

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH
TABUNGAN PT. BANK SULTRA KAS WAKURU
KECAMATAN TONGKUNO KABUPATEN MUNA**

FARIDA LAMUSA, H. AMIR dan ASRIANI

Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administasi
Universitas Halu Oleo Kendari

[\(farida.lamusa@gmail.com\)](mailto:farida.lamusa@gmail.com)

ABSTRACT

This study aims to determine the quality of service a positive and significant effect on customer satisfaction. The independent variable consists of Service Quality (X) The dependent variable is Customer Satisfaction (Y). A sample of 40 respondents were taken using the Purposive Sampling technique. The analysis used is a simple regression analysis using SPSS Version 16. The results of this study indicate that the quality of service observed through Physical Evidence, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy and Customer Satisfaction were observed through indicators of Product Quality, Service Quality, Emotional Factors, Cost or ease of getting a product or service that is Service Quality has a positive and significant effect on Customer Satisfaction. The results showed that the research model was acceptable.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Variabel independent terdiri Kualitas Pelayanan (X) Variabel dependent adalah Kepuasan Nasabah (Y). Sampel berjumlah 40 responden yang diambil dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana dengan menggunakan alat bantu SPSS Versi 16. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diamati melalui Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati dan Kepuasan Nasabah yang diamati melalui indikator Kualitas Produk, Kualitas Jasa, Faktor Emosional, Biaya atau kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa yakni *Kualitas Pelayanan* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model penelitian dapat diterima.

Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah*

PENDAHULUAN

Pelaksanaan dan pembangunan nasional yang bertujuan mewujudkan masyarakat indonesia yang adil dan makmur berdasarkan pancasila dan undang- undang dasar 1945,

diharapkan agar lebih memperhatikan keserasian, keselarasan dan keseimbangan unsur-unsur pemerataan pembangunan, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional. Salah satu sarana yang mempunyai peranan strategis dalam menyeraskan dan menyeimbangkan masing-masing unsur tersebut adalah sektor perbankan.

Kepuasan dan ketidakpuasan nasabah adalah hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkannya. Harapan tersebut dibandingkan dengan persepsi nasabah terhadap kenyataan dan harapan yang mereka terima/ peroleh dari bank. Jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu. Apabila kenyataan sama dengan harapan maka layanan tersebut memuaskan.

Sehubungan dengan hal tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan PT. Bank Sultra kas Wakuru, Kecamatan Tongkuno Kabupaten Muna.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Pemasaran

Kotler dalam Kasmir (2003 ; 46), pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk . dan nilai dengan pihak lain.

B. Pengertian Pelayanan

Pengertian jasa menurut Lupiyoadi (2006; 5) adalah semua aktivitas ekonomi yang dihasilkan tidak berupa produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan nilai tambah (seperti kenyamanan, hiburan, kesenangan, dan kesehatan) atau dihadapi konsumen.

C. Kualitas Pelayanan

Berdasarkan penelitian yang dikembangkan oleh Parasuraman, dkk dalam Lupiyoadi (2006; 148), kualitas pelayanan terdiri dari 5 (lima) dimensi pengukuran yaitu :

1. Bukti Fisik (*Tangibles*)
2. Keandalan (*Reliability*)
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
4. Jaminan (*Assurance*)
5. Empati (*Emphaty*)

D. Model Kualitas Pelayanan

Empat kesenjangan yang disampaikan Kotler (2005; 122) adalah sebagai berikut :

- a. Kesenjangan antara harapan konsumen dengan persepsi manajemen tidak selalu memahami secara tepat apa yang diinginkan pelanggan.
- b. Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa manajemen mungkin memahami secara tepat keinginan pelanggan tetapi tidak menetapkan suatu standar kinerja spesifik.
- c. Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa para petugas mungkin kurang terlatih, tidak mampu atau tidak mau memenuhi standar.
- d. Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal harapan konsumen dipengaruhi oleh pernyataan para petugas perusahaan dan iklan perusahaan.

