

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT.Permodalan Nasional Madani (Persero),Tbk Cabang Rejang Lebong

Penulis:

Cikit Apriyanti¹
Lizvan M Sitorus²
Maya Novianti³
Riya Notavia⁴

Afiliasi:

^{1,2,3,4}Program Studi
Akuntansi Fakultas
Ekonomi Universitas
Pat Petulai

Korespondensi:

apriyantickit09@gmail
.com

Histori Naskah:

Submit: 03-11-2023
Accepted: 04-11-2023
Published: 05-11-2023

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Permodalan Nasional Madani (Persero), Tbk Cabang Rejang Lebong. Responden penelitian ditentukan dengan menggunakan metode simple random sampling sehingga diperoleh 60 nasabah. Adapun alat analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi linier berganda yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel dan uji keseluruhan variabel. Variabel tangible mempunyai nilai t-hitung 0.72 lebih besar dari nilai t-table 0.67906 dengan nilai signifikansi $0.943 > 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel tangible berpengaruh dan signifikan. Variabel reliability mempunyai nilai t-hitung 1.310 lebih besar dari nilai t-table 0.67906 dengan nilai signifikansi $0.196 > 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel reliability berpengaruh dan signifikan. Variabel Responsiveness mempunyai nilai t-hitung 1.919 lebih besar dari nilai t-table 0.67906 dengan nilai signifikansi $0.60 > 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel responsiveness berpengaruh dan signifikan. Variabel Empathy mempunyai nilai t-hitung 2.031 lebih besar dari nilai t-table 0.67906 dengan nilai signifikansi $0.047 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Empathy berpengaruh dan tidak signifikan. Variabel Assurance mempunyai nilai t-hitung 3.414 lebih besar dari nilai t-table 0.67906 dengan nilai signifikansi $0.001 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Assurance berpengaruh dan tidak signifikan. Hasil uji f-hitung diperoleh nilai 18.098 lebih besar dari nilai f-tabel 2,3683 sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil uji keseluruhan variabel secara bersama berpengaruh nyata terhadap kepuasan nasabah.

Kata kunci: Kepuasan, Kualitas Pelayanan, PNM, Rejang Lebong

Pendahuluan

Kemajuan perekonomian global yang tercermin dari terbukanya perdagangan bebas dan perkembangan teknologi serta informasi mendorong juga pertumbuhan di sektor jasa. Peluang bisnis banyak yang muncul dari sektor ini, demikian pula dengan kesempatan kerjanya yang semakin luas. Di Indonesia perkembangan sektor jasa juga berlangsung pesat. Kenyataan ini mendorong adanya peningkatan minat dan perhatian, baik dari kalangan akademisi maupun praktisi untuk menelaah dan mengkaji berbagai permasalahan dalam sektor jasa (Effendi, Suroso, and Subagio 2008).

Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para konsumen atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan membandingkan persepsi konsumen atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan. Definisi mutu jasa berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen (JS and Andayani 2019).

Loyalitas merupakan sebuah komitmen atau janji yang harus disepakati oleh pembeli terhadap produsen atau penjual di kesempatan yang akan datang. Seorang pebisnis harus merebut loyalitas pelanggan dengan berbagai cara, mulai dari produk yang mereka jual, pelayanan yang mereka berikan dan faktor-faktor lain yang membuat pelanggan loyal terhadap perusahaan. Loyalitas pelanggan sangat berpengaruh terhadap kelangsungan bisnis perusahaan, jika penjual dapat mempertahankan loyalitas tersebut, maka penjual bisa memenangkan persaingan dari kompetitornya (Andalusi 2021).

PNM adalah salah satu lembaga yang bergerak di bidang jasa keuangan, sebagai lembaga jasa keuangan mempunyai fungsi sebagai perantara keuangan yang memobilisasi dana dari masyarakat dan menyalurkannya kepada masyarakat lain dalam bentuk kredit. Mempunyai banyak nasabah adalah tujuan utama dari sebuah PNM karena semakin banyak nasabah akan semakin banyak juga keuntungan yang di dapatkan. Pada dasarnya perusahaan jasa termasuk perbankan merupakan bisnis yang mengandalkan kepercayaan sebagai kekuatan bisnisnya karena kepercayaan merupakan dasar terciptanya hubungan baik antara perusahaan dengan nasabahnya (Setyowati et al. n.d.).

