

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH
DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Survei pada Nasabah PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Solo)**

Kunthi Daruwati ¹⁾

Sunarso ²⁾

Edi Wibowo ³⁾

^{1, 2, 3)} Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta

e-mail: ¹⁾ kunthidaruwati@btn.co.id

²⁾ sunarso66@gmail.com

³⁾ ediwibowo58@gmail.com

ABSTRACT

PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Branch Solo as banking institutions are always working to improve customer satisfaction by providing optimum service and increase customer confidence. The purpose of this study was to analyze the significance of the impact of service quality on customer confidence in PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Branch Solo, analyze the significance of the impact of service quality and customer confidence in the customer satisfaction in PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Branch Solo, analyzing the mediating effect of customer confidence in the impact of service quality on customer satisfaction in PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Branch Solo. This study uses survey method, the type of data used quantitative and qualitative data, the data source used primary data and secondary data. The population in this study were all customer PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Branch Solo in January 2017. The number of samples in this study as many as 100 customers, accidental sampling technique using random sampling. Data collection methods are used: questionnaires and documentation. Data analysis technique used to test the validity, reliability test, classic assumption test, and path analysis. In conclusion: 1) There is significant influence service quality to customer confidence. 2) There was a significant effect of service quality on customer satisfaction. 3) There is significant influence on customer satisfaction customer confidence. 4) The client's trust mediates the impact of service quality on customer satisfaction.

Keywords: *service quality, trust, customer satisfaction*

PENDAHULUAN

Era globalisasi sekarang ini menuntut perusahaan untuk meningkatkan strategi pemasaran secara profesional sesuai dengan bidangnya masing-masing. Perubahan teknologi dan arus informasi yang sangat cepat telah mendorong perusahaan untuk menghasilkan produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen merasa puas dengan apa yang telah mereka dapatkan dari perusahaan. Banyak cara yang dapat dilakukan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, salah satunya yaitu dengan memberikan kesan/citra yang baik dalam hal produk maupun pelayanan kepada konsumen. Begitu juga

dengan industri perbankan, di mana bank sebagai lembaga keuangan merupakan bagian dari faktor penggerak kegiatan perekonomian. Kegiatan-kegiatan lembaga sebagai penyedia dan penyalur dana akan menentukan baik tidaknya perekonomian suatu negara. Dalam perkembangannya jasa perbankan telah mengalami kemajuan yang cukup pesat. Pesaing-pesaing baru telah memasuki pasar dengan berbagai tawaran produk yang beraneka ragam dan memiliki daya tarik tersendiri.

PT Bank Tabungan Negara Persero (BTN) adalah salah satu bank BUMN yang sering dikenal dalam bisnis pembiayaan perumahan. Visi dari Bank BTN adalah menjadi bank yang terkemuka dalam pembiayaan pe-

rumahan. Di mana salah satu misinya yaitu memberikan pelayanan unggul dalam pembiayaan perumahan dan industri terkait, pembiayaan konsumsi dan usaha kecil menengah. Hal ini menjadi tugas yang utama bagi karyawan BTN yang harus selalu siap dalam melayani nasabah dengan mendengarkan aspirasi dan keluhan dari nasabah.

PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Solo merupakan salah satu bisnis perbankan yang mengutamakan kepuasan nasabah, namun pada kenyataannya masih ada nasabah yang kecewa dengan pelayanan PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Solo. Nasabah kecewa karena ATM sering mengalami gangguan atau *offline*, hal tersebut menyebabkan nasabah yang akan mengambil uang harus ikut mengantri di *teller*. Kondisi demikian menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Solo kurang optimal.

