

Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Cicilan Emas Pada Bank Syariah Indonesia KC Meulaboh Imam Bonjol

Siti Hajar¹, Rina Mauliza^{2*}

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen STIMI Meulaboh, Jurusan S1 Manajemen

ARTICLE INFO

Article history:

Received August 09, 2024

Revised August 15, 2024

Accepted August 25, 2024

Available online 03 September, 2024

Keywords:

Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah

Keywords:

Trust, Service Quality, Customer Satisfaction



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license. Copyright © 2024 by Author. Published by Yayasan Daarul Huda

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menggunakan pendekatan kuantitatif terhadap fenomena yang terjadi pada BSI KC Meulaboh Imam Bonjol. Metode Data yang digunakan dalam penelitian ini teknik *Accidental Sampling* dengan Sampel 86 Nasabah BSI KC Meulaboh Imam Bonjol. Data yang digunakan adalah data Primer dan data Skunder. Teknik analisis data yang akan digunakan yaitu Uji validitas, Uji reliabilitas, Uji Asumsi klasik, Uji Analisis Regresi Linier Berganda, Pengujian Hipotesis menggunakan Software SPSS22 dan Koefisien Determinasi. Hasil pengujian ini menyatakan bahwa Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Cicilan Emas pada Bank Syariah Indonesia KC Meulaboh Imam Bonjol.

ABSTRACT

This study aims to use a quantitative approach to the phenomena that occur at BSI KC Meulaboh Imam Bonjol. The data method used in this study is the Accidental Sampling technique with a sample of 86 BSI KC Meulaboh Imam Bonjol customers. The data used are Primary data and Secondary data. The data analysis techniques that will be used are Validity Test, Reliability Test, Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression Analysis Test, Hypothesis Testing using SPSS22 Software and Determination Coefficient. The results of this test state

that the Influence of Trust and Service Quality Affects Customer Satisfaction of Gold Installments at Bank Syariah Indonesia KC Meulaboh Imam Bonjol.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan bank syariah di Indonesia saat ini semakin berkembang secara global. Pertumbuhan industri perbankan syariah diidentifikasi dengan semakin meluasnya lembaga keuangan syariah di Indonesia, yaitu perbankan syariah, pengadaian syariah, asuransi syariah, reksadana syariah, serta institusi keuangan syariah lainnya. Industri perbankan syariah di Indonesia meningkat sangat pesat. Pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia didasarkan pada peraturan yang dikeluarkan pemerintah dan pedoman yang dikeluarkan oleh daulat perbankan.

Kepercayaan, ketenangan pikiran yang dimiliki konsumen sebagai hasil interaksi mereka dengan kepercayaan. Berdasarkan pengakuan bahwa kepercayaan dan tanggungjawab atas kepentingan dan keselamatan konsumen. Diketahui bahwa pihak BSI sudah memberikan pelayanan produk cicil emas dengan aman, kemudian pada saat memberikan informasi mengenai produk yang di tawarkan kepada pelanggan melalui media sosial dan ditempat umum lainnya.

Kualitas Pelayanan yang di tawarkan adalah Tabungan Deposito, dan Pinjaman, Termasuk pembiayaan konsumen MitraGuna, Keuangan Mikro (Pembiayaan Usaha Mikro dan Multiguna Mikro), dan Gadai Termasuk (Cicilan Emas, Gadai Emas) dan Angsuran Emas. Rasionalisasi pemilihan Bank Syariah Indonesia KC Meulaboh Imam Bonjol sebagai tempat penelitian adalah karena BSI menggambarkan salah satu industri BUMN yang bergelut di sektor pembiayaan produk Cicil emas. Sebagai BUMN yang dikelola langsung oleh pemerintah, tidak perlu dipertanyakan lagi bahwa seharusnya jumlah nasabah terus menerus mengalami peningkatan. Oleh karena itu, Fakta di lapangan berkata Pihak Bank Syariah Indonesia KC Meulaboh Imam Bonjol menyatakan bahwa permasalahan dilatar belakangnya oleh kurangnya kepercayaan nasabah untuk menginvestasikan emas serta di perburuk lagi oleh nasabah yang belum memiliki pengetahuan mendalam terkait dalam cicilan emas. Serta Pegawai BSI memberikan penjelasan dan tata cara bagaimana mencicil emas di Bank Syariah Indonesia. Salah satu keuntungan penanaman

*Corresponding author

E-mail addresses: rinamauliza1010@gmail.com

modal emas dengan ragam mencicil di Bank Syariah Indonesia KC Meulaboh Imam Bonjol yaitu emas tersimpan aman. Emas akan disimpan oleh pihak BSI hingga nasabah melunasinya.

