

PELAYANAN KARYAWAN, SUKU BUNGA, DAN KECEPATAN PENCAIRAN KREDIT PENSIUNAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH

Siti Rohana

sitirohana1115@gmail.com

Dewi Urip Wahyuni

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

The development of banking world is in line with the economic development of a country. Bank customer satisfaction has contribution to some crucial aspects such as creating customer loyalty, increasing company reputation, reducing price elasticity, reducing transaction cost in the future, and increasing the efficiency and the productivity of employees. This research is aimed to analyze and to find out the influence of employee services, the perception of interest rates, and the duration of disbursement of pension credit to the customer satisfaction. The analysis technique has been carried out by using multiple linear regressions analysis and t test to analyze the influence of variables in the research. The population is all customers of Bukopin Bank Bratang Supporting Branch Office Surabaya and 71 respondents have been selected as samples. The result of t test shows that the independent variables which consist of employee services, the perception of interest rates, and the duration of disbursement of pension credit have significant and positive influence to the customer satisfaction. Meanwhile, it has been found by using model feasibility test that the models are feasible to be used for further test, and the perception of interest rates has dominant influence to the customer satisfaction.

Keywords: Employee service, the perception of interest rates, the duration of disbursement of pension credit, customer satisfaction.

ABSTRAK

Perkembangan dunia perbankan sejalan dengan perkembangan ekonomi suatu negara. Kepuasan nasabah berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas nasabah, meningkatkan reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatkan efisiensi dan produktivitas karyawan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pelayanan karyawan, persepsi suku bunga, dan kecepatan pencairan kredit pensiunan terhadap kepuasan nasabah. Teknik analisa yang digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linier berganda, dan uji t. Adapun populasi digunakan adalah nasabah Bank Bukopin KCP Bratang Surabaya dengan sampel sebesar 71 responden. Hasil pengujian dari penelitian ini dengan menggunakan uji t menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas yang terdiri dari pelayanan karyawan, persepsi suku bunga, dan kecepatan pencairan kredit pensiunan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah, sedangkan dengan menggunakan uji kelayakan model menunjukkan hasil model layak digunakan dalam pengujian lebih lanjut, dan variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah adalah persepsi suku bunga.

Kata kunci: pelayanan karyawan, persepsi suku bunga, kecepatan pencairan kredit pensiunan, kepuasan nasabah

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia perbankan sejalan dengan perkembangan ekonomi suatu negara, yang merupakan bagian utama dari kegiatan pemerintah dalam menggalakkan sistem perkreditan bagi masyarakat. Paska krisis ekonomi dan moneter di Indonesia memberikan gambaran nyata betapa peran strategi sektor perbankan sangat penting ketika sektor perbankan terpuruk, perekonomian nasional juga ikut terpuruk. Kegiatan usaha bank

yang utama adalah penghimpunan dan menyalurkan dana masyarakat. Kenyataan ini bisa dilihat, bahwa Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (Kasmir, 2012:12).

Menciptakan hubungan kemitraan yang baik dengan nasabah adalah salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan, karena hubungan yang baik dengan nasabah akan menjadi nilai tambah yang sangat menguntungkan dan mendorong untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan, bahkan dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan serta kebutuhan nasabah dan selanjutnya dapat meningkatkan pelayanannya, karena pengalaman menyenangkan dari layanan jasa yang diberikan akan diingat oleh nasabah. Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun menurut (Kotler dan Keller, 2007:378). Pelayanan untuk kepuasan nasabah merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan secara lebih matang melalui pelayanan karyawan. Semakin bertambahnya permintaan nasabah akan mendorong perbankan jasa pengkreditan untuk ikut bersaing menawarkan kelebihan-kelebihannya. Menurut Kasmir (2010:37) Bunga bank dapat diartikan sebagai balas jasa yang diberikan oleh bank yang berdasarkan prinsip konvensional kepada nasabah yang membeli atau menjual produknya.

Kepuasan nasabah berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas nasabah, meningkatkan reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatkan efisiensi dan produktivitas karyawan. Kredit pensiunan merupakan salah satu produk UMKM (usaha mikro kecil dan menengah) bank Bukopin yang memberikan dana modal kepada debitur pensiunan sehingga memerlukan langkah-langkah guna meningkatkan kepuasan nasabah. Bank Bukopin telah mengembangkan usahanya ke segmen komersial dan konsumen. Segmen ini merupakan bisnis bank Bukopin, dengan pelayanan yang membangun jaringan yang diberi nama "Kredit Pensiunan" khusus PNS dan Polri, sebagai wujud program kemitraan dengan koperasi dan lembaga keuangan mikro. Namun seiring waktu berjalan bank Bukopin KCP Bratang Surabaya mendapatkan kritik atau keluhan dari nasabah mengenai proses pencairan kredit pensiunan yang tidak secara cepat mengingat kebutuhan nasabah yang sangat mendesak sehingga pelayanan juga mempengaruhi ketidakpuasan nasabah dalam mengajukan kredit pensiunan yang kurang efektif.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dikemukakan pokok permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian antara lain: (1) Apakah pelayanan karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam mengambil kredit pensiunan pada Bank Bukopin KCP Bratang Surabaya? (2) Apakah persepsi suku bunga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam mengambil kredit pensiunan pada Bank Bukopin KCP Bratang Surabaya? (3) Apakah kecepatan pencairan kredit berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam mengambil kredit pensiunan pada Bank Bukopin KCP Bratang Surabaya? (4) Variabel manakah yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah dalam mengambil kredit pensiunan pada Bank Bukopin KCP Bratang Surabaya? Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dalam penelitian ini antara lain: (1) Untuk menganalisa dan membuktikan pengaruh pelayanan karyawan terhadap kepuasan nasabah dalam mengambil kredit pensiunan pada Bank Bukopin KCP Bratang Surabaya. (2) Untuk menganalisa dan membuktikan pengaruh persepsi suku bunga terhadap kepuasan nasabah dalam mengambil kredit pensiunan pada Bank Bukopin KCP Bratang Surabaya. (3) Untuk menganalisa dan membuktikan pengaruh kecepatan pencairan kredit terhadap kepuasan

nasabah dalam mengambil kredit pensiunan pada Bank Bukopin KCP Bratang Surabaya. (4) Untuk mengetahui variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah dalam mengambil kredit pensiunan pada Bank Bukopin KCP Bratang Surabaya.

