

The Influence of Service Quality and Customer Trust on Customer Satisfaction at Bank Bengkulu Bintuhan Branch

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Bengkulu Cabang Bintuhan

Hasbullah ¹⁾ ; Karona Cahya Susena ²⁾ ; Suswati Nasution ³⁾

¹⁾ Study Program of Management Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

²⁾ Department of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ hasbullah22@gmail.com; ²⁾ karona.cs@unived.ac.id

ARTICLE HISTORY

Received [25 Oktober 2021]

Revised [1 November 2021]

Accepted [15 November 2021]

KEYWORDS

Service Quality, Customer Trust And Customer Satisfaction

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah pada Bank Bengkulu Cabang Bintuhan. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS. Hasil penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah Bank Bengkulu Cabang Bintuhan yang ditunjukkan dengan nilai thitung > ttabel (2,716 > 1,66071) dan nilai signifikan < (0,05) (0,020 < 0,05)). Untuk variabel kepercayaan pelanggan nilai thitung sebesar 2,221 dan nilai ttabel sebesar 1,66071 dengan taraf signifikansi 5% dengan dua arah yaitu thitung > ttabel (2,221 > 1,66071) dan nilai signifikansi < (0,05) (0,015 < 0,05). Secara simultan kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Bengkulu Cabang Bintuhan, hal ini dapat dilihat dari hasil uji F yaitu F hitung > F tabel (14,863 > 3,090) atau nilai signifikansi 0,000 < 0,05 .

ABSTRACT

The purpose of this study is to find out how the influence of service quality and customer trust on customer satisfaction at Bank Bengkulu Branch Bintuhan. The data collection method used a questionnaire and the data analysis method used was the multiple linear regression analysis method using the SPSS program. The results of this study are the quality of service has a significant effect on the customer satisfaction variable of Bank Bengkulu Branch Bintuhan as indicated by the value of $t_{count} > t_{table}$ (2.716 > 1.66071) and a significant value < (0.05) (0.020 < 0.05). For the customer trust variable, the t_{count} value is 2.221 and the t_{table} value is 1.66071 with a significance level of 5% with two directions, the $t_{count} > t_{table}$ (2.221 > 1.66071) and the significant value < (0.05) (0.015 < 0,05). Simultaneously service quality and customer trust have a significant effect on customer satisfaction at Bank Bengkulu Branch Bintuhan, this can be seen from the results of the F test, namely $F_{count} > F_{table}$ (14,863 > 3,090) or a significant value of 0.000 < 0.05.

PENDAHULUAN

Bank Bengkulu Cabang Bintuhan merupakan perusahaan jasa keuangan selain mengandalkan produk yang di tawarkna kepada nasabah juga harus memperhatikan keinginan dan kebutuhan nasabah dengan memberikan kepuasan yang diinginkan. Bisnis di bidang lembaga keuangan merupakan bisnis jasa yang berdasarkan pada azas kepercayaan sehingga masalah kualitas layanan dan produk menjadi faktor yang sangat menentukan (Bastiar, 2012:1). Dan sudah menjadi pendapat umum bahwa jika konsumen merasa puas dengan suatu produk atau merk, mereka cenderung akan membeli dan menggunakannya serta memberitahu orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk tersebut (Peter dan Olson, 2000:157).

Menurut Bastiar (2012:1) faktor yang mempengaruhi perusahaan perbankan jika ingin bisnisnya maju dan berkembang yaitu bank harus dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik dan memberikan rasa aman kepada nasabah, karena hal itu merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu bank. Kepuasan nasabah terlahir karena diberikannya kualitas pelayanan yang baik kepada nasabah yang mencakup *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati) (Tjiptono, 2011: 346-347). Pada Bank Pembangunan daerah Cabang Bintuhan berbagai macam fasilitas pelayanan yang diberikan mulai dari mendekati diri kemasyarakat dengan memberi pelayanan ekstra bagi nasabah seperti menjemput tabungan kerumah nasabah jika nasabah ingin menabung, menyediakan berbagai macam produk tabungan yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat seperti menyediakan tabungan pelajar dan lain-lain. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Koniah, Zuratul (2016:109) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah namun



berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan, Didik dalam Syairozi (2016:30) bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah kepercayaan maka sebaiknya bank harus memberikan rasa aman kepada nasabahnya menyangkut dana yang dititipkan kepada bank atau yang sudah dikelolanya. Kepercayaan antara bank dengan nasabahnya harus senantiasa di jaga agar hubungan baik tersebut tidak mudah berakhir begitu saja. Bank juga harus terus menjaga kinerjanya dan memelihara kepercayaan masyarakat mengingat tugasnya bahwa bank bekerja dengan dana masyarakat yang disimpan pada bank atas dasar kepercayaan dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat, oleh karenanya diperlukan modal kepercayaan dari masyarakat, kepercayaan masyarakat hanya akan diberikan kepada bank yang berintegritas tinggi. Oleh karena itu pihak manajemen bank harus berupaya untuk dapat menjaga dan meningkatkan kinerja yang baik.

Kepercayaan nasabah dapat dibentuk berdasarkan kejujuran, kebajikan dan kompetensi (Flavian dan Giunaliu, 2017:29). Bank Pembangunan Daerah Bengkulu yang merupakan bank milik pemerintah Daerah Propinsi Bengkulu yang berupaya terus meningkatkan kepercayaan nasabah seperti memberikan laporan keuangan dan perkembangan serta pertanggung jawaban keuangan disetiap akhir tahun, sehingga masyarakat dapat menilai kinerja bank selama periode yang bersangkutan. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Nurfitri, Ifani (2016) bahwa terdapat pengaruh antara kepercayaan terhadap kepuasan nasabah dan disisi lain penelitian yang telah dilaksanakan oleh Mawey (2018) menyebutkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah memilih produk dan layanan suatu bank adalah kualitas layanan dan kepercayaan nasabah. Nasabah yang percaya terhadap suatu perusahaan karena kualitas yang ditawarkan berarti telah memiliki keyakinan yang tinggi kepada perusahaan yang akhirnya akan membuat nasabah mempertahankan hubungannya dengan perusahaan dan tetap menjalin ikatan emosional yang kuat. Sehingga keputusan untuk menggunakan produk perusahaan tersebut semakin terbuka dan kepuasan nantinya akan dirasakan oleh pelanggan. Bank Bengkulu cabang Bintuhan terus berusaha meningkatkan kualitas dan kepercayaan nasabahnya dengan terus memperbaiki kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional dan biaya (Kotler dan Keller, 2016:157). Beraneka ragam kualitas produk yang bersaing ditawarkan oleh Bank Bengkulu mulai dari aneka tabungan, kemudahan pinjaman dan klain-lain. Dari hasil penelitan yang telah dilaksanakan oleh Mawey (2018) menyebutkan bahwa secara simultan kepercayaan dan kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

LANDASAN TEORI

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan upaya/ tindakan atau perbuatan oleh suatu pihak dalam hal ini Bank Pembangunan Daerah Cabang Bintuhan untuk pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan. Menurut Tjiptono, Fandi. 2017:82 kualitas pelayanan merupakan membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyatanya mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan konsumen. Kualitas pelayanan menurut Parasuraman, Zeithmal, dan Berry dalam Tjiptono (2017:282) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan terdiri dari lima dimensi utama yakni:

a. Keandalan (*Reliability*)

Yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.

b. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.

c. Jaminan (*Assurance*)

Yaitu mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko, atau keragu-raguan. Untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada pelayanan perusahaan yang memiliki beberapa komponen antara lain:

- 1) Komunikasi (*Communication*), yaitu secara terus-menerus memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa dan penggunaan kata yang jelas sehingga para pelanggan dapat dengan mudah mengerti disamping itu perusahaan hendaknya dapat secara cepat dan tanggap dalam menyikapi keluhan dan komplain yang dilakukan oleh pelanggan.
- 2) Kredibilitas (*Credibility*), yaitu perlunya jaminan atas suatu kepercayaan yang diberikan kepada pelanggan, believability atau sifat kejujuran. Menanamkan kepercayaan, memberikan kredibilitas yang baik bagi perusahaan pada masa yang akan datang.
- 3) Keamanan (*Security*), yaitu adanya suatu kepercayaan yang tinggi dari pelanggan akan pelayanan yang diterima. Tentunya pelayanan yang diberikan memberikan suatu jaminan kepercayaan yang maksimal.

- 4) Sopan santun (*Courtesy*), dalam pelayanan adanya suatu nilai moral yang dimiliki oleh perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Jaminan akan kesopanan santunan yang ditawarkan kepada pelanggan sesuai dengan kondisi dan situasi yang ada.
- d. Empati (*Empathy*)
Meliputi kemudahan dalam menjalin relasi komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
 - e. Bukti fisik (*Tangibles*)
Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

Kepercayaan Nasabah

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran (Barnes, 2013:149). Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2016:40) kepercayaan adalah gagasan deskriptif yang dianut oleh seseorang tentang sesuatu. Kepercayaan mungkin didasarkan pada pengetahuan dan opini. Dengan demikian kepercayaan nasabah adalah harapan nasabah Bank Pembangunan Daerah Cabang Bintuhan yang sesuai keyakinan didasarkan dari pengetahuan yang dimiliki nasabah dalam melakukan hubungan transaksi. Sedangkan pendapat dari Mayer et al. (2012:57) menyatakan, faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap merek suatu perusahaan yaitu:

- a. Kesungguhan/Ketulusan (*Benevolence*)
Kebaikan hati merupakan kemauan penjual dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara dirinya dengan konsumen. Profit yang diperoleh penjual dapat dimaksimalkan, tetapi kepuasan konsumen juga tinggi. Penjual bukan semata-mata mengejar profit maksimum semata, melainkan juga memiliki perhatian yang besar dalam mewujudkan kepuasan konsumen.
- b. Kemampuan (*Ability*)
Kemampuan mengacu pada kompetensi dan karakteristik penjual/ organisasi dalam mempengaruhi dan mengotori wilayah yang spesifik. Dalam hal ini, bagaimana penjual mampu menyediakan, melayani, sampai mengamankan transaksi dari gangguan pihak lain. Artinya bahwa konsumen memperoleh jaminan kepuasan dan keamanan dari penjual dalam melakukan transaksi.
- c. Integritas (*Integrity*)
Integritas berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan penjual dalam menjalankan bisnisnya. Informasi yang diberikan kepada konsumen apakah benar sesuai dengan fakta atau tidak. Kualitas produk yang dijual apakah dapat dipercaya atau tidak.

Kepuasan Nasabah

Nasabah adalah orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (Al-Arif, Nur Riyanto, 2010:189). Dengan kata lain nasabah adalah pihak atau orang yang menggunakan dan secara sengaja menjadi langganan bank yang di percayainya. Menurut Kotler dan Keller (2016:157) ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam hal ini nasabah antara lain:

- a. Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- b. Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberi nilai yang tinggi kepada pelanggannya.
- c. Kualitas pelayanan (*service quality*), pelanggan akan merasa puas jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan harapannya.
- d. Faktor emosional (*emotional factor*), pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain kagum kepadanya bila menggunakan produk merek tertentu
- e. Biaya dan kemudahan, pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk, cenderung puas terhadap produk.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019:13) penelitian deskriptif yaitu, penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian menggunakan kuesioner. Jumlah populasi dalam penelitian ini 23.607 nasabah dan yang dijadikan sampel 100 nasabah. Metode analisis dengan deskriptif dan kuantitatif dengan uji yang dilakukan yaitu uji validitas dan reliabilitas. Analisis data dengan regresi linier berganda dengan SPSS. Selanjutnya dilakukan uji determinasi, uji F dan uji t.

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Hasil perhitungan *Anti Image Corelation*

| Indikator | Variabel | | | | | |
|--------------|----------------------------|-------|----------------------------|-------|----------------------------|-------|
| | Kualitas Pelayanan | | Kepercayaan | | Kepuasan Nasabah | |
| | Nilai <i>Correlaton</i> | Ket | Nilai <i>Correlaton</i> | Ket | Nilai <i>Correlaton</i> | Ket |
| Penyataan 1 | 0,531 | Valid | 0,350 | Valid | 0,426 | Valid |
| Penyataan 2 | 0,408 | Valid | 0,495 | Valid | 0,481 | Valid |
| Penyataan 3 | 0,477 | Valid | 0,674 | Valid | 0,330 | Valid |
| Penyataan 4 | 0,492 | Valid | 0,587 | Valid | 0,510 | Valid |
| Penyataan 5 | 0,309 | Valid | 0,399 | Valid | 0,653 | Valid |
| Penyataan 6 | 0,310 | Valid | 0,673 | Valid | 0,483 | Valid |
| Penyataan 7 | 0,324 | Valid | 0,408 | Valid | 0,429 | Valid |
| Penyataan 8 | 0,316 | Valid | 0,539 | Valid | 0,677 | Valid |
| Penyataan 9 | 0,588 | Valid | 0,442 | Valid | 0,464 | Valid |
| Penyataan 10 | 0,438 | Valid | 0,431 | Valid | 0,583 | Valid |

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa semua pernyataan yang ada untuk variabel kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan nasabah yang masing-masing berjumlah 10 pernyataan nilai *correlation* lebih besar dari 0,3 yang artinya bahwa semua instrument pada kuesioner penelitian ini adalah valid, hal ini sesuai dengan teori Sugiyono (2013:179) bahwa syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrument valid adalah nilai indeks validitasnya $\geq 0,3$.

Uji Reliabilitas

| No | variabel | <i>Cronbach's Alpha</i> | $< r_{\text{tabel}}$ | Keterangan |
|----|------------------------------|-------------------------|----------------------|------------|
| 1. | Kualitas Pelayanan (X_1) | 0,984 | 0,1966 | Valid |
| 2. | Kepercayaan (X_2) | 0,835 | 0,1966 | Valid |
| 3. | Kepuasan Nasabah (Y) | 0,730 | 0,1966 | Valid |

Dari hasil perhitungan *reability statistics* didapat nilai reliabilitas (*Cronbach's Alpha*) untuk semua variabel didapat lebih besar dari r_{tabel} sebesar 0,1966 artinya bahwa instrument kuesioner dinyatakan reliabel.

Analisis Regresi Linier Berganda

$$Y = 35.216 + 0.060 X_1 + 0.142 X_2$$

Nilai kostanta dalam penelitian ini didapat 35.216 artinya jika variabel bebas kualitas pelayanan dan kepercayaan = 0 maka nilai variabel terikat yaitu kepuasan nasabah bernilai 35.216.

Nilai koefisien variabel kualitas pelayanan didapat sebesar 0.060, artinya jika variabel kualitas pelayanan ditingkatkan satu satuan maka kepuasan nasabah Bank Bengkulu Cabang Bintuhan akan meningkat sebesar 0.060 satuan.

Nilai koefisien variabel kepercayaan didapat sebesar 0.142 artinya jika variabel kepercayaan ditingkatkan satu satuan maka kepuasan nasabah Bank Bengkulu Cabang Bintuhan akan meningkat sebesar 0.142 satuan.

Determinasi (R_{Square})

Nilai Determinasi (R_{Square})

| Model | R | R_{Square} | <i>Adjusted R Square</i> | <i>Std. Error of the Estimate</i> |
|--|-------|---------------------|--------------------------|-----------------------------------|
| 1 | .732a | .817 | .803 | 1.151 |
| a. <i>Predictors:</i> (<i>Constant</i>), kepercayaan nasabah (X_2), kualitas pelayanan (X_1) | | | | |

Nilai determinasi didapat sebesar 0.817 atau 81,7% artinya persentase sumbangan pengaruh variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah sebesar 81,7 % dan sisanya sebesar 18,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian

Uji F

| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 2.286 | 2 | 1.143 | 14.863 | .000 ^a |
| Residual | 128.464 | 97 | 1.324 | | |
| Total | 130.750 | 99 | | | |

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan Nasabah (X₂), Kualitas Pelayanan (X₁)

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil perhitungan didapat nilai F_{hitung} sebesar 14.863 yang nilai ini jika dibandingkan dengan F_{tabel} yaitu 3,090 artinya bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($14.863 > 3,090$) atau nilai signifikannya $0,000 < 0,05$ artinya secara bersama-sama variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Bengkulu Cabang Bintuhan.

Uji t

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|---------------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 35.216 | 5.758 | | 6.116 | .000 |
| Kualitas Pelayanan (X ₁) | .060 | .097 | .062 | 2.716 | .020 |
| Kepercayaan Nasabah (X ₂) | .142 | .116 | .124 | 2.221 | .015 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Dari hasil perhitungan didapat nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 2.716 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,66071 dengan tingkat signifikansi 5% dengan dua arah maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.716 > 1.66071$) dan nilai signifikan $< \alpha$ (0,05) ($0.020 < 0.05$) ini artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah Bank Bengkulu Cabang Bintuhan. Untuk variabel kepercayaan nasabah didapat nilai t_{hitung} sebesar 2.221 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,66071 dengan tingkat signifikansi 5% dengan dua arah maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.221 > 1.66071$) dan nilai signifikan $< \alpha$ (0,05) ($0.015 < 0.05$) ini artinya variabel kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah Bank Bengkulu Cabang Bintuhan.

Pembahasan

Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah Bank Bengkulu Cabang Bintuhan dengan ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.716 > 1.66071$) dan nilai signifikan $< \alpha$ (0,05) ($0,020 < 0,05$). Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan dalam hal daya tanggap, kehandalan dan jaminan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Bank Bengkulu Cabang Bintuhan. Semakin baik kualitas pelayanan yang dimiliki Bank Bengkulu Cabang Bintuhan maka semakin puas nasabah Bank Bengkulu Cabang Bintuhan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Madona, Fitri (2017) bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang.

Untuk variabel kepercayaan nasabah didapat nilai t_{hitung} sebesar 2.221 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,66071 dengan tingkat signifikansi 5% dengan dua arah maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.221 > 1.66071$) dan nilai signifikan $< \alpha$ (0,05) ($0,015 < 0,05$) ini artinya variabel kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah Bank Bengkulu Cabang Bintuhan. Oleh karenanya semakin baik kepercayaan yang dimiliki oleh Bank Bengkulu Cabang Bintuhan maka semakin puas Nasabah Bank Bengkulu Cabang Bintuhan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Afifah (2017) bahwa secara persial kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang.

Jika dianalisis secara bersama-sama (simultan) variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Bengkulu Cabang Bintuhan, hal ini dapat dilihat dari hasil uji F yaitu $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($14.863 > 3,090$) atau nilai signifikannya $0,000 < 0,05$. Artinya jika pegawai Bank Bengkulu Cabang Bintuhan memiliki kualitas pelayanan dan kepercayaan

nasabah yang baik maka kepuasan nasabah Bank Bengkulu Cabang Bintuhan akan semakin meningkat hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Afifah (2017) bahwa secara simultan kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Kualitas pelayanan (X_1) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Bengkulu Cabang Bintuhan. Sehingga kenaikan dan penurunan nilai variabel kualitas pelayanan (X_1) akan mempengaruhi kepuasan Bank Bengkulu Cabang Bintuhan.
2. Kepercayaan Nasabah (X_2) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Bengkulu Cabang Bintuhan. Sehingga kenaikan dan penurunan nilai variabel Kepercayaan Nasabah (X_2) akan mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Bengkulu Cabang Bintuhan.
3. Variabel Kualitas pelayanan (X_1) dan Kepercayaan Nasabah (X_2) secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Bengkulu Cabang Bintuhan. Hal ini berarti secara bersama-sama variabel kualitas pelayanan (X_1) dan kepercayaan nasabah (X_2) berperan mempengaruhi secara signifikan kepuasan nasabah Bank Bengkulu Cabang Bintuhan.

Saran

1. Bagi Pihak Bank sebaiknya lebih peka terhadap kebutuhan nasabah sehingga meningkatkan kepuasan nasabah Bank Bengkulu Cabang Bintuhan.
2. Bagi peneliti selanjutnya. Kepuasan nasabah tidak hanya dipengaruhi oleh faktor kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah, namun banyak faktor yang dapat mempengaruhinya oleh sebab itu sebaiknya peneliti selanjutnya menggunakan data penelitian yang lebih banyak lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- AAI- Arif, M. Nur Rianto. 2010. *Dasar – Dasar Pemasaran Bank Syariah*. ALFABETA: Bandung
- Bachtiar, Doni. 2012. *Pengaruh Motivasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan*. "Management Analysis Journal". Vol. 1 No. 1. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj>.
- Barata, Adya. 2014. *Dasar- Dasar Pelayanan Prima*. PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Barnes, James G. .2013. *Secerets of Customer Relationship Management*. Andi. Jakarta
- Batinggi, A dan Badu Ahmad. 2013 *Manajemen Pelayanan Publik*: Andi Offset. Yogyakarta
- Bawono, Anton. 2006. *Multivariate Analysis dengan SPSS*. STAIN. Salatiga Press. Salatiga
- Fandy, Tjiptono. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Andi. Yogyakarta.
- Flavian dan Giunaliu. 2017. *Measure on web usability Website*. Journal of Computer Information Systems. 48 (No.1) hal 17-23
- Ibid, Sasa Djuarsa, dkk, 2013. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Universitas Terbuka, Jakarta.
- J.Paul Peter & jerry c. Olson. 2000. *Consumer Behavior Perilaku Konsumen 2nd. ed. 4*. Erlangga. Jakarta.
- Kamus besar bahasa Indonesia. 2008.
- Kasmir, 2014. *Analisis Laporan Keuangan*, Edisi Pertama, Cetakan Ketujuh. PT. Rajagrafindo Persada. Jakarta.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1. & 2*. PT. Indeks. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat dan Ikhsan, Ridho Bramulya. 2015. *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Salemba Empat. Jakarta.
- Matura, Zainatun. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah (UIN AR-RANIRY)*. Skripsi.
- Mawey, Thalia Claudia. 2018. *Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt Bank Sulutgo* Jurnal EMBA Vol.6 No.3 Juli 2018, Hal. 1198 - 1207 Universitas Sam Ratulangi
- Mayer, D. M. et al. 2012. *Who Display Ethical Leadership and Why Does it Matter? An Examination of Atecedents and Concequences of Ethical Ledership*. Academy of Management Journal. Vol 44(1)
- Mowen, John C dan Minor, Micheal. 2012. *Perilaku Konsumen* dialih bahasakan oleh Dwi Kartika Yahya. Erlangga. Jakarta
- Nela Puspita Sari, Karona Cahya Susena, & Nia Indriasari. (2020). Measuring the Level of Community Satisfaction with Government Services in Pino Raya District, South Bengkulu Regency. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 1(4), 259–271.

- Nurfitri, Ifani. 2016. *Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah* (Studi pada Bank Muamalat KCP Kuningan). Institut Agama Islam Negeri (Iain) Syekh Nurjati Cirebon.
- Pratama, Hertedi. 2021. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Pegawai Aparaturt Sipil Negara pada Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Kaur*. Skripsi. Universitas Dehasen
- Priansa, Donni Junni. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Alfabeta. Bandung.
- Ratnasari Tri Ririn, Mastuti H Aksa. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Ghalia. Indonesia
- Sekaran, uma dan Roger Bougie. 2010. *Research Method For Business: A Skill Building Approach*. Edisi 5, John Wiley @ Sons, New York
- Sugiyono. 2013. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. ALFABETA. Bandung.
- Syairozi, Muhamad. 2016. *Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah dalam menabung di Ikms hubbul wathon sumowono semarang*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius, Chandra. 2017. *Pemasaran Strategik*. Edisi ke-3. Andi (Anggota IKAPI). Yogyakarta.
- Yansi, Melvi. 2017. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan PT. jalan lintas utara km. 19 Bengkulu Tengah Bio Nusantara Teknologi*. Jurnal Ekombis Review Vol 5 no 2 (2017)
- Zuhrotul koniah. 2016. *Analisis Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan atribut Produk islam terhadap kepuasan nasabah bank tabungan Pensiunan nasional (btpn) syariah kcp salatiga*. IAIN Salatiga.