

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Pada Agen Brilink Purwanto Care Di Desa Persatuan Kecamatan Pulau Rakyat

Halimatussaddiah Marpaung¹, Muhammad Reza Afriandy Panjaitan²

^{1,2} Program Studi Manajemen, Universitas Asahan

Email : lie.marpaung@gmail.com¹, muhammadrezaa760@gmail.com²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan dan parsial faktor kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah. Jumlah sampel sebanyak 96 responden. Metode analisis dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil regresi menghasilkan persamaan $Y = 0,165 + 0,156X_1 - 0,382X_2 + 0,256X_3$. Hasil uji- F, kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah karena $F_{hitung} (34,033) > F_{tabel} (2,70)$. Hasil uji-t, secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah karena $t_{hitung} (2,613) > t_{tabel} (1,985)$, secara parsial harga berpengaruh negatif terhadap kepuasan nasabah karena $-t_{hitung} (-2,398) < -t_{tabel} (-1,985)$, secara parsial kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah karena $t_{hitung} (3,051) > t_{tabel} (1,985)$. Hasil uji- R^2 , koefisien yang dihasilkan oleh seluruh variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 51,1%.

Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan, Harga, Kepercayaan, Kepuasan Nasabah.*

Abstract

This study aims to determine the simultaneous and partial influence of service quality, price, and trust factors on customer satisfaction. The number of samples is 96 respondents. The method of analysis in this study is multiple linear regression analysis. The regression results yield the equation $Y = 0.165 + 0.156X_1 - 0.382X_2 + 0.256X_3$. F-test results, service quality, price, and trust have a simultaneous effect on customer satisfaction because $F_{count} (34.033) > F_{table} (2.70)$. T-test results, partially service quality has a positive effect on customer satisfaction because $t_{count} (2.613) > t_{table} (1.985)$, partially price has a negative effect on customer satisfaction because $-t_{count} (-2.398) < -t_{table} (-1.985)$, partially Trust has a positive effect on customer satisfaction because $t_{count} (3.051) > t_{table} (1.985)$. The results of the R^2 -test, the coefficient produced by all independent variables consisting of service quality, price, and trust in customer satisfaction is 51.1%.

Keywords : *Service Quality, Price, Trust, Customer Satisfaction.*

PENDAHULUAN

Pada perubahan zaman yang terjadi saat ini telah melahirkan perubahan yang sangat cepat dalam segala bidang. Seiring berjalannya perubahan tersebut berdampak pada pertumbuhan ekonomi global dan teknologi modern yang saat ini sangatlah pesat. Perkembangan ekonomi global dan teknologi modern memberikan dampak kehidupan masyarakat akan yang selalu ingin merasa di dalam zona nyaman yaitu ingin selalu serba praktis, cepat, mudah, tanpa ingin ada rasa beban dan merepotkan. Sehingga bank berusaha menciptakan hal baru yang dapat memudahkan dan memberikan kepuasan kepada nasabah dalam bertransaksi. Perusahaan dapat dikatakan berhasil apabila

perusahaan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan kepuasan nasabah kualitas pelayanan yang memuaskan, harga yang terjangkau dan kepercayaan yang pada akhirnya akan menimbulkan minat untuk bertransaksi lagi.

Menurut Kotler dan Keller kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakter suatu produk atau pelayanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Harga menurut pendapat yang disampaikan oleh Lane dalam Tarigan ialah sejumlah uang yang ditagih atas suatu produk atau jasa, dan jumlah dari nilai yang ditukarkan oleh pelanggan untuk memperoleh manfaat dari menggunakan atau memiliki dari suatu produk.

Definisi kepercayaan menurut Kotler adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Kepercayaan bisa mendorong maksud untuk membeli atau menggunakan produk dengan cara menghilangkan keraguan.

Kotler mendefinisikan kepuasan nasabah sebagai perasaan suka atau tidak suka seseorang terhadap suatu produk setelah membandingkan kinerja produk tersebut dengan yang diharapkan.

Berdasarkan fenomena masalah yang telah diuraikan pada latar belakang masalah ini, maka perlu dilakukan penelitian untuk melihat kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan memiliki keterkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah sehingga hal tersebut dapat memberikan manfaat yang optimal terhadap kepuasan nasabah. Penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Agen Brilink Purwanto Care di Desa Persatuan Kecamatan Pulau Rakyat”.

METODE

Salah penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena pengolahan data berdasarkan hasil tanggapan seluruh responden setelah menyebarkan kuesioner.

Sifat penelitian terdiri dari deskriptif eksploratif, yaitu penelitian yang menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara satu variabel dengan variabel lain dan dilakukan apabila peneliti belum memperoleh data sehingga belum mempunyai gambaran mengenai hal yang akan diteliti.