Fenomena yang terjadi pada Kualitas pelayanan pinjam meminjam yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia KC Meulaboh Imam Bonjol yang tidak kalah menarik adalah pembayaran cicilan emas. Pinjaman Angsuran Emas adalah produk terbaru dari bank syariah, dan bisnis perbankan barang ini menunjang nasabah untuk memegang emas batangan secara mencicil. Padahal, akad yang digunakan dalam produk ini adalah akad Murabahah. Produk Cicilan emas adalah pinjaman real estate cicilan, dan emas sebagai jaminan yang diperoleh setelah berakhirnya jangka waktu pinjaman. Produk ini menggunakan akad Murabahah dengan jaminan belajar (gadai) dan jangka waktu pinjaman minimal selama 2 hingga 5 tahun. Angsuran emas merupakan investasi yang menguntungkan. Terutama dalam jangka panjang. Demikian pula, harga emas dapat memenuhi rencana dan harapan yang lebih baik dan membuatnya lebih mudah untuk masa depan.

BSI aka terus menggunakan kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank, meningkatkan permintaan pelanggan akan layanan berkualitas kepada semua pelanggan, dan memungkinkan bank atau bisnis untuk terus tumbuh dalam jumlah pelanggan. Khusus nya pelayanan yang sangat berkualitas kepada masyarat Meulaboh. Kepuasan nasabah terhadap ketidak sesuaian antara kualitas pelayanan dan persepsi kinerja setelah dirasakan oleh nasabah. Maka setiap setiap aktivitas perbankan pada akhirnya mengarah pada nilai yang dilaporkan oleh pelanggan dalam hal kepuasan yang dirasakan.

LANDASAN TEORI

1. Kepercayaan

Menurut Lussier (2010) Kepercayaan adalah harapan positif yang tidak akan diterima orang lain. Kepercayaan tidak diberikan begitu saja, hal ini diperoleh ekspektasi positif, berdasarkan pengetahuan, keakraban, dan pengalaman dengan orang lain, membutuhkan waktu untuk berkembang. Ketiga jenis kepercayaan dalam hubungan manusia organizational yang berbeda, pengetahuan, dan kepercayaan berdasarkan identifikasi.

Menurut Robbins, (2012) kepercayaan sebagai sesuatu yang diharapkan dari kejujuran dan perilaku kooperatif yang berdasarkan saling berbagi norma-norma dan nilai yang sama. Kepercayaan adalah pengharapan positif bahwa orang lain tidak akan membohongi dan mengecewakan anda. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa kepercayaan sebagai derajat di mana seseorang yang percaya menaruh sikap positif terhadap keinginan baik dan keandalan orang lain yang dipercayanya di dalam situasi yang berubah ubah dan beresiko.

Kepercayaan sangat menentukan keberhasilan koordinasi suatu pekerjaan. Menurut Robbins (2012), para peneliti telah menemukan lima komponen dari suatu kepercayaan karyawan terhadap pemimpinnya, yaitu :

1. Integritas, ditujukan pada kejujuran dan nilai kebenaran sang pemimpinnya.
2. Kompetensi, dimana pimpinan memiliki pengetahuan dan ketrampilan teknis serta hubungan antar personal.
3. Konsistensi, yaitu dapat diandalkan, kemampuan memprediksi dan mengatasi setiap persoalan.
4. Loyalitas, dimana pimpinan tidak segan berbagi gagasan dan informasi dengan bebasnya.
5. Keterbukaan yaitu orang-orang yang terbuka menerima ide-ide baru dan perubahan. Mereka memberikan kebenaran penuh.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan

Menurut Lutfi (2011) ada tiga factor yang dapat mempengaruhi kepercayaan, yaitu:

1. Pengalaman (Experienced)

Pengalaman adalah relevan dengan pekerjaan yang dilakukan oleh perusahaan, mengenai bisnis dan prestasi perusahaan dalam bidang perekonomian dan lain sebagainya. Pengalaman yang banyak dan menarik dalam bisnis, akan membuat perusahaan lebih memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan.