E. Jenis-Jenis Pelayanan

Jenis –jenis pelayanan yang sesuai dengan pelanggan yaitu

1. Pelayanan sebelum transaksi
2. Pelayanan saat transaksi
3. Pelayanan setelah transaksi

F. Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2004; 42), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/ kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan – harapannya tersebut.

G. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Nasabah

Lupiyoadi (2006; 255) mengatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan atau nasabah adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank dalam memenuhi harapan nasabah dalam bentuk tampilan fisik yang dimiliki oleh bank, keandalan, kepedulian dan perhatian, daya tanggap dan jaminan nasabah akan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Artinya semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh bank, maka nasabah akan semakin puas terhadap layanan tersebut.

H. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Handi Irawan (2004;37) membagi faktor- faktor mempengaruhi kepuasan pelanggan menjadi :

1. Kualitas produk
2. Kualitas jasa
3. *Emotional factor*
4. Biaya atau kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa

I. Strategi Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2008;40), ada beberapa strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Strategi Relationship Marketing
2. Strategi *Superior customer service*.
3. Strategi *Unconditional Service Guarantee*
4. Strategi Penanganan Keluhan yang Efisien
5. Strategi Peningkatan Kinerja Perusahaan
6. Menerapkan *Quality Function Deployment*

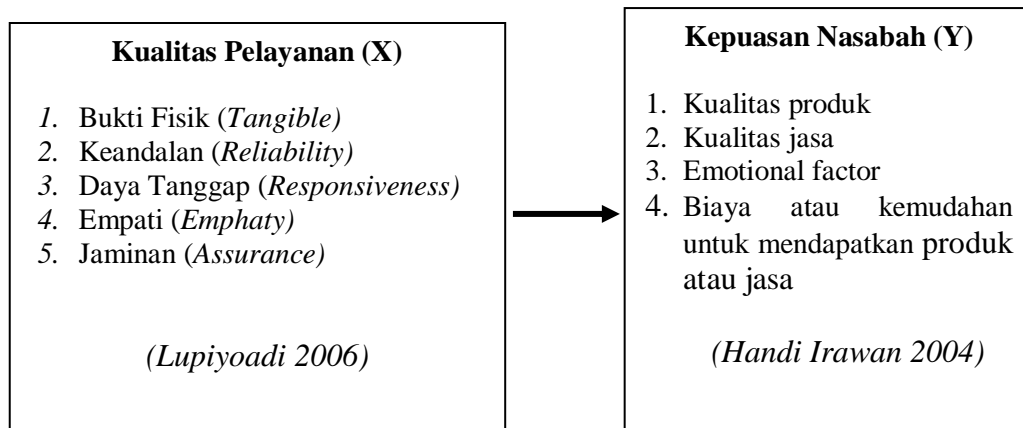
J. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Pada prinsipnya kepuasan pelanggan dapat diukur dengan berbagai macam metode (Kotler dalam Tjiptono; 2003; 104).

1. Sistem keluhan dan saran
2. Pembelanja Siluman (*Ghost Shopping*)
3. Analisis Pelanggan yang Hilang
4. Survei Kepuasan Pelanggan

K. Kerangka Pemikiran

Kerangka Pemikiran



L. Hipotesis

Berdasarkan landasan teori dari kerangka pikir yang dikemukakan maka dapat diajukan hipotesis penelitian bahwa “Diduga terdapat pengaruh simultan antara kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel Bukti Fisik (*tangible*), Keandalan (*reliability*), Daya Tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), dan Empati (*emphaty*) secara signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan PT. Bank Sultra kas Wakuru.

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Bank Sultra di Daerah Kabupaten Muna, Kecamatan Tongkuno.

B. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh nasabah yang menabung yang membuka rekening di Bank Sultra Kas Wakuru di Kabupaten Muna, Kecamatan

2. Sampel Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti metode Accidental Sampling yaitu pengambilan sampel berdasarkan kebutuhan, yaitu sebanyak 40 orang

C. Jenis dan Sumber Data

Sehubungan dengan permasalahan penelitian maka data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah Data primer dan Data sekunder sedangkan Sumber Data dikumpulkan melalui survei dengan cara membagikan kuesioner kepada responden untuk diisi.

