

# **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH LEMBAGA PERKREDITAN DESA (LPD) DESA BESAKIH DI KARANGASEM**

Oleh:

**I GUSTI AYU EKAWATI**

## **ABSTRAKSI**

Pelaksanaan pembangunan di daerah pedesaan diperlukan sirkulasi pendanaan dalam jumlah yang cukup besar, sehingga dalam hal ini pemerintah Bali berusaha memberikan bantuan dana tersebut melalui berbagai macam program kredit di pedesaan. Program kredit tersebut bertujuan untuk membantu masyarakat pedesaan dalam memperoleh tambahan dana. Pelaksanaan pemberian kredit dan pengelolaan perkreditan bank yang telah disusun secara konsekuen dan konsisten. Karena masalah kredit macet ini memerlukan penanganan yang serius dan diduga kredit macet ini menjadi lahan empuk dari pelaku kejahatan perbankan. Pada penelitian ini diambil rumusan masalah yaitu yang bagaimana pengaruh dimensi bentuk fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan kepedulian (*empathy*) secara simultan dan parsial terhadap kepuasan nasabah LPD Besakih? dan dimensi kualitas pelayanan yang manakah yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan nasabah LPD Besakih? Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh dimensi bentuk fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan kepedulian (*empathy*) secara simultan dan parsial terhadap kepuasan nasabah LPD Besakih dan untuk menganalisis dimensi kualitas pelayanan yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan nasabah LPD Besakih.

Obyek dalam penelitian ini adalah bidang manajemen pemasaran yang meliputi dimensi bentuk fisik (*tangibles*), keandalan (*rehability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Jumlah responden sebanyak 98 responden. Pengumpulan data menggunakan wawancara dan kuisisioner dengan skala likert. Teknik analisa data menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan persamaan garis regresi linier berganda adalah :  $Y = 20,682 + 0,097X_1 + 0,196X_2 + 0,294X_3 + 0,203X_4 + 0,192X_5$  dapat dinyatakan ada pengaruh yang positif antara *tangible*, *reliability*, *assurance*, *responsiveness* dan *emphaty* secara simultan terhadap kepuasan nasabah, atau dengan kata lain kepuasan nasabah dipengaruhi secara serempak oleh *Tangible*, *Reliability*, *Assurance*, *Responsiveness*, *Emphaty*. Hal ini didasari oleh pengujian hipotesis didapat  $t_1$ -hitung adalah 3,199,  $t_2$ -hitung adalah 6,492,  $t_3$ -hitung adalah 20,400,  $t_4$ -hitung adalah 13,919,  $t_5$ -hitung adalah 11,203 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,6. F-hitung adalah 212,978 lebih besar dari F-tabel sebesar 2,3 berada

pada daerah penolakan  $H_0$ , maka  $H_0$  ditolak atau  $H_1$  diterima, berarti memang benar ada pengaruh yang positif dan nyata (signifikan) antara *tangible*, *reliability*, *assurance*, *responsiveness*, *emphaty* secara simultan terhadap kepuasan nasabahan bukan diperoleh secara kebetulan. Hal ini berarti apabila kedua variabel secara bersama-sama dinaikkan maka kepuasan nasabah juga naik, begitu sebaliknya apabila variabel *tangible*, *reliability*, *assurance*, *responsiveness*, *emphaty* menurun akan terjadi penurunan kepuasan nasabah.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah

## ABSTRACT

Credit evaluation is important substance in credit giving for creditor. Activity of credit giving needed a good analysis and accurate toward all credit aspect that supported by credit giving process in order to prevent arise an credit risk. In process of credit distribution, bank party should have principle at becareful attitude so that imprtance of all parties will be save and continuity of bank life is guarateed. Implementation of credit giving and management of bank credit has been arranged consistent. Because problem of bad credit need serious handle and assumed this bad credit become good opportunity for bank crime actor. This study taken issue firtstly whether Village Credit Institution of Besakih has been applied 5C principles in credit application? And the second to find out what effort has been conducted by Village Credit Institution of Besakih in prevent bad credit based on the analysis credit of credit application? This study aims to find out first to find out fisibility of credit giving by the Village Credit Institution by using 5C that are character, collateral, condition, capacit and capital. The second is to find out the efforts has been condicted by Village Credit Institution of Besakih based on the analysis result of credit application.

