

## PENGARUH *PROACTIVE SERVICES*, *PEOPLE* DAN *PHYSICAL EVIDENCE* TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI SALAH SATU BANK SWASTA DI SURABAYA

Vika Damayanti  
vdamayanti2000@gmail.com  
Novianto Eko Nugroho

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA)  
Surabaya

### ABSTRACT

*This research aimed to examine the effect of proactive service, people, and physical evidence on customers' satisfaction. The proactive service was measured by ability in identifying existing opportunities, initiative, action taking, and struggle in getting the atmosphere changed. For people, it could be measured by politeness, communication, competency, and selection. While physical evidence, it was measured by outside view, inside view, and other views. The research was quantitative. Moreover, the data collection technique used purposive sampling, in which the sample was based on characteristics or certain criteria. In line with that, there were 92 respondents from 1,076 customers as the sample. Furthermore, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS (Statistical Product and Service Solution) 25. The research result concluded that proactive service had a positive effect on customers' satisfaction. Likewise, people had a positive effect on customers' satisfaction. Similarly, physical evidence had a positive effect on customers' satisfaction.*

**Keywords:** *proactive service, people, physical evidence, customers' satisfaction*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan pengujian mengenai pengaruh *proactive service, people*, dan *physic evidence* terhadap kepuasan nasabah. *Proactive service* diukur menggunakan kemampuan mengidentifikasi peluang yang ada, inisiatif, pengambilan tindakan, dan gigih untuk mencapai perubahan suasana. Untuk *people* dapat diukur menggunakan kesopanan, komunikatif, kompetensi dan selektif. Sedangkan *physic evidence* dapat diukur menggunakan tampilan luar, tampilan dalam dan wujud lain. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sampel pada penelitian ini diperoleh dengan menggunakan metode *purposive sampling*, dimana pengambilan sampel didasarkan pada karakteristik atau kriteria tertentu. Berdasarkan metode *purposive sampling* didapatkan sebanyak 92 responden dari total populasi nasabah sebanyak 1.076 nasabah. Metode analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda dengan menggunakan program SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *proactive service* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, *people* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, dan *physic evidence* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

**Kata Kunci :** *proactive service, people, physic Evidence, kepuasan nasabah*

### PENDAHULUAN

Persaingan era digitalisasi, terutama di dunia perbankan banyak perusahaan memasarkan produk dan jasa perbankan dengan memanfaatkan teknologi informasi, sehingga dengan adanya persaingan layanan berbasis teknologi informasi. Perusahaan perbankan adalah perusahaan yang mengutamakan kepuasan konsumen serta perusahaan yang memiliki perkembangan yang sangat cepat. Dalam menghadapi persaingan yang ketat

di era digitalisasi ini, perusahaan di dunia perbankan selalu meluncurkan inovasi-inovasi terkait produk dan jasa yang perbankan miliki. Inovasi produk dan jasa yang diluncurkan seperti kemudahan dalam pembuatan tabungan, pencetakan buku tabungan, layanan transfer nasabah. Hal ini dilakukan karena para konsumen di era saat ini ingin membutuhkan *update* informasi terbaru terutama pada layanan perbankan. Perusahaan yang dapat bertahan dan berorientasi pada pasar adalah perusahaan yang mengutamakan pelayanan serta memfokuskan pada konsumen. Beberapa kegiatan yang mewujudkan eksistensi perusahaan khususnya layanan perbankan yaitu dengan fokus kualitas pelayanan, kualitas *performance* atau kinerja, kualitas komunikasi dan sebagainya.

Berdasarkan kondisi tersebut, maka terdapat peluang bagi perusahaan perbankan untuk meningkatkan minat transaksi perbankan melalui kepuasan konsumen. Perusahaan perbankan diwajibkan menentukan cara membangun hubungan yang baik dengan pelanggan agar perusahaan mendapatkan informasi terkait pelayanan yang dibutuhkan oleh pelanggan. Dengan mengetahui informasi tersebut, maka perusahaan perbankan akan menemukan cara agar pelanggan tidak beralih ke perusahaan lain. "Jika perusahaan dapat membangun hubungan yang baik dengan pelanggan, maka perusahaan mendapatkan informasi yang berguna serta menentukan strategi pemasaran yang tepat (Ndubisi, 2007)".