PT. Permodalan Nasional Madani membuka cabang PNM di Kabupaten Rejang Lebong pada tahun 2020 dimana terdapat dua unit yaitu di wilayah Kecamatan Curup Timur dan Curup Tengah dimana PT. Permodalan Nasional Madani membagi wilayah garapan masing-masing. Desa Barumanis merupakan garapan PNM membina ekonomi keluarga sejahtera syariah Curup Timur yang nasabahnya yang memiliki usaha yang dijalankannya seperti (menjual makanan, menjual produk, menanam sayur mayur, padi, tomat dan lain lain). Untuk meningkatkan jumlah nasabah sendiri PT PNM sendiri harus memberikan pelayanan prima yang mampu meningkatkan jumlah nasabah. Berdasarkan data yang diperoleh terdapat sejumlah 150 nasabah aktif yang ada di wilayah Desa Barumanis dimana jumlah tersebut merupakan nasabah yang sejak tahun 2020 secara aktif menerima kredit dari PT PNM. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Permodalan Nasional Madani (Persero), Tbk Cabang Rejang Lebong

Studi Literatur

Kualitas Pelayanan

Menurut (Andalusi 2021) Kualitas pelayanan yang merupakan sebuah usaha sistematis yang terus dilakukan perusahaan agar dapat memenuhi kriteria kepuasan pelanggan. Lalu apa yang disampaikan Philip Kotler (2002:83) dalam (Andalusi 2021) kualitas pelayanan adalah Sebuah tindakan nyata dimana harus diimplementasikan oleh pihak tertentu kepada suatu pihak dimana tidak memiliki wujud nyata dan sebuah keterikatan kepemilikan.

Kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang kuat dan dapat menciptakan loyalitas nasabah terhadap bank yang memberikan pelayanan yang menyenangkan. kualitas pelayanan adalah pandangan nasabah tentang keunggulan suatu produk (jasa) yang LPD berikan. Salah satu poin penting guna mempertahankan nasabah adalah dengan melakukan pelayanan yang baik. Tentunya nasabah akan beralih ketempat lain apabila pelayanan yang diberikan tidak maksimal. Karena beraneka ragamnya superioritas LPD tersebut, maka terciptalah kualitas pelayanan masyarakat terhadap LPD. Sehingga diharapkan kualitas pelayanan meningkat, dengan harapan nasabah akan semakin loyal terhadap LPD (Widnyana and Suarmanayasa 2021).

Kepuasan Nasabah

Kepuasan Nasabah merupakan respon pelanggan terhadap ketidakpuasan antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dilakukan setelah pemakaian. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan Nasabah adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas pelayanan berfokus pada

lima dimensi yaitu realibility, responssiveness, assurance, emphaty dan tangible. Kepuasan Nasabah, selain dipengaruhi oleh persepsi kualitas pelayanan, juga ditentukan oleh kualitas produk, harga, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat (Fauziannur 2019). Kepuasan nasabah adalah rasa puas atau kecewa yang timbul setelah melakukan transaksi atau pembelian disuatu perusahaan (Susanti and Syahrian 2019).