2. Kualitas Kerja

Kualitas kerja adalah proses dan hasil kerja perusahaan yang dapat dinilai oleh sebagai pelanggan atau masyarakat. Kualitas kerja yang tidak terbatas akan menghasilkan kepercayaan yang kuat.

3. Kecerdasan

Kemampuan perusahaan dalam mengolah masalah yang terjadi dalam perusahaan. Kecerdasan juga dapat membangun kepercayaan, karena kredibilitas yang tinggi tanpa didasari oleh kecerdasan dalam menarik pelanggan tidak mampu meningkatkan kepercayaan pelanggan

Indikator kepercayaan

Indikator kepercayaan menurut Lussier (2010), terdiri atas:

1. Integritas, adalah orang-orang yang memiliki integritas yang jujur, dan tulus. Integritas adalah dimensi yang paling penting ketika orang menilai kepercayaan orang lain. Keterpaduan dimensi lain yang artinya adalah karakteristik kepemimpinan yang pertama dan yang paling penting.
2. Kompetensi, adalah orang yang kompeten memiliki pengetahuan dan kemampuan teknis, interpersonal dan keterampilan.
3. Konsistensi adalah orang yang konsisten menggunakan perilaku yang sama dalam situasi yang sama.
4. Loyalitas adalah dimana pimpinan tidak segan berbagi gagasan dan informasi dengan bebasnya.
5. Keterbukaan adalah Orang-orang yang terbuka menerima ide-ide baru dan perubahan baru.

2. Kualitas Pelayanan

Sri Rahayu (2019) Kualitas Pelayanan yang baik seharusnya memiliki kualitas yang sesuai dengan yang diharapkan nasabah, sehingga nasabah senantiasa merasa senang dan puas dengan pelayanan yang telah diberikan. Pengertian atau makna kualitas telah diberikan oleh banyak pakar dengan berbagai sudut pandang yang berbeda, sehingga menghasilkan definisi-definisi yang berbeda pula.

Tujuan Kualitas Pelayanan

Sri Rahayu (2019) Kualitas pelayanan bisa menjadi sarana mempererat hubungan batin antara pengusaha dan nasabah. Saat harapan dan keinginan terpenuhi, nasabah akan merasa dihargai di tempat usaha tersebut. Nasabah merasa puas apabila proses pelayanan diberikan kemudahan, kecepatan, ketepatan, dan kemampuan kepada nasabah. Jika pelayanan sesuai dengan yang diharapkan nasabah, maka kualitas pelayanan tersebut bisa dianggap ideal. Kualitas pelayanan bisa dianggap rendah apabila yang diterima atau dirasakan nasabah tidak sesuai yang diharapkan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Adapun faktor-faktor pelayanan menurut (Rofik, A. 2017) adalah sebagai berikut

1. Nilai Kerja (*Work Values*)
2. Semangat Kerja (*Work Spirit*)
3. Keterampilan Berkomunikasi dengan Nasabah
4. Penguasaan Teknologi Informasi (*Technological Skills*)

Indikator Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yang relevan dengan nasabah dikelompokkan menjadi lima Indikator, menurut (Wijaya, T. 2018) yaitu:

1. Bukti Fisik (*Tangibles*), meliputi penampilan fasilitas fisik seperti, gedung dan ruangan tunggu untuk customer, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kenyamanan, kelengkapan sarana komunikasi, dan penampilan karyawan.
2. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan dengan segera, akurat dan memuaskan. Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama.
3. Daya Tangkap (*Responsiveness*), yaitu kesigapan atau respon dalam membantu nasabah memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, yang meliputi kesigapan, kecepatan dalam menangani transaksi dan keluhan nasabah.
4. Jaminan (*Assurance*), mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para pegawai seperti: kemampuan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan nasabah terhadap perusahaan.
5. Empati (*Empaty*), adalah memahami segala sesuatu dan menempatkan diri pada posisi nasabah. Empati memberikan perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada nasabah seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan para pegawai untuk berkomunikasi dan usaha perusahaan memahami keinginan dan kebutuhan nasabahnya.

3. Kepuasan Nasabah Cicilan Emas

Menurut Kotler (2016), kepuasan pelanggan yaitu tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang di terima sesuai yang diharapkan.