Menurut Lupiyoadi (2009) bahwa "pelanggan merupakan fokus utama dalam membangun sebuah kepuasan pelanggan". Kepuasan seorang konsumen dapat menimbulkan rasa percaya pada suatu perusahaan, sehingga dengan adanya rasa percaya akan membuat konsumen atau pelanggan tidak berpindah pada perusahaan lain dalam melakukan transaksi jual beli. Dalam bertransaksi, konsumen atau masyarakat terutama pada dunia perbankan akan lebih memilih pelayanan, sikap karyawan dan kenyamanan.

Dalam sebuah perusahaan terutama Salah satu Bank Swasta di Surabaya diperlukan strategi pemasaran untuk mencapai tujuan perusahaan dengan melalui kepuasan pelanggan, diantaranya yaitu dengan elemen *proactive services*, *people*, dan *physical evidence*. Jika hal-hal tersebut tidak diperhatikan oleh perusahaan terutama pada dunia perbankan, maka terdapat kemungkinan bahwa konsumen atau pelanggan dapat berpindah pada perusahaan bank yang lain yang memberikan pelayanan yang lebih memuaskan.

Elemen yang diperhatikan dalam penelitian ini adalah *proactive services*. *Proactive Service* merupakan suatu kondisi dimana perusahaan tidak menunggu keluhan yang dialami oleh konsumen, tetapi perusahaan melakukan komunikasi terdahulu terhadap konsumen terkait kebutuhan, keluhan apa yang sedang mereka rasakan

Selain elemen *Proactive services* juga terdapat elemen *people*. *People* atau orang merupakan semua orang yang terlibat dalam kegiatan sebuah perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen, keputusan konsumen dalam pembelian atau sesuatu yang berhubungan dengan konsumen.

Selanjutnya adalah *physical evidence* atau bukti fisik. Menurut Alma & Huririyati (2008) "*physical evidence* adalah suatu hal berbentuk nyata yang mempunyai peran atau mempunyai pengaruh terhadap persepsi konsumen dalam menentukan sebuah keputusan membeli jasa atau produk yang ditawarkan oleh perusahaan". Apabila di era pandemi saat ini, banyak orang takut untuk melakukan kegiatan diluar rumah. Sehingga diperlukan tempat yang nyaman agar pelanggan atau konsumen tertarik untuk melakukan transaksi dengan perusahaan tersebut.

Perusahaan mempunyai suatu tujuan yang akan dicapai, salah satunya adalah mencapai tingkat profitabilitas yang telah ditentukan oleh perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan akan menentukan cara agar konsumen dapat tertarik dengan produk atau jasa yang mereka tawarkan. Terdapat beberapa hal penting yang harus diperhatikan dalam mencapai tujuan sebuah perusahaan, salah satunya adalah Kepuasan pelanggan. "Kepuasan Konsumen adalah perasaan kecewa dan senang yang muncul setelah membandingkan kinerja suatu produk atau jasa dengan kinerja yang diharapkan oleh

konsumen (Kotler & Keller, 2007)". Kepuasan pelanggan dapat dilihat dari bagaimana konsumen menyikapi tersebut serta konsumen tersebut akan kembali melakukan transaksi pada perusahaan tersebut. Kepuasan Pelanggan sangat berperan penting bagi suatu perusahaan, karena dengan adanya kepuasan pelanggan maka secara tidak langsung pelanggan tersebut memperkenalkan produk atau jasa yang mereka gunakan kepada orang-orang terdekat pelanggan atau masyarakat lain. Selain itu kepuasan pelanggan penting bagi suatu perusahaan, sebab jika perusahaan dapat mencapai tingkat kepuasan konsumen, maka perusahaan dapat memiliki konsumen yang percaya pada produk atau jasa yang dimiliki. Selain itu kepuasan konsumen juga dapat membuat permintaan terhadap sebuah perusahaan meningkat.

Salah satu Bank Swasta di Surabaya merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang jasa dan keuangan, maka untuk mendapatkan kepuasan pelanggan, perusahaan bank diperlukan menentukan strategi yang tepat untuk membuat pelanggan merasakan kepuasan, kenyamanan, kepercayaan. Ketika pelanggan mendapatkan kekecewaan, maka pelanggan dapat beralih pada perusahaan lain untuk mendapatkan yang lebih baik daripada perusahaan tersebut.

**Tabel 1**  
**Indeks Kepuasan Nasabah (Skala 5)**

	2018	2019	2020	2021
<i>Branch Service Quality (BSQ)</i>	4,81	4,86	4,87	4,88
<i>Survey Customer Engagement (SCE)</i>	4,63	4,67	4,67	4,68

Sumber : Data kepuasan nasabah salah satu bank swasta di Surabaya, 2022

Tabel 1 menunjukkan bahwa pada tahun 2018 BSQ yang diperoleh adalah 4,81, dan mengalami peningkatan yang cukup baik pada tahun 2019 yaitu sebesar 4,86. Pada tahun 2020 BSQ mengalami peningkatan tetapi terlihat bahwa peningkatan yang terjadi tidak terlalu tinggi. Begitu juga pada tahun 2021 peningkatan tidak terlalu tinggi.

peningkatan SCE yang paling besar adalah pada tahun 2018-2019 yaitu 4,63 menjadi 4,67. Pada tahun 2020-2021 SCE pada salah satu bank swasta di Surabaya mengalami peningkatan tetapi peningkatan tersebut tidak terlalu tinggi.

Hal ini menunjukkan bahwa dalam dunia perbankan di era digitalisasi pada saat pandemi saat ini banyak perusahaan sedang melakukan persaingan untuk mempertahankan perusahaan, serta banyak perusahaan yang mengalami penurunan. Penurunan tersebut dapat terjadi pada penurunan nasabah, penurunan tingkat kepuasan nasabah. Yang dapat mengakibatkan hal ini terjadi adalah, karena di era digitalisasi pada masa pandemi saat ini, banyak perusahaan yang memberikan layanan, sikap, kenyamanan dengan maksimal, sehingga nasabah mengalami kepuasan yang kurang serta pindah pada perusahaan yang lain untuk mendapatkan yang diharapkan oleh nasabah. Untuk mengantisipasi hal tersebut, maka dapat dilakukan dengan memperhatikan *proactive services*, *people*, dan *physical evidence*.

Berdasarkan uraian di atas terkait dengan fenomena dan hasil penelitian terdahulu yang telah dijelaskan, maka dapat dirumuskan sebagai berikut : 1) Apakah elemen *proactive service* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?; 2) Apakah elemen *people* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah? ; 3) Apakah elemen *physical evidence* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?.

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh *proactive service*, *people*, *physical evidence* terhadap kepuasan nasabah pada salah satu Bank Swasta di Surabaya. Sehingga berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut: 1) Untuk mengetahui dan mengukur pengaruh *proactive service* terhadap kepuasan pelanggan pada salah satu Bank Swasta di Surabaya. 2) Untuk mengetahui dan mengukur pengaruh *people* terhadap kepuasan pelanggan pada salah satu Bank Swasta di

Surabaya. 3) Untuk mengetahui dan mengukur pengaruh *physical evidence* terhadap kepuasan pelanggan pada salah satu Bank Swasta di Surabaya.

## TINJAUAN TEORITIS

### *Proactive Services*

Menurut Bateman dan Crant (1993) menyatakan bahwa "Perilaku proaktif (*proactive*) dapat didefinisikan sebagai perilaku yang tidak didesak oleh kondisi atau seseorang yang dapat merubah keadaan lingkungan, sehingga individu yang memiliki sifat proaktif dapat mengetahui peluang yang ada dan melakukan tindakan yang sesuai atas peluang tersebut". Dalam perusahaan terutama layanan perbankan *proactive service* secara tidak langsung akan memecahkan permasalahan yang dialami oleh perusahaan.

