

PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) TBK BATAM

Rikky¹, Nur Elfi Husda²

¹Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

²Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

email: rikkykitkat@gmail.com

ABSTRACT

This study aimed to determine the impact of PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Batam's facilities, service quality and trust on customer satisfaction. There is no doubt that facilities, service quality and trust are factors that can affect on customer satisfaction. By improving the facilities, service quality and trust will have a positive impact on customer satisfaction. The sample of the study identified 249 PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Batam's customers. The way to gather information for research is by distributing questionnaires to customers. The data analysis methods of diagnostic tools, which include validity tests, reliability tests, standardized assumptions, and hypothesis tests including T-test and F-test. The research tool used to process and analyze this analytical data was SPSS version 25.0. The results of the study indicate that facilities have a positive and significant impact on customer satisfaction. Service quality hasn't significant impact on customer satisfaction. At the same time facilities and service quality are very effective in improving customer satisfaction.

Keywords: customer satisfaction; facilities; service quality.

PENDAHULUAN

Bank yaitu lembaga keuangan dalam bidang pelayanan jasa yang melakukan pemberian pelayanan yang terbaik (*service excellent*) agar dapat memenangkan persaingan antar lembaga keuangan lainnya yang setiap hari semakin kuat. Dalam menghadapinya saingan yang kuat antara lembaga perbankan, dikembangkan dalam bermacam konsep pelayanan nasabah dengan tujuan supaya mempertahankan nasabah tersebut dan menjangkau nasabah yang memiliki potensial (Atmaja, 2018: 49).

(Atmaja, 2018: 50) menyatakan bahwa dalam pertahankan sekaligus meningkatkan nasabah, bank perlu membuat citra yang baik dikalangan masyarakat. Untuk pertahankan citra yang baik, perlu juga diciptakan dengan cara dalam hal fasilitas dan kualitas *service* yang diberikan. Agar terpenuhi kemauan, senang dan puas dengan mereka mendapatkan dari produksi layanan bank tersebut oleh karena itu perlunya menyediakan para pekerja perusahaan yang bisa mengatasi kebutuhan dan keinginan nasabah (Cahyadi, 2018: 1).

Fasilitas menjadi salah satu aspek yang menentukan *service quality* dan *customer satisfaction*, fasilitas dalam perbankan mempunyai hubungan terhadap kualitas pelayanan dan kualitas nasabah karena setiap nasabah pasti memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda. (Apriyadi, 2017: 73).

(Setiawan, Minarsih, & Fathoni, 2016: 2) mengatakan bahwa faktor-faktor dalam memuaskan nasabah yaitu memberikan pelayanan jasa yang baik kepada nasabah dan yang mempengaruhi naik turunnya suatu usaha perbankan adalah cara pihak bank dalam membuat nasabahnya menjadi nasabah setia. Hal ini sejalan dengan (Batam, 2020: 20) yang menyatakan bahwa pelayanan bank yang baik dan dapat memuaskan nasabah memiliki faktor penting yang dapat membuat perusahaan tersebut makin maju dan

berkembang. Hal tersebut didukung oleh (Pantili, 2018: 3724) yang mengatakan bahwa hal yang sangat diperhatikan dalam memberikan kepuasan nasabah adalah harapan nasabah yang diinginkan dapat memuaskan, kepuasan nasabah tersebut dapat terpenuhi jika proses kemampuan kerja diberikan dari perusahaan sama dengan dirasakan dengan nasabah bank tersebut.

(Razak, SE., MS. & MM., 2018: 4) mengatakan bahwa nasabah mempunyai harapan dengan melakukan perbandingan dengan yang dirasakan oleh harapan nasabah tersebut. Nasabah mempunyai kedudukan yang penting bagi perkembangan kinerja perusahaan. Perusahaan bisa mendengarkan keluhan- keluhan dari nasabah dan dapat juga memberikan *feedback* dari keluhan, maka dari itu akan dapat ulasan hasil yang memenuhi, kemudian bisa membuat nasabah sebagai setia. Pernyataan ini didukung oleh (Apriyadi, 2017: 72)

Bank BNI dibangun pada 5 Juli 1946 yang menjadi Bank Central yang memiliki tanggungjawab untuk membuat dan mengatur mata uang Indonesia. Bank BNI KCU Batam memiliki kondisi yang dimana seringnya kerusakan mesin ATM, nasabah Bank BNI maupun masyarakat di sekitar sana sering melakukan transaksi di ATM Bank BNI akan tetapi ATM Bank BNI sering terjadinya kerusakan mesin ATM Setor Tarik Tunai maupun Tarik Tunai, dampak seringnya kerusakan mesin ATM dapat menganggu nasabah berkehendak melakukan kegiatan pada bank.