Faktor – faktor Pendukung Kepuasan Nasabah

1. Kualitas Produk
2. Harga
3. Kualitas Pelayanan
4. Faktor Emosional
5. Biaya dan Kemudahan untuk Mendapatkan Produk dan Jasa

Indikator Kepuasan Nasabah Cicilan Emas

Tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah atas pelayanan yang diberikan oleh bank syariah indonesia. Oleh karena itu Kotler (2016) mengemukakan 4 metode untuk mengukur kepuasan nasabah, yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran

Memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan melalui media berupa kotak saran yang mudah dijangkau pelanggan.

2. Ghost shopping

Memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan dengan memperkerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

3. Analisis pelanggan yang hilang

Perusahaan menghubungi para pelanggan telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan selanjutnya.

4. Survei kepuasan pelanggan

Dengan mengadakan survei yang teratur dengan metode survei kepuasan pelanggan dapat menggunakan secara langsung dengan pertanyaan yang diberikan.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting. Maka dari itu kerangka pikir pada dasarnya menggambarkan bagaimana hubungan antara Variabel X1 dalam hal ini yaitu Pengaruh Kepercayaan, Variabel X2 yaitu Kualitas Pelayanan dan Variabel Y yaitu Kepuasan Nasabah.

METODE

Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Meulaboh Imam Bonjol memiliki kantor yang beralamat di Jl. Imam Bonjol, Kecamatan Johan Pahlawan, Kabupaten Aceh Barat, Waktu Penelitian ini di lakukan pada Bulan Februari s/d Mei 2024.

Populasi dan Sampel

Populasi

Penelitian ini dilakukan dengan pengambilan data dari responden. Data yang di ambil adalah dari tahun 2021 – 2024. Maka dari sampel yang mewakili seluruh populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Adapun banyaknya populasi yang disebutkan oleh salah satu karyawan BSI yang melakukan Cicilan Emas ialah 655 Nasabah.

Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Accidental Sampling* dimana teknik ini adalah peneliti bisa mengambil sampel pada siapa saja tanpa perencanaan sebelumnya. Penentuan sampel dalam penelitian ditentukan berdasarkan rumus Slovin (2012) adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n= Jumlah sampel yang dicari

N = Ukuran populasi, dimana populasinya adalah nasabah bank syariah indonesia

e = Nilai presisi/ketetapan presentase tingkat kesalahan dengan pada umumnya digunakan 1%,5%,10%.

Penelitian ini menggunakan presisi sebesar 10%, karena sudah cukup untuk memenuhi sampel yang dibutuhkan.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{655}{1 + (655 \times 0,1)^2}$$

$$n = \frac{655}{1 + 6,55}$$

$$n = 86$$

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan Metode Kuantitatif sehingga diketahui bagaimana pengaruh suatu variabel terhadap variabel yang lain. Jenis penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian asosiatif. Jenis penelitian asosiatif yaitu penelitian tentang hubungan kausal yang merupakan hubungan sebab akibat. Dengan tujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih.

Teknik Pengumpulan Data

1. Penelitian Kepustakaan

2. Penelitian Lapangan

- a. Pengamatan (*Observasi*)
- b. Wawancara (*Interview*)
- c. Kuesioner (*Quisioner*)

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Variabel Kepercayaan (X1)

Tabel 1 Uji Validitas untuk variabel X1

		item_ X1.1	item_ X1.2	item_ X1.3	item_ X1.4	item_ X1.5	Total_ X1
item_X 1.1	Pearson Correlation	1	.475**	.258*	.177	.301**	.627**
	Sig. (2-tailed)		.000	.017	.103	.005	.000
	N	86	86	86	86	86	86
item_X 1.2	Pearson Correlation	.475**	1	.451**	.513**	.327**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.002	.000
	N	86	86	86	86	86	86
item_X 1.3	Pearson Correlation	.258*	.451**	1	.343**	.281**	.549**
	Sig. (2-tailed)	.017	.000		.001	.009	.000
	N	86	86	86	86	86	86
item_X 1.4	Pearson Correlation	.177	.513**	.343**	1	.215*	.559**
	Sig. (2-tailed)	.103	.000	.001		.046	.000
	N	86	86	86	86	86	86
item_X 1.5	Pearson Correlation	.301**	.327**	.281**	.215*	1	.411**
	Sig. (2-tailed)	.005	.002	.009	.046		.000
	N	86	86	86	86	86	86
Total_ X1	Pearson Correlation	.627**	.760**	.549**	.559**	.411**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	86	86	86	86	86	86

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Nilai diatas menunjukkan nilai pearson Correlation total untuk item_1 = 0,627, item_2= 0,760, item_3 = 0,459, item_4= 0,559, item_5 = 0,441 Sedangkan t tabel untuk N = 86 adalah 0,213. Ini menunjukkan bahwa nilai r hitung > r tabel, artinya ke kelima pernyataan variabel X1 di atas adalah valid.

Tabel 2 Uji reabilitas untuk variabel X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.718	5

Berdasarkan table diatas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha adalah 0,718. Berdasarkan pendapat para ahli jika nilai Cronbach's Alpha > dari 0,6 maka data tersebut reliabel.

b. Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Tabel 3 Uji validitas untuk variabel X2

Correlations						
	item_X2.1	item_X2.2	item_X2.3	item_X2.4	item_X2.5	Total_X2
item_X2.1	1					
item_X2.2		1				
item_X2.3			1			
item_X2.4				1		
item_X2.5					1	
Total_X2						1

item_X2.1	Pearson Correlation	1	.667**	.395**	.129	.124	.744**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.238	.255	.000
	N	86	86	86	86	86	86
item_X2.2	Pearson Correlation	.667**	1	.534**	.023	-.029	.657**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.836	.791	.000
	N	86	86	86	86	86	86
item_X2.3	Pearson Correlation	.395**	.534**	1	.460**	.033	.730**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.760	.000
	N	86	86	86	86	86	86
item_X2.4	Pearson Correlation	.129	.023	.460**	1	.146	.557**
	Sig. (2-tailed)	.238	.836	.000		.180	.000
	N	86	86	86	86	86	86
item_X2.5	Pearson Correlation	.124	-.029	.033	.146	1	.459**
	Sig. (2-tailed)	.255	.791	.760	.180		.000
	N	86	86	86	86	86	86
Total_X2	Pearson Correlation	.744**	.657**	.730**	.557**	.459**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	86	86	86	86	86	86

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Nilai diatas menunjukkan nilai pearson Correlation total untuk item_1=0,744, item_2= 0,657, item_3 = 0,730, item_4= 0,557 dan item_5 = 0,459. Sedangkan t tabel untuk N = 86 adalah 0,213. Ini menunjukkan bahwa nilai r hitung > r tabel, artinya ke lima pernyataan variabel X2 di atas adalah valid.

Tabel 4 Uji Reabilitas untuk variable X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.698	5

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha adalah 0,698. Berdasarkan pendapat para ahli jika nilai Cronbach's Alpha > dari 0,6 maka data tersebut reliabel.

c.Variable Kepuasan Nasabah (Y)

Tabel 5 Uji Validitas untuk variabel Y

Correlations

		item_Y.1	item_Y.2	item_Y.3	item_Y.4	item_Y.5	Total_Y
item_Y.1	Pearson Correlation	1	.771**	.612**	.503**	.135	.802**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.214	.000
	N	86	86	86	86	86	86
item_Y.2	Pearson Correlation	.771**	1	.708**	.585**	.174	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.109	.000
	N	86	86	86	86	86	86

item_Y. 3	Pearson Correlation	.612**	.708**	1	.632**	.229*	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.034	.000
	N	86	86	86	86	86	86
item_Y. 4	Pearson Correlation	.503**	.585**	.632**	1	.298**	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.005	.000
	N	86	86	86	86	86	86
item_Y. 5	Pearson Correlation	.135	.174	.229*	.298**	1	.529**
	Sig. (2-tailed)	.214	.109	.034	.005		.000
	N	86	86	86	86	86	86
Total_Y	Pearson Correlation	.802**	.853**	.821**	.766**	.529**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	86	86	86	86	86	86

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 * . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Pada tabel diatas menunjukkan nilai pearson Correlation total untuk item_1 = 0,802, item_2= 0,853, item_3 = 0,821, item_4= 0,766, item_5 = 0,529. Sedangkan t tabel untuk N = 86 adalah 0213. Ini menunjukkan bahwa nilai r hitung > r tabel, artinya ke lima pernyataan variabel Y di atas adalah valid.

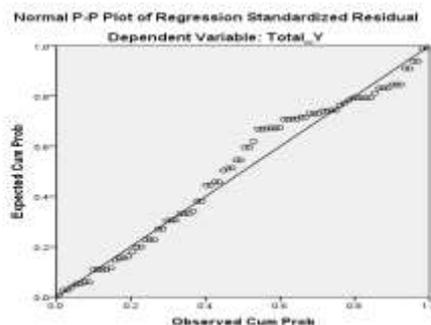
Tabel 6.Uji reabilitas untuk variable Y

Cronbach's Alpha	N of Items
.789	5

Berdasarkan table diatas menunjukkan bahwa nilai Cronbach’s Alpha adalah 0,789. Berdasarkan pendapat para ahli jika nilai Cronbach’s Alpha > dari 0,6 maka data tersebut reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas



Gambar 1 Uji Normalitas Data

Gambar di atas menunjukkan bahwa data *ploting* (titik-titik) yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonal. Maka berdasarkan pendapat para ahli data tersebut adalah berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Tabel 7. Uji Multikolinieritas tolerance dan VIF

Model	Unstandardized Coefficients	Standardize d Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
-------	-----------------------------	----------------------------	---	------	-------------------------

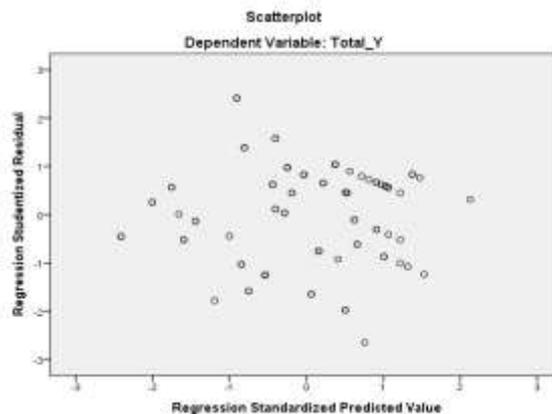
	B	Std. Error	Beta			Toleranc e	VIF
1 (Constant)	33.678	2.688		12.528	.000		
Total_X1	.357	.067	.501	5.300	.000	.917	1.091
Total_X2	.220	.132	.157	1.663	.010	.917	1.091

a. Dependent Variable: Total_Y

Menurut para ahli, jika nilai *tolerance* > 0,100 da nilai VIF < 10.00, maka tidak ada gejala multikolinearitas pada data tersebut. Pada table diatas terlihat bahwa nilai tolerance untuk X1 adalah 0,917 dan nilai VIF untuk X1 adalah 1,091, nilai tolerance untuk X2 adalah 0,917 dan nilai VIF untuk X2 adalah 1,091. Ini menunjukkan bahwa nilai tolerance X1, X2 lebih besar dari 0,100 dan nilai VIF untuk X1, X2 lebih kecil dari 10.00 artinya data X1,X2 tidak ada gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedestisitas

Menurut Ghozali (2011) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Pola yang tidak sama ini ditunjukkan dengan nilai yang tidak sama antar satu varians dari residual. Berikut hasil yang diperoleh pada SPSS22.



Gambar 2 Uji Heteroskedestisitas scatterplots

Berdasarkan Gambar diatas, data tersebut tidak menunjukkan pola yang sama maka berdasarkan pendapat para ahli maka data tersebut tidak terdapat adanya heteroskedastitas.

d. Uji Autokorelasi

Tabel 8 Nilai du

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.566 ^a	.321	.304	2.093	1.652

a. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

b. Dependent Variable: Total_Y

Jika nilai Durbin Watson terletak antara du sampai dengan (4-du) maka tidak ada gejala autokorelasi. Berdasarkan data pada penelitian ini diperoleh nilai k=2 dan N=86 dengan nilai signifikan 5% maka pada table Durbin Watson diperoleh nilai 1,697,duhitung 1,652 sedangkan nilai (4-du) adalah 2,348. Dengan demikian karena nilai du terletak antara du sampai dengan (4-du) maka tidak terjadi gejala auto korelasi pada data tersebut.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 9. Nilai Uji regresi linear berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	33.678	2.688		12.528	.000		
Total_X1	.357	.067	.501	5.300	.000	.917	1.091
Total_X2	.220	.132	.157	1.663	.010	.917	1.091

a. Dependent Variable: Total_Y

Adapun model regresi berganda yang diperoleh berdasarkan hasil analisis di atas adalah sebagaiberikut: $Y = 33,678 + 0,357X_1 + 0,220X_2 + e$
Persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut

a. Konstanta (a_0)=33,678

Nilai konstanta tersebut memberikan pengertian bahwa konstanta berpengaruh positif terhadap Kepuasan nasabah artinya apabila nilai variabel lain (0), maka Kepuasan Nasabah mencapai 9,364.