Sistem pelayanan nasabah yang kurang optimal PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Solo mengharuskan manajemen perbankan harus berusaha semaksimal memberikan pelayanan kepada nasabah yang berkualitas. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian, terhadap tingkat layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Menurut Tjiptono (2008: 51) kualitas pelayanan didefinisikan sebagai suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, orang, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Pelayanan yang baik juga mendukung kualitas atau mutu dari perusahaan itu sendiri, sehingga baiknya pelayanan berdampak pada tinggi rendahnya tingkat kepuasan nasabah. Perusahaan diharapkan mampu memberikan pelayanan yang optimal bagi nasabahnya sehingga dapat menumbuhkan kepercayaan nasabah dan berdampak kepada kepuasan nasabah.

Menurut Sekaran (2006) dalam Jonrimal (2015: 4) apabila pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain masih ambigu, maka peneliti berikutnya dapat memasukkan variabel moderasi, di mana variabel moderasi tersebut harus pernah diuji sebelumnya sebagai variabel bebas terhadap variabel terikat.

Kepercayaan nasabah merupakan sebuah jenis refleksi emosional bagi perdagangan. Menurut Suhardi (2006: 51-52) kepercayaan atau *trust* didefinisikan sebagai persepsi akan kehandalan dari sudut pandang konsumen didasarkan pada pengalaman, atau lebih pada urutan transaksi atau interaksi yang dicirikan oleh terpenuhinya harapan akan kinerja produk dan kepuasan. Ciri utama terbentuknya kepercayaan adalah persepsi positif yang terbentuk dari pengalaman. Hal tersebut tergantung pada tingkat pemenuhan produk yang diharapkan atau layanan manfaat, serta tingkat konsistensi harapan dan hasil aktual. Apabila nasabah mengharapkan suatu pelayanan pada tingkat tertentu, dan yang dirasakannya pelayanan yang diterima lebih tinggi dari apa yang diharapkan dan tetap menggunakan produk atau pelayanan tersebut, maka nasabah tersebut dapat dikatakan percaya. Demikian pula apabila nasabah mengharapkan suatu tingkat pelayanan tertentu, dan pada kenyataannya nasabah tersebut merasakan bahwa pelayanan yang diterimanya sesuai dengan harapannya, maka nasabah tersebut dapatlah dikatakan puas. Sebaliknya, bila kualitas pelayanan yang diterima lebih rendah dari kualitas pelayanan yang diharapkan, maka nasabah tersebut akan dikatakan sebagai nasabah yang tidak puas sehingga nasabah tersebut tidak akan percaya terhadap suatu pelayanan atau dengan kata lain kecewa.

Kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah. "Kepuasan nasabah yaitu perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang (Kotler, 2007: 177). Kepuasan nasabah dapat dibentuk dari rasa percaya yang telah diciptakan sebelumnya yang berada di benak nasabah, hal tersebut senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Jonrimal (2015) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis signifikansi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan nasabah di PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Solo, menganalisis signifikansi pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Solo, menganalisis efek mediasi kepercayaan nasabah pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Solo.

Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Untuk menunjukkan suatu arah dari penyusunan agar dapat memperoleh gambaran yang lebih jelas, maka dalam penelitian ini penulis membuat suatu kerangka pemikiran. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah seperti gambar 1 di bawah ini:

Dari skema kerangka pemikiran tersebut, maka dalam penelitian ini variabel penelitian yang digunakan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel Independen (Bebas)
Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Sebagai variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan.
2. Variabel Dependen (Terikat)
Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Sebagai variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah.
3. Variabel Intervening
Variabel intervening adalah variabel anta-

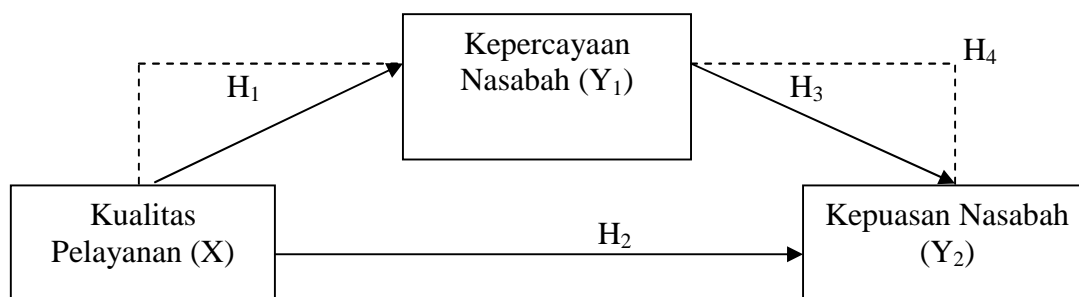
ra yang menghubungkan sebuah variabel independen utama pada variabel dependen yang dianalisis. Variabel intervening dalam penelitian ini adalah kepercayaan nasabah.

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H1: Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepercayaan nasabah di PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Solo.
- H2: Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Solo.
- H3: Ada pengaruh yang signifikan kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Solo.
- H4: Kepercayaan sebagai mediasi pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Solo.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode survei, jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dan data kuantitatif, sumber data yang digunakan data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah semua nasabah PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Solo pada bulan Januari 2017. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 nasabah, teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental random sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan: kuesioner dan dokumentasi.



Gambar 1: Skema Kerangka Pemikiran

Definisi operasional variabel dan pengukurannya adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah sikap profesional karyawan yang memberikan perasaan nyaman pada diri nasabah yang menggunakan jasa perbankan di PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Solo, di mana sikap ini merupakan kompensasi dari pemberi layanan dengan harapan dapat menimbulkan perasaan puas pada nasabah. Variabel kualitas pelayanan diukur dengan menggunakan skala Likert. Indikator-indikator variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini mengacu dari Tjiptono (2006: 70) yang meliputi:

- a. Bukti Fisik
- b. Keandalan
- c. Daya Tanggap
- d. Jaminan
- e. Empati

2. Kepercayaan Nasabah

Kepercayaan adalah persepsi akan kehandalan dari sudut pandang konsumen didasarkan pada pengalaman, atau lebih pada urutan transaksi atau interaksi yang dicirikan oleh terpenuhinya harapan akan kinerja produk dan kepuasan. Ciri utama terbentuknya kepercayaan adalah persepsi positif yang terbentuk dari pengalaman. Variabel kepercayaan pelanggan diukur dengan menggunakan skala Likert. Indikator-indikator variabel kepercayaan pelanggan dalam penelitian ini mengacu pada teori dari Robbins (2003: 336) yang meliputi:

- a. *Integrity*: kejujuran dan bersikap dengan yang sebenarnya.
- b. *Competence*: Pengetahuan dan keterampilan teknis serta standar pribadi.
- c. *Consistency*: handal, dapat diramalkan dan pertimbangan yang baik dalam menangani situasi.
- d. *Loyalty*: kesediaan untuk melindungi dan memelihara hubungan sebaik mungkin.
- e. *Openness*: Kesediaan untuk berbagi gagasan dan informasi dengan bebas.

3. Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah perasaan senang seseorang yang muncul setelah memban-

dingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang. Variabel kepuasan konsumen diukur dengan menggunakan skala Likert. Indikator-indikator variabel kepuasan pelanggan dalam penelitian ini mengacu pada teori yang dikemukakan oleh Kotler (2007: 206) meliputi:

- a. Puas terhadap kualitas pelayanan
- b. Merekomendasikan produk/jasa kepada orang lain
- c. Memiliki keinginan untuk tidak berpindah ke produk/jasa yang lain.
- d. Bangga menggunakan jasa/produk yang digunakan
- e. Puas terhadap hasil akhir produk/jasa yang diterima

Penelitian ini menggunakan data yang bersumber dari data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui jawaban kuesioner. Teknik pengumpulan data menggunakan skala Likert lima poin yaitu: mulai dari Sangat Setuju (SS = 5); Setuju (S = 4); Netral (N = 3); Tidak Setuju (TS = 2) dan Sangat Tidak Setuju (STS = 1). Pengujian validitas instrumen dilakukan dengan menggunakan rumus Korelasi Pearson, kriteria pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi = 0,05. Butir instrumen dinyatakan valid jika menghasilkan *p value* < 0,05. Pengujian reliabilitas menggunakan rumus *Cronbach Alpha*, dengan kriteria pengujian apabila *Cronbach Alpha* > 0,60 dinyatakan reliabel, sebaliknya *Cronbach Alpha* < 0,60 tidak reliabel (Ghozali, 2005: 140).

Teknik analisis data menggunakan:

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan dengan uji multikolinearitas yang bertujuan mendeteksi adanya multikolinearitas dengan melihat nilai *tolerance* dan *Varians Inflation Factor (VIF)* yang dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS. Uji autokorelasi dilakukan dengan uji *Run* bertujuan untuk melihat apakah data residual terjadi secara random atau tidak. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan uji *Glejser*,

yaitu dengan cara meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Uji normalitas atas residual dilakukan dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* melalui alat bantu komputer program SPSS.

2. Pengujian Hipotesis

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dan uji selisih mutlak.

HASIL PENELITIAN

1. Karakteristik Responden

Adapun karakteristik responden yang dijadikan sampel penelitian ditinjau dari jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan dan jenis pekerjaan ditunjukkan pada tabel 1 sebagai berikut:

2. Hasil Uji Kualitas Instrumen

Hasil uji validitas instrumen mengenai variabel kualitas pelayanan (X), ke-

percayaan nasabah (Y_1) dan kepuasan nasabah (Y_2) ditunjukkan pada tabel 2 di bawah ini.

Hasil uji validitas mengenai variabel yaitu kualitas pelayanan (X) sebanyak 5 item kuesioner dinyatakan valid karena $p\text{-value} < 0,05$, kepercayaan nasabah (Y_1) sebanyak 5 item kuesioner dinyatakan valid karena $p\text{-value} < 0,05$ dan kepuasan nasabah (Y_2) sebanyak 4item kuesioner dinyatakan valid karena $p\text{-value} < 0,05$.

Hasil uji reliabilitas mengenai variabel kualitas pelayanan (X) sebesar 0,717, kepercayaan nasabah (Y_1) sebesar 0,631 dan kepuasan nasabah (Y_2) sebesar 0,746 menunjukkan nilai yang reliabel karena nilai *Cronbach's alpha* $> 0,60$.

Tabel 1: Gambaran Umum Karakteristik Responden

Karakteristik	Keterangan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-Laki	63	63
	Perempuan	37	37
	Jumlah	100	100
Usia	< 25 Tahun	9	9
	25 - 30 Tahun	37	37
	31-35 Tahun	18	18
	36 - 40 Tahun	13	13
	41-45 Tahun	12	12
	> 45 Tahun	13	13
	Jumlah	100	100
Tingkat Pendidikan	SD	6	6
	SMP	26	26
	SMA/SMK	40	40
	Diploma	16	16
	Sarjana (S-1,S-2,S-3)	12	12
	Jumlah	100	100
Jenis Pekerjaan	PNS	20	20
	Wiraswasta	28	28
	Pegawai Swasta	12	12
	Tidak bekerja	16	16
	TNI/POLRI	8	8
	Lain-lain	16	16
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Tabel 2: Uji Instrumen Penelitian

Variabel	Uji Validitas			Uji Reliabilitas	
	No. Item	<i>p-value</i>	Keterangan	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan	1.	0,000	Valid	0,717	Reliabel
	2.	0,000	Valid		
	3.	0,000	Valid		
	4.	0,000	Valid		
	5.	0,000	Valid		
Kepercayaan nasabah	1.	0,000	Valid	0,631	Reliabel
	2.	0,000	Valid		
	3.	0,000	Valid		
	4.	0,000	Valid		
	5.	0,000	Valid		
Kepuasan nasabah	1.	0,000	Valid	0,746	Reliabel
	2.	0,000	Valid		
	3.	0,000	Valid		
	4.	0,000	Valid		

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Tabel 3: Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik	Hasil Uji	Kesimpulan
Uji multikolinearitas	Tolerance (0,857); (0,857) > 0,1 VIF (1,167); (1,167) < 10	Tidak ada multikolinearitas
Uji autokorelasi	p (0,546) > 0,05	Tidak ada autokorelasi
Uji heteroskedastisitas	p (0,149); (0,075) > 0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Uji normalitas	p (0,994) > 0,05	Residual normal

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui apakah model regresi linear ganda dalam penelitian ini benar-benar menunjukkan hubungan yang signifikan dan representatif atau BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*) dilakukan pengujian asumsi klasik dengan hasil seperti tabel 3 di atas.

4. Analisis Jalur

Tujuan analisis jalur dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan nasabah (Y₂) yang dimediasi oleh kepercayaan nasabah (Y₁). Identifikasi variabel untuk model empiris yang diharapkan dari penelitian ini terdiri dari 3 variabel. Variabel independen diwakili kualitas pelayanan (X), sedangkan variabel dependen diwa-

kili oleh variabel kepuasan nasabah (Y₂), dan variabel yang berfungsi sebagai perantara atau mediasi adalah kepercayaan nasabah (Y₁). Hasil analisis jalur kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah ditunjukkan pada tabel 4 sebagai berikut:

Berdasarkan hasil analisis regresi linear diperoleh persamaan garis regresinya sebagai berikut:

$$Y_1 = 14,510 + 0,321X$$

Interpretasi dari persamaan regresi tersebut adalah:

α : 14,510 artinya jika kualitas pelayanan (X) sama dengan nol, maka kepercayaan nasabah (Y₁) adalah positif.

β : 0,321 artinya pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepercayaan nasabah (Y₁) positif, artinya apabila

Tabel 4: Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan Nasabah

Variabel	Unstandardized Coefficients Beta	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	14,510		8,811	0,000
Kualitas Pelayanan	0,321	0,379	4,050	0,000

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Tabel 5: Hasil Analisis Jalur

Variabel	Unstandardized Coefficients Beta	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
Constant	1,081		0,499	0,619
Kualitas Pelayanan	0,562	0,523	6,683	0,000
Kepercayaan	0,389	0,307	3,924	0,000
F-hitung = 46,648				0,000
Adjusted R Square = 0,480				

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

kualitas pelayanan meningkat, maka dapat meningkatkan kepercayaan nasabah (Y_1).

Berdasarkan hasil analisis koefisien jalur dapat dilihat bahwa besarnya nilai *Standardized Beta* β_1 yaitu sebesar 0,379. Pengujian pengaruh kualitas pelayanan (X) dan kepercayaan nasabah (Y_1) terhadap kepuasan nasabah (Y_2) ditunjukkan dalam tabel 5 di atas.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan garis regresinya sebagai berikut:

$$Y_2 = 1,081 + 0,562X + 0,389Y_1$$

Interpretasi dari persamaan regresi tersebut adalah:

α : 1,081 artinya jika kualitas pelayanan (X) dan kepercayaan nasabah (Y_1) sama dengan nol, maka kepuasan nasabah (Y_2) adalah positif.

β_2 : 0,562 artinya pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan nasabah (Y_2) positif, artinya apabila kualitas pelayanan meningkat, maka dapat meningkatkan kepuasan nasabah (Y_2) dengan asumsi variabel kepercayaan nasabah (Y_1) dianggap tetap.

β_3 : 0,389 artinya pengaruh variabel kepercayaan nasabah (Y_1) terhadap kepuasan nasabah (Y_2) positif, artinya apabila kepercayaan nasabah meningkat, maka dapat meningkatkan kepuasan nasabah (Y_2) dengan asumsi variabel kualitas pelayanan (X) dianggap tetap.

Berdasarkan hasil analisis koefisien jalur dapat dilihat bahwa besarnya nilai *Standardized Beta* β_2 yaitu sebesar 0,523 dan β_3 yaitu sebesar 0,307.

5. Uji Pengaruh Langsung

a. Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepercayaan nasabah

Hasil analisis diperoleh t hitung sebesar 4,050 dengan *p-value* sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan (X) terhadap kepercayaan nasabah (Y_1) pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Solo. Dengan demikian hipotesis ke-1 yang menyatakan bahwa: "Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepercayaan nasabah pada karyawan PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Solo", diterima atau terbukti kebenarannya.

- b. Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan nasabah
 Hasil analisis diperoleh t hitung sebesar 6,683 dengan *p-value* sebesar 0,000 < 0,05 maka H_0 ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan nasabah (Y_2) pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Solo. Dengan demikian hipotesis ke-2 yang menyatakan bahwa: “Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kinerja pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Solo”, diterima atau terbukti kebenarannya.
- c. Pengaruh Kepercayaan nasabah terhadap Kepuasan nasabah
 Hasil analisis diperoleh t hitung sebesar 3,924 dengan *p-value* sebesar 0,000 < 0,05 maka H_0 ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan kepercayaan nasabah (Y_1) terhadap kepuasan nasabah (Y_2) pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Solo. Dengan demikian hipotesis ke-3 yang menyatakan bahwa: “Ada pengaruh yang signifikan kepercayaan nasabah terhadap kinerja pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Solo”, diterima atau terbukti kebenarannya.

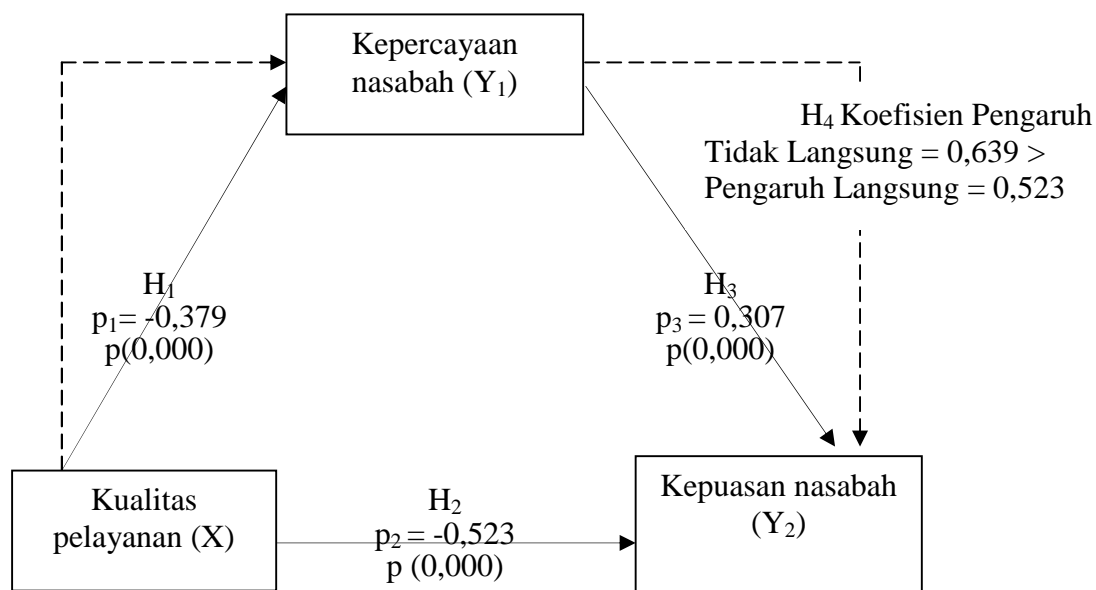
6. Uji Pengaruh Tidak Langsung

Hasil perhitungan koefisien jalur β_1 , β_2 , β_3 dan koefisien pengaruh tidak langsung dapat dirangkum dalam gambar 2 sebagai berikut.

Hasil analisis diperoleh koefisien pengaruh tidak langsung 0,639 > koefisien pengaruh langsung 0,523. Dari hasil tersebut disimpulkan bahwa pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah yang dimediasi kepercayaan nasabah signifikan. Dengan demikian hipotesis ke-4 yang menyatakan “Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kinerja pada karyawan dengan kepercayaan nasabah sebagai variabel intervening pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Solo” diterima atau terbukti kebenarannya.

7. Uji F

Hasil analisis diperoleh *probability value* sebesar 0,000 < 0,05 maka H_0 ditolak berarti model regresi tepat (*fit*) dalam memprediksi pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah.



Gambar 2: Rangkuman Hasil Uji Koefisien Pengaruh tidak Langsung dan Koefisien Pengaruh Langsung

8. Koefisien Determinasi

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai *Adjusted R Square* = 0,480 berarti diketahui bahwa pengaruh yang diberikan oleh variabel kualitas pelayanan (X) dan kepercayaan nasabah (Y_1) terhadap kepuasan nasabah pelanggan (Y_2) di PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Solo sebesar 48% sedangkan sisanya ($100\% - 48\%$) = 52% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel yang diteliti.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan Nasabah

Hasil analisis diperoleh t hitung sebesar 4,050 dengan *p-value* sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan (X) terhadap kepercayaan nasabah (Y_1) pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Solo. Dengan demikian hipotesis ke-1 yang menyatakan bahwa: “Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepercayaan nasabah pada karyawan PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Solo”, diterima atau terbukti kebenarannya.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepercayaan nasabah positif dan signifikan, artinya apabila kualitas pelayanan meningkat, maka dapat meningkatkan kepercayaan nasabah. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Darwin dan Kunto (2014) dan Iskandar (2012) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah.

Implikasi penelitian ini yaitu PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Solo dalam upaya meningkatkan kepercayaan nasabah harus dapat menyelesaikan setiap transaksi nasabah dengan cepat dan tepat, karyawan dituntut untuk memiliki kompetensi yang baik dengan memiliki pengetahuan yang memadai mengenai sistem perbankan dan produk-produk BTN sehingga dapat menjawab pertanyaan nasabah.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil analisis diperoleh t hitung sebesar 6,683 dengan *p-value* sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan nasabah (Y_2) pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Solo. Dengan demikian hipotesis ke-2 yang menyatakan bahwa: “Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kinerja pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Solo”, diterima atau terbukti kebenarannya.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah positif dan signifikan, artinya apabila kualitas pelayanan meningkat, maka dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Sanistasya (2015), Nilasari dan Istiatin (2015), Darwin dan Kunto (2014), dan Iskandar (2012) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Implikasi penelitian ini yaitu PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Solo dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah harus dapat memberikan pelayanan yang memuaskan dengan cara bersikap ramah dan sopan kepada setiap nasabah, memberikan pelayanan yang cepat serta dapat mengatasi dengan segera keluhan yang disampaikan oleh nasabah.

3. Pengaruh Kepercayaan Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil analisis diperoleh t hitung sebesar 3,924 dengan *p-value* sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan kepercayaan nasabah (Y_1) terhadap kepuasan nasabah (Y_2) pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Solo. Dengan demikian hipotesis ke-3 yang menyatakan bahwa: “Ada pengaruh yang signifikan kepercayaan nasabah terhadap kinerja pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Solo”, diterima atau terbukti kebenarannya.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh variabel kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah positif dan signifikan, artinya apabila kepercayaan nasabah meningkat, maka dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Darwin dan Kunto (2014) dan Iskandar (2012) yang menyatakan bahwa kepercayaan nasabah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Implikasi penelitian ini yaitu PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Solo dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah harus dapat menciptakan kepercayaan nasabah dengan cara membangun reputasi perusahaan, bersikap jujur dan bersikap profesional dalam memberikan pelayanan serta tidak membedakan nasabah, sehingga secara tidak langsung dapat meningkatkan kepercayaan nasabah.