Kurangnya perhatian, teller dalam Bank BNI kurang perhatian terhadap nasabah seperti senyuman awal transaksi, dampak kurang perhatian teller membuat para nasabah kurang nyaman dan merasa tidak puas dalam bertransaksi karena nasabah beranggapan bahwa teller tersebut tidak professional dan kurang pelatihan. Hal tersebut membuat nasabah tidak ingin melakukan transaksi karena sikap yang diberikan teller terhadap nasabah. Hal ini terjadi karena kurang perhatiannya terhadap nasabah tersebut. Berdasarkan latar belakang masalah diatas yang menunjukan bahwa fasilitas bank dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pegawai Bank BNI merupakan faktor penting dalam kepuasan nasabah agar perusahaan tersebut mendapatkan banyak nasabah baru atau masyarakat yang ingin melakukan transaksi di Bank BNI.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan judul dan permasalahan, tujuan yang ingin dicapai dalam penulisan ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Kantor Cabang Utama di Batam
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Kantor Cabang Utama di Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan kualitas bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Kantor Cabang Utama di Batam.

KAJIAN TEORI

Fasilitas

Menurut (Winarno *et al.*, 2018: 504) menyatakan bahwa fasilitas juga merupakan barang yang harus ada sebelum layanan ditawarkan kepada pelanggan. Fasilitas juga dapat diartikan sebagai sesuatu yang dapat memudahkan pelanggan untuk mendapatkan kepuasan, karena bentuk layanan tidak dapat dilihat atau dicium atau disentuh, oleh karena itu bentuk fisik menjadi penting untuk ukuran layanan.

Hal ini serupa dengan penelitian (Pantilu, 2018: 3725) menyatakan bahwa fasilitas ialah penyediaan peralatan fisik dengan memberikan kenyamanan kepada nasabah yang melakukan kegiatan atau aktivitas mereka, sehingga kebutuhan nasabah dapat terpenuhi selama perbankan. Variabel fasilitas memiliki indikator (Tjiptono, 2017: 111) sebagai berikut:

1. Perencanaan spasial, berkaitan dengan respon emosional seseorang dan merupakan hal-hal yang dapat menstimulasi respon emosional tersebut sehingga perlu diintegrasikan dan dirancang dengan cermat.
2. Perencanaan ruang, berkaitan dengan desain dan tata letak peralatan dan perlengkapan di suatu tempat.
3. Perlengkapan, berkaitan dengan media yang berada di dalam sebuah perusahaan contohnya peralatan yang digunakan.
4. Tata cahaya, berkaitan dengan perancangan jenis pencahayaan yang dapat mempengaruhi tingkat ketajaman visual dan situasi yang kondusif.
5. Warna, berkaitan dengan perasaan dan emosi tertentu yang tercipta pada saat melihat warna dari suatu tempat.
6. Unsur pendukung

Keberadaan fasilitas utama tidak lengkap dengan keberadaan fasilitas pendukung lainnya, seperti tempat ibadah, toilet, tempat parkir, tempat makan atau minum, dan mendengarkan musik atau menonton televisi, dengan area internet besar yang dikhawatirkan keamanan.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan juga diartikan sebagai kegiatan yang melayani dan memberikan kepuasan atau keinginan kepada nasabah terhadap produk atau jasa yang berupa harga yang wajar, kecepatan melayani, lokasi yang terjangkau, kenyamanan, serta, penampilan menarik (Ekasari, Purnamasari, & Ali, 2018: 13).