Based on the result known that implementation 5C in each application of credit is abosolute and should conducteed in determination of decision will be accepted or rejected os a credit. At Village Credit Institution of Besakih assestment on credit application startedt with application research and file of credit application from credit candidate, then conducted research toward file of credit application from creditor candidate, then assesed credit feasibility by using 5C analysis, before take decision on credit request accepted or not, hence after assesed of credit feasibility then through first interview, visit on location then second interview. After that take decision will be accepted or not. But in implementation at field there are some obstacles so that implementation of 5C in analysis of credit giving can not run optimally it is caused by economic condition, bank management.

From the result of 5C principle implementation on credit application of Ni Ketut Rapi hence can be concluded that character from Ni Ketut Rapi in good condition, condition of economy declare is not feasble, because analysis of financial report of Ni Ketut Rapi 31,37%. But from other analysis that are capital, capacity and collateral declare is feasible hence take decision give a credit lower than capital needed. The credit analysis conducted by Village Credit Institution of Besakih also adjustded with regulation issued by Indonesia bank. So that credit analysis proposed by Ni Ketut Rapi can be responsible by bank party. Education and control conducted after credit given and conduct communication with creditor in order correlation is continuity.

Keywords: feasibility of bad credit giving, bad credit risk

## PENDAHULUAN

Salah satu sarana yang mempunyai peran strategis dalam pembangunan nasional adalah perbankan. Peran yang strategis tersebut terutama disebabkan oleh fungsi utama bank sebagai satu wahana yang dapat menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat yang efektif dan efisien, yang dengan berazaskan demokrasi ekonomi mendukung pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan pembangunan dan hasil-hasilnya, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional ke arah peningkatan taraf hidup rakyat banyak. Pembangunan masyarakat di desa merupakan bagian yang sangat integral dari pembangunan masyarakat Indonesia seutuhnya untuk menciptakan masyarakat yang adil dan makmur sejahtera, lahir dan bathin.

Pembangunan masyarakat desa menjadi ujung tombak pembangunan nasional, hal ini disebabkan antara lain karena sebagian besar masyarakat hidup di pedesaan. Pembangunan nasional meliputi pembangunan politik, ekonomi, social budaya, dan pertahanan keamanan. Salah satu sarana yang penting digunakan untuk mencapai sasaran tersebut adalah dengan cara pemberdayaan usaha kecil di pedesaan. Pembangunan perekonomian pedesaan sebagai bagian dari pembangunan nasional mempunyai arti yang sangat penting dan makna yang dalam, jika dikaitkan dengan kenyataan bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia merupakan masyarakat agraris.

Lembaga Perkreditan Desa (LPD) merupakan unit usaha yang bergerak dalam bidang jasa keuangan yang indentik dengan jasa bank, juga harus memperhatikan masalah pelayanan terhadap nasabah. Kepuasan nasabah merupakan hal yang mutlak yang harus dilaksanakan guna mempertahankan nasabah serta meningkatkan citra (*image*) LPD itu sendiri. Pengalaman nasabah akan selalu diingat sebagai reputasi pelayanan, apakah itu pengalaman menyenangkan atau tidak yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Lembaga Perkreditan Desa (LPD) yang ada di Karangasem berjumlah 190 LPD ada yang masih beroperasi dan tidak beroperasi. Dengan banyaknya jumlah LPD di Karangasem akan memperketat terjadinya persaingan antara lembaga-lembaga keuangan sejenis yang bergerak dalam bidang keuangan, khususnya simpan pinjam, seperti koperasi dan BPR. Dengan semakin ketatnya persaingan itu, setidaknya LPD yang ada akan berlomba-lomba memberikan suatu pelayanan yang baik bagi para nasabah.

Salah satu kunci untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai kepuasan konsumen melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan, (*Philip Kotler, 2008 : 70*). Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan harapan, (*J.Supranto, 2006 : 233*). Lembaga perbankan berdiri dan tumbuh sejalan dengan perkembangan perekonomian masyarakat karena lembaga perbankan merupakan lembaga perantara keuangan dalam perekonomian.