Kepuasan pelanggan merupakan suatu evaluasi purna beli, jika kepuasan pelanggan tercapai maka akan timbul loyalitas dari pelanggan, oleh karena itu kepuasan pelanggan merupakan hal yang paling penting bagi perusahaan. Salah satu cara agar kepuasan pelanggan tercapai yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan dari perusahaan itu sendiri. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah elemen penting yang harus dipertanggungjawabkan demi meningkatkan tujuan perusahaan. Kepuasan pelanggan dapat dipahami oleh perusahaan dengan melihat 5 (Lima) dimensi kualitas pelayanan yaitu: bukti fisik (tangible), keandalan (reliability), jaminan (assurance), daya tanggap (responsiveness), dan empati (emphaty) (Posi, et.al 2022)

Pada penelitian (Avicenna, et.al 2023), Kepuasan memiliki hubungan terhadap loyalitas pelanggan menginformasikan dari hasil penelitiannya bahwa kepuasan memiliki hubungan terhadap loyalitas pelanggan. Menurunnya kepuasan nasabah pada pada Perumda BPR Bank Brebes telah berdampak terhadap menurunnya kesetiaan dan kepuasan nasabah. sehingga mereka pindah ke bank lain untuk mendapatkan kepuasan yang maksimal.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan menggunakan pendekatan Kuantitatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang menjelaskan tentang seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat atau dengan kata lain menghubungkan dua variabel atau lebih untuk mempelajari, mendeskripsi, mengungkapkan dan melihat pengaruh antar variabel yang terumus pada hipotesis penelitian (Posi et al. 2022).

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data sejalan dengan penelitian (Putra 2021) sebagai berikut:

1. Studi dokumentasi mengumpulkan dan mengolah data dan informasi yang diperoleh yang berhubungan dengan masalah yang diteliti
2. Studi kepustakaan (library research). Dalam hal ini, peneliti mempelajari buku-bukuyang memuat teori yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti, yaitu melalui tulisan ilmiah, masalah yang ada hubungannya dengan penelitian ini dan dapat membantu memecahkan masalah yang diteliti dan hasilnya akan dijadikan sebagai bahan perbandingan terhadap informasi yang di dapatkan di lapangan.
3. Pengamatan (observasi) yaitu suatu teknik pengumpulan data, dimana responden tidak mengetahui sedang dijadikan sumber data atau penelitian (respondent pasif). Pengamatan terhadap rutinitas dilokasi penelitian, langsung terhadap objek yang diteliti. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini disebut data sekunder.
4. Wawancara yaitu mengadakan kontak langsung dengan para staf dari kepala bagian yang ada hubungannya dengan masalah yang sedang di teliti.
5. Kuesioner yaitu membuat pertanyaan / kuesioner yang akan dibagikan kepada responden yang menjadi objek penelitian dengan cara memilih salah satu jawaban yang telah dipersiapkan pada lembaran kuesioner, dan penilaian yang dilakukan dengan menggunakan skala likert. Skala likert yang digunakan yaitu:
 - a. Sangat Puas (SP) dengan skor 5, b. Puas (P) dengan skor 4, c. Kurang Puas (KP) dengan skor 3, d. Tidak Puas (TP) dengan skor 2, e. Sangat Tidak Puas (STP) dengan skor 1
6. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis, metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan analisis Regresi Linier Berganda dengan persamaan :

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + \beta_6X_6 + \varepsilon$$

Di mana :

Y = kepuasan nasabah

α = konstanta

β = koefisien regresi

ε = Standard error

X₁ = Tangible

X₂ = reliability

X₃ = responsiveness

X₄ = empathy

X₅ = assurance

Hasil

Uji Validitas

Uji validitas adalah membandingkan r hitung dan r tabel. Apabilah hitung lebih kecil dari r tabel maka kuisioner kita bisa dikatakan valid. Hasil uji validitas dikonsultasikan $\alpha = 0,05$ atau (5%) dengan $n = 60$ maka nilai r tabel = 0,254.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
T1	0.644	0,254	Valid
T2	0.566	0,254	Valid
T3	0.615	0,254	Valid
T4	0.592	0,254	Valid
R1	0.560	0,254	Valid
R2	0.411	0,254	Valid
R3	0.595	0,254	Valid
R4	0.471	0,254	Valid
Res1	0.322	0,254	Valid
Res2	0.286	0,254	Valid
Res3	0.548	0,254	Valid
Res4	0.644	0,254	Valid
E1	0.567	0,254	Valid
E2	0.569	0,254	Valid
E3	0.548	0,254	Valid
E4	0.543	0,254	Valid
A1	0.578	0,254	Valid
A2	0.458	0,254	Valid
A3	0.657	0,254	Valid
A4	0.612	0,254	Valid
Kepuasan Nasabah.1	0.640	0,254	Valid
Kepuasan Nasabah.2	0.380	0,254	Valid
Kepuasan Nasabah.3	0.613	0,254	Valid
Kepuasan Nasabah.4	0.485	0,254	Valid

Sumber : Hasil Olah Data Primer SPSS, 2023.