Hal tersebut serupa dengan Kualitas layanan adalah kinerja yang ditawarkan oleh satu orang ke orang lain. Kinerja ini bisa dalam bentuk perawatan tidak berwujud dan tidak menghasilkan pemilik barang. Prioritasnya adalah bahwa layanan adalah tindakan yang dilakukan oleh penjual kepada nasabahnya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Variabel kualitas pelayanan memiliki indikator (Lubis & Andayani, 2018: 234) yaitu:

1. Reliabilitas, terkait dengan kesanggupan sebuah perusahaan dalam memberikan pelayanan secara konsisten.
2. Daya tanggap, terkait dengan ketersediaan serta dukungan yang diberikan perusahaan dalam menerima dan menjawab pertanyaan nasabah.
3. Jaminan, terkait dengan pemahaman, keterampilan, sopan santun serta kemampuan keryawan untuk membangun hubungan dengan nasabah.
4. Empati, terkait dengan tingkat pemahaman yang dimiliki perusahaan tentang apa yang menjadi permasalahan nasabah dan memberi manfaat yang maksimal kepada nasabah.
5. Bukti Fisik, berhubungan dengan hal-hal yang berbentuk fisik yang berada dalam perusahaan berdasarkan apa yang terlihat.

Kepuasan Nasabah

kepuasan nasabah adalah kondisi dinamis memiliki hubungan dengan layanan, produk, orang, alam, dan lingkungan yang memenuhi atau melampaui harapan nasabah. Layanan bagus cerminan perusahaan yang baik dalam menjalankan operasinya. Nilai-nilai kualitas layanan akan menjadi standar layanan nasabah, atau memenuhi langsung atau tidak, dalam keadaan dan kondisi yang tidak stabil, diharapkan dapat terus memberikan layanan yang baik (Razak 2018: 2).

Pernyataan tersebut didukung oleh (Subagja & Susanto, 2019: 73) mengatakan kalau Kepuasan nasabah adalah suatu kondisi di mana kebutuhan, keinginan dan harapan nasabah dapat dipenuhi dengan produk yang digunakan. Nasabah memiliki kebutuhan, kemauan dan harapan yang berbeda, maka itu perusahaan harus meningkatkan produk agar harapan nasabah tersebut terpenuhi dan dampak ke perusahaan dinilai memiliki kepuasan nasabah yang bagus. Variabel kepuasan nasabah memiliki indikator (Kotler & Keller, 2016: 155) sebagai berikut:

1. *Repurchase* (pembelian kembali), Dalam dunia perusahaan perbankan diartikan sebagai minat oleh nasabah yang akan berkunjung kembali ke perusahaan tersebut.
2. Terciptanya *Word of Mouth* (mulut ke mulut)
Ketersediaan nasabah dalam merekomendasikan produk maupun jasa dengan menyebarkan berita baik tentang perusahaan bank yang berkait dengan masyarakat yang belum memakai produk dan jasa.
3. Kesesuaian Harapan
Dalam hal ini dimaksud kesamaan antar kerja karyawan dan harapan yang diharapkan oleh nasabah.

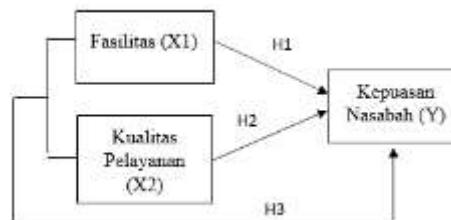
Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian yang berjudul *“The Influence of Facility and Service Quality towards Customer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty in Borobudur Hotel in Jakarta”* diketahui bahwa variabel fasilitas dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Nurcahyo, Fitriyani, & Hudda, 2017: 23).

Dalam penelitian yang berjudul *“Effects of Service Quality and Facility on Customer Satisfaction: An Fotocopy machine Awy Comp In Darussalam”* diketahui bahwa Kualitas Layanan dan Fasilitas memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. (Munawir, 2018)

Dalam penelitian yang berjudul *“influence of product quality and service quality on customers satisfaction in shaping customers loyalty of McDonald’s MT.Haryono Malang”* diketahui bahwa variabel kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (I. Sembiring, 2018).

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

(Sumber: Peneliti, 2019)

Hipotesis

- H1: Diduga fasilitas mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia (PERSERO) Tbk Batam.
- H2: Diduga kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia (PERSERO) Tbk Batam.
- H3: Diduga fasilitas dan kualitas pelayanan secara serentak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia (PERSERO) Tbk Batam.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian dibutuhkan populasi sebagai kumpulan individu yang akan diamati. Pada penelitian ini, nasabah baru debitur/kreditur dan penyimpanan yang sering melakukan transaksi di bulan Desember melalui *Teller* Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Utama di Kota Batam sebanyak 249 nasabah. Peneliti menentukan jumlah sampel dengan teknik sampel jenuh dengan semua nasabah menjadi sumber data yang telah menggunakan produk atau layanan di perusahaan.