Di dalam upaya LPD Besakih untuk dapat memuaskan kebutuhan nasabah, ada beberapa hal yang harus diperhatikan oleh pihak manajemen (pengelola)

berkaitan dengan dimensi kualitas pelayanan. Menurut Parasurama, dikutip oleh (Fandy Tjiptono, 2012 : 70) yaitu terdapat lima dimensi kualitas pelayanan, dimana kelima dimensi ini merupakan faktor yang dipergunakan nasabah untuk menilai kualitas pelayanan, yaitu:

1. Bukti fisik (*tangibles*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung yang bagus, gudang yang tertata rapi, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi) serta penampilan pegawainya yang menarik.
2. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan nasabah yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua nasabah tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) yang tepat kepada nasabah, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negative dalam kualitas pelayanan.
4. Jaminan (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
5. Empaty (*empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para nasabah dengan berupaya memahami keinginan nasabah, dimana perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang nasabah, memahami kebutuhan nasabah secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi nasabah. Dimensi kualitas pelayanan tersebut, penting untuk diperhatikan oleh LPD Besakih, karena pelayanan yang berkualitas dapat mengakibatkan nasabah yang semula tidak puas atau kurang puas terhadap pelayanan LPD Besakih dapat menjadi nasabah yang puas. Sarana dan prasarana daya tampung yang sedikit.

Berdasarkan dari latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dimensi bentuk fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan kepedulian (*empathy*) secara simultan dan parsial terhadap kepuasan nasabah LPD Besakih?

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dimensi bentuk fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan kepedulian (*empathy*) secara simultan dan parsial terhadap kepuasan nasabah LPD Besakih.

## KAJIAN PUSTAKA

Menurut American *Society For Quality Control*, kualitas dinyatakan sebagai keseluruhan cirri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. (Kotler,2008:70). Sementara menurut Fandy Tjiptono, mendefinisikan kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan mamfaat (*benefits*) bagi pelanggan. (Fandy Tjiptono,2012:74).

Kotler (2008:486) mendefinisikan bahwa jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat berkaitan atau tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik.

Sebagai pihak yang memberi dan mengkonsumsi jasa, pelangganlah yang menilai tingkat kualitas jasa sebuah perusahaan. Kualitas jasa pada dasarnya berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas jasa yang dirasakan oleh pelanggan akan menentukan persepsi pelanggan terhadap kinerja yang pada gilirannya akan berdampak pada kepuasan pelanggan.

Menurut Wyckof dan Lovelock, kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain ada faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service dan perceived service*. Jika jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan, kualitas jasa tersebut akan dianggap baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan, kualitas jasa tersebut dipandang ideal. Sebaliknya jika yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten (Kotler,2008:146).

Salah satu kunci utama untuk menyenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui penyampaian produk atau jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan, (Philip Kotler, 2008 : 70). Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan harapan. (J.Supranto,2006:77). Dari pengertian para ahli tersebut dapat diartikan bahwa kepuasan adalah perbandingan antara kinerja (hasil) produk terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. (Tjiptono,2001). Sehingga defenisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampainya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono,2007).

## Hipotesis

Dari rumusan permasalahan, tujuan penelitian, dan landasan teori dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut : Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah LPD Besakih, Kecamatan Rendang, Kabupaten Karangasem.

## METODE

Penelitian ini dilakukan pada LPD Besakih Kecamatan Rendang Kabupaten Karangasem. Sebagai obyek dalam penelitian ini adalah bidang manajemen pemasaran yang meliputi kualitas pelayanan dimensi bentuk fisik (*tangibles*), keandalan (*rehability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan kepuasan nasabah.

Variabel dikelompokkan menjadi dua, yaitu variabel *independent* (bebas) dan variabel *dependen* (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel *independen* (bebas) X, yaitu Pelayanan yang terdiri dari indikator keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan berwujud (*tangible*). Sebaliknya, variabel *dependen* (terikat) Y adalah kepuasan pelanggan LPD Besakih.