Hasil uji validitas terhadap masing-masing item diketahui bahwa seluruh item pernyataan valid dimana dari 5 dimensi terdapat 20 pernyataan yang telah diisi oleh 60 responden dimana secara keseluruhan item pernyataan mempunyai nilai r hitung lebih besar dari nilai r table yaitu sebesar 0.254.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah butir-butir pernyataan dalam koesioner penelitian konsisten atau tidak. Dalam penelitian ini uji reliabilitas dilakukan kepada koesioner yang telah diisi oleh 60 responden (nasabah) PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Rejang Lebong.

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas Cronbach Alpha's

Variabel	Cronbach Alpha's	Keterangan
Tangibility	0,903	Reliabel
Reliability	0,795	Reliabel
Responsiveness	0,474	Reliabel
Assurance	0,804	Reliabel
Empaty	0,821	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0,634	Reliabel

Sumber : Hasil Olah Data Primer SPSS, 2023.

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki Cronbach Alpha lebih dari 0.60 ($\alpha < 0.60$), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel X dan Y adalah reliabel.

Uji Regresi Linier Berganda

Hasil pengolahan data regresi linier Berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS maka diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 3. Uji T

Model	b	Std Error	t	sig	t-tabel
(Constant)	1.815	1.505	1.206	.233	
Tangible_total	.005	.071	.072	.943	0.67906
Reliability_total	.120	.091	1.310	.196	0.67906
Responsiveness_total	.243	.127	1.919	.060	0.67906
Empathy_total	.167	.082	2.031	.047	0.67906
Assurance_total	.336	.098	3.414	.001	0.67906

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2023

berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa :

1. Variabel tangible mempunyai nilai t-hitung 0.72 lebih besar dari nilai t-table 0.67906 dengan nilai signifikasi $0.943 > 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel tangible berpengaruh dan signifikan
2. Variabel reliability mempunyai nilai t-hitung 1.310 lebih besar dari nilai t-table 0.67906 dengan nilai signifikasi $0.196 > 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel reliability berpengaruh dan signifikan
3. Variabel Responsiveness mempunyai nilai t-hitung 1.919 lebih besar dari nilai t-table 0.67906 dengan nilai signifikasi $0.60 > 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel responsiveness berpengaruh dan signifikan
4. Variabel Empathy mempunyai nilai t-hitung 2.031 lebih besar dari nilai t-table 0.67906 dengan nilai signifikasi $0.047 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Empathy berpengaruh dan tidak signifikan

5. Variabel Assurance mempunyai nilai t-hitung 3.414 lebih besar dari nilai t-table 0.67906 dengan nilai signifikasi $0.001 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variable Assurance berpengaruh dan tidak signifikan

Tabel 4. Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F
Regresion	138.238	5	27.648	18.098
Residual	82.495	54	1.528	
Total	220733	59		

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2023

Hasil uji f-hitung diperoleh nilai 18.098 lebih besar dari nilai f-tabel 2,3683 sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil uji keseluruhan variabel secara bersama berpengaruh nyata terhadap kepuasan nasabah.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa secara parsial (uji t) diketahui bahwa variabel Tangible, Reliability, Responsiveness, Empathy, Assurance dalam pengujian mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah, akan tetapi berdasarkan hasil uji signifikasi di ketahui bahwa variabel Tangible, Reliability, Responsiveness mempunyai nilai signifikasi lebih dari 0,05 sedangkan variabel Empathy dan Assurance mempunyai nilai signifikasi kurang dari 0,05. Uji simultan (uji f) menyatakan bahwa nilai f-hitung lebih besar dari nilai f-tabel sehingga disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh nyata terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Engkur 2018) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Di DKI Jakarta menyatakan bahwa Tidak terdapat pengaruh positif signifikan variabel *tangible* terhadap kepuasan nasabah bank syariah. Artinya meskipun bank syariah mampu menyediakan penampilan fisik yang menarik namun tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Nasabah bank syariah merasa aspek ini sudah cukup baik namun aspek ini tidak menjadi faktor yang dapat meningkatkan atau menurunkan kepuasan nasabah bank syariah di DKI Jakarta. Terdapat pengaruh positif signifikan variabel *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah bank syariah. Artinya bank syariah melalui para karyawannya mampu memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, dan hal ini dapat memuaskan para nasabahnya. Aspek *responsiveness* menjadi faktor yang dapat menaikkan atau menurunkan kepuasan nasabah bank syariah di DKI Jakarta. Tidak terdapat pengaruh positif signifikan variabel *reliability* terhadap kepuasan nasabah bank syariah. Artinya meskipun bank syariah mampu memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan akurat, namun tidak dapat menciptakan kepuasan nasabah. Nasabah bank syariah merasa aspek ini sudah cukup baik namun aspek ini tidak menjadi faktor yang dapat meningkatkan atau menurunkan kepuasan nasabah bank syariah di DKI Jakarta. Tidak terdapat pengaruh positif signifikan variabel assurance terhadap kepuasan nasabah bank syariah. Artinya meskipun para karyawan bank syariah memiliki pengetahuan, kemampuan, kesopanan yang baik namun tidak dapat menciptakan kepuasan nasabah. Nasabah bank syariah merasa aspek ini sudah cukup baik namun aspek ini tidak menjadi faktor yang dapat meningkatkan atau menurunkan kepuasan nasabah bank syariah di DKI Jakarta. Terdapat pengaruh positif signifikan variabel *Empathy* terhadap kepuasan nasabah bank syariah. Artinya adanya kemudahan dalam melakukan komunikasi, perhatian dan memahami kebutuhan nasabah yang diberikan dapat menciptakan kepuasan nasabah. Aspek *responsiveness* menjadi faktor yang dapat menaikkan atau menurunkan kepuasan nasabah bank syariah di DKI Jakarta. Terdapat pengaruh positif signifikan variabel *compliance to Islamic law* terhadap kepuasan nasabah bank syariah. Artinya kepatuhan bank syariah terhadap hukum islam dalam produk dan

pelayanan dapat menciptakan kepuasan nasabah. Nasabah merasa bahwa bank syariah memberikan kualitas layanan yang baik dalam hal kepatuhan terhadap syariah. Aspek ini menjadi faktor yang dapat menaikkan atau menurunkan kepuasan nasabah bank syariah di DKI Jakarta.