b. Kofisien regresi variable kompensasi (a_1)=+ 0,357

Artinya apabila nilai variable Kepercayaan mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka akan meningkatkan Kepuasan Nasabah sebesar 0,357.

c. Kofisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (a_2) =0,220

Artinya apabila tingkat variable Kualitas Pelayanan mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka akan meningkatkan Kepuasan Nasabah sebesar 0,220.

b. Uji t ParsialTabel 10 Nilai Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	33.678	2.688		12.528	.000		
Total_X1	.357	.067	.501	5.300	.000	.917	1.091
Total_X2	.220	.132	.157	1.663	.010	.917	1.091

a. Dependent Variable: Total_Y

Berdasarkan table diatas menunjukkan nilai sig pada variable $X_1=0,000$, dan $X_2=0,010$

Jika nilai sig<0,05 maka variable independen (X) berpengaruh secara parsial terhadap variable dependen(Y).

Kesimpulan dari nilai tersebut adalah sebagai berikut:

1. Kepercayaan (X1) berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah
2. Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

c. Uji F (Uji Anova)

Tabel 10 .Nilai Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	171.712	2	85.856	19.603	.000 ^b
	Residual	363.509	83	4.380		
	Total	535.221	85			

a. Dependent Variable: Total_Y

b. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan nilai sig < 0,05 maka variabel independen (X) berpengaruh secara simultan terhadap variable dependen (Y). Kesimpulan padapenelitian ini adalah tolak H0, artinya Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah.

d. Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 11 Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.566 ^a	.321	.304	2.093	1.652

a. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

b. Dependent Variable: Total_Y

Dari tabel di atas menunjukkan nilai adjusted R Square (koefisien determinasi) sebesar 0,304 yang artinya pengaruh variable independen (X) terhadap variable dependen (Y) sebesar 30,4%.

SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan Hasil Uji Regresi Berganda yang diperoleh berdasarkan hasil analisis di atas adalah sebagaiberikut: $Y = 33,678 + 0,357X_1 + 0,220X_2 + e$
2. Berdasarkan uji t parsial diperoleh bahwa nilai sig untuk variabel X1 = 0,000, X2= 0.010. Jika nilai sig < 0,05 maka variable independen (X) berpengaruh secara parsial terhadap variable dependen (Y).
3. Berdasarkan Uji F nilai sig < 0,05 maka variable independen (X) berpengaruh secara simultan terhadap variable dependen (Y). Kesimpulan pada penelitian ini adalah tolak H0, artinya Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah.
4. Dari hasil nilai adjusted R Square (koefisien determinasi) sebesar 0,304 yang artinya pengaruh variable independen (X) terhadap variable dependen (Y) sebesar 30,4%.

REFERENSI

- Dwiyani. 2012 Analisis kepuasan nasabah pada Alfamart tembalang dari dimensi pelayanan (studi kasus pada Alfamart Jl.Ngesrep timur V/69, Kota Semarang) *Tugas Akhir Ekonomi Bisnis*. Program Pascasarjana Universitas Diponegoro. Semarang.
- Fandy, Tjiptono. 2016. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Lusier. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2010
- Lutfi, A., 2011. *Pengaruh Komitmen, Relasi, Kualias, Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen* (Studi Pada PT. Teduh Makmur Semarang). Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro
- Luthas, Spector dan Robbin, *Prilaku Organisasi*, Jakarta, Erlangga, 2012
- Mathis, R.L. & J.H. Jackson. 2006. *Human Resource Management: Manajemen Sumber Daya Manusia*. Terjemahan Dian Angelia. Jakarta: Salemba Empat.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2016
- Sri Rahayu, *Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan*, Palembang: CV. Anugrah Jaya, 2019.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*, Cetakan ke 4. Bandung. Alfabet. 2013
- Slovin. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabetha.
- Wijaya, T. 2018. *Manajemen Kualitas Jasa Edisi Dua*. Penerbit: Indeks. Jakarta