Populasi dalam penentuan jumlah sampel pada penelitian ini adalah nasabah LPD Besakih. Sampai dengan bulan tahun 2014 jumlah nasabah sebesar 8979 nasabah. Dalam pelaksanaan penelitian tidak melibatkan semua populasi. Dengan pertimbangan karena terbatasnya dana dan waktu maka jumlah sampel dibatasi berjumlah 98 nasabah, peneliti berharap populasi dapat diwakili oleh sebagian anggotanya yang disebut dengan sampel. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan kuesioner. Untuk memudahkan pengolahan dan analisa data, maka digunakan skala likert. **Teknik Analisa Data menggunakan** analisis regresi linier berganda, uji signifikansi simultan (F-test), uji signifikansi parsial (t-test) dan analisis koefisien determinasi

## HASIL PENELITIAN

### Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh dimensi kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan nasabah Hasil analisis dinyatakan dalam bentuk persamaan garis regresi linier berganda :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e_i$$

Dimana :

Y = Kepuasan

a = Nilai konstanta

X<sub>1</sub> = Tangible

X<sub>2</sub> = Reliability

X<sub>3</sub> = Responsiveness

X<sub>4</sub> = Assurance

X<sub>5</sub> = Emphaty

b<sub>1,2,3,4,5</sub> = Koefisien regresi

E<sub>i</sub> = error term

Dari perhitungan di atas diperoleh nilai :

Tabel 1 Regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	20,682	0,693		29,853	0,000
Tangible	0,097	0,030	0,099	3,199	0,002
Emphaty	0,196	0,030	0,216	6,492	0,000
Reliability	0,294	0,014	0,612	20,400	0,000
Assurance	0,203	0,015	0,483	13,919	0,000
Responsiveness	0,192	0,017	0,350	11,203	0,000

$F_{hitung} = 212,978$   
 $Sig F_{hitung} = 0,000$   
 $R = 0,959$   
 $R\ square = 0,920$

Berdasarkan nilai a, b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, b<sub>3</sub>, b<sub>4</sub> dan b<sub>5</sub> diperoleh persamaan garis regresi linier berganda adalah :  $Y = 20,682 + 0,097X_1 + 0,196X_2 + 0,294X_3 + 0,203X_4 + 0,192X_5$ , memberikan informasi bahwa :

1. a = 20,682, artinya apabila tidak ada perhatian terhadap tangible, reliability, responsiveness, assurance, emphaty (konstan) maka skor kepuasan nasabah adalah sebesar rata-rata 20,682.
2. b<sub>1</sub> = 0,09, artinya apabila terhadap, reliability, responsiveness, assurance, emphaty dianggap konstan maka meningkatnya tangible sebesar satu satuan akan diikuti oleh meningkatnya skor kepuasan nasabah sebesar rata-rata 0,09.
3. b<sub>2</sub> = 0,196, artinya apabila terhadap, tangible, responsiveness, assurance, reliability dianggap konstan maka meningkatnya emphaty sebesar satu satuan akan diikuti oleh meningkatnya skor kepuasan nasabah sebesar rata-rata 0,196.
4. b<sub>3</sub>=0,294 artinya apabila terhadap tangible, reliability, assurance, emphaty dianggap konstan maka meningkatnya responsiveness sebesar satu satuan akan diikuti oleh meningkatnya skor kepuasan nasabah sebesar rata-rata 0,294.
5. b<sub>4</sub>=0,203 artinya apabila terhadap tangible, emphaty, responsiveness, assurance dianggap konstan maka meningkatnya reliability sebesar satu satuan akan diikuti oleh meningkatnya skor kepuasan nasabah sebesar rata-rata 0,203.
5. b<sub>5</sub>=0,192 artinya apabila terhadap tangible, reliability, responsiveness, emphaty dianggap konstan maka meningkatnya assurance sebesar satu satuan akan diikuti oleh meningkatnya skor kepuasan nasabah sebesar rata-rata 0,192.



Dapat dinyatakan ada pengaruh yang positif antara tangible, reliability, assurance, responsiveness dan empathy secara simultan terhadap kepuasan nasabah, atau dengan kata lain kepuasan nasabah dipengaruhi secara serempak oleh tangible, reliability, assurance, responsiveness, empathy.

