

Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung

Zusmawati¹, Maria Magdalena², Jhon Fernos³, Adinda Suci Ramadhani^{✉4}

^{1,2,4}Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP Padang, Indonesia

³Akademi Keuangan dan Perbankan Padang, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah menabung di PT Bank Nagari Cabang Lubuk Buaya Padang. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang menabung di PT. Bank Nagari Cabang Lubuk Buaya Padang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah nonprobability sampling dengan jumlah sampel sebanyak 98 orang dengan menggunakan rumus slovin. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hipotesis diuji dengan menggunakan uji t. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra perusahaan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Nagari Cabang Lubuk Buaya Padang.

Kata Kunci: *Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.*

Copyright (c) 2023 Adinda Suci Ramadhani

✉ Corresponding author :

Email Address : adindasuciramadhani18@gmail.com

PENDAHULUAN

Bank ialah organisasi yang bergerak di bidang moneter. Sebagai salah satu industri administrasi moneter, bank dapat diartikan sebagai inti dari administrasi moneter karena bank merupakan penggerak utama perekonomian suatu negara. Kuatnya perekonomian suatu negara dapat dilihat dari kondisi bank. Sesuai Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang pengertian bank usaha, bank usaha ialah bank yang menyelesaikan kegiatan usaha secara teratur atau menurut standar syariah yang dalam pelaksanaannya menawarkan jenis bantuan dalam lalu lintas angsuran.

Kepuasan konsumen adalah reaksi klien terhadap ketidakkonsistenan antara tingkat signifikansi dahulu dan presentasi nyata yang dia rasakan setelah digunakan. Salah satu komponen yang menentukan kepuasan konsumen adalah pandangan klien terhadap kualitas pelayanan. Kepuasan konsumen sangat penting bagi sebuah organisasi, yang dalam tinjauan ini adalah organisasi yang bergerak di bidang pelayanan perbankan, di mana pelayanan besar berperan penting dalam memberikan kepuasan kepada kliennya. Dengan pelayanan ini, akan menaikkan derajat kepuasan kepada klien, baik kepuasan positif maupun kepuasan negatif. Bagi organisasi perbankan, kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat fundamental, terutama berkaitan dengan keberadaan organisasi tersebut, sehingga nasabah tersebut akan terus memanfaatkan administrasi organisasi tersebut.

Bidang keuangan merupakan salah satu bidang yang memegang peranan penting dalam kemajuan masyarakat di era globalisasi saat ini. Berbagai pelayanan yang diberikan

oleh bank ialah untuk melayani kebutuhan pembiayaan dan mengirimkan instrumen kerangka angsuran untuk bidang moneter. Lenka et al (2009) dalam (Malik 2012) dalam penelitiannya merekomendasikan bahwa sifat pelayanan dalam keuangan akan membangun kepuasan konsumen yang dengan demikian akan mendukung dedikasi klien. Sebagai organisasi moneter yang sangat bergantung pada kepercayaan terbuka, bank dituntut untuk menawarkan jenis bantuan yang ideal dengan terus berfokus pada kualitas bantuan sehingga klien akan merasa terpenuhi dan terlindungi dalam mengeksekusi di dunia keuangan.

Kualitas pelayanan adalah segala sesuatu yang memiliki nilai dipasar sasaran (target market) dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan, termasuk hal ini adalah benda, jasa, organisasi, tempat, orang dan ide. Dalam hal ini perusahaan memusatkan perhatian mereka pada usaha untuk menghasilkan pelayanan yang unggul dan terus menyempurnakan. Pelayanan yang berkualitas tinggi merupakan salah satu kunci sukses perusahaan. Memperbaiki kualitas pelayanan ataupun jasa merupakan tantangan penting bagi perusahaan bersaing di pasar global.

Perbaikan kualitas pelayanan akan mengurangi biaya dan meningkatkan keunggulan bersaing, bahkan lebih jauh lagi, kualitas pelayanan yang tinggi menciptakan keunggulan bersaing yang tahan lama. Bank adalah lembaga kepercayaan dengan tugas pokok menjadi perantara antara pihak yang mengalami *surplus of funds* untuk diproduktifkan pada sektor-sektor yang mengalami *lack of funds*. Sifat dasar sebagai lembaga kepercayaan itulah yang menyebabkan berbagai aturan dan ketentuan yang mengatur kegiatan operasional bank diberlakukan jauh lebih ketat dibandingkan bisnis lain. Semuanya ini ditujukan untuk membangun dan menjaga kepercayaan publik. Bank sebagai lembaga keuangan adalah bisnis yang banyak diterpa berbagai masalah dan bahkan tidak habis-habisnya dibincangkan serta dalam dikaji dalam berbagai kesempatan.

Mundur-maju dan pasang-surut bisnis perbankan di Indonesia berpengaruh langsung pada semua sektor usaha dimanapun dan kapanpun karena hampir tidak satupun kegiatan bisnis yang tidak terkait dan melibatkan perbankan terutama bagi Negara yang menganut sistem perekonomian terbuka. Pada perusahaan yang bergerak dibidang jasa yang berorientasi kepada kepuasan nasabah (pelanggan), perusahaan harus senantiasa memperhatikan komunikasi dengan menjalin kegiatan pelayanan yang prima yang dapat merangsang pembelian dan kepuasan pelanggan.

Jasa pelayanan yang dilaksanakan perusahaan tersebut dalam upaya untuk memberikan rasa kepuasan, menimbulkan kepercayaan terhadap pihak nasabah, yang merupakan prioritas utama dari penerapan pelayanan yang prima, karena kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah melihat dan merasakan kinerja hasil yang dia dapatkan. Perkembangan bisnis perbankan di Indonesia akhir-akhir ini mengalami pasang-surut dan cenderung menurun, terutama setelah didera krisis moneter sejak pertengahan tahun 1997 yang hingga saat ini masih dirasakan dampaknya.

Citra organisasi (citra perusahaan) adalah kesan kepribadian suatu perkumpulan atau organisasi. Kemajuan ekonomi, inovasi dan daya nalar individu, memperluas hak istimewa untuk mengatasi masalah dan kebutuhan sesuai asumsi, sehingga untuk mengatasi masalah dan keinginan ini harus dibarengi dengan tingkat kepuasan (Akil, 2013).

Kepuasan konsumen ialah salah satu kunci fundamental untuk mencapai kesetiaan klien. Singh dan Thakur (2012) dalam penelitiannya menemukan bahwa loyalitas konsumen berperan penting dalam membangun dedikasi klien. Hal ini ditegaskan dalam penelitian yang diarahkan oleh Kaura (2013) yang menyatakan bahwa daya tahan suatu bank sangat bergantung pada kepuasan konsumen.

Salah satu standar dasar dalam *consumer orientation* ialah memahami nasabah. Pengaturan ini direncanakan untuk memberikan kepuasan terbesar kepada

klien. Untuk bersaing, bertahan, dan tumbuh, setiap bank perlu memiliki pilihan untuk memberikan citra dan pelayanan yang layak yang dapat memenuhi kepuasan konsumen. Barang dan pelayanan bank yang tidak memiliki citra dan kualitas yang baik akan dengan mudah ditinggalkan oleh klien mereka dan beralih ke bank lain. Untuk itu, setiap organisasi pasti akan memberikan citra dan kualitas pelayanan yang berfokus pada kepuasan konsumen (Faullant, 2008).

Hasil dari penelitian Alireza et al. (2011) menunjukkan bahwa citra merupakan salah satu faktor pembentuk kepuasan konsumen. Safakli (2010) mengungkapkan bahwa dengan menawarkan pelayanan yang paling bagus dan menjaga citra positif, dapat memberikan kepuasan kepada klien dan akan memberikan saran (*Word of mout*) positif kepada klien individu untuk menggunakan layanan yang diberikan oleh organisasi. Nikbin et al. (2010) menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang tidak berdaya akan menimbulkan kekecewaan bagi klien sehingga menimbulkan *word of mout* yang buruk. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Janet 2009 yang menyatakan bahwa klien yang puas akan memberi tahu tiga hingga lima orang tentang barang atau layanan yang mereka dapatkan, tetapi sekali lagi klien yang kecewa akan memberi tahu sepuluh hingga 12 orang.

Diketahui pula bahwa kepuasan yang dapat mempengaruhi perilaku nasabah untuk mempergunakan jasa PT. Bank Nagari cabang lubuk buaya padang, antara lain dimensi bukti fisik, meliputi penampilan fisik kantor, interior bangunan Bank dan penampilan karyawan Bank, dimensi keandalan, meliputi kemampuan manajemen Bank untuk memberikan pelayanan yang terbaik serta kemampuan karyawan dalam mengatasi setiap masalah yang dihadapi oleh nasabah, dimensi daya tanggap, meliputi kesediaan karyawan Bank untuk membantu nasabah dan memberikan pelayanan yang cepat, dimensi jaminan, meliputi sikap sopan santun para karyawan dan kemampuan mereka untuk membangkitkan rasa kepercayaan dan rasa percaya nasabah, serta dimensi empati, yang meliputi rasa peduli dan perhatian secara pribadi yang diberikan pada nasabah. Kelima dimensi di atas merupakan langkah yang seharusnya diperbaiki oleh pihak manajemen PT. Bank nagari cabang lubuk buaya padang, agar para nasabahnya dapat merasakan kepuasan.

METODOLOGI

Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, dengan data yang diperoleh berdasarkan jawaban kuesioner. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah nasabah yang menabung di PT. Bank Nagari Cabang Lubuk Buaya Padang .yang berjumlah 98 orang. Teknik yang digunakan yaitu menggunakan teknik *non-probability sampling*, yaitu tidak memberikan kesempatan yang sama untuk setiap elemen atau setiap anggota populasi yang dipilih sebagai sampel.

Penjelasan operasional dan indikator dari banyak penelitian ditemukan pada tabel seperti:

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
Citra perusahaan	Citra dicirikan sebagai kesan yang diperoleh informasi dan pengalaman	1. Kepribadian 2. Reputasi 3. Nilai	Alma (2002)

(X1)	seseorang tentang sesuatu. Yaitu perasaan yang muncul karena pemahaman tentang kenyataan Pengandaian dengan menangani data dalam jangka panjang dari berbagai sumber yang solid.	4. Identitas perusahaan	Parto Purba (2017)
Kualitas pelayanan (X2)	Kualitas pelayanan merupakan perbandingan kesan pelanggan terhadap pelayanan yang tulus yang mereka dapatkan (<i>perceived service</i>) dengan pelayanan yang nyata (<i>expected service</i>).	<ul style="list-style-type: none"> a. Reliabilitas (<i>reliability</i>) b. Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) c. Jaminan (<i>assurance</i>) d. Empati (<i>empathy</i>) e. Bukti fisik (<i>tangibles</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> Sulaeman (2015) Indrawan (2019), Lupiyoadi dan Hamdani (2011)
Kepuasan nasabah menabung (Y)	Kepuasan ialah kecenderungan individu tentang perasaan kegembiraan atau kekecewaan yang berasal dari perbandingan antara kesannya tentang kinerja (atau hasil) dari suatu produk dengan asumsi atau ekpektasi mereka. kinerja tidak memenuhi asumsi, klien akan kecewa. Jika kinerja sesuai dengan asumsi, klien akan terpenuhi. Jika kinerja melampaui asumsi, klien akan sangat puas atau senang.	<ul style="list-style-type: none"> a. Kesesuaian kualitas pelayanan dengan tingkat harapan b. Tingkat kepuasan apabila dibandingkan dengan yang sejenis c. Tidak ada pengaduan atau komplain yang dilayangkan 	<ul style="list-style-type: none"> Febriana (2016) Panjaitan dan Yuliati (2016)

Penelitian ini terdapat dua variabel adalah variabel terikat dan variabel bebas, dimana variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan Nasabah (Y)

Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung..

dan variabel bebas yaitu Citra Perusahaan (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2). Teknik analisis data menggunakan uji instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas dan heteroskedastisitas) hitungan regresi linear berganda dan uji hipotesis t.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji instrumen penelitian untuk Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung di PT. Bank Nagari Cabang Lubuk Buaya Padang.

1. Uji validitas

Untuk hasil uji validitas variabel Y dan X1, X2, X3, X4, X5, X6 menunjukkan hasil pengujian validitas, dimana dari hasil di atas dapat diketahui nilai korelasi antara skor di semua variabel dengan skor total. Nilai ini kemudian kita bandingkan dengan nilai r tabel, r tabel dicari pada signifikansi 0.05 dan jumlah data (n) = 98, maka didapat nilai r tabel sebesar 0.300.

- **Kepuasan Nasabah (Y)** = Diketahui bahwa nilai *Corrected Item-total Correlation* untuk Kepuasan Nasabah (Y) menunjukkan lebih dari nilai *Rule of Thumb* (0.300) yaitu (0.666), (0.444), (0.735), (0.485), (0.555) maka dapat disimpulkan bahwa semua Pertanyaan untuk variabel Y tersebut valid.
- **Citra Perusahaan (X1)** = Diketahui bahwa nilai *Corrected Item-total Correlation* untuk Citra Perusahaan (X1) menunjukkan lebih dari nilai *Rule of Thumb* (0.300) yaitu (0.892), (0.962), (0.958), (0.955), (0.905) maka dapat disimpulkan bahwa semua Pertanyaan untuk variabel X1 tersebut valid.
- **Keandalan (X2)** = Diketahui bahwa nilai *Corrected Item-total Correlation* untuk Keandalan (X2) menunjukkan lebih dari nilai *Rule of Thumb* (0.300) yaitu (0.542), (0.420), (0.835), (0.835), (0.726) maka dapat disimpulkan bahwa semua Pertanyaan untuk variabel X2 tersebut valid.
- **Daya Tanggap (X3)** = Diketahui bahwa nilai *Corrected Item-total Correlation* untuk Daya Tanggap (X3) menunjukkan lebih dari nilai *Rule of Thumb* (0.300) yaitu (0.922), (0.828), (0.878), (0.912), (0.914) maka dapat disimpulkan bahwa semua Pertanyaan untuk variabel X3 tersebut valid.
- **Jaminan (X4)** = Diketahui bahwa nilai *Corrected Item-total Correlation* untuk Jaminan (X4) menunjukkan lebih dari nilai *Rule of Thumb* (0.300) yaitu (0.523), (0.712), (0.520), (0.748), (0.361) maka dapat disimpulkan bahwa semua Pertanyaan untuk variabel X4 tersebut valid.
- **Empati (X5)** = Diketahui bahwa nilai *Corrected Item-total Correlation* untuk Empati (X5) menunjukkan lebih dari nilai *Rule of Thumb* (0.300) yaitu (0.946), (0.946), (0.946), (0.734), (0.633) maka dapat disimpulkan bahwa semua Pertanyaan untuk variabel X5 tersebut valid.
- **Bukti Fisik (X6)** = Diketahui bahwa nilai *Corrected Item-total Correlation* untuk Bukti fisik (X6) menunjukkan lebih dari nilai *Rule of Thumb* (0.300) yaitu (0.949), (0.939), (0.885), (0.877), (0.877) maka dapat disimpulkan bahwa semua Pertanyaan untuk variabel X6 tersebut valid.

Sumber : Data SPSS 24 (Data diolah tahun Valid 2022)

2. Uji Reliabilitas

Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung..

Dari Hasil olah data dapat dinyatakan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel citra perusahaan X1 (0,978), keandalan X2 (0,840), daya tanggap X3 (0,961), jaminan X4 (0,772), empati X5 (0,940), Bukti Fisik X6 (0,967) dan kepuasan Nasabah Y (0,767) lebih besar dari *Role Of Thumb* (0.600), maka dapat disimpulkan bahwa variabel yang diteliti dinyatakan Reliabel.

Sumber : Data SPSS 24 (Data diolah tahun 2022)

3. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Berdasarkan uji Normalitas dengan menggunakan Berdasarkan uji Normalitas dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* untuk hasil dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2 .Uji Normalitas

Asymp. Sig. (2-tailed)	Alpha	Ket.
0.059	0,05	Terdistribusi Normal

Sumber : Data SPSS 24 (Data diolah tahun 2022)

Berdasarkan tabel di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa data yang diolah Terdistribusi Normal.

Uji Multikolinieritas

Berdasarkan uji Multikolinieritas dengan menggunakan *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *Tolerance Value* untuk hasil dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.Hasil Uji Multikolinieritas

No	Variabel	VIF	Tolerance	Kesimpulan
1	Citra perusahaan	1.159	0.863	Bebas Gejala Multikolinieritas
2	Keandalan	1.081	0.925	Bebas Gejala Multikolinieritas
3	Daya tanggap	1.173	0.825	Bebas Gejala Multikolinieritas
4	Jaminan	1.130	0.885	Bebas Gejala Multikolinieritas
5	Empati	1.391	0.719	Bebas Gejala Multikolinieritas
6	Bukti Fisik	1.201	0.833	Bebas Gejala Multikolinieritas

Sumber : Data SPSS 24 (Data diolah tahun 2022)

Berdasarkan hasil Uji Multikolinieritas pada tabel diatas dapat ditarik disimpulkan bahwa di antara keenam variabel tersebut tidak adanya persoalan multikolinieritas atau biasa di sebut Bebas dari Gejala Multikolinieritas.

Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan uji Heterokedastisitas dengan menggunakan metode *spearman rho* untuk hasil dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

No	Variabel	Sign	Alpha	Kesimpulan
1	Citra perusahaan	0.621	0.05	Bebas Gejala Heteroskedastisitas
2	Keandalan	0.887	0.05	Bebas Gejala Heteroskedastisitas
3	Daya tanggap	0.103	0.05	Bebas Gejala Heteroskedastisitas

4	Jaminan	0.187	0.05	Bebas Gejala Heteroskedastisitas
5	Empati	0.471	0.05	Bebas Gejala Heteroskedastisitas
6	Bukti fisik	0.507	0.05	Bebas Gejala Heteroskedastisitas

Sumber : Data SPSS 24 (Data diolah tahun 2022)

Berdasarkan hasil olahan data dari uji Heteroskedastisitas pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa variabel independen terbebas dari Gejala Heteroskedastisitas.

4. Analisis Regresi Berganda

Analisis Regresi Berganda dapat di gunakan atau di fungsikan untuk mengetahui hubungan antara variabel independent (variabel bebas) dengan variabel dependen (terikat). Berikut adalah uji dari regresi berganda yang telah dilakukan pada tabel 4.17 di bawah ini:

Tabel 5. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Keterangan	Coefficient
Constand	3.365
Citra perusahaan	0.098
Keandalan	0.160
Daya tanggap	0.108
Jaminan	0.245
Empati	0.149
Bukti Fisik	0.107

Sumber : Data SPSS 24 (Data diolah tahun 2022)

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6$$

$$Y = 3.365 + 0.098(X_1) + 0.160(X_2) + 0.108(X_3) + 0.245(X_4) + 0.149(X_5) + 0.107(X_6)$$

Persamaan regresi linear berganda diatas mempunyai arti sebagai berikut :

1. Nilai Konstanta mempunyai nilai positif sebesar 3.365 apabila citra perusahaan, keandalan, daya tanggap. Jaminan, empati dan Bukti Fisik pada pembuatan tabung nasabah, sama dengan nol maka kepuasan Nasabah masih bernilai tetap 3.365.
2. Nilai $X_1 = 0.098$ Artinya koefisien regresi citra perusahaan menunjukkan arah positif. Hal ini berarti jika citra perusahaan meningkat maka kepuasan Nasabah juga akan meningkat sebesar 0.098.
3. Nilai $X_2 = 0.160$ Artinya koefisien regresi keandalan menunjukkan arah positif. Hal ini berarti jika keandalan meningkat maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0.160.
4. Nilai $X_3 = 0.108$ Artinya koefisien regresi daya tanggap menunjukkan arah Positif. Hal ini berarti jika daya tanggap meningkat maka kepuasan Nasabah juga akan meningkat sebesar 0.108.
5. Nilai $X_4 = 0.245$ Artinya koefisien regresi jaminan menunjukkan arah Positif. Hal ini berarti jika jaminan meningkat maka kepuasan Nasabah juga akan meningkat sebesar 0.245.

6. Nilai $X_5 = 0.149$, Artinya koefisien regresi empati menunjukkan arah positif. Hal ini berarti jika empati meningkat maka kepuasan Nasabah juga akan meningkat sebesar 0,149.
7. Nilai $X_6 = 0.107$, Artinya koefisien regresi Bukti Fisik menunjukkan arah Positif. Hal ini berarti jika Bukti Fisik meningkat maka kepuasan Nasabah juga akan meningkat sebesar 0.107.

5. Uji Hipotesis

Utuk mengetahui pengaruh citra perusahaan, keandalan, daya tanggap, jaminan, empat, dan Bukti Fisik terhadap Kepuasan Nasabah, maka dilakukan hipotesis melalui uji t dengan menggunakan tingkat signifikan 5% ($\alpha=0.05$) dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji T

No	Variabel	t- hitung	t- tabel	A	Sign	Kesimpulan
1	Citra perusahaan((X1)	2.055	1.660	0.05	0.043	H1 diterima
2	Keandalan(X2)	2.111	1.660	0.05	0.038	H2 diterima
3	Daya tanggap (X3)	2.065	1.600	0.05	0.042	H3 diterima
4	Jaminan (X4)	2.920	1.660	0.05	0.004	H4 diterima
5	Empati (X5)	2.152	1.660	0.05	0.034	H5 diterima
6	Bukti Fisik (X6)	2.068	1.660	0.05	0.042	H6 diterima

Sumber : Data SPSS 15 (Data diolah tahun 2022)

Berdasarkan hasil tabel uji t secara parsial di atas dapat dilakukan sebagai berikut :

- a. Pengaruh variabel citra perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah (H1). Variabel Citra Perusahaan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah menabung pada PT. Bank Nagari Cabang Lubuk Buaya Padang, maka hipotesis satu (H1) dalam penelitian ini dinyatakan **diterima**
- b. Pengaruh variabel Keandalan terhadap Kepuasan Nasabah (H2). Variabel Keandalan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah menabung pada PT Bank Nagari Cabang Lubuk Buaya Padang, maka hipotesis kedua (H2) dalam penelitian ini dinyatakan **diterima**.
- c. Pengaruh variabel daya tanggap terhadap kepuasan Nasabah (H3). Variabel daya tanggap (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah menabung pada PT. Bank Nagari Cabang Lubuk Buaya Padang, maka hipotesis ketiga (H3) dalam penelitian ini dinyatakan **diterima**
- d. Pengaruh variabel Jaminan terhadap Kepuasan Nasabah (H4). Variabel Jaminan(X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan pada PT. Bank Nagari Cabang Lubuk Buaya Padang, maka hipotesis keempat (H4) dalam penelitian ini dinyatakan **diterima**

- e. Pengaruh variabel Empati terhadap Kepuasan Nasabah (H5). Variabel Empati (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah menabung pada PT.Nagari Cabang Lubuk Buaya Padang, maka hipotesis kelima (H5) dalam penelitian ini dinyatakan **diterima**.
- f. Pengaruh variabel Bukti Fisik terhadap Kepuasan Nasabah (H6). Variabel Bukti Fisik(X6) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan an an Nasabah menabung pada PT.Bank Nagari Cabang Lubuk Buaya Padang, maka hipotesis keenam (H6) dalam penelitian ini dinyatakan **diterima**.

PEMBAHASAN

Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung pada PT. Bank Nagari Cabang Lubuk Buaya Padang

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama, ditemukan bahwa variabel Citra Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung pada PT. Bank Nagari Cabang Lubuk Buaya Padang. Dimana nilai t hitung lebih besar dari t tabel $2.055 > 1.660$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha ($0.043 < 0,05$). Maka, dalam penelitian ini hipotesis pertama (**H1**) **diterima**.

Hal ini menjelaskan bahwa citra perusahaan yang baik akan menentukan tingkat kesetiaan nasabah. Nasabah akan membandingkan citra perusahaan dengan yang lain sehingga nasabah dapat menentukan citra perusahaan dengan jangka waktu yang lama, dimana semakin baik citra perusahaan atau kesan yang diberikan oleh PT. Bank Nagari Cabang Lubuk Buaya Padang dan mampu memberikan kepuasan kepada nasabahnya maka akan semakin tinggi loyalitas nasabah tersebut.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Saputra (2013) menunjukkan bahwa citra memiliki dampak positif dan kritis terhadap pemenuhan. Citra positif yang dibuat oleh nasabah dapat menjadi pemikiran sehubungan dengan keuntungan yang didapat sehingga akan mendorong nasabah untuk menyampaikan data positif tentang citra bank kepada orang lain. Data yang dikirim dengan mendengarkan percakapan orang lain dapat menarik klien baru yang akan datang untuk menabung di bank. Dan penelitian Santoso dan Soliha (2017) juga menghasilkan hasil yang serupa yaitu citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik citra perusahaan maka juga akan meningkatkan kepuasan pada nasabah.

Pengaruh Keandalan Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung pada PT. Bank Nagari Cabang Lubuk Buaya Padang

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua, ditemukan bahwa variabel keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan pada PT. Bank Nagari Cabang Lubuk Buaya Padang. Dimana nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2.111 > 1.660$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha ($0.038 < 0,05$). Maka, dalam penelitian ini hipotesis kedua (**H2**) **diterima**.

Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya keandalan karyawan dalam melayani nasabah akan memberikan kepuasan kepada nasabah, setelah nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diterimanya, nasabah akan membandingkan pelayanan yang diberikan.

Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung..

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2017) yang menyatakan bahwa variabel kehandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. dan Hasil penelitian yang dilakukan oleh Yenni (2018) : Keandalan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik pelayanan bank kepada nasabah dan semakin baik karyawan bank memberikan informasi atau kebutuhan nasabah maka nasabah akan merasa puas. Keandalan bank atau karyawan bank dalam melayani atau memberikan informasi sesuai dengan kebutuhan nasabah akan berdampak pada kepuasan nasabah..

Pengaruh Daya Tangga Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung pada PT. Bank Nagari Cabang Lubuk Buaya Padang

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga, ditemukan bahwa variabel Daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung pada PT. BANK Nagari Cabang Lubuk Buaya Padang. Dimana nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2.065 > 1.660$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha ($0.042 < 0,05$). Maka, dalam penelitian ini hipotesis ketiga (**H3**) **diterima**.

Hal ini menunjukkan bahwa daya tanggap dalam melayani nasabah dibutuhkan untuk menciptakan kepuasan nasabah karena semakin baik daya tanggap karyawan dalam melayani nasabah pasti nasabah akan nyaman dan cepat memahami dan merasa puas dalam pelayanan tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Fadhil (2017) menyatakan bahwa variabel daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Rifqi (2016) dalam penelitiannya menjelaskan ketanggapan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pelayanan bank yang diberikan akan berdampak pada kepuasan nasabah, jika bank bersedia membantu nasabah dengan sepenuh hati nasabah akan merasa senang sehingga tercipta kepuasan pada nasabah tersebut.

Pengaruh Jaminan Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung pada PT. Bank Nagari Cabang Lubuk Buaya Padang

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keempat, ditemukan bahwa variabel Jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung pada PT. Bank Nagari Cabang Lubuk Buaya Padang. Dimana nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2.920 > 1.660$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha ($0.004 < 0,05$). Maka, dalam penelitian ini hipotesis keempat (**H4**) **diterima**.

Hal ini menunjukkan apabila jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Semakin baik persepsi nasabah akan jaminan yang di berikan oleh bank kepada nasabah maka kepuasan nasabah juga akan semakin tinggi. Apabila persepsi nasabah akan jaminan buruk maka berdampak pada kepuasan nasabah semakin rendah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Hastuti dan Nasri (2014) : Jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti semakin tinggi kualitas jaminan pelayanan yang diberikan, maka nasabah akan semakin tinggi

Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung..

tingkat kepuasannya. Jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Juga sejalan dengan penelitian Edy Sutrisno et al. (2017) yaitu jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. perusahaan memberikan jaminan keamanan kepada pelanggan, sehingga para nasabah merasa sangat percaya bahwa dana simpanannya aman disimpan.

Pengaruh Empati Terhadap Kepuasan Menabung pada PT. Bank Nagari Cabang Lubuk Buaya Padang

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kelima, ditemukan bahwa variabel empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung pada PT. Bank Nagari Cabang Lubuk Buaya Padang. Dimana nilai t hitung lebih kecil dari t tabel ($2.152 > 1.660$) dan nilai signifikansi lebih besar dari nilai α ($0.034 < 0,05$). Maka, dalam penelitian ini hipotesis keempat (**H5**) **diterima**.

Hal ini berarti bahwa semakin baik empati yang diberikan karyawan maka kepuasan nasabah akan semakin tinggi. Dengan empati yang diberikan oleh bank kepada nasabahnya dalam setiap pelayanannya akan membuat nasabah puas untuk berinteraksi dengan bank tersebut. Semakin baik persepsi nasabah akan empati yang diberikan bank kepada nasabah maka kepuasan nasabah akan bank akan semakin baik. Apabila persepsi nasabah akan empati yang diberikan bank kepada nasabah maka kepuasan nasabah akan bank akan semakin buruk.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Edy Sutrisno et al. (2017) yaitu empati berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, menjalin hubungan baik dengan para nasabah karena karyawan bisa memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan ramah. Sikap karyawan bank yang memberikan perhatian dengan menjalin hubungan secara interaktif (terusmenerus) kepada nasabah membuat nasabah merasa lebih dihargai dan merasakan adanya kedekatan antara nasabah dan karyawan. dan penelitian yang dilakukan oleh Hastuti dan Nasri (2014) : Empati berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah terbukti bahwa empati yang diberikan oleh karyawan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung pada PT. Bank Nagari Cabang Lubuk Buaya Padang

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keenam, ditemukan bahwa variabel bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung pada PT. Bank Nagari Cabang Lubuk Buaya. Dimana nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2.068 > 1.660$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai α ($0.000 < 0,05$). Maka, dalam penelitian ini hipotesis keenam (**H6**) **diterima**.

Hal ini bermakna bahwa bukti fisik seperti lingkungan sekitar tempat perusahaan atau menyediakan produk atau jasa yang sangat tertata rapi dan kondisi bangunan yang kokoh serta ukuran bangunan yang memadai akan berpengaruh terhadap persepsi nasabah untuk merasakan puas dan loyal, semakin baik bukti fisik yang mampu diciptakan maka semakin meningkat pula tingkat kepuasan dan raya loyal nasabah yang merasakan.

Temuan penelitian Edy Sutrisno et al. (2017) Hubungan antara bukti fisik dan kepuasan nasabah berpengaruh positif. Kepuasan nasabah akan semakin terpancar apabila keadaan sekitar bank atau para pekerja bank ramah dan ruangan yang disediakan juga nyaman. Semakin baik persepsi nasabah terhadap bukti fisik yang diberikan bank maka kepuasan nasabah akan semakin baik. Apabila persepsi nasabah terhadap bukti fisik yang diberikan bank maka kepuasan nasabah akan semakin buruk.

SIMPULAN

Pada penelitian yang sudah dilakukan bahwa kesimpulan dalam penelitian ini di buat sebagai berikut : Citra Perusahaan (X1),Keandalan (X2),Daya Tanggap (X3) ,Jaminan (X4),Empati (X5),dan Bukti Fisik (X6) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung pada PT. Bank Nagari Cabang Lubuk Buaya Padang, maka kesimpulannya yaitu Semua hipotesis diterima.

Referensi :

- Alireza, Taher, Hassan, dan Golipor. 2011. "A Survey of the Effect of Social Media Marketing on Online Shopping of Customers by Mediating Variables." 7.
- Alma. 2002. "Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa." 2.
- Amirullah, SE., M. .. 2015. "populasi dan sampel (pemahaman, jenis dan teknik)." *Wood Science and Technology* 16(4):68–80. Doi: 10.1007/BF00353157.
- Chaniotakis, dan Lymperopoulos. 2009. "Service quality effect on satisfaction and word of mouth in the health care industry." 19.
- Davies, Macfarlane, Megiro, dan Mcgloin. 2006. "green infrastructure planning guide Authors."
- Edy Sutrisno, Ulva Septiani, Supri Wahyudi Utomo, dan Elva Nuraina. 2017. "Pengaruh Kepuasan Kerja dan Komitmen." *Manajemen Sumber Daya Manusia* 1.
- Fadhil, Muhammad. 2017. "Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada warkop dg. Sija di kota makassar."
- Faullant. 2008. "The Impact of Satisfaction and Image on Loyalty: The Case of Alpine Ski Resorts." 18.
- Hastuti, Tuti, dan Muhammad Nasri. 2014. "kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas nasabah: aplikasi servqual model pada lembaga keuangan mikro syariah kota malang Tuti." *Manajemen dan akuntansi* 3(iii):73–94.
- Indah Febriana, Nina. 2016. "analisis kualitas pelayanan bank terhadap kepuasan nasabah pada bank muamalat indonesia kantor cabang pembantu tulungagung." *An-Nisbah* 03(01):145–68.
- Indrawan, Yossy Wahyu. 2019. "pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi nilai terhadap kepuasan serta implikasinya pada loyalitas mahasiswa perguruan tinggi swasta x." *Feasible bisini,kewirausahaan dan koperasi* 1 No.2:106–22.
- Iryani, dan Risky Kawasati. 2020. "Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif." 4(1).
- Kaura. 2013. "Service Convenience, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty: Study of Indian Commercial Banks." *Bisnis Dan Manajemen* 26.
- Kotler. 2002. "Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi dan Kontrol." 230.
- Ladhari. 2009. "Service quality, emotional satisfaction, and behavioural intentions: A study in the hotel industry." 19.
- Malhotra. 1996. "The Impact of the Academy of Marketing Science on Marketing Scholarship: An Analysis of the Research Published in JAMS." 24:291–98.

- Malik, Saif Ullah. 2012. "Customer Satisfaction, Perceived Service Quality and Mediating Role of Perceived Value." *International Journal of Marketing Studies* 4(1). Doi: 10.5539/ijms.v4n1p68.
- Nikbin, Ishak, Jalalkamali, dan Marimutu. 2010. "Perceived Justice in Service Recovery and Recovery Satisfaction: The Moderating Role of Corporate Image." 2.
- Panjaitan, Januar Efendi, dan 2016:272 Ai Lili Yuliati. 2016. "Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan beberapa indikator." *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* 272.
- Parto Purba, Roy. 2017. "pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan." *Jom Fisip* 4(1):1-13.
- Pratiwi, Hardiyanti. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Takana Juo di Makassar."
- Purba, rosintasn sabrina, dan Syaifullah. 2020. "pengaruh promosi penjualan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk carvil di kota batam." *Jurnal akrab juara* 5:228-39.
- Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani. 2011. "Manajemen Pemasaran Jasa." 2.
- Rifqi, Nur. 2016. "pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada shine professional car wash di Makassar."
- Safakli. 2010. "Ethical Perceptions of Customers Towards the Services of Foreign Branch Banks in Northern Cyprus." 7.
- Sudaryono. 2017. Metodologi penelitian. Jakarta.
- Sugiyono. 2013. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D." 32.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Bisnis. 3 ed. Diedit oleh Suryandari. Bandung: Alfabeta.
- Sulaeman, E. 2015. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Charly VHT Family Karaoke Cabang Garut)." *Jurnal Manajemen Maranatha* 14(2):115003.
- Sutisna. 2001. "Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran." Metode penelitian.
- Tjiptono, Fandy. 2009. "Strategi Pemasaran Jasa." *Management marketing* \ 1.
- Wicaksono, Hendra. 2018. "Pemanfaatan E-Journal oleh Mahasiswa pada Perpustakaan Perguruan Tinggi di Jakarta." *Lentera Pustaka: Jurnal Kajian Ilmu Perpustakaan, Informasi dan Kearsipan* 4(2):67-78. Doi: 10.14710/lenpust.v4i2.19676.
- Yenni. 2018. "pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pt.pln (persero) unit pelaksana pelayanan pelanggan (up3) makassar selatan." *Ekonomi universitas negeri Makassar* 10(1):279-88.