D. Metode Pengumpulan Data

Data yang diolah adalah data hasil jawaban pada daftar pernyataan (kuesioner) Data ditabulasi dan selanjutnya dilakukan perbaikan-perbaikan teknis (*editing*), dan terakhir dilakukan interpretasi data.

E. Metode Pengolahan Data

Metode pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

- a. Tabulasi, yaitu pengumpulan dan penyusunan data kedalam bentuk tabel sesuai kebutuhan analisis dan selanjutnya data tersebut akan dianalisis dengan alat analisis yang telah ditentukan.
- b. Komputerisasi, yaitu melakukan perhitungan sesuai dengan alat analisis dan menggunakan program SPSS *versi* 16.0 untuk perhitungan analisis regresi linear sederhana.

F. Skala Pengukuran

Skala pengukuran dalam penelitian ini yaitu menggunakan skala *likert*. Setiap instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai *gradiasi* dari sangat positif sampai sangat negatif, berupa kata-kata dan juga memberikan skala angka dari 1 sampai 5 seperti tabel 2 di bawah ini :

Tabel 1
Option Skala Likert

No	Pertanyaan	Nilai item pertanyaan
1	Sangat setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak setuju (TS)	2
5	Sangat tidak setuju (STS)	1

Sumber : *Sugiyono 2012*

G. Teknik Analisis Data

Untuk menjawab permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya dan untuk membuktikan hipotesis maka alat analisis yang digunakan adalah Regresi Linear Sederhana.

Untuk menguji pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) digunakan uji t, dasar pengambilan keputusan apabila $t_{sig} < \alpha_{0,05}$ maka variabel bebas tersebut berpengaruh nyata terhadap variabel terikat. Demikian pula sebaliknya, apabila $t_{sig} > \alpha_{0,05}$ maka variabel bebas tersebut berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel terikat.

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah kepuasan nasabah (Y), sedangkan yang menjadi variabel independen adalah kualitas pelayanan (X). Bentuk umum persamaan regresi sederhana sebagai berikut :

$$Y=a+bX$$

Dimana :

Y : subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan (Kepuasan Nasabah)

X: subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu (Kualitas Pelayanan)

a: nilai konstanta

b: angka arah atau koefisien regresi

e ;Standar eror

(Sugiyono 2009 : 244)

H. Definisi Operasional

Definisi operasional ditunjukkan untuk memberikan batasan pemahaman terhadap variabel-variabel yang dibahas sehingga memudahkan peneliti dalam membahas variabel-variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini:

1. Variabel kualitas pelayanan (X)

Kualitas pelayanan (X) merupakan suatu komitmen untuk merealisasikan konsep yang berorientasikan pada pelanggan, menetapkan suatu standar kinerja pelayanan, mengenali dan memberikan perilaku teladan serta memelihara daya tarik pelanggan setiap saat dalam upaya untuk meningkatkan penjualan untuk penilaian kualitas pelayanan tercakup lima dimensi yaitu :

a. Bukti Fisik

Bukti Fisik adalah kualitas layanan berdasarkan tanggapan responden tentang kenyamanan dan penampilan fisik dari sinar semua kualitas layanan bank. Item pernyataan dari indikator ini adalah :

1. Lokasi Bank Sultra strategis dan mudah dijangkau
2. Bank Sultra memiliki fasilitas yang nyaman untuk digunakan (misalnya ruang tunggu, tempat parkir, dll).

b. Keandalan

Keandalan merupakan kualitas layanan berdasarkan tanggapan konsumen tentang kemampuan dan keandalan dalam melaksanakan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat waktu dan terpercaya. Pernyataan dari indikator ini adalah:

1. Bank Sultra melayani semua nasabah sesuai janjinya.

c. Daya Tanggap

Daya tanggap merupakan kualitas layanan berdasarkan tanggapan konsumen tentang ketanggapan, kemauan/kesediaan secara cepat dalam membantu dan memberikan pelayanan kepada konsumen. Pernyataan dari indikator ini adalah:

1. Karyawan Bank Sultra mengetahui dan memahami keinginan nasabah
2. Karyawan Bank Sultra tetap ada pada jam-jam kerja (sibuk).