### **Analisis Determinasi**

Analisis ini digunakan untuk mengetahui persentase besarnya pengaruh variabel yang diteliti, yaitu antara variabel bebas tangible, empathy, responsiveness, reliability, assurance terhadap variabel terikat kepuasan nasabah. Rumus untuk menentukan besarnya koefisien determinasi (D) adalah  $D = (r)^2 \times 100 \%$ . Besarnya  $(r)^2$  dapat diperoleh dari besarnya  $(r)$  pada tabel 5.3, yang besarnya = 0,920 :

$$\begin{aligned} D &= (r)^2 \times 100 \% \\ &= 0,92 \times 100 \% \\ &= 0,92 \times 100 \% = 92\% \end{aligned}$$

Koefisien determinasi sebesar 92 %, berarti pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 92%. Sisanya sebesar 100,0 % - 92 % = 8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada kesempatan ini. Pengaruh kualitas pelayanan sebesar 92% ini, menunjukkan besarnya persentase pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah LPD Besakih.

### **t-test (Uji-t)**

Uji ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh antara tangible, reliability, assurance, responsiveness, empathy secara parsial terhadap kepuasan nasabhadalah signifikan atau hanya diperoleh secara kebetulan.

1. Pengaruh Tangible Secara Parsial Terhadap Kepuasan Nasabah  
Hasil perhitungan dan sesuai Gambar 5.1 diperoleh  $t_1$ -hitung adalah 3,199 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,6 berada pada daerah penolakan  $H_0$ , maka  $H_0$  ditolak atau  $H_1$  diterima, berarti memang benar ada pengaruh yang positif dan nyata (signifikan) antara tangible secara parsial terhadap kepuasan nasabah dan bukan diperoleh secara kebetulan.
2. Pengaruh Empathy Secara Parsial Terhadap Kepuasan Nasabah  
Hasil perhitungan dan sesuai Gambar 5.2 diperoleh  $t_2$ -hitung adalah 6,492 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,6 berada pada daerah penolakan  $H_0$ , maka  $H_0$  ditolak atau  $H_1$  diterima, berarti memang benar ada pengaruh yang positif dan nyata (signifikan) antara empathy secara parsial terhadap kepuasan nasabah dan bukan diperoleh secara kebetulan.
3. Pengaruh Responsiveness Secara Parsial Terhadap Kepuasan Nasabah  
Hasil perhitungan dan sesuai Gambar 5.3 diperoleh  $t_3$ -hitung adalah 20,400 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,6 berada pada daerah penolakan  $H_0$ , maka  $H_0$  ditolak atau  $H_1$  diterima, berarti memang benar ada pengaruh yang positif dan nyata (signifikan) antara responsiveness secara parsial terhadap kepuasan nasabah dan bukan diperoleh secara kebetulan.

4. Pengaruh Reliability Secara Parsial Terhadap Kepuasan Nasabah  
Hasil perhitungan dan sesuai Gambar 5.4 diperoleh  $t_4$ -hitung adalah 13,919 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,6 berada pada daerah penolakan  $H_0$ , maka  $H_0$  ditolak atau  $H_1$  diterima, berarti memang benar ada pengaruh yang positif dan nyata (signifikan) antara assurance secara parsial terhadap kepuasan nasabah dan bukan diperoleh secara kebetulan.
5. Pengaruh Assurance Secara Parsial Terhadap Kepuasan Nasabah  
Hasil perhitungan dan sesuai Gambar 5.5 diperoleh  $t_5$ -hitung adalah 11,203 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,6 berada pada daerah penolakan  $H_0$ , maka  $H_0$  ditolak atau  $H_1$  diterima, berarti memang benar ada pengaruh yang positif dan nyata (signifikan) antara assurance secara parsial terhadap kepuasan nasabah dan bukan diperoleh secara kebetulan.