Teknik Pengumpulan Data

Ada dua sumber yang dipakai untuk mendapatkan data, yakni:

1. Data primer, data didapat dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden, yakni debitur/kreditur dan penyimpanan yang sering melakukan transaksi di Bank Negara Indonesia Tbk KCU Batam.
2. Data sekunder, data diperoleh dari perusahaan tempat penelitian, yaitu berupa dokumentasi dan jumlah nasabah.

Metode Analisis Data

Analisis data dilaksanakan apabila seluruh data dan sumber data telah terkumpul. Data yang terkumpul tersebut kemudian diuji untuk membuktikan hipotesis yang telah ditentukan. Terdapat beberapa uji yang dipakai dalam pengujian data yakni uji kualitas data, uji asumsi klasik dan uji pengaruh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Total responden yang dipakai dalam penelitian ini berjumlah 249 responden. Dimana responden tersebut dikategorikan menurut jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir lama menjadi nasabah dan rata kunjungan per bulan. Penjelasan mengenai jenis kelamin responden yakni total responden pria 120 orang sedangkan total responden wanita 129 orang. Dapat disimpulkan bahwa jumlah perempuan nasabah Bank Negara Indonesia lebih banyak dibanding dengan laki-laki.

Menurut usia, 32 responden memiliki usia 10-20 tahun, 128 responden memiliki usia 21-30 tahun, 89 responden memiliki usia lebih dari 30 tahun. Dengan demikian, bahwa nasabah terbanyak saat itu berada pada usia mulai dari 21-30 tahun yaitu dengan jumlah 128 nasabah.

Menurut pendidikan terakhir, 57 responden menempuh pendidikan SMP, 118 responden menempuh pendidikan SMA, 74 responden menempuh pendidikan Sarjana, Jadi responden terbanyak yakni responden yang menempuh pendidikan SMA.

Menurut lama menjadi nasabah 73 responden dengan lama 1-2 tahun, 124 responden dengan lama menjadi nasabah 3-4 tahun , 52 responden dengan lama menjadi nasabah 5 tahun lebih, Dengan demikian penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa yang orang yang telah lama menjadi nasabah 3-4 tahun mendapat angka terbanyak yaitu berjumlah 124 orang.

Menurut rata-rata kunjungan per bulan, 129 responden dengan kunjungan perbulan kurang dari 10 kali, 101 responden dengan kunjungan kurang dari 20 kali dan 19 responden dengan kunjungan 30 kali. Dengan demikian kunjungan per bulan yang paling banyak adalah kurang dari 10 kali yang mendapat angka terbanyak yaitu berjumlah 129 orang.

Hasil Uji Kualitas Data

Data dapat dinyatakan valid jika data yang dihitung dari hasil penelitian dengan data yang benar ada pada tempat penelitian tidak terdapat perbedaan. Cara menentukan validitas yaitu dengan mengorelasikan skor yang didapat melalui tiap-tiap pernyataan atau pertanyaan dengan skor keseluruhan.

Untuk variabel fasilitas X1 dapat diketahui nilai korelasi *pearson product moment* atau r hitung X1.1 itu sebesar 0,774, X1.2 sebesar 0,586, X1.3 sebesar 0,658, X1.4 sebesar 0,464, X1.5 sebesar 0,539, X1.6 sebesar 0,687, X1.7 sebesar 0,632, X1.8 sebesar 0,774, X1.9 sebesar 0,379 dan X1.10 sebesar 0,518. Maka itu, dapat disimpulkan seluruh item pernyataan dalam variabel fasilitas dapat dikatakan sudah valid.

Kualitas pelayanan r hitung X2.1 itu sebesar 0,722, X2.2 sebesar 0,698, X2.3 sebesar 0,879, X2.4 sebesar 0,828, X2.5 sebesar 0,631, X2.6 sebesar 0,879, X2.7 sebesar 0,723 dan X2.8 sebesar 0,828.

Maka itu, dapat disimpulkan seluruh item pernyataan dalam variabel kualitas pelayanan dapat dikatakan sudah valid, sedangkan kepuasan nasabah r hitung Y1 sebesar 0,837, Y2 sebesar 0,910, Y3 sebesar 0,909, Y4 sebesar 0,911, Y5 sebesar 0,837 dan Y6 sebesar 0,922.

Dapat disimpulkan item dalam seluruh pernyataan dalam variabel kepuasan nasabah sudah dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam pengujian selanjutnya karena nilai r hitung $>$ nilai r tabel.