d. Jaminan

Jaminan merupakan kualitas layanan berdasarkan tanggapan konsumen tentang jaminan keamanan dan kepastian jasa dari Bank Sultra. Hal ini ditunjukkan dari pengetahuan, wawasan, kemampuan dan kesopanan karyawan serta sikap percaya diri. Pernyataan dari indikator adalah :

1. Bank Sultra dapat menyimpan data dengan benar dan akurat
2. Transaksi Bank Sultra bebas dari kekeliruan.

e. Empati

Empati merupakan kualitas layanan berdasarkan tanggapan konsumen tentang sikap empati karyawan yang meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan,

komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman kebutuhan konsumen. Pernyataan dari indikator ini adalah:

1. Karyawan Bank Sultra bersikap ramah dalam melayani nasabah yang bertransaksi.

2. Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Adalah perasaan senang/puas atau tidak puas yang dirasakan oleh konsumen setelah memilih Bank Sultra. Variabel ini merupakan variabel dependen. Item indikator yang digunakan sebagai pengukuran kepuasan dalam penelitian ini akan mengadopsi dan mengembangkan pengukuran kepuasan pelanggan yang digunakan oleh Albert Caruana (2002). Dimana penelitian ini akan diukur dengan menggunakan skala *likert* melalui indikator:

1. Keinginan untuk meminjam kredit atau transaksi ulang dikemudian hari
2. Kesiapan untuk menceritakan kebaikan dan merekomendasikan pelayanan kepada orang lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi penelitian

1. Profil Bank SULTRA Kas Wakuru

Bank Sultra atau dikenal sebagai Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Tenggara didirikan berdasarkan surat Keputusan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Gotong Royong Provinsi Sulawesi Tenggara Nomor 34 tahun 1968 tanggal 03 Maret 1968 tentang Bank Pembangunan Daerah, sebagaimana telah diubah dengan Perda No.2 tahun 1993 tanggal 13 Februari 1993.

Bank Sultra Kas Wakuru merupakan lembaga keuangan perbankan yang memiliki organisasi kerja yang sama dengan lembaga keuangan lainnya. Organisasi Bank Sultra Kas Wakuru memiliki struktur organisasi yang menggambarkan hubungan internal antara setiap bagian yang ada di dalam bank tersebut.

2. Jumlah Tenaga Kerja Bank Sultra kas Wakuru

Jumlah Tenaga Kerja Bank Sultra kas Wakuru adalah 3 orang yaitu Direktur Utama, Teller, dan Satpam.

3. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sultra Kas Wakuru, Kec.Tongkuno, Kab. Muna adalah sebanyak 40 orang yang merupakan nasabah Bank Sultra Kas Wakuru, Kec.Tongkuno, Kab. Muna. Responden tersebut memiliki karakteristik yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Umur

Umur responden menjadi salah satu indikator yang mempengaruhi dalam memberikan tanggapan terhadap suatu hal, karena psikologis dapat membedakan seseorang dalam cara berpikir, sikap dan perilakunya dalam menilai sesuatu, dalam hal ini kualitas layanan yang diterimanya.

b. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan dalam penelitian ini adalah tingkat pendidikan formal yang ditamatkan oleh nasabah yang menjadi responden. Tingkat pendidikan berpengaruh

terhadap cara berpikir dalam membentuk penilaian terhadap berbagai hal yang dihadapinya.

c. Pekerjaan

pekerjaan nasabah tabungan yang menjadi responden meliputi, : Pelajar/Mahasiswa, Pegawai Negeri Sipil (PNS), Pedagang, Pegawai Swasta dan lain-lain,

B. Analisis Statistik Deskriptif Variabel

Penelitian yang dilakukan pada Bank Sultra Kas Wakuru bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang diukur melalui variabel indikator dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah yang terdiri dari bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), serta kepuasan nasabah. Hasil penelitian melalui pengukuran tanggapan responden terhadap dimensi variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah disajikan sebagai berikut:

a. Dimensi *Tangible* (X_1)