#### **F-test (Uji-F)**

Hasil perhitungan dan sesuai Gambar 5.6 diperoleh F-hitung adalah 212,978 lebih besar dari F-tabel sebesar 2,3 berada pada daerah penolakan  $H_0$ , maka  $H_0$  ditolak atau  $H_1$  diterima, berarti memang benar ada pengaruh yang positif dan nyata (signifikan) antara *tangible*, *reliability*, *assurance*, *responsiveness*, *emphaty* secara simultan terhadap kepuasan nasabahan dan bukan diperoleh secara kebetulan. Hal ini berarti apabila kedua variabel secara bersama-sama dinaikkan maka kepuasan nasabahnya juga naik, begitu sebaliknya apabila variabel *tangible*, *reliability*, *assurance*, *responsiveness*, *emphaty* menurun akan terjadi penurunan kepuasan nasabah.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka didapat disimpulkan hasil penelitian pada LPD Besakih adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh parsial dari t-hitung *tangible* terhadap kepuasan nasabah dimana (t-hitung 3,199 lebih besar dari t-tabel 1,6).
2. Terdapat pengaruh parsial dari t-hitung *empathy* terhadap kepuasan nasabah dimana (t-hitung 6,492 lebih besar dari t-tabel 1,6).
3. Terdapat pengaruh parsial dari t-hitung *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah dimana (t-hitung 20,4 lebih besar dari t-tabel (1,6).
4. Terdapat pengaruh parsial dari t-hitung *reliability* terhadap kepuasan nasabah dimana (t-hitung 13,919 lebih besar dari t-tabel (1,6).
5. Terdapat pengaruh parsial dari t-hitung *assurance* terhadap kepuasan nasabah dimana (t-hitung 11,203 lebih besar dari t-tabel (1,6).
6. Terdapat pengaruh secara simultan antara *tangible*, *reliability*, *assurance*, *responsiveness*, *emphaty* terhadap kepuasan nasabah pada LPD Besakih dengan nilai Fhitung = 212,978.

## Saran

Berdasarkan hasil simpulan, maka dapat disarankan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan LPD Besakih perlu dipertahankan dan terus ditingkatkan karena kualitas pelayanan LPD Besakih masuk dalam kategori tinggi. Perlunya peningkatan kualitas pelayanan kepada nasabah karena hal ini sesuai dengan salah satu misi dari LPD Besakih yaitu memberikan pelayanan prima kepada nasabah melalui didukung oleh sumber daya manusia yang profesional.
2. Perlunya meningkatkan kepercayaan kepada nasabah LPD Besakih. Melihat bahwa kepercayaan masih dalam kategori cukup dan merupakan variabel yang memberikan kontribusi terbesar terhadap kepuasan nasabah. Untuk meningkatkan kepercayaan, LPD Besakih harus mampu mendahulukan kepentingan nasabah dan memenuhi kebutuhan para nasabah LPD Besakih.
3. Nilai Pelanggan LPD Besakih perlu dipertahankan dan terus ditingkatkan, dengan menyediakan produk-produk yang belum tersedia seperti pembayaran rekening listrik dan PAM, sehingga tidak membuat nasabah berpikir untuk berpindah pada bank lain.

## DAFTAR PUSTAKA.

- Affifudin. 2009. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT (Persero) Angkasa Pura I di Bandar Udara Ahmad Yani Semarang", *Tesis*, Program Pasca Sarjana, Universitas Terbuka, Jakarta.
- Alma. 2005. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Bandung: Alfabeta.
- Arief, Muhtosim. 2007. *Pemasaran jasa dan Kualitas pelayanan*. Bayumedia Publishing, Malang.
- Atmawati dan Wahyuddin. 2004. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departement Store di Solo Grand Mall*.
- Fandy Tjiptono, (2012), *Strategi Pemasaran*, Edisi Ke Dua, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Ghozali, Imam, 2005. *Analisis Multiveaiate dengan Program SPSS*. Penerbit Universitas Diponegoro (Undip) Semarang.  
<http://eprints.ums.ac.id/834/1/rustika.pdf>  
<http://pustaka.ut.ac.id/pustaka/pdf/40251.pdf>
- Irawan, Hadi 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Elexmedia Komputindo, Jakarta.

- Kotler, P. 2008, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, PT. Prenhalindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Mellenium. PT. Prenhallindo. Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad, 2004. *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Penerbit AMP YKPN, Yogyakarta.
- Lovelock dan Wright. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT Index
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Dua. Selemba Empat, Jakarta.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Supranto.J, (2006), *Pengukuran Tingkat Kepeuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa pasar*, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta.