

ANALISIS PENGARUH PELAYANAN, SUKU BUNGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT.BPR NUR SEMESTA INDAH CABANG SEMBORO

Rif'atun Nikmah
rifaan72@gmail.com
Universitas Muhammadiyah
Jember

Akhmad Suharto
akhmadsuharto@unmuhjember.ac.id
Universitas Muhammadiyah
Jember

Pawestri Winahyu
pawestri@unmuhjember.ac.id
Universitas Muhammadiyah
Jember

ABSTRACT

Customer satisfaction in the service sector is a customer's short-term emotional reaction to the performance of certain services, the level of customer satisfaction can occur after experiencing whether the services they expect are met or exceeded. If the customer feels disappointed, dissatisfied after receiving the service, it will cause problems for the service provider, if the customer feels happy and satisfied after receiving the service provided, it will lead to customer satisfaction. This research was conducted on customers of PT. BPR Nur Semesta Indah Semboro. This research was conducted to find out whether the less friendly and less fast service in serving transactions has an effect on customer satisfaction, whether the interest rate which is rather high compared to state-owned banks has an effect on customer satisfaction, whether the location of companies that enter villages far from the city center has an effect on satisfaction. This study aims to determine the effect of service on customer satisfaction, to determine the effect of interest rates on customer satisfaction, and to determine the effect of company location on customer satisfaction at PT. BPR Nur Semesta Indah Semboro Branch. Methods of data collection in this research using questionnaires, observation, and interviews. The analysis technique used in this study is multiple linear regression with the help of the SPSS21 program. From the results of research that has been done, based on the results of the t test the service variable has a t calculated value of 3.490 with a significant value of 0.001, the data shows that service perception has a positive effect on customer satisfaction, the interest rate variable has a t calculated value of 7.334 with a significant value of 0.000, the data shows that the perception of interest rates has a positive effect on customer satisfaction, and the location variable, namely the t-count value of 5.293 with a significant value of 0.000, the data shows that the perception of location has a positive effect on customer satisfaction.

Keywords: service, interest rate, location, customer satisfaction.

1. PENDAHULUAN

Bank merupakan mata rantai antara penabung dan pemakai uang. Dengan demikian bank merupakan suatu perusahaan yang pekerjaannya mengelola kebutuhan-kebutuhan kredit sebab dari seluruh uang yang disimpan atau ditabungkan pada bank, oleh bank itu dipinjamkan lagi kepada mereka atau pengusaha yang memerlukan kredit. Bank hidup dari selisih bunga yang dipungut dari para

peminjam ke bank tersebut dengan bunga yang diberikan kepada para penyimpan/ penabung. Dunia perbankan Indonesia saat ini diwarnai dengan persaingan yang semakin ketat. Hal ini di karenakan semakin majunya lembaga-lembaga perbankan dan lembaga perkreditan yang berusaha menarik perhatian nasabah. Dengan semakin banyak lembaga perbankan dan lembaga perkreditan, sudah barang tentu

masyarakat mempunyai berbagai alternatif dalam menggunakan jasa perbankan. Dalam upaya menciptakan kepuasan nasabah, pihak bank seharusnya melakukan evaluasi terhadap tingkat pelayanan yang diberikan kepada nasabah sehingga menghasilkan kepuasan nasabah terhadap bank yang dinaunginya.

Pada dasarnya nasabah mengharapkan segala apa yang diinginkan terhadap pemberi layanan, maka dari itu bagi perusahaan maupun badan usaha hendaknya memiliki kualitas pelayanan yang berbeda sehingga membedakan usahanya dengan usaha orang lain. Kualitas pelayanan sangat penting, tidak hanya sekedar pelayanan saja, tapi harus ada karakteristik yang membedakan

Menurut Farid (2017) , pada perbankan kepuasan dan ketidakpuasan nasabah adalah hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli dan menggunakan suatu produk jasa bank. Harapan itu lantas dibandingkan dengan persepsinya terhadap kualitas yang diterimanya dengan menggunakan produk jasa itu. Jika harapannya lebih tinggi dari pada kualitas produk jasa, nasabah akan merasa tidak puas. Sebaliknya, jika harapannya sama dengan atau lebih rendah dari pada kualitas produk jasa, maka nasabah akan merasa puas.

Menurut Sugiarthi et al., (2014), kepuasan pelanggan/nasabah pada bidang jasa adalah reaksi emosional jangka pendek pelanggan terhadap kinerja jasa tertentu, tingkat kepuasan pelanggan dapat terjadi setelah mengalami apakah jasa yang mereka harapkan terpenuhi atau

terlampau. Apabila pelanggan yang merasa kecewa, kurang puas setelah menerima pelayanan, maka akan menimbulkan masalah bagi penyedia jasa, apabila pelanggan merasa gembira dan senang setelah menerima pelayanan yang diberikan , maka akan menimbulkan kepuasan kepada pelanggan.

Suku bunga dapat diartikan sebagai balas jasa yang diberikan oleh koperasi yang berdasarkan prinsip konvensional kepada nasabah. Bunga bagi koperasi dapat diartikan sebagai harga yang harus dibayar kepada nasabah (yang memiliki simpanan) dengan harga yang harus dibayar oleh nasabah kepada koperasi (nasabah yang memperoleh pinjaman), serta harga yang dibebankan kepada biaya-biaya jasa yang lainnya. Menurut Kasmir (2012 : 37-40), faktor - faktor utama yang mempengaruhi besar kecilnya penetapan suku bunga secara garis besar yaitu : kebutuhan dana, persaingan, kebijaksanaan pemerintah, target laba yang diinginkan, jangka waktu, kualitas dan nilai jaminan, reputasi perusahaan, produk yang kompetitif, hubungan yang baik, dan jaminan pihak ketiga. Pada PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro untuk suku bunga yang rendah dan suku bunga yang relatif dapat bersaing dengan perusahaan sejenis yang mudah dijangkau oleh nasabah, tetapi dengan banyaknya persaingan disekitar PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro membuat penurunan jumlah nasabah disetiap tahunnya berdasarkan data yang diberikan oleh PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro.

Menurut Atmaja (2018), kualitas layanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sudah terjadinya transaksi. Pada umumnya layanan yang berkualitas tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Dari definisi-definisi tentang kualitas pelayanan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Layanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Pada PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro ini untuk pelayanannya kepada nasabah tergolong masih kurang ramah, terkadang nasabah tidak dilayani dengan ramah, ketanggapan dari karyawan untuk melayani nasabah masih kurang cepat dan tanggap.

Sofiyanto (2016), lokasi merupakan saluran distribusi yaitu jalur yang dipakai untuk perpindahan produk dari produsen ke konsumen. Menurut Lupiyoadi (2013), lokasi juga dikatakan sebagai keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan

dengan di mana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Lokasi yang baik menjamin tersedianya akses cepat, dapat menarik sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola berbelanja dan pembelian konsumen. Lokasi adalah tempat kedudukan bank yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan menabung karena ada unsur kedekatan dan mudah dijangkau transportasi (Fajriyah, 2013). Untuk lokasi PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro lokasinya sudah strategis berada dikawasan yang sangat ramai dan mudah dijangkau oleh nasabah dengan kendaraan pribadi maupun umum, tetapi untuk tempat parkir nasabah kurang luas sehingga jika sedang ramai nasabah masih kebingungan mencari tempat parkir untuk kendaraannya.

PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro merupakan salah satu instansi pelayanan jasa dalam dunia perbankan yang merupakan lembaga keuangan bank yang menerima simpanan hanya dalam bentuk deposito berjangka, tabungan dan bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu serta menyalurkan dana sebagai usaha PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro berkedudukan di kecamatan Semboro tepatnya di Jl. Raya Semboro, Sidomekar, Semboro Kabupaten Jember akan memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah.

**Tabel 1. Jumlah Nasabah PT. BPR
Nur Semesta Indah Cabang
Semboro
Tahun 2017-2021**

Tahun	Jumlah Nasabah
2017	4.137
2018	3.887
2019	3.115
2020	2.978
2021	2.348

Sumber : Data diolah, 2022

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah nasabah PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro menunjukkan adanya penurunan jumlah nasabah dari tahun ke tahun. Sehingga penulis tertarik untuk mengetahui penyebab dari menurunnya jumlah nasabah pada PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro.

2. KERANGKA TEORITIS

Pelayanan

Pelayanan adalah merupakan tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan sesuatu. Produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak. Menurut Kotler (2014 : 83), pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Menurut kamus besar bahasa Indonesia pengertian pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain. Pelayanan merupakan rangkaian kegiatan sikap dan perilaku petugas bank dalam menerima kehadiran atau

berkomunikasi dengan nasabah secara langsung maupun tidak langsung.

Suku Bunga

(Natalia, Dzulkirom AR, 2012), bunga bank dapat diartikan sebagai balas jasa yang diberikan oleh bank yang berdasarkan pada prinsip konvensional kepada nasabah yang membeli/ menjual produknya. Bunga juga dapat diartikan sebagai harga yang harus dibayar kepada nasabah (yang memiliki simpanan) dengan yang harus dibayar oleh nasabah kepada bank (nasabah yang memperoleh pinjaman). Sedangkan suku bunga adalah rasio dari bunga terhadap jumlah pinjaman.

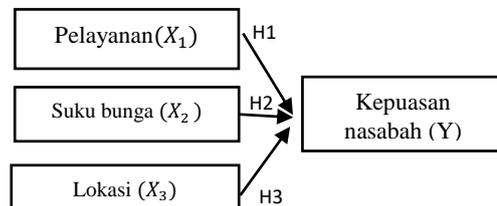
Penentuan tingkat bunga haruslah memperhatikan tingkat inflasi yang terjadi. Hal ini diungkapkan oleh Fisher dalam Mankiw (2015) bahwa: "tingkat bunga nominal akan berubah karena dua alasan yaitu karena tingkat bunga riil berubah atau karena tingkat inflasi berubah jadi tingkat bunga nominal besarnya adalah penjumlahan dari tingkat bunga riil ditambah tingkat inflasi". Tingkat bunga nominal yang terdiri dari tingkat inflasi plus tingkat bunga riil.

Lokasi

Sofiyanto (2016), lokasi merupakan saluran distribusi yaitu jalur yang dipakai untuk perpindahan produk dari produsen ke konsumen. Lokasi berarti berhubungan dengan di mana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya. Menurut Lupiyoadi (2013:96), lokasi juga dikatakan sebagai keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan di mana operasi dan stafnya akan ditempatkan.

Lokasi yang baik menjamin tersedianya akses cepat, dapat menarik sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola berbelanja dan pembelian konsumen. Lokasi adalah tempat kedudukan bank yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan menabung karena ada unsur kedekatan dan mudah dijangkau transportasi (Fajriyah, 2013).

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual Hipotesis

H1 : Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT.BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro.

H2 : suku bunga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT.BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro.

H3 : lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT.BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro.

3. METODE PENELITIAN

Identifikasi Variabel

Variabel bebas dan terikat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel bebas (X), menurut Sugiyono (2013:96), variabel bebas adalah variabel yang mampu mempengaruhi variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah pelayanan (X1), suku bunga (X2), dan lokasi (X3).

2. Variabel terikat (Y), menurut Sugiyono (2013:97), variabel terikat (Y) adalah variabel yang dapat dipengaruhi variabel bebas. Variabel terikat penelitian ini kepuasan nasabah (Y).

Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini terdapat 4 (empat) variabel yang terdiri dari 3 (tiga) variabel independen dan 1(dua) variabel dependen. Variabel independen terdiri atas pelayanan (X1), suku bunga (X2) dan lokasi (X3), sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini yaitu kepuasan nasabah (Y). Hubungan antara kedua variabel tersebut adalah naik turunnya variabel dependen yang dipengaruhi oleh perilaku variabel independen yang artinya apabila salah satu variabel independen berubah, maka kemungkinan akan mengakibatkan variabel dependen juga berubah.

Masing-masing variabel dalam penelitian ini secara operasional dapat didefinisikan sebagai berikut :

1. Pelayanan (X1)

Pelayanan adalah sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen atau nasabah serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan nasabah. Dimana dalam menunjang pengelolaan aktivitas perbankan maka perlu adanya tingkat pelayanan nasabah, sebab dengan adanya tingkat pelayanan nasabah maka akan memberikan kepuasan bagi nasabah.

Arianata (2013), kualitas pelayanan jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk

memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut. Dalam kualitas pelayanan yang baik, terdapat beberapa jenis kriteria pelayanan, antara lain adalah sebagai berikut:

1. Ketepatan waktu pelayanan, termasuk didalamnya waktu untuk menunggu selama transaksi maupun proses pembayaran.
2. Akurasi pelayanan, yaitu meminimalkan kesalahan dalam pelayanan maupun transaksi.
3. Sopan santun dan keramahan ketika memberikan pelayanan.
4. Kemudahan mendapatkan pelayanan, yaitu seperti tersedianya sumber daya manusia untuk membantu melayani konsumen, serta fasilitas pendukung seperti komputer untuk mencari ketersediaan suatu produk.
5. Kenyamanan konsumen, yaitu seperti lokasi, tempat parkir, ruang tunggu yang nyaman, aspek kebersihan, ketersediaan informasi, dan lain sebagainya.

2. Suku Bunga (X2)

Kashmir (2014), bunga bank dapat diartikan sebagai balas jasa yang diberikan oleh bank berdasarkan prinsip konvensional oleh nasabah yang membeli atau menjual produknya. Bunga juga dapat diartikan sebagai harga yang harus dibayar kepada nasabah (atau yang memiliki simpanan) atau harga yang harus dibayar nasabah kepada bank (nasabah yang memperoleh pinjaman). Indikator dalam penelitian ini adalah :

- a. Tingkat suku bunga kredit tergolong murah.
- b. Tingkat suku bunga kredit dapat bersaing dengan bank/BPR lainnya.
- c. Tingkat suku bunga kredit yang ditawarkan dapat menarik nasabah menggunakan jasa kredit.

3. Lokasi (X3)

Menurut Lupiyoadi (2015), lokasi berarti berhubungan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi. Suatu lokasi disebut strategis bila berada dipusat kota, kepadatan populasi, kemudahan mencapainya menyangkut kemudahan transportasi umum, kelancaran lalu lintas dan arahnya tidak membingungkan konsumen.

Indikator variabel lokasi dalam penelitian ini adalah:

- a. Lokasi yang mudah dilalui atau mudah di jangkau transportasi umum.
- b. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.
- c. Tempat parkir yang nyaman, luas dan aman.

4. Kepuasan Nasabah (Y)

Kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2014) didefinisikan sebagai evaluasi yang memberikan hasil dimana pengalaman yang dirasakan setidaknya sama baiknya atau sesuai dengan yang diharapkan. Indikator dalam penelitian ini adalah :

- a. Kepuasan terhadap produk adalah nasabah merasa puas terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro sehingga nasabah dapat menerima benefit

- langsung dari layanan itu sendiri.
- b. Pelayanan keseluruhan memuaskan adalah secara keseluruhan kualitas pelayanan pada PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro memuaskan sehingga sesuai dengan harapan nasabah.
 - c. Perasaan senang adalah rasa senang setelah mendapatkan kualitas pelayanan yang baik pada PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro sehingga nasabah senantiasa merekomendasikan ke orang lain.

Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2012:80-81), populasi adalah jumlah keseluruhan dari satuan-satuan atau individu-individu yang karakteristiknya hendak diteliti. Dan satuan-satuan tersebut dinamakan unit analisis, dan dapat berupa orang-orang, institusi-institusi, benda-benda, dst. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2012:82), sampel merupakan suatu bagian dari keseluruhan serta karakteristik yang dimiliki oleh sebuah Populasi. Apabila populasi tersebut besar, sehingga para peneliti tentunya tidak memungkinkan untuk mempelajari keseluruhan yang ada pada populasi tersebut beberapa kendala yang akan di hadapi di antaranya seperti dana yang terbatas, tenaga dan waktu maka dalam hal ini perlunya

menggunakan sampel yang di ambil dari populasi itu. Selanjutnya, apa yang dipelajari dari sampel tersebut maka akan mendapatkan kesimpulan yang nantinya di berlakukan untuk populasi.

Menurut Roscoe dalam Sugiyono (2014), menjelaskan bahwa bila penelitian akan melakukan analisis multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), sehingga anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.

Penelitian ini menggunakan 4 variabel dan menggunakan faktor kali angka 20, maka jumlah sampel penelitian ini ditetapkan sebesar $4 \times 20 = 80$ responden. Alasan peneliti mengambil angka 20 karena variabel yang berjumlah 4 harus dikalikan 20 agar menjadi 80 sampel. Berikut ini perhitungan jumlah sampel berdasarkan pendapat (Sugiyono, 2014) :

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{Jumlah variabel} \times 20 \\ &= 4 \times 20 \\ &= 80 \text{ sampel} \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan rumus di atas maka sampel penelitian ini sebesar jumlah variabel yang berjumlah 4 dikalikan 20 sama dengan 80 responden.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan purposive sampling, merupakan teknik yang banyak digunakan oleh para peneliti. Metode ini menggunakan kriteria yang sudah dipilih dan harus mewakili populasi yang akan diteliti: Kriteria responden yang akan digunakan adalah kriteria nasabah PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro yang telah

menggunakan jasa di PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro lebih dari 1 kali.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Intrumen Data

1. Uji Validitas

Variabel/indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Pelayanan			
X1.1	0,708	0,2199	valid
X1.2	0,740	0,2199	valid
X1.3	0,689	0,2199	valid
X1.4	0,683	0,2199	valid
X1.5	0,700	0,2199	valid
Suku Bunga			
X2.1	0,764	0,2199	valid
X2.2	0,859	0,2199	valid
X2.3	0,801	0,2199	valid
Lokasi			
X3.1	0,752	0,2199	valid
X3.2	0,825	0,2199	valid
X3.3	0,815	0,2199	valid
Kepuasan Nasabah			
Y1.1	0,769	0,2199	valid
Y1.2	0,866	0,2199	valid
Y1.3	0,775	0,2199	valid

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa korelasi antara masing-masing indikator terhadap total skor konstruk dari setiap variabel menunjukkan hasil valid. Karena r hitung $>$ r tabel. Sehingga dapat di simpulkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid.

Variabel	Alpha Hitung	Standar Alpha	Keterangan
Pelayanan (X1)	0,744	0,60	Reliabel
Suku Bunga (X2)	0,722	0,60	Reliabel
Lokasi (X3)	0,712	0,60	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,718	0,60	Reliabel
Variabel	Alpha Hitung	Standar Alpha	Keterangan
Pelayanan (X1)	0,744	0,60	Reliabel
Suku Bunga (X2)	0,722	0,60	Reliabel
Lokasi (X3)	0,712	0,60	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,718	0,60	Reliabel

2. Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

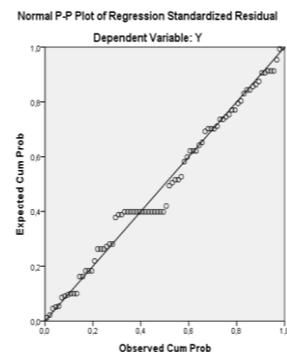
Sumber : Data diolah, 2022

Pada tabel diatas menunjukkan hasil pengujian reliabilitas pada instrumen variabel Pelayanan (X1), Suku Bunga (X2), Lokasi (X3) dan Kepuasan Nasabah (Y) dengan nilai Cronbach's Alpha atau r alpha diatas 0,600. Hal ini membuktikan instrumen penelitian berupa kuesioner ini dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Gambar 2. Hasil Uji Normalitas



Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan gambar grafik diatas terlihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Maka data dalam gambar dapat disimpulkan bahwa data telah terdistribusi secara normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinieritas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

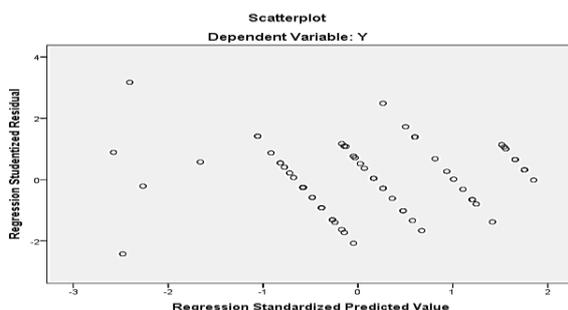
No	Variabel	Nilai Tolerance	Nilai VIF
1.	Pelayanan	0,383	2,610
2.	Suku bunga	0,273	3,666
3.	Lokasi	0,204	4,912

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai VIF pada seluruh variabel bebas dalam penelitian ini memiliki nilai lebih kecil dari 10 sedangkan nilai toleransi seluruh variabel bebas lebih besar dari 0,10. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data diolah, 2022

Gambar grafik scatterplot diatas menunjukkan bahwa titik-titik yang dihasilkan telah menyebar

secara acak serta tersebar secara baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak untuk digunakan.

Analisi Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	0,708	0,774		0,915	0,363
Pelayanan	0,117	0,034	0,184	3,490	0,001
Suku Bunga	0,403	0,055	0,459	7,334	0,000
Lokasi	0,372	0,070	0,383	5,293	0,000

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat di ketahui persamaan regresi yang terbentuk adalah:

$$Y = 0,708 + 0,117x_1 + 0,403x_2 + 0,372x_3 + e$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. a = Konstanta sebesar 0,708 menyatakan bahwa variabel pelayanan, suku bunga dan lokasi dinilai konstan, maka kepuasan nasabah PT. BPR Nur Semesta Indah Semboro akan berperngaru positif 0,708.

2. Variabel pelayanan (X1) memiliki arah koefisien positif terhadap kepuasan nasabah (Y) dengan nilai 0,117 . Artinya setiap penambahan variabel pelayanan sebesar 1, maka pelayanan akan mengalami peningkatan sebesar 0,117 . Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatkan pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan nasabah.

3. Variabel suku bunga (X2) memiliki arah koefisien positif terhadap kepuasan nasabah (Y)

dengan nilai 0,403 . Artinya setiap penambahan variabel suku bunga sebesar 1, maka pelayanan akan mengalami peningkatan sebesar 0,40 . Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatkan suku bunga yang baik akan meningkatkan kepuasan nasabah.

4. Variabel lokasi (X3) memiliki arah koefisien positif terhadap kepuasan nasabah (Y) dengan nilai 0,372 . Artinya setiap penambahan variabel lokasi sebesar 1, maka pelayanan akan mengalami peningkatan sebesar 0,372 . Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatkan lokasi yang baik akan meningkatkan kepuasan nasabah.

Uji Parsial (Uji t)

Uji T					
Variabel	Sig. hitung	Taraf sig.	T hitung	T tabel	Ket.
Pelayanan	0,001	0,05	3,490	1,6648	Signifikan
Suku bunga	0,000	0,05	7,334	1,6648	Signifikan
Lokasi	0,000	0,05	5,293	1,6648	Signifikan

Tabel 6. Hasil Uji t

Sumber : Data diolah, 2022

Dari tabel diatas diketahui perbandingan antara taraf signifikansi dengan signifikansi tabel adalah sebagai berikut:

- Hasil uji pelayanan mempunyai nilai signifikansi hitung sebesar 0,001 dan lebih kecil 0,05 dan t hitung (3,490) > t tabel (1,6684) yang berarti bahwa hipotesis pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di terima. Hal ini juga menunjukkan bahwa pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah yang berarti semakin baik pelayanan akan berdampak pada semakin baiknya kepuasan nasabah.
- Hasil uji suku bunga mempunyai nilai signifikansi hitung sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 dan t

hitung (7,334) > t tabel (1,6684) yang berarti bahwa hipotesis suku bunga mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di terima. Hal ini juga menunjukkan bahwa citra mempengaruhi kepuasan nasabah yang berarti semakin baik suku bunga akan berdampak pada semakin baiknya kepuasan nasabah.

c. Hasil uji lokasi mempunyai nilai signifikansi hitung sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (5,293) > t tabel (1,6684) yang berarti bahwa hipotesis lokasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah diterima. Hal ini juga membuktikan bahwa lokasi mempengaruhi kepuasan nasabah yang berarti semakin baik lokasi akan berdampak semakin baiknya kepuasan nasabah.

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 7. Hasil Koefisien Determinasi (R²)

No	kriteria	Koefisien
1.	R	0,959
2.	R Square	0,919
3.	Adjusted R Square	0,916

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel di atas dapat diketahui bahwa koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,916 (91,6%). Besarnya nilai tersebut menunjukkan besarnya proporsi atau persentase pengaruh yang dapat di jelaskan variabel pelayanan (X1), suku bunga (X2) dan lokasi (X3) secara bersama-sama terhadap besarnya variabel terikat, di mana variabel terikat adalah kepuasan nasabah. Sedangkan sisa besarnya (100%-91,6%)=8,4% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak teliti dalam penelitian.

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat terlihat dengan jelas bahwa secara parsial, semua variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat pengaruh yang diberikan keempat variabel bebas tersebut bersifat positif artinya semakin baik kualitas pelayanan, citra, lokasi dan suku bunga maka mengakibatkan semakin tinggi pula kepuasan nasabah. Hasil tersebut sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya, penjelasan dari masing-masing pengaruh variabel dijelaskan sebagai berikut :

1. Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah

Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,001 dan lebih kecil 0,05 dan t hitung (3,490) > t tabel (1,6684) yang berarti bahwa hipotesis pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di terima.

Berdasarkan kuesioner yang telah diisi oleh responden berdasarkan penelitian ini dapat dijelaskan bahwa karyawan PT. BPR Nur Semesta Indah Semboro dalam melayani setiap transaksi nasabah dengan cepat, tepat, efisien dan menggunakan bahasa yang baik dan sopan sehingga nasabah merasa puas dengan pelayanan PT. BPR Nur Semesta Indah Semboro. Penyampaian informasi perihal produk-produk yang dimiliki oleh

PT.BPR Nur Semesta Indah Semboro sangat jelas sehingga dapat menumbuhkan rasa percaya dan aman kepada nasabah ketika bertransaksi di PT. BPR Nur Semesta Indah Semboro.

Menurut Arianata (2013), kualitas pelayanan jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya Atmaja (2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pada Bank BJB. Pelayanan adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh nasabah untuk membandingkan pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkan, apakah sesuai atau tidak sesuai dengan harapan.

Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya Farid (2019) menyatakan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam pengambilan kredit pada PT. BPR BKK Kota Semarang Cabang Gayamsari.

2. Pengaruh suku bunga terhadap kepuasan nasabah.

Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh suku bunga terhadap kepuasan nasabah. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar

0,000 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (7,334) > t tabel (1,6684) yang berarti bahwa hipotesis suku bunga mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di terima. Hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh suku bunga terhadap kepuasan nasabah. Melalui hasil perhitungan pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa suku bunga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Nur Semesta Indah Semboro.

Berdasarkan kuesioner yang telah diisi oleh responden berdasarkan penelitian ini dapat dijelaskan bahwa produk yang dimiliki oleh PT. BPR Nur Semesta Indah Semboro memiliki tingkat suku bunga yang murah dan dapat bersaing dengan yang lainnya sehingga nasabah tertarik dan merasa puas dengan produk yang ditawarkan oleh PT. BPR Nur Semesta Indah Semboro.

Kashmir (2014) menyatakan bahwa bunga bank dapat diartikan sebagai balas jasa yang diberikan oleh bank berdasarkan prinsip konvensional oleh nasabah yang membeli atau menjual produknya. Bunga juga dapat diartikan sebagai harga yang harus dibayar kepada nasabah (atau yang memiliki simpanan) atau harga yang harus dibayar nasabah kepada bank (nasabah yang memperoleh pinjaman). Pengertian suku bunga menurut Saputra (2012) adalah harga dari pinjaman. Suku bunga dinyatakan sebagai persentase uang pokok per unit waktu. Menurut Manurawati dan artiono dalam matematika keuangan, "Suku bunga suatu jasa yang berbentuk uang yang diberikan oleh seorang peminjam

atau pembeli terhadap orang yang meminjamkan modal atau penjual atas persetujuan bersama". Penentuan tingkat bunga haruslah memperhatikan tingkat inflasi yang terjadi. Hal ini diungkapkan oleh Fisher dalam Mankiw (2013) bahwa: "tingkat bunga nominal akan berubah karena dua alasan yaitu karena tingkat bunga riil berubah atau karena tingkat inflasi berubah jadi tingkat bunga nominal besarnya adalah penjumlahan dari tingkat bunga riil ditambah tingkat inflasi". Menurut Keynes, dalam Kuncoro (2013), menyatakan bahwa: Tingkat bunga terjadi karena adanya permintaan dan penawaran akan uang dari masyarakat, sedangkan perubahan naik-turunnya tingkat suku bunga memengaruhi keinginan untuk mengadakan investasi, misalnya pada surat berharga, dimana harga dapat naik atau turun tergantung pada tingkat bunga (bila tingkat bunga naik maka surat berharga turun dan sebaliknya), sehingga ada kemungkinan pemegang surat berharga akan menderita capital loss atau gain.

Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Sofiyanto, Fathoni dan Haryono (2016) menyatakan bahwa lokasi, tingkat suku bunga, kualitas pelayanan, berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah kredit pemilik rumah pada PT. Bank Tabungan Negara Cabang Semarang.

3. Pengaruh lokasi terhadap kepuasan nasabah.

Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Melalui hasil

perhitungan yang telah dilakukan terdapat taraf signifikansi sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (5,293) > t tabel (1,6684) yang berarti bahwa hipotesis lokasi mempunyai pengaruh signifikansi terhadap kepuasan nasabah diterima. Hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh lokasi terhadap kepuasan nasabah. Melalui hasil perhitungan pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa lokasi mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Nur Semesta Indah Semboro.

Berdasarkan kuesioner yang telah diisi oleh responden berdasarkan penelitian ini dapat dijelaskan bahwa untuk lingkungan daerah PT. BPR Nur Semesta Indah Semboro berada dikawasan yang stratesi dan padat penduduk, akses lokasi PT. BPR Nur Semesta Indah Semboro sangat mudah dijangkau oleh nasabah dan mudah dilalui oleh transportasi umum, jadi apabila nasabah akan mengunjungi PT. BPR Nur Semesta Indah Semboro namun tidak ada kendaraan akan tetap bisa mengunjungi dengan menaiki transportasi umum yang melaluinya. Tersedianya tempat parkir yang tidak begitu luas namun nyaman dan aman . Jadi apabila nasabah membawa kendaraan saat mengunjungi PT. BPR Nur Semesta Indah Semboro ini akan merasa aman tanpa mengkhawatirkan kendaraannya akan hilang.

Menurut Lupiyoadi (2015), lokasi berarti berhubungan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi. Suatu lokasi disebut strategis bila berada dipusat kota, kepadatan populasi, kemudahan mencapainya menyangkut

kemudahan transportasi umum, kelancaran lalu lintas dan arahnya tidak membingungkan konsumen. Menurut Kasmir (2012), yang dimaksud dengan lokasi bank adalah tempat dimana diperjual belikannya produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan. Dalam praktiknya, ada beberapa macam lokasi kantor bank, yaitu lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas, dan lokasi-lokasi ATM. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Riska dan Aris (2019) menyatakan bahwa kualitas pelayanan, produk, harga, dan lokasi terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Ngesrep Semarang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang di lakukan pada sampel penelitian kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti semakin bagus kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan nasabah.
2. Suku bunga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti semakin baik tingkat suku bunga kredit yang ditetapkan maka akan meningkatkan kepuasan nasabah.
3. Lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti semakin bagus lokasi perusahaan maka akan meningkatkan kepuasan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abarca, R. M. (2021). 濟無 No Title No Title No Title. *Nuevos*

- Sistemas de Comunicación e Información*, 5(2), 2013–2015.
- Agilwaseso, S., Saryadi, & Suryoko, S. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Suku Bunga dan Lokasi terhadap Keputusan Pengambilan Kredit di PD BKK Pemasang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(4), 283–293.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/6566>
- Ardhy Arianata. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Marcellino Variasi, Audio, AC dan Cuci Mobil di Solo). *Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Atmaja, J. (2018). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 49–63.
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/2713>
- Buchari Alma. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Cetakan Kelima. CV. Alfabeta. Bandung.
- Erik Rifad Hendra Putra, & Ade Sofyan Mulazid. (2018). Pengaruh Lokasi, Bagi Hasil dan Promosi terhadap Proses Keputusan Nasabah Menabung di PT Panin Dubai Syariah Bank. *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(1), 1–17.
- Evi Natalia, Moch Dzulkirom AR, S. M. R. (2012). Bunga Deposito Bank Umum Terhadap Jumlah Simpanan Deposito Mudharabah (Studi Pada PT . Bank Syariah Mandiri Periode 2009-2012). *Jurnal Adminitrasi Bisnis*, 9(7), 1–7.
- Farid, K. (2019). Pengaruh Lokasi, Tingkat Suku Bunga, Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Masyarakat dalam Pengambilan Kredit (Studi Pada PD. BPR BKK Kota Semarang Cabang Gayamsari). *Fokus Ekonomi : Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 14(2), 391–405.
<https://doi.org/10.34152/fe.14.2.391-405>
- Farid, M. (2017). Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Non Muslim Terhadap Kualitas Pelayanan Nasabah Pada Bank Syariah di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 1, 11.
- Imam Ghozali. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kasmir. 2012. *Manajemen Perbankan*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Kotler, Philip. 1997. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management: The Millennium Edition*. Engelwoods Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall Inc.
- Kotler dan Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi ke 13. Jakarta; Erlangga
- Kuncoro, Mudrajad. 2001. *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN, Yogyakarta.
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli

- Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90–99. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i1.756>
- Lovenia, C. O. A., & Drs. H. Sutopo, M. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Jateng Cabang Utama Semarang)*.
- Imam Ghozali. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kasmir. 2012. *Manajemen Perbankan*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Kotler, Philip. 1997. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management: The Millennium Edition*. Engelwoods Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall Inc.
- Kotler dan Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi ke 13. Jakarta; Erlangga
- Kuncoro, Mudrajad. 2001. *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN, Yogyakarta.
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90–99. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i1.756>
- Lovenia, C. O. A., & Drs. H. Sutopo, M. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Jateng Cabang Utama Semarang)*.