Secara keseluruhan dari 2 (dua) indikator dimensi *tangibles* diatas memiliki nilai rata-rata skor jawaban sebesar 4,34 (berada pada range nilai 3,5-4,5), yang berarti bahwa tingkat persetujuan responden terhadap dimensi *tangibles* adalah positif / baik.

b. Dimensi *Reliability* (X_2)

Secara keseluruhan, dimensi *reliability* diatas memiliki nilai rata-rata skor jawaban sebesar 4,2% (berada pada range nilai 3,5 - 4,5), yang berarti bahwa tingkat persetujuan responden terhadap dimensi *reliability* adalah positif / baik.

c. Dimensi *Responsiveness* (X_3)

Secara keseluruhan, dari 2 (dua) indikator dimensi *responsiveness* diatas memiliki nilai rata-rata skor jawaban sebesar 3,95% (berada pada range nilai 3,5-4,5), yang berarti bahwa tingkat persetujuan responden terhadap dimensi *responsiveness* adalah positif/baik.

d. Dimensi *Assurance* (X_4)

Secara keseluruhan, dari 2 (dua) indikator dimensi *assurance* memiliki nilai rata-rata skor jawaban sebesar 4,35% (berada pada range nilai 3,5-4,5), yang berarti bahwa tingkat persetujuan responden terhadap dimensi *assurance* adalah positif / baik.

e. Dimensi *Emphaty* (X_5)

Dimensi *Emphaty* yaitu penilaian nasabah perihal cara berkomunikasi, perhatian petugas dan kesediaan mendengarkan keluhan nasabah.

f. Kepuasan Nasabah (Y_1)

Secara keseluruhan, dari 2 (dua) indikator dimensi *pelayanan* memiliki nilai rata-rata skor jawaban sebesar 4,4% (berada pada range nilai 3,5-4,5), yang berarti bahwa tingkat persetujuan responden terhadap dimensi *pelayanan* adalah positif / baik.

A. Uji Validitas Dan Reliabilitas

1. Uji Validasi Instrumen

Tabel 4.10 Hasil Uji Validasi Instumen

Indikator	R	Keterangan
X1.1	0.866	Valid
X1.2	0.867	Valid
X2.1	0.867	Valid
X3.1	0.869	Valid

X3.2	0.868	Valid
X4.1	0.867	Valid
X4.2	0.866	Valid
X5.1	0.865	Valid
X.Total	0.972	Valid
Y1.1	0.866	Valid
Y1.2	0.866	Valid
Y Total	0.849	Valid

Sumber : lampiran diolah (2016)

2. Uji reliabilitas instrumen

Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Instrument

Variabel	Alpha cronbach	Keterangan
Kualitas pelayanan (X)	0.759	Reliable
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.902	Reliable

Sumber : lampiran diolah (2016)

D. Hasil Pengolahan Data

**Tabel 4.12
Hasil analisis regresi linear sederhana**

Variabel	Koefisien Regresi (b)	Thit	Probabilitas (sig)
Kualitas Pelayanan (X)	0,669	5,551	0,000
Constanta (a)	1,336		
Korelasi (R)	0,669		
(R square)	0,448		
Standar eror	1,354		

Sumber : lampiran diolah (2016)

1. Persamaan regresi

Berdasarkan hasil analisis regresi pada tabel diatas, maka persamaan garis regresi linear sederhana dapat diketahui sebagai berikut:

$$Y = a+bX$$

$$Y= 1,336 + 0,669 X$$

E. Uji Hipotesis

Dasar pertimbangan pengambilan keputusannya dalam penelitian adalah:

1. Apabila $\rho < \alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak, H_a diterima artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Apabila $\rho > \alpha = 0,05$, maka H_0 diterima, H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Sesuai dengan hasil analisis computer (SPSS program) dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan (X) berpengaruh signifikan terhadap kinerja kepuasan nasabah pada PT.Bank Sultra Kas wakuru. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji t pada tingkat kepercayaan atau taraf nyata $\alpha = 0,05$ derajat bebas dimana $t_{hitung} = 5,551 > T_{tabel}$ yaitu 2,024 atau dengan nilai probabilitas = 0,000 < 0,05. Dengan demikian maka

hipotesis dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sultra Kas wakuru dapat diterima.

F. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 16.0 ditemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif sebesar 0,669 dengan tingkat signifikan (p) 0,000 terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sultra Kas wakuru. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor penentu dalam peningkatan kepuasan nasabah pada PT. Bank Sultra Kas wakuru.

Kualitas pelayanan yang terdiri dari *Reliability, Assurance, Tangible, Emphaty dan Responsiveness* memberikan pengaruh terhadap pencapaian kepuasan nasabah PT. Bank Sultra. Hal ini sejalan dengan pendapat Parasuraman et al, 1990 (dalam Kotler, 2007:5) “kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan eksistensi perusahaan dimasa yang akan datang.

Kepuasan yang diperoleh nasabah dari hasil pelayanan PT. Bank Sultra Kas Wakuru menunjukkan adanya harapan yang terpenuhi dari pelayanan PT. Bank Sultra tersebut. Hal ini sejalan dengan pendapat Rangkuti (2004: 56) “bahwa pelanggan akan merasa puas bila keinginan pelanggan telah terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan.

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis hasil penelitian dan pembahasan Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan PT. Bank Sultra Kas Wakuru, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap pada PT. Bank Sultra Kas Wakuru. Semakin baik kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah yang akan diperoleh. Penerapan kualitas pelayanan dalam suatu perusahaan merupakan salah satu hal yang penting untuk meningkatkan kualitas pelayanan, khususnya bagi PT. Bank Sultra Kas Wakuru yang merupakan bank berlandaskan konvensional.
2. Kepuasan nasabah mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap komitmen nasabah artinya bahwa semakin puas nasabah terhadap pelayanan yang diberikan bank maka semakin besar komitmen nasabah terhadap Bank Sultra Kas Wakuru.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka disarankan beberapa hal untuk dilaksanakan sebagai berikut :

- Upaya peningkatan kualitas layanan yang terdiri dari *Tangible, reliability, responsiveness, assurance dan emphaty*. Harus dijaga agar kepuasan nasabah terjamin melalui penyediaan biaya, pemeliharaan/ perbaikan aset kantor dan biaya pendidikan keterampilan karyawan. CEO harus memiliki program yang jelas tentang peningkatan profesionalisme karyawan walaupun dengan perbaikan ruangan pelayanannya serta perlu adanya standar operasional (SOP) yang dipatuhi oleh karyawan Bank Sultra Kas Wakuru.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofyan, 2010, *Manajemen Pemasaran (Dasar , Konsep, dan Strategi)*, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta
- Caruana, Albert, 2002, Service Loyalty, The Effect Of Service Quality And The Mediating Role Of Customer Satisfaction, *European Journal Of Marketing*, Vol 36.No. 7/8. Pp.881-882
- Daryanto, 2011, *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*, PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, Bandung
- Handi, Irawan, 2004, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Media Komputindo, Jakarta
- Kotler, Philip, 2004, *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi Milenium*, PT. Indeks, Jakarta
- Kotler, Philip, 2005, *Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas Jilid Dua*, PT. Indeks, Jakarta
- Kasmir, 2003, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Kedua*, Jakarta
- Kasmir, 2005, *Dasar – Dasar Perbankan*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Kasmir, 2008, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Lupiyoadi, 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa Teoridan Praktek*, Salemba Empat. Jakarta
- Mutmainnah ,2011, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perum Pegadaian* , Fakultas Ekonomi Universitas Halu Oleo, Kendari
- Rangkuty, Fredy, 2003, *Marketing Plan*, PT. Gramedia Pustaka Umum, Jakarta
- Suryanto, 2003, *Etika Perbankan*, Idhill, Jakarta
- Sugiono, 2012, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung
- Tjiptono, Fandy,dkk, 2003, *Total Quality Manajement*, Andi Offset, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy, 2004, *Manajemen Jasa*, Andi Offset, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy, 2008, *Pemasaran Strategi*, Andi Offset, Yogyakarta
- Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran Edisi Kedua*, Andi Offset. Yogyakarta