Diketahui nilai r_{hitung} untuk semua pernyataan dari tiap-tiap variabel melebihi nilai r_{tabel} sebesar 0,361 dengan demikian dinyatakan semua pernyataan valid.

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Fasilitas	0.792	10	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0.900	8	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0.944	6	Reliabel

(Sumber: Data Penelitian, 2019)

Uji reliabilitas dapat memperlihatkan bagaimana hasil pengukuran dapat menunjukkan hasil yang tetap serupa apabila pengukuran diulangi beberapa kali. Menurut tabel 1,

dapat dilihat hasil uji reliabilitas setiap variabel memperoleh Cronbach's alpha yang bernilai melebihi 0.6, sehingga seluruh variabel dinyatakan reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		249
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.65236782
	Absolute	.042
Most Extreme Differences	Positive	.029
	Negative	-.042
	Test Statistic	.042
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

(Sumber: Data Penelitian, 2019)

Uji normalitas digunakan dalam menunjukkan distribusi normal suatu data. Menurut tabel 2, dapat dilihat bahwa nilai probabilitas signifikan senilai 0.200, nilai ini melebihi taraf signifikansi

0,05 sehingga distribusi data dinyatakan normal. Dengan demikian, seluruh variabel melengkapi syarat pengujian selanjutnya.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Fasilitas	.704	1.420
	Kualitas Pelayanan	.704	1.420

(Sumber: Data Penelitian, 2019)

Uji ini dirancang agar peneliti dapat menentukan apakah tiap-tiap variabel bebas berkorelasi. Menurut tabel 3, menunjukkan nilai VIF tidak melebihi 10, dengan demikian dikatakan antar variabel tidak terjadi multikolinearitas dan serta melengkapi syarat pengujian selanjutnya.

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		t	Sig.
1	(Constant)	3.791	.000
	Fasilitas	-1.194	.234
	Kualitas	-.803	.423
	Pelayanan		

(Sumber: Data Penelitian, 2020)

Tabel 4 dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh gejala heteroskedastisitas jika nilai probabilitas atau signifikansi besar dari 0,05. Berdasarkan tabel 4, dapat dilihat bahwa nilai probabilitas atau signifikansi fasilitas 0.234 dan kualitas pelayanan sebesar 0.423. maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Hasil Uji Pengaruh

Tabel 5. Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.712	1.331		11.054	.000
	Fasilitas	.250	.032	.502	7.764	.000
	Kualitas	.021	.036	.038	.591	.555
	Pelayanan					

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

(Sumber: Data Penelitian, 2019)

Uji diatas memiliki kegunaan untuk memperlihatkan tingkat pengaruh dari tiap-tiap variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Menurut tabel 5, dapat disimpulkan:

1. Nilai konstanta 14.712 memperoleh arti apabila nilai variabel Fasilitas dan Kualitas Pelayanan adalah tetap (konstan) maka perubahan variabel Kepuasan Nasabah positif.
2. Variabel Fasilitas (X1) memperoleh koefisien regresi sebesar 0,250 berarti jika variabel independen dan lainnya tetap atau tidak berubah setiap kenaikan 1 poin, maka variabel fasilitas akan mengalami kenaikan pada nilai kepuasan nasabah sebesar 0,250. Koefisien variabel fasilitas bernilai positif mempunyai arti terdapat hubungan positif antara fasilitas terhadap kepuasan nasabah begitu juga dengan nilai signifikan variabel fasilitas memiliki nilai sebesar $0,000 <$ atau lebih kecil dari 0,05 dapat diartikan fasilitas memiliki hubungan secara signifikan terhadap

kepuasan nasabah maka dari itu dapat dikatakan bahwa variabel fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

3. Variabel Kualitas Pelayanan (X2) memperoleh koefisien regresi sebesar 0,021 berarti jika variabel independen dan lainnya tetap atau tidak berubah setiap kenaikan 1 poin, maka variabel kualitas pelayanan akan mengalami peningkatan nilai sebesar 0,021 artinya terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dan untuk nilai signifikannya kualitas pelayanan memiliki senilai $0,555 >$ atau lebih besar dari 0,05 yang dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan tidak secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Tabel 6. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	256.455	2	128.228	46.586	.000 ^b
	Residual	677.119	246	2.753		
	Total	933.574	248			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah
 b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Fasilitas

(Sumber: Data Penelitian, 2019)

Uji diatas berfungsi untuk membuktikan terdapatnya pengaruh serentak dari setiap variabel bebas terhadap variabel terikat. Menurut tabel 9, diperoleh F_{hitung} (46.586) melebihi F_{tabel} (3.03) dengan signifikansi bernilai 0,000 melebihi 0,05, sehingga H_0 ditolak sedangkan H_a diterima sehingga dapat dikatakan fasilitas (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara serentak mempengaruhi kepuasan nasabah (Y).