4. Kepercayaan Nasabah Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil analisis diperoleh koefisien pengaruh tidak langsung $0,639 >$ koefisien pengaruh langsung $0,523$. Dari hasil tersebut disimpulkan bahwa pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah yang dimediasi kepercayaan nasabah signifikan. Dengan demikian hipotesis ke-4 yang menyatakan “Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kinerja pada karyawan dengan kepercayaan nasabah sebagai variabel intervening pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Solo” diterima atau terbukti kebenarannya.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kepercayaan nasabah memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan, artinya kepercayaan nasabah memperkuat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Darwin dan Kunto (2014) dan Iskandar (2012) yang menyatakan bahwa kepercayaan

nasabah memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

KESIMPULAN

Pengujian pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan nasabah diperoleh kesimpulan ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepercayaan nasabah pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Solo. Hal ini berarti dalam upaya meningkatkan kepercayaan nasabah, perusahaan harus dapat meningkatkan kualitas pelayanannya dengan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, karyawan harus memiliki kompetensi yang baik dengan memiliki pengetahuan yang memadai mengenai sistem perbankan dan produk-produk BTN sehingga dapat menjawab pertanyaan nasabah.

Pengujian pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pelanggan diperoleh kesimpulan ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Solo. Hal ini berarti perusahaan upaya meningkatkan kepuasan nasabah harus dapat memberikan pelayanan yang memuaskan dengan cara bersikap ramah dan sopan kepada setiap nasabah, memberikan pelayanan yang cepat serta dapat mengatasi dengan segera keluhan yang disampaikan oleh nasabah.

Pengujian pengaruh kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah pelanggan diperoleh kesimpulan ada pengaruh yang signifikan kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Solo. Oleh karena itu dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah perusahaan harus dapat menciptakan kepercayaan nasabah dengan cara membangun reputasi perusahaan, bersikap jujur dan bersikap profesional dalam memberikan pelayanan serta tidak membedakan nasabah, sehingga secara tidak langsung dapat meningkatkan kepercayaan nasabah.

Pengujian mediasi kepercayaan nasabah pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah kesimpulan bahwa kepercayaan nasabah memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Hal

tersebut berarti pelayanan yang diberikan oleh PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Solo dalam menumbuhkan kepercayaan

nasabah yang pada akhirnya berdampak peningkatan kepuasan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Darwin, Steven dan Yohanes Sondang Kunto. 2014. "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Asuransi Jiwa Manulife Indonesia-Surabaya". *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol 2, No. 1 Tahun 2014. Hal. 1-12.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Iskandar, Dibyo. 2012. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Nasabah PD. Bank Perkreditan Rakyat BKK Boyolali Kota)". *Probank*. Vol. 20. No. 23 Edisi Mei 2012. Hal. 1-14.
- Jonraimal. 2015. "Pengaruh Citra Bank dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah dengan Kepercayaan Nasabah sebagai Variabel Moderasi". *Jurnal Penelitian*. Program Pasca Sarjana. Universitas Bung Hata. Padang. Volume 8 No. 2 Tahun 2015. Hal. 1-15.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran. Analisis Perencanaan. Pengendalian*. Prentice Hall. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta.
- Robbins, Stephen P. 2003. *Organizational Behavior*. Tenth Edition. Prentice Hall
- Sanistasya, Poppy Alvianolita. 2015. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan Britama pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Samarinda". *eJournal Ilmu Administrasi Bisnis*. 2015. Volume 3 No. 1. Hal. 231-243.
- Suhardi. 2006. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Loyalitas Nasabah Perbankan di Surabaya". *Jurnal Kinerja*. Volume 10. No. 1. Tahun 2006. Hal. 50-56.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Pelayanan Jasa*. Andi. Yogyakarta.
- _____. 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Andi. Yogyakarta.