Menurut (Intan & lucky, 2022) hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil penelitian data yang diperoleh thitung lebih besar dari t-tabel. Secara keseluruhan dari hasil penelitian menyatakan ada hubungan yang kuat antara kepuasan nasabah dengan kualitas pelayanan, salah satu dibuktikan dari hasil penelitian koefisien determinasi yaitu variable kepuasan nasabah lebih besar dipengaruhi oleh variable kualitas pelayanan, dibandingkan sisanya yang dipengaruhi oleh variable lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Pada penelitian lainnya (Susanti and Syahrin 2019) Hasil penelitian ini diperoleh persamaan regresi linier $Y = 0,622 + 0,896 X$ yang berarti setiap perubahan nilai variabel kualitas pelayanan akan diikuti oleh perubahan variabel kepuasan nasabah sebesar 0,896. Sedangkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,995 menunjukkan 99,5% kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan sisanya 0,5% dijelaskan oleh variabel yang tidak diteliti. Nilai korelasi sebesar 0,997 menandakan hubungan yang sangat kuat. Hasil uji signifikansi diperoleh nilai probabilitas $0,005 < 0,05$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga diperoleh kesimpulan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Pondok Pinang.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel tangible mempunyai nilai t-hitung 0.72 lebih besar dari nilai t-table 0.67906 dengan nilai signifikansi $0.943 > 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel tangible berpengaruh dan signifikan. Variabel reliability mempunyai nilai t-hitung 1.310 lebih besar dari nilai t-table 0.67906 dengan nilai signifikansi $0.196 > 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel reliability berpengaruh dan signifikan. Variabel Responsiveness mempunyai nilai t-hitung 1.919 lebih besar dari nilai t-table 0.67906 dengan nilai signifikansi $0.60 > 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel responsiveness berpengaruh dan signifikan. Variabel Empathy mempunyai nilai t-hitung 2.031 lebih besar dari nilai t-table 0.67906 dengan nilai signifikansi $0.047 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Empathy berpengaruh dan tidak signifikan. Variabel Assurance mempunyai nilai t-hitung 3.414 lebih besar dari nilai t-table 0.67906 dengan nilai signifikansi $0.001 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Assurance berpengaruh dan tidak signifikan.
2. Hasil uji f-hitung diperoleh nilai 18.098 lebih besar dari nilai f-tabel 2,3683 sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil uji keseluruhan variabel secara bersama berpengaruh nyata terhadap kepuasan nasabah.

Referensi

- Andalusi, Ratih. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsumen PT.BCA Finance, Kantor Pusat Jakarta Selatan)." *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 5(1):80. doi: 10.32493/jpkpk.v5i1.10740.
- Avicenna, Muhadjir, Tabrani Tabrani, and Suwandi Suwandi. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kedekatan Hubungan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah." *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)* 1(2):189–97. doi: 10.47709/jebma.v1i2.2647.
- Effendi, Achmad Dwi, Imam Suroso, and N. Ari Subagio. 2008. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Pinjaman ULaMM (Unit Layanan Modal Mikro) PT PNM (Permodalan Nasional Madani) Unit Jember Kota."

- Engkur, Engkur. 2018. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Di DKI Jakarta.” *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen* 15(01):23–35. doi: 10.36406/jam.v15i01.142.
- Fauziannur, Muhammad. 2019. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Bpd Kaltim Syariah Cabang Samarinda.” *Jurnal Ilmu Ekonomi Mulawarman* 1–18.
- Intan & lucky. 2022. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Cabang Ranotana.” *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)* 3(1):98–105.
- JS, Sudrajad, and Nur Rahma Andayani. 2019. “Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Di Pt Ramajaya Copier.” *Journal of Applied Business Administration* 3(1):119–31. doi: 10.30871/jaba.v3i1.1291.
- Posi, Sahrul Hi., Anggriany Gledyis Katiandagho, and Suharli Manoma. 2022. “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Anggy Salon.” *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)* 2(3):100–108. doi: 10.47709/jebma.v2i3.1821.
- Putra, Suria Alamsyah. 2021. “Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Atas Pelayanan Dengan Demografi Sebagai Variable Moderasi Pada Bank Syariah Cabang Binjai.” *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)* 1(1). doi: 10.47709/jebma.v1i1.962.
- Setyowati, Trias, Haris Hermawan, Fakultas Ekonomi, and Universitas Muhammadiyah. n.d. “(Studi Pada PT . PNM Persero Cabang Bondowoso).” 1–17.
- Susanti, Novia, and Arsyad Syahrin. 2019. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Pada Pt. Bank Syariah Mandiri Cabang Pondok Pinang).” *Jurnal Ilmiah Feasible (Jif)* 1(1):55. doi: 10.32493/jfb.v1i1.y2019.p55-62.
- Widnyana, I. Wayan, and I. Nengah Suarmanayasa. 2021. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Pada LPD.” *Bisma: Jurnal Manajemen* 7(2):181. doi: 10.23887/bjm.v7i2.31923.