Pembahasan

Dalam pembahasan uji hipotesis yang telah dilakukan berbagai uji untuk setiap variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dimaksud sebagai berikut:

1. Hasil uji variabel fasilitas menunjukkan nilai positif senilai 0,250 dan signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa fasilitas memiliki nilai positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2. Hasil uji yang telah dilakukan menunjukkan variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif senilai 0,021 tetapi tidak secara signifikan terhadap kepuasan nasabah dikatakan tidak signifikan karena hasil signifikan kualitas pelayanan sebesar $0,555 > 0,05$. Dalam hal ini diartikan bahwa kualitas pelayanan memiliki nilai positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.
3. Hasil uji menunjukkan nilai signifikansi dari variabel fasilitas dan kualitas pelayanan sebesar $0,000 < 0,05$ dan $F_{hitung} 46,586 > F_{tabel} 3,03$. Hal ini disimpulkan variabel fasilitas dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan serta hasil analisis yang diperoleh, maka kesimpulan dari penelitian yaitu:

1. Pada hipotesis H1 memperoleh hasil yaitu fasilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Batam.
2. Pada hipotesis H2 memperoleh hasil yaitu kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Batam.
3. Pada hipotesis H3 memperoleh hasil yaitu fasilitas dan kualitas pelayanan, secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Batam.

DAFTAR PUSTAKA

- Brinkkemper, S., & Jansen, S. (2012). *Collaboration In Outsourcing A Journey To Quality*. Palgrave McMillan. Inggris.
- Chou, S.-K., Kohsuwan, P., & Thanaborodeekij, P. (2019). *The Impact of Corporate Image, Service Quality, Trust, and Perceived Value on Chinese Customer Satisfaction and Loyalty: Medical Services in Thailand*. Institute of Management, Thailand. 20(3), 41–51.
- Echdar, S. (2017). Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis. Penerbit Ghalia Indonesia. Bogor.
- Eid, R. (2013). *Managing Customer Trust, Satisfaction, and Loyalty through Information Communication Technologies*. Business Science Reference. United States Of America.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (Global Edition*. Pearson Education, Inc. United Kingdom.
- Nawawi, M. T., & Purwanto. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Bank Bni 46 Kantor Cabang Pembantu Di Universitas Tarumanagara Jakarta. *Conference on Management and Behavioral Studies*, 108–118.
- Nurcahyo, R., Fitriyani, A., & Hudda, I. N. (2017). *The Influence of Facility and Service Quality towards Customer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty in Borobudur Hotel in Jakarta*. Binus Business Review, 8(1), 23-1790
- Priansa, D. J. (2017). Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Realize, R. (2018). *Analysis of Trust through Academic Information System and Image of Private University*. Archives of Business Research, 6(6), 252–259.
- Sanusi, A. (2017). Metodologi Penelitian Bisnis. Penerbit Salemba Empat Jakarta.
- Setiawan, H., & Sayuti, A. J. (2017). *Effects of Service Quality, Customer Trust and Corporate Image on Customer Satisfaction and Loyalty: An Assessment of Travel Agencies Customer in South Sumatra Indonesia*. IOSR Journal of Business and Management, 19(05), 31–40.
- Srivastav, J. P. A. M. G. (2016). *Impact of internet banking on customer satisfaction in private and public sector banks*. Indian Journal of Marketing (Vol. 46).
- Suherlan, Z. A., & Sastika, W. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Banten (Bjb), Tbk . (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Bjb Di Kota Bandung Tahun 2018). 4(3), 1138–1144.

- Sumarwan, U. (2014). Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. *Ghalia Indonesia*. Bogor.
- Suryani, T. (2017). Manajemen Pemasaran: Strategik Bank di Era Global. *Prenadamedia Group*. Jakarta.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran (4th ed.). Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2017). Service Management Mewujudkan Layanan Prima (Edisi 3). Penerbit ANDI. Yogyakarta.