Data yang dibutuhkan oleh peneliti merupakan data yang berasal dari sumber-sumber yang terpercaya dan mampu menguatkan dugaan sementara (hipotesis) yang telah diajukan. Dalam penelitian ini sumber data yang diperoleh peneliti yaitu sebagai berikut :

- a. Data primer, terdiri dari pernyataan responden melalui kuesioner yang telah dibagikan, artinya tabulasi tanggapan seluruh nasabah yang dijadikan sampel serta hasil wawancara dengan Bapak Purwanto sebagai agen Brilink Purwanto Care di Desa Persatuan Kecamatan Pulau Rakyat.
- b. Data sekunder, terdiri dari:
 - 1) Studi dokumentasi, yaitu dokumen-dokumen yang mendukung penelitian ini yang diperoleh dari agen Brilink Purwanto Care
 - 2) Situs internet, digunakan sebagai media pengunduhan jurnal penelitian terdahulu dan beberapa kutipan para ahli yang tidak dapat ditemukan pada buku manajemen pemasaran yang telah dikumpulkan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan di dalam penelitian ini yaitu:

1. Kuesioner
Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menyebar daftar pernyataan kepada nasabah yang menjadi responden.
2. Wawancara

Wawancara merupakan suatu teknik pengumpulan data untuk keperluan penelitian yaitu dengan melakukan tanya jawab langsung dengan agen dan nasabah, guna mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk penelitian.

3. Studi dokumentasi

Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan mengandalkan dokumen sebagai salah satu sumber data yaitu sejarah perusahaan, struktur organisasi, jumlah nasabah.

Skala pengukuran variabel yang dipergunakan penelitian ini adalah dengan menggunakan Skala Likert. Skala Likert merupakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel (Sugiyono, 2017). Jawaban setiap indikator dapat diberi skor seperti sebagai berikut : 5 = sangat setuju, 4 = setuju, 3 = kurang setuju, 2 = tidak setuju dan 1 = sangat tidak setuju.

Uji validitas dilakukan untuk menguji data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak dengan menggunakan alat ukur kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan ketentuan apabila nilai r hitung $>$ r tabel berarti data empirik dari variabel penelitian adalah valid. Menurut Ghazali (2010), suatu konstruk atau pertanyaan dikatakan valid jika nilai *Corrected Item - Total Correlation* $>$ r tabel. Penentuan nilai r tabel dengan menggunakan rumus $df = N - 2$.

Uji reliabilitas dilakukan untuk menunjukkan sejauhmana suatu alat pengukuran dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Uji reliabilitas dengan ketentuan apabila r alpha $>$ r tabel, maka pernyataan adalah reliabel. Menurut Ghazali (2010), suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0,60.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk menjawab pertanyaan yang terdapat pada rumusan masalah, memutuskan salah satu hipotesis yang telah disampaikan serta mengetahui hasil penelitian berdasarkan tujuan yang telah dikemukakan. Pengujian hipotesis terdiri dari empat jenis yaitu analisis linier berganda, uji serempak (uji-F), uji parsial (uji-t) serta koefisien determinasi (R^2).

Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi dilakukan untuk mendapatkan jenis pengaruh yang dihasilkan oleh setiap variabel bebas terhadap variabel terikat. Hubungan tersebut dilihat berdasarkan nilai yang dihasilkan oleh variabel bebas yaitu sebagai berikut:



Tabel 21 : Hasil Uji Regresi Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	,165	1,507	
1 Kualitas Pelayanan	,156	,060	,194
1 Harga	-,382	,071	-,469
1 Kepercayaan	,256	,084	,263

Sumber : Pengolahan Data Penelitian (2022)

Melalui statistik regresi linear berganda di atas, menghasilkan persamaan regresi yang akan disajikan berikut ini:

$$Y = 0,165 + 0,156X_1 - 0,382X_2 + 0,256X_3$$

1. Nilai konstanta adalah 0,165, menjelaskan bahwa apabila nilai yang dihasilkan oleh variabel kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2), kepercayaan (X_3) sama dengan nol, maka nilai kepuasan nasabah (Y) tetap atau konstan sebesar 0,165.

2. Koefisien regresi pada variabel kualitas pelayanan (X1) adalah 0,156, artinya setiap terjadi penambahan sebesar satu satuan variabel kualitas pelayanan (X1), maka akan meningkatkan nilai kepuasan nasabah (Y), sebesar 0,156 satuan.
3. Koefisien regresi pada variabel harga (X2) adalah -0,382, artinya setiap terjadi penambahan harga (X2) sebesar satu satuan, maka akan menurunkan nilai kepuasan nasabah (Y), sebesar 0,382 satuan.
4. Koefisien regresi pada variabel kepercayaan (X3) adalah 0,256, maka artinya setiap terjadi penambahan sebesar satu satuan variabel kepercayaan (X3), maka akan meningkatkan nilai kepuasan nasabah (Y), sebesar 0,256 satuan.

Hasil Uji Simultan (Uji-F)

Fhitung berdasarkan output statistik melalui regresi yang dilakukan, sementara nilai Ftabel sebagai pembandingnya melalui titik persentase distribusi (F) dengan probabilitas (tingkat signifikansi) 5% (0,05) yang berpedoman pada rumus seperti di bawah ini:

n = Jumlah responden terpilih

k = Jumlah variabel penelitian

$$\begin{aligned}\text{Nilai } F_{\text{tabel}} &= n - k \\ &= 96 - 4 \\ &= 92 (2,70)\end{aligned}$$

Melalui hasil konversi pada titik persentase distribusi (F) pada tiga variabel bebas, maka nilai Ftabel 2,70.

Tabel 22 : Hasil Uji Simultan (Uji-F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	139,915	3	46,638	34,033	,000 ^b
Residual	126,075	92	1,370		
Total	265,990	95			

Sumber : Pengolahan Data Penelitian (2022)

Berdasarkan hasil output statistik di atas, maka hasil uji simultan menjelaskan bahwa nilai Fhitung (34,033) > Ftabel (2,70) dan nilai signifikansi (0,000 < 0,05) sehingga diputuskan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak, artinya kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil Uji Parsial (Uji-t)

Nilai thitung berdasarkan output statistik melalui regresi yang dilakukan, sementara nilai ttabel sebagai pembandingnya melalui titik persentase distribusi (t) dengan probabilitas (tingkat signifikansi) 5% (0,05) yang berpedoman pada rumus seperti di bawah ini:

$$\text{Nilai } t_{\text{tabel}} = n - k$$

Dimana:

n = Jumlah responden terpilih

k = Jumlah variabel penelitian

$$\begin{aligned}\text{Nilai } t_{\text{tabel}} &= n - k \\ &= 96 - 3 \\ &= 93 (1,985)\end{aligned}$$

Melalui hasil konversi pada titik persentase distribusi (t) melalui kolom degree of freedom (df) signifikansi 0,05, maka nilai ttabel 1,985.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,165	1,507		,109	,913
Kualitas Pelayanan	,156	,060	,194	2,613	,010
Harga	-,382	,071	-,469	-2,398	,000
Kepercayaan	,256	,084	,263	3,051	,003

Sumber : Pengolahan Data Penelitian (2022)

Berikut adalah uraian hasil pengujian secara parsial (uji-t) pada masing-masing variabel bebas, yaitu:

1. Nilai thitung (2,613) > ttabel (1,985) dan nilai signifikansi (0,010 < 0,05) sehingga H2 diterima dan H0 ditolak, artinya secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.
2. Nilai -thitung (-2,398) < -ttabel (-1,985) dan nilai signifikansi (0,000 < 0,05) sehingga H2 diterima dan H0 ditolak, artinya secara parsial harga berpengaruh negatif terhadap kepuasan nasabah.
3. Nilai thitung (3,051) > ttabel (1,985) dan nilai signifikansi (0,003 < 0,05) sehingga H2 diterima dan H0 ditolak, artinya secara parsial kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Koefisien Determinasi (R²)

Uji determinasi (R²) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,725 ^a	,526	,511	1,17063

Sumber : Pengolahan Data Penelitian (2022)

Berdasarkan hasil koefisien determinasi pada tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa nilai yang dihasilkan melalui adjusted R square yaitu 0,511, artinya pengaruh variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 51,1%, sedangkan 48,9% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Regresi linier berganda menghasilkan persamaan $Y = 0,165 + 0,156 X_1 - 0,382 X_2 + 0,256 X_3$, artinya kualitas pelayanan (X1), harga (X2), dan kepercayaan (X3) menghasilkan koefisien regresi positif terhadap kepuasan nasabah.
2. Uji-F menghasilkan nilai Fhitung (34,033) > Ftabel (2,70), artinya secara serempak kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah.
3. Uji parsial (uji-t) menghasilkan nilai thitung (2,613) > ttabel (1,985) artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, -thitung (-2,398) < -ttabel (-1,985) artinya harga berpengaruh negatif terhadap kepuasan nasabah, thitung (3,051) > ttabel (1,985) artinya kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
4. Uji-R2 menghasilkan koefisien determinasi sebesar 0,511, artinya kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan berpengaruh sebesar 51,1%, sedangkan 48,9% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma Buchari, 2017, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Bungin Burhan, 2017, *Manajemen Pemasaran (Model Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*, Edisi Kedua, Kencana Prenada Media, Jakarta.

- Indrasari Meithiana, 2017, *Kepuasan Kerja dan Kinerja Karyawan Tinjauan dari Dimensi Iklim Organisasi, dan Karakteristik Pekerjaan*, Edisi Asli, Indomedia Pustaka, Sidoarjo.
- Inggang Perwangsa Nuralam, 2017, *Etika Pemasar dan Kepuasan Konsumen dalam Pemasaran Perbankan Syariah*, UB Press, Malang.
- Julius Yudi dan Nandan Limakrisna, 2017, *Manajemen Pemasaran (Model Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Deepublish, Yogyakarta.
- Ghozali Imam, 2018, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller, 2017, *Majemen Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 1&2, PT. Indeks, Jakarta.
- Riduan dan Akdon, 2013, *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*, Alfabeta, Bandung.
- Situmorang dan Lutfi M, 2017, *Riset Manajemen dan Bisnis*, USU Press, Medan.
- Sudaryono, 2017, *Manajemen Pemasaran Teori Implementasi*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Sugiyono, 2017, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R & D*, Cetakan ke-20, Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, 2019, *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*, Edisi 1, Andi, Yogyakarta.