebut. Hal ini ditunjukkan dengan melihat seberapa besar peningkatan nasabah setiap tahun, karyawan yang memberikan pelayanan terbaik bagi nasabah menjadi nilai plus yang harus dipertahankan dan ditingkatkan oleh para karyawan PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Karossa Kabupaten Mamuju Tengah agar nasabahnya tidak berpindah ke jasa pembiayaan lain. Dalam hasil penelitian ini kualitas pelayanan yang diberikan karyawan mendapat nilai yang baik dari para nasabah, dibuktikan dengan hasil pengujian variabel kualitas pelayanan yang berpengaruh positif dan signifikan.

Berdasarkan peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Ahmad Guspul pada tahun 2014 yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (studi kasus pada Nasabah Kospin Jasa Cabang Wonosobo)" hasil dari penelitian tersebut adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada Kospin Jasa Cabang Wonosobo.

Oleh karena itu implikasi hasil penelitian ini atas ilmu pengetahuan dapat dijadikan sebagai acuan untuk peneliti selanjutnya dimasa yang akan datang yang melakukan penelitian dengan topik yang sama.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah

Kepercayaan merupakan bentuk pemberian nilai yang baik atau apresiasi nasabah kepada jasa yang ditawarkan, Dan ini biasanya terjadi kepada nasabah yang memiliki pengalaman masa lalu tentang produk jasa yang ditawarkan PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Karossa kepada para nasabahnya.

Hasil penelitian ini membuktikan hubungan pengaruh yang signifikan antara kepercayaan terhadap kepuasan nasabah dengan besaran nilai t hitung $>$ t tabel. Hal tersebut mengidentifikasi adanya hubungan yang searah antara kepercayaan terhadap kepuasan nasabah dapat ditingkatkan dengan baik, maka kepuasan nasabah akan meningkat.

Berdasarkan peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Kirana Apsari Ayuningtyas dan Salim Siregar pada tahun 2021 yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Mandiri Cabang Alam Sutera Tangerang)" hasil dari penelitian tersebut adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Mandiri Cabang Alam Sutera Tangerang. Oleh karena itu implikasi hasil penelitian ini atas ilmu pengetahuan dapat dijadikan sebagai acuan untuk peneliti selanjutnya dimasa yang akan datang.

Dari pemaparan hasil pengujian diatas menyatakan kepercayaan lebih dominan berpengaruh dibandingkan kualitas pelayanan. Ini menunjukkan bahwa di PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Karossa kualitas pelayanan yang ditawarkan masih rendah. Salah satu faktor penyebabnya adalah kurangnya komunikasi yang terjalin antara nasabah dan pegawai, dari hasil penelitian ini bisa menjadi acuan untuk perbaikan kedepannya terkhusus untuk pegawai dan nasabah pada umumnya. Selain meningkatkan kualitas pelayanan dalam hal komunikasi, skill pegawai juga perlu ditingkatkan dalam hal ini kemampuan menguasai pekerjaan dibidang masing-masing.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : Hasil uji parsial dengan menggunakan regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$ sehingga variabel tersebut mampu menerangkan dengan baik dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah;

Hasil uji parsial dengan menggunakan regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel kepercayaan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah; dan

Kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan dengan nilai $0,000 > 0,05$ dan nilai F hitung $99,022 > F$ tabel. dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima atau hipotesis diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Subagyo. 2010. *Marketing In Business*. Edisi Pertama, Cetakan Pertama. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* Bandung: CV Alfabetha.
- A., Morisson M, dkk. 2012. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: Kencana.
- Anggraini, S., Fatihuddin, D., & Roosmawarni, A. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Jatim Kcp Pogot Surabaya* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surabaya).
- Armstrong, Kotler. 2015: *Marketing In Introduction* Pretince Hall Twelfth Edition. England: Pearson Education, Inc.
- Ayuningtyas, K. A. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bank Mandiri Cabang Alam Sutera Tangerang)*. *Jurnal Manajemen*, 11(1), 63-76.
- Donni Juni Priansa. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Dwi, Ariani dan Febrina, Rosnita. 2010. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Membentuk Loyalitas Pelanggan*.
- Erik Siswoyo. 2009. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Jateng Pemuda Semarang*.
- Fandy, Tjiptono. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Fandy, Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran*, Ed. 3 Yogyakarta, Andi.

- Fandy, Tjiptono. 2016. *Service, Quality Dan Satisfaction*. Yogyakarta Andi.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariated dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Hardianysah, 2011. *Kualitas Pelayanan Public, Konsep, Dimensi, Indicator dan Implementasinya*. Yogyakarta: Gava Media.
- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent*. PT Raja Grafindo Persada. Depok.
- Kotler, Keller. 2012. *Marketing Management, 14 Th*, Person Education.
- Maharani, A. D. 2010. *Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang*. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Mulyo Budi Setiawan Dan Ukudi. 2007. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BPR Bank Pasar Kendal*.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabetha.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*
- Suparyanto dan Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. In media. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset, Yogyakarta.