TINJAUAN TEORETIS

Pelayanan Karyawan

Pelayanan berarti spektrum kegiatan yang meningkatkan harapan serta kenikmatan klien atas manfaat “produk”. Sedangkan yang dimaksud peneliti dari “pelayanan” adalah suatu kegiatan yang dilakukan karyawan dalam melayani kebutuhan dan keinginan nasabah. Pelayanan karyawan adalah pekerjaan berupa melakukan sesuatu bagi pelanggan tetapi tidak menghasilkan barang. Pekerjaan-pekerjaan seperti itu meliputi jasa finansial, perbankan, dan asuransi. Seorang karyawan dalam melayani pelanggan, tamu, dan klien diharapkan mengenali apa saja kebutuhan yang dibutuhkan oleh pelanggan, tamu, dan klien seperti bantuan, penghormatan, kenyamanan, empati, kepuasan, dukungan, dan wajah ramah.

Menurut Kotler dan Keller (2007:378), pengertian pelayanan yaitu setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Perusahaan tentunya berupaya untuk memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggannya. Hal ini merupakan upaya perusahaan untuk dapat tampil bedanya perusahaan tersebut dengan para pesaingnya. Terciptanya kualitas layanan tentunya akan menciptakan kepuasan terhadap pengguna layanan, yang pada akhirnya dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya terjalin hubungan yang harmonis antara penyedia jasa dengan pelanggan, memberikan dasar yang baik bagi nasabah dan terciptanya loyalitas nasabah, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut, untuk menghindari terjadinya ketidakpuasan layanan, maka upaya yang telah dilakukan oleh pegawai perusahaan adalah memberikan layanan yang baik kepada nasabahnya. Praktek nyata pemberian pelayanan yang baik kepada pelanggan bukanlah merupakan suatu hal mudah untuk dilakukan.

Setiap perusahaan pada dasarnya selalu menginginkan agar perusahaan dapat sukses dan terus bertahan menghadapi persaingan. Banyak cara yang dilakukan perusahaan tersebut untuk dapat mencapai tujuannya tersebut. Salah satu cara yang dilakukan oleh perusahaan tersebut adalah dengan memberikan pelayanan yang baik dan pelayanan yang optimal. Menurut Kasmir (2008b:9) mengenai faktor utama dan faktor pendukung pelayanan yang optimal adalah sebagai berikut: (1) Faktor utama yang berpengaruh adalah sumber daya manusia. (2) Tersedianya sarana dan prasarana yang digunakan juga harus dapat menunjang apa yang sudah dilakukan oleh karyawan. (3) Kualitas produk yang disajikan seperti ragam produk atau jenis produk yang dijual lengkap sehingga pelanggan tidak perlu lagi berbelanja di tempat lain. Menurut Tjiptono (2012:174) terdapat lima dimensi pokok untuk mengukur kualitas layanan. Dimensi pokok tersebut antara lain: (1) Realibilitas (*realibility*). (2) Daya tanggap (*responsiveness*). (3) Jaminan (*assurance*). (4) Empati (*empathy*). (5) Bukti fisik (*tangibles*). Berbagai riset pemasaran jasa mengungkapkan bahwa pelayanan memiliki sejumlah karakteristik. Menurut Tjiptono (2012:28) pelayanan memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari produk dan berdampak pada cara memasarkannya. Karakteristik pelayanan tersebut terdiri dari: (1) *Intangibility* (tidak berwujud). (2) *Inseparability* (tidak terpisahkan). (3) *Variability* (bervariasi). (4) *Perishability* (mudah lenyap).

Persepsi Suku Bunga

Presepsi suku bunga dalam penelitian ini merupakan tafsiran informasi nasabah dalam memahami tingkat suku bunga sebagai harga yang harus dibayar oleh nasabah kepada bank (nasabah yang memperoleh pinjaman). Salah satu piranti moneter tidak langsung Bank Indonesia, tetapi menggunakan operasi pasar terbuka yang dilaksanakan untuk mempengaruhi likuiditas Rupiah di pasar uang, yang pada gilirannya akan mempengaruhi tingkat suku bunga. Adapun jumlah pinjamannya disebut pokok utang, sedangkan persentase dari pokok utang yang dibayarkan sebagai imbal jasa (bunga) dalam suatu periode tertentu disebut suku bunga. Tingkat suku bunga biasanya dinyatakan dalam persen (%) untuk jangka waktu tertentu. Menurut Kasmir (2010:37) Bunga bank dapat diartikan sebagai balas jasa yang diberikan oleh bank yang berdasarkan prinsip konvensional kepada konsumen yang membeli atau menjual produknya. Pengertian suku bunga menurut Sunariyah (2011:80) adalah: "harga dari pinjaman. Suku bunga dinyatakan sebagai persentase uang pokok per unit waktu.

Suku bunga simpanan dan suku bunga pinjaman merupakan komponen utama faktor biaya dan pendapatan bagi bank. Bunga simpanan merupakan biaya dana yang harus dikeluarkan kepada nasabah, sedangkan bunga pinjaman merupakan pendapatan yang diterima dari nasabah peminjan (debitur). Agar keuntungan yang diperoleh dapat maksimal, maka pihak manajemen bank harus pandai dalam menentukan besar kecilnya komponen suku bunga. Hal ini disebabkan apabila salah dalam menentukan besar kecilnya komponen bunga akan dapat merugikan bank itu sendiri. Terdapat faktor-faktor utama yang mempengaruhi besar kecilnya suku bunga kredit menurut Kasmir (2008a:122) secara garis besar dapat dijelaskan sebagai berikut: (1) Kebutuhan dana. (2) Target laba yang diinginkan. (3) Kualitas jaminan. (4) Kebijaksanaan pemerintah. (5) Jangka waktu. (6) Reputasi perusahaan. (7) Produk yang kompetitif. (8) Hubungan baik. (9) Persaingan.

Suku bunga adalah harga dari pinjaman. Suku bunga dinyatakan sebagai presentase uang pokok per unit waktu. Menurut Sunariyah (2010:81) ada tiga fungsi penting dari suku bunga yang diterapkan oleh pemerintah, yaitu: (1) Sebagai daya tarik bagi para penabung yang mempunyai dana lebih untuk diinvestasikan. (2) Suku bunga dapat di gunakan sebagai alat moneter dalam rangka mengendalikan penawaran dan permintaan uang yang beredar dalam suatu perekonomian. (3) Pemerintah dapat memanfaatkan suku bunga untuk mengontrol jumlah uang beredar. Ini berarti, pemerintah dapat mengatur sirkulasi uang dalam suatu perekonomian. Suku bunga adalah presentase dari pokok utang yang dibayarkan sebagai imbal jasa dalam suatu periode.

Kredit

Proses kredit di Bank biasanya dimula dengan kedatangan calon nasabah ke Bank dengan membawa rencana usaha atau penggunaan uang yang akan dimintakan kreditnya ke Bank. Pejabat Bank yang menerima calon nasabah yang akan mengajukan kredit biasanya adalah pembina kredit (*account officer-AO*). Menurut Kasmir (2013:98), kredit dalam pengertian umum adalah bahwa kredit diserahkan kepada kepercayaan atas kemampuan si peminjam untuk membayar sejumlah uang pada masa yang akan datang. Kotler seperti dikutip Mulyono (2006:9) mengatakan bahwa kredit adalah kemampuan untuk melaksanakan suatu pembelian atau mengadakan suatu pinjaman dengan suatu janji pembayarannya akan dilakukan ditanggung pada satu jangka waktu yang disepakati. Kredit yang diberikan oleh suatu lembaga keuangan didasarkan atas pemberian kepercayaan. Ini berarti bahwa suatu lembaga kredit akan memberikan kreditnya kalau ia benar-benar yakin bahwa debitur akan mengembalikan pinjaman atau kredit yang diberikan oleh lembaga keuangan, sesuai dengan jangka waktu dan syarat-syarat yang telah disetujui oleh kedua belah pihak. Menurut Kasmir (2010:103) menyebutkan kredit yang

diberikan oleh lembaga kredit mempunyai unsur - unsur sebagai berikut: (1) Kepercayaan. (2) Kesepakatan. (3) Jangka waktu. (4) Risiko. (5) Balas jasa.

Sebelum fasilitas kredit diberikan maka bank harus merasa yakin bahwa kredit yang akan diberikan benar-benar akan kembali. Keyakinan ini diperoleh berdasarkan analisis kredit sebelum kredit tersebut disalurkan untuk mendapatkan nasabah yang benar-benar menguntungkan menurut Kasmir (2013:104). Sebelum memutuskan pemberian kredit atau melakukan pencairan dana melalui kredit, maka kreditur harus melakukan penilaian terhadap calon debitur. Menurut Fahmi dan Hadi (2010:17) penilaian tersebut dilakukan berdasarkan dimensi 5C, yaitu: (1) *Character* (karakteristik). (2) *Capacity* (kemampuan). (3) *Capital* (modal). (4) *Collateral* (jaminan). (5) *Condition of economy* (kondisi perekonomian).

Kepuasan Nasabah

Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan hasil dari adanya perbedaan-perbedaan antara harapan konsumen dengan kinerja yang dirasakan oleh konsumen tersebut. Sehingga merupakan suatu tanggapan perilaku konsumen berupa evaluasi purna beli terhadap suatu barang atau jasa yang dirasakannya (kinerja produk) dibandingkan dengan harapan konsumen. Menurut Tjiptono (2012:312) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya. Menurut Kotler dan Keller (2007:138) kepuasan (satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk ataupun jasa, sebenarnya sesuatu yang sulit untuk didapat jika perusahaan jasa atau industri tersebut tidak benar-benar mengerti apa yang diharapkan oleh konsumen. Untuk produk atau layanan dengan kualitas yang sama, dapat memberikan tingkat kepuasan yang berbeda-beda bagi konsumen yang berbeda. Kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Rangkuti, 2012:30). Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dan pelanggan jadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, reputasi perusahaan menjadi baik dimata pelanggan, dan laba yang diperoleh menjadi meningkat. Menurut Tjiptono dan Chandra (2012:57) secara garis besar, kepuasan pelanggan memberikan dua manfaat utama bagi perusahaan, yaitu berupa loyalitas pelanggan dan penyebaran (advertising) dari mulut ke mulut atau yang biasa disebut dengan istilah gethok tular positif. Menurut Kotler dan Keller (2007:140) mempertahankan pelanggan merupakan hal penting daripada memikat pelanggan. Oleh karena itu terdapat 5 dimensi untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu: (1) Membeli lagi. (2) Mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikan. (3) Kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing. (4) Membeli produk lain dari perusahaan yang sama. (5) Menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan. Menurut Tjiptono (2012:320) pengukuran kepuasan dilakukan dengan berbagai macam tujuan, di antaranya: (1) Mengidentifikasi keperluan (*requirement*) pelanggan (*importance ratings*), yakni aspek-aspek yang dinilai penting oleh pelanggan dan mempengaruhi apakah ia puas atau tidak. (2) Menentukan tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja organisasi pada aspek-aspek penting. (3) Membandingkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap perusahaan dengan tingkat kepuasan pelanggan terhadap organisasi lain, baik pesaing langsung maupun tidak langsung. (4) Mengidentifikasi PFI (*priorities for improvement*) melalui analisa gap antara skor

tingkat kepentingan (*importance*) dan kepuasan. (5) Mengukur indeks kepuasan pelanggan yang bisa menjadi indikator andal dalam memantau kemajuan perkembangan dari waktu ke waktu.

Hubungan Pelayanan Karyawan dengan Kepuasan Nasabah

Pelayanan karyawan secara positif terkait dengan kecenderungan untuk melayani dan mengenali apa yang diharapkan oleh nasabah. Di setiap aspek usaha pada dasarnya adalah baik, pentingnya pengembangan pelayanan karyawan untuk kepuasan nasabah akan baik apabila dapat diaplikasikan dengan baik pula. Prinsip-prinsip pelayanan karyawan menjadi salah satu pendorong dalam orientasi pemasaran guna meningkatkan pemahaman nasabah akan manfaat produk yang ditawarkan. Menurut Kotler dan Keller (2007:378), pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan akan mengarah pada naiknya kecenderungan untuk nasabah melakukan pembelian ulang, kecenderungan memberi rekomendasi kepada orang lain, loyalitas, dan profitabilitas. Hubungan nasabah dengan perusahaan diperkuat ketika nasabah mendapatkan hasil yang diinginkan. Seorang karyawan dalam melayani nasabah diharapkan mengenali apa saja kebutuhan yang dibutuhkan oleh nasabah. Disamping memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah juga meningkatkan penjualan perusahaan yang pada akhirnya meningkatkan laba perusahaan.

Hubungan Presepsi Suku Bunga dengan Kepuasan Nasabah

Menurut Kasmir (2010:37) Bunga bank dapat diartikan sebagai balas jasa yang diberikan oleh bank yang berdasarkan prinsip konvensional kepada konsumen yang membeli atau menjual produknya. Suku bunga adalah perbandingan harga bunga yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Semakin rendah tingkat suku bunga maka akan semakin banyak di minati oleh calon nasabah. Sehingga nasabah dapat merasa puas dengan rendahnya suku bunga yang ditawarkan oleh Bank Bukopin KCP Surabaya dan sebaliknya jika tingkat suku bunga tinggi maka nasabah akan merasa tidak puas dalam pengambilan kredit pensiunan di Bank Bukopin KCP Surabaya. Berdasarkan pendapat tersebut, persepsi suku bunga mempengaruhi kepuasan nasabah.

Hubungan Kecepatan Pencairan Kredit dengan Kepuasan Nasabah

Seperti yang telah dikemukakan oleh Kasmir (2013:73), apabila seseorang memperoleh kredit, maka berarti mereka memperoleh kekayaan, sedangkan si pemberi kredit berarti memberikan kepercayaan kepada seseorang bahwa uang yang akan dipinjam akan kembali. Kecepatan pencairan adalah jangka waktu yang di tempuh oleh nasabah mulai dari proses pengajuan kredit sampai nasabah menerima uang dari pencairan kredit. Sehingga dengan adanya kecepatan ini nasabah tidak perlu repot menunggu waktu lama dalam penerimaan uang kredit pensiunan secara tepat dan cepat. Sebelum fasilitas kredit diberikan maka bank harus merasa yakin bahwa kredit yang akan diberikan benar-benar akan kembali. Perbankan berfungsi menyalurkan dana masyarakat (deposito, tabungan, giro) dalam bentuk kredit kepada dunia usaha. Manfaat kredit bagi debitur yaitu memberi keuntungan usaha dengan adanya tambahan modal dan berkembangnya usaha. Sehingga debitur dapat memanfaatkan kembali dana yang didapat dari kredit sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.

Perumusan Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara karena pernyataan yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan

data (Sugiyono, 2008:51). Berdasarkan tinjauan pustaka, kerangka konseptual pemikiran dan tinjauan penelitian terdahulu dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

1. Pelayanan karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam mengambil kredit pensiunan pada Bank Bukopin KCP Bratang Surabaya.
2. Presepsi suku bunga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam mengambil kredit pensiunan pada Bank Bukopin KCP Bratang Surabaya.
3. Kecepatan pencairan kredit berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam mengambil kredit pensiunan pada Bank Bukopin KCP Bratang Surabaya.
4. Persepsi suku bunga berpengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah dalam mengambil kredit pensiunan pada Bank Bukopin KCP Bratang Surabaya.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian dengan karakteristik masalah yang berkaitan dengan latar belakang dan kondisi saat ini dari objek tertentu yang diteliti, yaitu: suatu kegiatan pelayanan yang diberikan kepada nasabah Bank Bukopin KCP Bratang Surabaya. Penelitian dengan kasus menganalisa secara mendalam suatu kondisi dan situasi tertentu untuk menentukan alternatif solusi masalah bagi pengelola perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pensiunan Bank Bukopin KCP Bratang Surabaya yang mengambil kredit sebanyak 71 sampel dari semua populasi. Data yang dianalisa oleh peneliti adalah data yang didapat melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang dianggap memenuhi syarat untuk dijadikan sampel dari populasi dalam penelitian.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel apabila di pandang konsumen yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin yang dikutip Umar (2008:141).

Tabel 1
Jumlah Nasabah Kredit Pensiunan Bank Bukopin
KCP Bratang Surabaya
Tahun 2015

No	Tahun	Jumlah nasabah kredit pensiunan
1	2014	196 orang
2	2015	240 orang

Sumber: Data Sekunder 2015, diolah.

Rumus yang digunakan untuk menghitung sampel adalah rumus Slovin (Umar, 2008:146), sebagai berikut:

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

Keterangan :

N = Ukuran populasi

n = Banyaknya sampel

e = Presisi yang digunakan 10% atau 0,1

Berdasarkan rumus tersebut, maka dapat diketahui jumlah sampel yang diambil yaitu:

$$n = \frac{240}{1+240(0.1)^2} = 70,58 \text{ dibulatkan menjadi } 71 \text{ responden}$$

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data menggunakan studi lapangan (*field research*) yaitu suatu metode penelitian dengan mengadakan penelitian langsung pada obyek penelitian, dalam hal ini adalah nasabah pensiunan Bank Bukopin KCP Bratang Surabaya. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data subjek (*self report data*) yang merupakan jenis data penelitian yang berupa opini, sikap, pengalaman atau karakteristik dari nasabah pensiunan Bank Bukopin KCP Surabaya yang menjadi subjek penelitian (responden). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer, yaitu data yang dikumpulkan langsung dari subyek penelitian. Sumber data primer dalam penelitian adalah kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2012:192). Pengumpulan data primer, digunakan beberapa metode yaitu: (1) Kuesioner: Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh berdasarkan daftar pertanyaan yang telah disiapkan. (2) Wawancara: Teknik pengumpulan data langsung tanya jawab kepada sumber data atau responden.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari: variabel bebas (*independent variable*), variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelayanan karyawan (PL), persepsi suku bunga (SB), dan kecepatan pencairan kredit pensiunan (PK). variabel terikat (*dependent variable*), sedangkan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah (KN). Adapun definisi variabel yang digunakan dalam penelitian ada sebagai berikut:

Pelayanan karyawan (PL), pelayanan karyawan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. Adapun indikator dari pelayanan karyawan dalam penelitian ini merujuk pada (Sunnariyah, 2011), yaitu: (1) Pelayanan yang diberikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. (2) Karyawan membantu dan memberikan pelayanan dengan tanggap dan peduli terhadap keluhan atau harapan nasabah. (3) Pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dapat menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan nasabah. (4) Karyawan dapat memahami masalah dan bertindak demi kepentingan, serta memberikan perhatian personal dan pemahaman atas kebutuhan nasabah. (5) Penampilan karyawan, fasilitas layanan, serta komunikasi yang diberikan baik.

Persepsi suku bunga (SB), suku bunga adalah pembayaran bunga tahunan dari suatu pinjaman, dalam bentuk presentase dari pinjaman yang di peroleh dari jumlah bunga yang di terima tiap tahun di bagi dengan jumlah pinjaman. Adapun indikator dari persepsi suku bunga dalam penelitian ini merujuk pada (Kasmir, 2012), yaitu: (1) Suku bunga kredit pensiunan yang diberikan kepada nasabah rendah. (2) Suku bunga dan jangka waktu kredit pensiunan yang ditetapkan disepakati oleh nasabah. (3) Nasabah akan mampu membayar angsuran bunga dan angsuran pokok kredit pensiunan tepat waktu. (4) Suku bunga kredit pensiunan pada umumnya mengandung tingkat inflasi spekulasi yang tidak memberatkan nasabah. (5) Tingkat suku bunga kredit pensiunan sesuai dengan jumlah pinjaman.

Kecepatan pencairan kredit (PK), kecepatan pencairan adalah jangka waktu yang di tempuh oleh nasabah mulai dari proses pengajuan kredit sampai nasabah menerima uang dari pencairan kredit. Adapun indikator dari kecepatan pencairan kredit dalam penelitian ini merujuk pada (Fahmi dan Hadi, 2010), yaitu: (1) Kepercayaan, keyakinan nasabah dalam menerima kredit pensiunan akan benar-benar diterima secara tepat dan cepat. (2) Kesepakatan, dituangkan dalam suatu perjanjian dimana masing-masing pihak menandatangani hak dan kewajibannya masing-masing. (3) Jangka waktu, mencakup masa

pengembalian kredit yang telah disepakati. (4) Balas jasa, merupakan keuntungan atas pemberian suatu kredit.

Kepuasan nasabah (KN), kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan diharapkannya. Adapun indikator dari kepuasan nasabah dalam penelitian ini merujuk pada (Kasmir, 2008b), yaitu: (1) Pelayanan karyawan sesuai dengan harapan dan dapat membeli lagi. (2) Kepuasan dalam pelayanan proses kredit pensiunan dengan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikan. (3) Memiliki pengalaman baik dan kurang memperhatikan tawaran dari Bank lain. (4) Membeli produk lain dari perusahaan yang sama. (5) Menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan.

Teknik Analisis Data

Uji Validitas

Menurut Santoso (2010:268), bahwa validitas dalam penelitian di artikan sebagai suatu derajat ketepatan alat ukur peneliti tentang isi atau arti sebenarnya yang diukur. Valid tidaknya suatu alat ukur tergantung pada kemampuan atau tidak alat ukur tersebut mencapai tujuan pengukuran yang dikehendaki. Menurut (Santoso, 2010:272), bahwa tujuan pengujian validitas adalah proses menguji butir-butir pertanyaan yang ada dalam sebuah angket, apakah isi dan butir pertanyaan tersebut sudah valid. Jika butir-butir sudah valid berarti butir tersebut sudah bisa untuk mengukur faktornya. Pengujian validitas menggunakan ketentuan jika signifikansi dari r hitung atau r hasil $> r$ tabel maka item variabel disimpulkan valid.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas dapat diartikan tentang sejauh mana suatu pengukuran dapat memberikan suatu hasil yang relatif sama, jika dilakukan pengukuran kembali pada subyek penelitian yang sama, relatif dsama berarti tetap adanya toleransi terhadap perbedaan-perbedaan kecil di antara hasil beberapa kali pengukuran, atau dengan kata lain jika jawaban responden terhadap pertanyaan adalah konsisiten dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas dengan melihat *cronbach alpha*. Suatu konstruk atau variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* $> 0,60$ (Ghozali, 2011:42).

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas, bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Penelitian ini menggunakan plot probabilitas normal (*normal probability plot*) untuk menguji kenormalitasan jika penyebaran data (titik) disekitar sumbu diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Uji multikolinearitas, uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Salah satu cara mendeteksi adanya multikolinearitas adalah dengan melihat *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabelitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai *cut off* yang umum digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance* < 0.10 atau sama dengan nilai VIF > 10 . (Ghozali, 2011:91). Uji heterokedastisitas, bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi terdapat kesamaan varians dari residu dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain sama, maka disebut homoskedastisitas dan jika varians berbeda disebut heteroskedestisitas. Adapun kriteria dari uji heterokedastisitas yaitu: (1) Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada berbentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka telah

terjadi heteroskedestisitas. (2) Jika ada pola yang jelas, serta titik - titik menyebar diatas dan dibawah O pada Y, maka tidak terjadi heteroskedestisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda yaitu model regresi untuk menganalisis lebih dari satu variabel independen. Persamaan regresi yang dirumuskan berdasarkan hipotesis yang dikembangkan adalah sebagai berikut:

$$KN = \alpha + \beta_1 PL + \beta_2 SB + \beta_3 PK + \varepsilon$$

Keterangan:

KN	: Kepuasan nasabah
α	: Konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien regresi variabel bebas
PL	: Pelayanan karyawan
SB	: Persepsi suku bunga
PK	: Kecepatan pencairan kredit
ε	: Error

Uji Kelayakan Model (*Goodness of Fit*)

Uji kelayakan model yang menunjukkan apakah model regresi *fit* untuk diolah lebih lanjut. Uji kelayakan model pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (Kuncoro, 2010:98) Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 ($\alpha=5\%$). Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut: (1) Jika nilai signifikansi $F > 0,05$ maka model penelitian dapat dikatakan tidak layak. (2) Jika nilai signifikansi $F \leq 0,05$ maka model penelitian dapat dikatakan layak.

Uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi-variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang tempat relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan; sedangkan untuk data runtut waktu biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi (Kuncoro, 2009:100).

Uji t

Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial (individu), dengan menggunakan uji t. Pengujian dilakukan dengan menggunakan significance level 0,05 ($\alpha=5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut : (1) Apabila tingkat signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. (2) Apabila tingkat signifikansi $\leq 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Uji Koefisien Determinasi Parsial

Uji hipotesis (r^2) pada intinya mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi-variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang tempat relatif rendah karena adanya variasi

yang besar antara masing-masing pengamatan; sedangkan untuk data runtut waktu biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi (Kuncoro, 2009:100).

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan atas item-item pernyataan pada kuesioner yaitu dengan jalan menghitung koefisien korelasi dari tiap-tiap pernyataan dengan skor total yang diperoleh kemudian dibandingkan dengan angka kritis r *product moment*. Hasil Uji Validitas data sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	<i>Corrected Item-total Correlation</i> (R_{Hitung})	r_{tabel}	Ket
Pelayanan karyawan (PL)	PL _{1.1}	0,382	0,235	Valid
	PL _{1.2}	0,317	0,235	Valid
	PL _{1.3}	0,572	0,235	Valid
	PL _{1.4}	0,667	0,235	Valid
	PL _{1.5}	0,627	0,235	Valid
Persepsi suku bunga (SB)	SB _{2.1}	0,508	0,235	Valid
	SB _{2.2}	0,348	0,235	Valid
	SB _{2.3}	0,295	0,235	Valid
	SB _{2.4}	0,515	0,235	Valid
	SB _{2.5}	0,535	0,235	Valid
Kecepatan pencairan kredit (PK)	PK _{3.1}	0,267	0,235	Valid
	PK _{3.2}	0,493	0,235	Valid
	PK _{3.3}	0,644	0,235	Valid
	PK _{3.3}	0,759	0,235	Valid
Kepuasan nasabah (KN)	KN _{1.1}	0,513	0,235	Valid
	KN _{2.2}	0,580	0,235	Valid
	KN _{3.3}	0,412	0,235	Valid
	KN _{2.4}	0,307	0,235	Valid
	KN _{3.5}	0,513	0,235	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2016.

Hasil pada Tabel 2, menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan mengenai variabel pelayanan karyawan, persepsi suku bunga, kecepatan pencairan kredit dan kepuasan nasabah dengan jumlah pernyataan 19 item, mempunyai nilai $r_{hasil} >$ dari r_{tabel} , dan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan, maka hal ini berarti bahwa seluruh item pertanyaan tersebut seluruhnya valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Reliabilitas

Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan cara *one shot methode* atau pengukuran sekali saja. Untuk mengukur reliabilitas dengan melihat *cronbach alpha*. Suatu konstruk atau variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* $>$ 0,60 menurut (Ghozali, 2011:42). Dari hasil uji reliabilitas nilai *cronbach alpha* dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3
Hasil Uji Reliabilitas

Keterangan	Cronbach Alpha	N of Items
Pelayanan Karyawan	0.680	5
Persepsi Suku Bunga	0.602	5
Kecepatan Pencairan Kredit	0.689	4
Kepuasan Nasabah	0.604	5

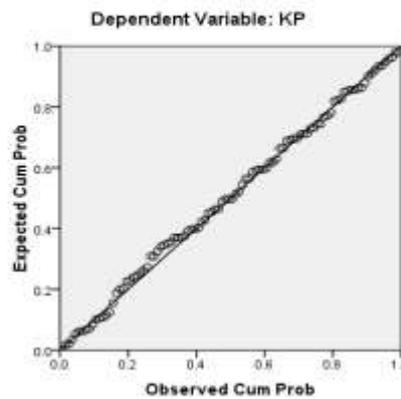
Sumber: Data Primer diolah, 2016.

Dari hasil uji reliabilitas pada Tabel 3, dapat diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* dari masing-masing variabel dalam penelitian ini lebih besar 0,60 yang berarti butir-butir pertanyaan dari seluruh variabel pelayanan karyawan, persepsi suku bunga, kecepatan pencairan kredit dan kepuasan nasabah seluruhnya *reliabel* dan dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan suatu alat uji yang digunakan untuk menguji apakah dari variabel-variabel yang digunakan dalam model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal, dapat diuji dengan metode pendekatan grafik. Pendekatan grafik yang dipakai untuk menilai normalitas data dengan pendekatan grafik, yaitu grafik normal *P-P Plot of regresion standard*, dengan pengujian ini disyaratkan bahwa distribusi data penelitian harus mengikuti garis diagonal antara 0 dan pertemuan sumbu X dan Y. Grafik normalitas yang nampak pada Gambar 2.



Sumber: Data Primer diolah, 2016.

Gambar 1
Grafik Pengujian Normalitas Data

Hasil dari uji normalitas dengan menggunakan pendekatan grafik dapat diketahui bahwa penyebaran data (titik) di sekitar sumbu diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam persamaan regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel pelayanan karyawan, persepsi suku bunga dan kecepatan pencairan kredit. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Hasil dari uji multikolinieritas nampak pada Tabel 4.

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics		Keterangan
		Tolerance	VIF	
1	(Constant)			
	PL	.891	1.123	Bebas multikolinearitas
	SB	.939	1.065	Bebas multikolinearitas
	PK	.882	1.133	Bebas multikolinearitas

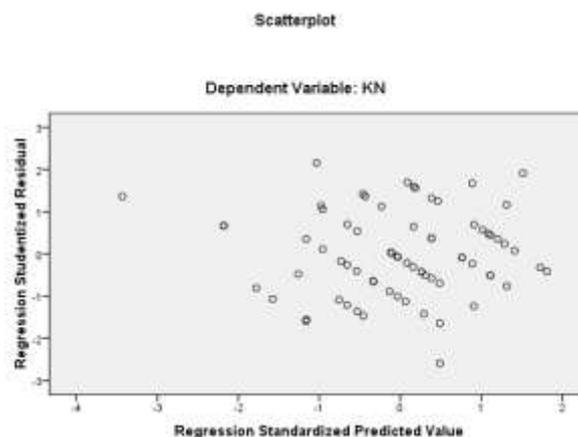
a. Dependent Variable: KN

Sumber: Data Primer diolah, 2016.

Berdasarkan pada Tabel. 4 sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan maka hal ini berarti model yang digunakan dalam penelitian tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau bisa disebut juga dengan bebas dari Multikolinieritas, sehingga variabel tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual (kesalahan pengganggu) satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Hasil dari uji heteroskedastisitas nampak pada Gambar 2.



Sumber: Data Primer diolah, 2016.

Gambar 2
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dari hasil pengujian heteroskedastisitas pada Gambar 2 dapat dilihat titik-titik (data) menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas pada model regresi. Hal ini menunjukkan bahwa hasil estimasi regresi linier berganda layak digunakan untuk interpretasi dan analisa lebih lanjut.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor yang digunakan dalam model penelitian yaitu pelayanan karyawan,

persepsi suku bunga dan kecepatan pencairan kredit terhadap kepuasan nasabah Bank Bukopin KCP Bratang Surabaya secara linier. Hasil dari analisis regresi berganda, yang nampak pada Tabel 5.

Tabel 5
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	3.750	2.515	
	PL	.126	.060	.174
	SB	.797	.101	.632
	PK	.258	.098	.217

a. Dependent Variable: KN

Sumber: Data Primer diolah, 2016.

Dari data Tabel 5 persamaan regresi yang didapat adalah:

$$KN = 3.750 + 0.126 PL + 0.797 SB + 0.258 PK$$

Berdasarkan pada model persamaan regresi, dapat diinterpretasikan, yaitu sebagai berikut: (1) Konstanta, konstanta merupakan intersep variabel terikat jika variabel bebas = 0, hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yang digunakan dalam model penelitian sebesar konstanta tersebut. Besarnya nilai konstanta adalah 3.750 menunjukkan bahwa jika variabel pelayanan karyawan, persepsi suku bunga dan kecepatan pencairan kredit = 0 atau konstan, maka variabel kepuasan pelanggan akan sebesar 3.750. (2) Koefisien regresi variabel pelayanan karyawan, besarnya nilai koefisien regresi pelayanan karyawan sebesar 0.126, nilai koefisien regresi ini bersifat positif yang menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel pelayanan karyawan dengan kepuasan nasabah. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik pelayanan karyawan pada Bank Bukopin KCP Bratang Surabaya, maka kepuasan nasabah tersebut dapat meningkat. Dengan kata lain jika pelayanan karyawan naik maka akan mendorong kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,126. (3) Koefisien regresi variabel persepsi suku bunga, besarnya nilai koefisien regresi persepsi suku bunga sebesar 0.797, nilai koefisien regresi ini bersifat positif yang menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel persepsi suku bunga dengan kepuasan nasabah. Hal ini mengindikasikan bahwa suku bunga yang diberikan Bank Bukopin KCP Bratang Surabaya kepada para nasabah, maka kepuasan nasabah semakin meningkat. Dengan kata lain jika persepsi suku bunga naik maka akan mendorong kepuasan nasabah meningkat sebesar 0.797. (4) Koefisien regresi variabel kecepatan pencairan kredit, besarnya nilai koefisien regresi kecepatan pencairan kredit sebesar 0.258, nilai koefisien regresi ini bersifat positif yang menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel kecepatan pencairan kredit dengan kepuasan nasabah. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin cepat proses pelayanan dalam pencairan kredit nasabah, maka kepuasan nasabah semakin meningkat. Dengan kata lain jika kecepatan pencairan kredit naik maka akan mendorong kepuasan nasabah meningkat sebesar 0.258.

Uji Kelayakan Model (*Goodness of Fit*)

Uji kelayakan model yang menunjukkan apakah model regresi *fit* untuk diolah lebih lanjut. Dalam penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel pelayanan karyawan, persepsi suku bunga dan kecepatan pencairan kredit secara bersama-sama

terhadap kepuasan nasabah Bank Bukopin KCP Bratang Surabaya. Hasil dari uji kelayakan model yang nampak pada Tabel 6.

Tabel 6
Hasil Uji Kelayakan Model

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	114.472	3	38.157	33.364	.000 ^a
	Residual	76.626	67	1.144		
	Total	191.099	70			

a. Predictors: (Constant), PK, SB, PL
b. Dependent Variable: KN

Sumber: Data Primer diolah, 2016.

Dari hasil pada Tabel 6 didapat tingkat signifikan uji kelayakan model = $0,000 < 0,05$ (*level of signifikan*), yang menunjukkan pengaruh variabel pelayanan karyawan, persepsi suku bunga dan kecepatan pencairan kredit dapat dikatakan model layak digunakan dalam penelitian lebih lanjut.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel kepuasan nasabah. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel pelayanan karyawan, persepsi suku bunga dan kecepatan pencairan kredit dalam menjelaskan variabel kepuasan nasabah amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel bukti pelayanan karyawan, persepsi suku bunga dan kecepatan pencairan kredit memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi-variabel kepuasan nasabah. Hasil dari Uji Koefisien Determinasi nampak pada Tabel 7.

Tabel 7
Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.774 ^a	.599	.581	1.06943

a. Predictors: (Constant), PK, SB, PL

b. Dependent Variable: KN

Sumber: Data Primer diolah, 2016.

Melihat hasil pada Tabel 7 maka diketahui *R square* (R^2) sebesar 0,599 atau 59,9% yang menunjukkan kontribusi dari variabel pelayanan karyawan, persepsi suku bunga dan kecepatan pencairan kredit terhadap kepuasan nasabah Bank Bukopin KCP Bratang Surabaya. Sedangkan sisanya 40,1% dikontribusi oleh faktor lain diluar model penelitian. Koefisien korelasi berganda digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antara variabel pelayanan karyawan, persepsi suku bunga dan kecepatan pencairan kredit terhadap kepuasan nasabah Bank Bukopin KCP Bratang Surabaya. Koefisien korelasi berganda ditunjukkan dengan (R) sebesar 0,774 atau 77,4% yang mengindikasikan bahwa korelasi atau hubungan antara variabel pelayanan karyawan, persepsi suku bunga dan kecepatan

pencairan kredit terhadap kepuasan nasabah Bank Bukopin KCP Bratang Surabaya memiliki hubungan yang erat.

Uji t

Pengujian ini pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel pelayanan karyawan, persepsi suku bunga dan kecepatan pencairan kredit secara individual dalam menerangkan variasi-variabel kepuasan nasabah. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance* level 0,05 ($\alpha=5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut: (1) Jika nilai signifikansi $t > 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara parsial variabel *independen* tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependen*. (2) Jika nilai signifikansi $t \leq 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel *independen* tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependen*. Hasil pengujian dari Uji t nampak pada tabel 8.

Tabel 8
Hasil Uji t

		Coefficients^a				
		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.750	2.515		1.491	.141
	PL	.126	.060	.174	2.118	.038
	SB	.797	.101	.632	7.918	.000
	PK	.258	.098	.217	2.638	.010

a. Dependent Variable: KN

Sumber: Data Primer diolah, 2016.

Dari hasil pengujian pada Tabel 8 diperoleh tingkat signifikan untuk variabel pelayanan karyawan, persepsi suku bunga dan kecepatan pencairan kredit sebesar $\alpha = 0,050$ (*level of signifikan*), menunjukkan pengaruh pelayanan karyawan, persepsi suku bunga dan kecepatan pencairan kredit terhadap kepuasan nasabah Bank Bukopin KCP Bratang Surabaya dengan menggunakan uji t adalah signifikan.

Uji Koefisien Determinasi Parsial

Koefisien determinasi parsial ini digunakan untuk mengetahui faktor manakah yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah Bank Bukopin KCP Bratang Surabaya, Hasil dari Uji Hipotesis Koefisien Determinasi Parsial nampak pada Tabel 9.

Tabel 9
Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial

Variabel	r	r²
Pelayanan karyawan	0.250	0.0625
Persepsi suku bunga	0.695	0.4831
Kecepatan pencairan kredit	0.307	0.0942

Sumber: Data Primer diolah, 2016.

Untuk lebih jelasnya tingkat korelasi dari masing-masing variabel bebas tersebut adalah sebagai berikut: (1) Koefisien determinasi parsial variabel pelayanan karyawan =

0,0625 hal ini berarti sekitar 6.25% yang menunjukkan besarnya kontribusi pelayanan karyawan terhadap kepuasan nasabah Bank Bukopin KCP Bratang Surabaya. (2) Koefisien determinasi parsial variabel persepsi suku bunga = 0,4831 hal ini berarti sekitar 48.31% yang menunjukkan besarnya kontribusi persepsi suku bunga terhadap kepuasan nasabah Bank Bukopin KCP Bratang Surabaya. (3) Koefisien determinasi parsial variabel kecepatan pencairan kredit = 0,0942 hal ini berarti sekitar 9.42% yang menunjukkan besarnya kontribusi kecepatan pencairan kredit terhadap kepuasan nasabah Bank Bukopin KCP Bratang Surabaya. Dari hasil pada Tabel 9, maka dapat disimpulkan bahwa variabel yang mempunyai pengaruh dominan adalah persepsi suku bunga karena mempunyai koefisien determinasi parsial paling besar.

Pembahasan

Pengaruh Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil pengujian hipotesis yang pertama dengan menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel pelayanan karyawan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah. Kondisi ini mengindikasikan bahwa pelayanan yang diberikan oleh Bank Bukopin KCP Bratang Surabaya akan meningkatkan kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah, artinya kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan penyedia jasa untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan nasabah.

Peranan pelayanan sangat penting untuk perusahaan yang bergerak di bidang jasa yang akan sangat dibutuhkan oleh konsumen. Pelayanan karyawan yang penting dalam pendistribusian yang baik, itu semua memerlukan kegiatan pelaksanaan pelayanan konsumen untuk memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mengutarakan perasaan puas atau ketidakpuasan. Terciptanya kualitas layanan tentunya akan menciptakan kepuasan terhadap pengguna layanan, yang pada akhirnya dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya terjalin hubungan yang harmonis antara penyedia jasa dengan pelanggan, memberikan dasar yang baik bagi nasabah dan terciptanya loyalitas nasabah, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut, untuk menghindari terjadinya ketidakpuasan layanan, maka upaya yang telah dilakukan oleh pegawai perusahaan adalah memberikan layanan yang baik kepada nasabahnya.

Pengaruh Persepsi Suku Bunga Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil pengujian hipotesis yang kedua dengan menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel persepsi suku bunga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah. Kondisi ini mengindikasikan bahwa suku bunga yang diberikan kepada nasabah dalam melakukan kredit pada nasabah pensiunan Bank Bukopin KCP Bratang Surabaya, maka akan dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Bunga bank merupakan balas jasa yang diberikan oleh bank yang berdasarkan prinsip konvensional kepada nasabah yang membeli atau menjual produknya. Setiap transaksi uang khususnya pada bank konvensional pasti terkait dengan bunga. Bunga merupakan suatu bentuk imbal jasa atau kompensasi atas pinjaman uang atas kemanfaatan dari uang tersebut kedepannya untuk diinvestasikan. Adapun jumlah pinjamannya disebut pokok utang, sedangkan persentase dari pokok utang yang dibayarkan sebagai imbal jasa (bunga) dalam suatu periode tertentu disebut suku bunga. Tingkat suku bunga biasanya dinyatakan dalam persen (%) untuk jangka waktu tertentu.

Pengaruh Kecepatan Pencairan Kredit Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil pengujian hipotesis yang ketiga dengan menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel kecepatan pencairan kredit berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan

nasabah. Kondisi ini mengindikasikan bahwa semakin cepat proses pelayanan dalam pencairan kredit nasabah yang diberikan oleh Bank Bukopin KCP Bratang Surabaya, maka akan dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Kredit merupakan penyediaan uang atau tagihan yang dapat di samakan dengan itu, berdasarkan dengan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam Antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga, imbalan atau pembagian hasil keuntungannya.

Proses kredit di Bank biasanya dimulai dengan kedatangan calon nasabah ke Bank dengan membawa rencana usaha atau penggunaan uang. Pejabat Bank yang menerima calon nasabah yang akan mengajukan kredit biasanya adalah pembina kredit (*account officer* - AO). Nasabah datang dengan membawa rencana usaha yang akan dimintakan pembiayaan ke Bank lengkap dengan berkas-berkas calon nasabah maka AO akan melakukan verifikasi awal dengan tujuan memperoleh keyakinan awal bahwa calon nasabahnya layak untuk ditindak lanjuti dengan membuat proposal lanjutan dengan kajian yang lebih mendalam lalu berkas calon nasabah di serahkan ke bagian operasional agar segera dilakukan proses pencairan kredit tersebut.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Simpulan yang dapat diambil berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan adalah: (1) Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan variabel pelayanan karyawan, mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah, yang artinya bahwa semakin baik kualitas pelayanan Bank Bukopin KCP Bratang maka akan dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah. (2) Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan variabel persepsi suku bunga, mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah, yang artinya semakin baik persepsi suku bunga yang ditawarkan kepada nasabah maka dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Yang artinya bunga bank merupakan balas jasa yang diberikan oleh bank yang berdasarkan prinsip konvensional kepada nasabah yang membeli atau menjual produknya. (3) Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan variabel kecepatan pencairan kredit, mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah, yang artinya semakin cepat proses pelayanan dalam pencairan kredit nasabah yang diberikan oleh Bank Bukopin KCP Bratang Surabaya, maka akan dapat meningkatkan kepuasan nasabah. (4) Hasil pengujian koefisien determinasi parsial yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa variabel yang berpengaruh dominan yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah adalah variabel persepsi suku bunga. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi parsial variabel persepsi suku bunga sebesar 48.31% lebih besar dari koefisien determinasi variabel pelayanan karyawan dan kecepatan pencairan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang ada maka penulis dapat memberikan saran-saran sebagai berikut: (1) Perusahaan lebih meningkatkan pelayanan karyawan yang diberikan kepada nasabah. Hal ini dilakukan agar nasabah merasa puas dengan kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah, artinya kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan penyedia jasa untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan nasabah. (2) Hendaknya perusahaan lebih memperhatikan suku bunga yang diberikan kepada nasabah, hal ini dilakukan agar nasabah merasa bahwa suku bunga pada Bank Bukopin lebih rendah daripada suku bunga

bank lain. (3) Hendaknya perusahaan juga memperhatikan proses pelayanan dalam pencairan kredit nasabah yang diberikan oleh Bank Bukopin KCP Bratang Surabaya, maka akan dapat meningkatkan kepuasan nasabah, karena dengan mempercepat dalam pencairan kredit maka nasabah akan merasa puas. (4) Penelitian selanjutnya hendaknya menggunakan rentang waktu yang lebih panjang, yaitu dengan membandingkan dua masa kondisi agar hasil yang diperoleh dapat digunakan dalam meningkatkan kepuasan nasabah pada Bank Bukopin KCP Bratang Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Cetakan Ketigabelas. PT Rineka Cipta. Jakarta.
- Fahmi, I dan Y. L. Hadi. 2010. *Pengantar Manajemen Perkreditan*. Alfabeta. Bandung.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19*. Edisi kelima. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Husein, U. 2008. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT Rajagrafindo Persada. Jakarta.
- Kasmir. 2008a. *Manajemen Perbankan*. Edisi Revisi 2008. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- _____. 2008b. *Pemasaran Bank*. Prenada Media group. Jakarta.
- _____. 2010. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Raja Grafindo Pers. Jakarta.
- _____. 2012. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Rajawali Pers. Jakarta.
- _____. 2013. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Edisi Revisi, cetakan 12. Rajawali Pers. Jakarta.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2007. *Marketing Management*. Global Edition. Pearson Prentice Hall. Alih Bahasa Molan, B. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Jilid 1. PT. Indeks. Jakarta.
- Kuncoro, M. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Erlangga. Jakarta.
- _____. 2010. *Dasar-dasar Ekonomika Pembangunan*. UPP STIM YKPN. Yogyakarta.
- Mulyono. 2006. *Statistik Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Edisi ketiga. Cetakan pertama. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Rangkuti, F. 2009. *Strategi Promosi Yang Kreatif*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- _____. 2012. *Teknik Mengukur dan Strategi Kepuasan Pelanggan*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Santoso, S. 2010. *Statistik Multivariat Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- _____. 2014. *Statistik NonParametrik*. Edisi revisi. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Keduabelas. Alfabeta. Bandung.
- _____. 2012. *Metode Penelitian Kombinasi*. Alfabeta. Bandung.
- _____. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R dan D*. Alfabeta. Bandung.
- Sunariyah. 2011. *Pengantar Pengetahuan Pasar Modal*. Edisi Keenam. UPP STIM YKPN. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 2012. *Pemasaran Jasa*. Bayumedia. Malang.
- _____. dan G. Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Umar, H. 2008. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.