Menurut Bateman & Crant (1993), elemen *proactive service* dapat diukur melalui beberapa indikator yaitu : a) Kemampuan mengidentifikasi peluang yang ada, b) Inisiatif, c) Pengambilan tindakan, d) Gigih untuk mencapai perubahan suasana

### *People*

*People* atau orang dalam bauran pemasaran jasa meliputi orang-orang yang terlibat dalam kegiatan jasa atau terlibat langsung dalam kegiatan aktivitas suatu perusahaan serta orang yang mempunyai peranan penting dalam suatu perusahaan. . Maka dari itu menurut Tjiptono (2013) bahwa *people* dapat diartikan sebagai orang yang melayani atau merencanakan terkait dengan pelayanan yang diberikan terhadap konsumen. Menurut Bilson (2001) mengatakan bahwa "*people* dapat diukur dengan beberapa indikator", yaitu 1) Kesopanan, 2) Kompetensi, 3) Selektif, 4) Komunikatif.

### *Physical Evidence*

Menurut Zeithaml & Bitner "Bukti fisik (*Physical Evidence*) merupakan sarana fisik, lingkungan dimana ketika perusahaan melakukan penyampaian jasa kepada konsumen dan komponen lainnya yang memfasilitasi penampilan jasa yang ditawarkan". *Physical evidence* juga memiliki pengaruh dalam pengambilan keputusan pembelian bagi konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ada dalam perusahaan. Menurut Nirwana (2004) *Physical Evidence* adalah bagian dari bauran pemasaran dalam bidang jasa yang mempunyai peran yang penting, karena pada bidang jasa yang akan diberikan atau disampaikan pada pelanggan tidak jarang jika pelanggan juga membutuhkan fasilitas pendukung ketika penyampaian jasa. Zeithaml & Bitner (2003) mengatakan bahwa *physical evidence* dapat diukur dengan beberapa indikator yaitu 1) Tampilan Luar ( *Exterior Appearance*), 2) Tampilan Dalam ( *Interior Appearance* ), 3) Wujud lain ( *Other Tangibles* ).

### **Kepuasan Pelanggan**

Menurut Swan, et al (1980) mengatakan bahwa "Kepuasan Pelanggan merupakan sebuah evaluasi yang dilakukan oleh pelanggan dengan keadaan sadar atau kognitif berkaitan dengan kinerja terhadap produk cenderung bagus atau jelek". Sedangkan menurut Oliver (1997) pengertian dari "Kepuasan Pelanggan dapat didasarkan dengan *disconfirmation paradigm*". Sehingga berdasarkan paradigma tersebut dapat dirumuskan bahwa kepuasan pelanggan sebagai evaluasi purnabeli. Menurut Tjiptono (2014) kepuasan pelanggan dapat diukur melalui beberapa indikator yaitu 1) Barang dan jasa berkualitas, 2) Kesesuaian harapan, 3) Minat berkunjung kembali, 4) Kesiediaan merekomendasikan.

## PENELITIAN TERDAHULU

Danny Kurniawan (2019)

Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi berganda dengan variabel independen (*proactive services, people, dan physical evidence*) dan variabel dependen (kepuasan nasabah). Hasil Penelitian ini mengatakan bahwa variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Rahmat Akbar *et al* (2018)

Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi berganda dengan variabel independen (*services marketing mix*) dan variabel dependen (kepuasan konsumen). Hasil penelitian ini adalah seluruh dimensi (*services marketing mix*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah kecuali *price*.

Steve Setio (2020)

Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi berganda dengan variabel independen (*product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*) dan variabel dependen (kepuasan pelanggan). Hasil dari penelitian ini adalah *people* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dendy Yulis Setianto *et al* (2020)

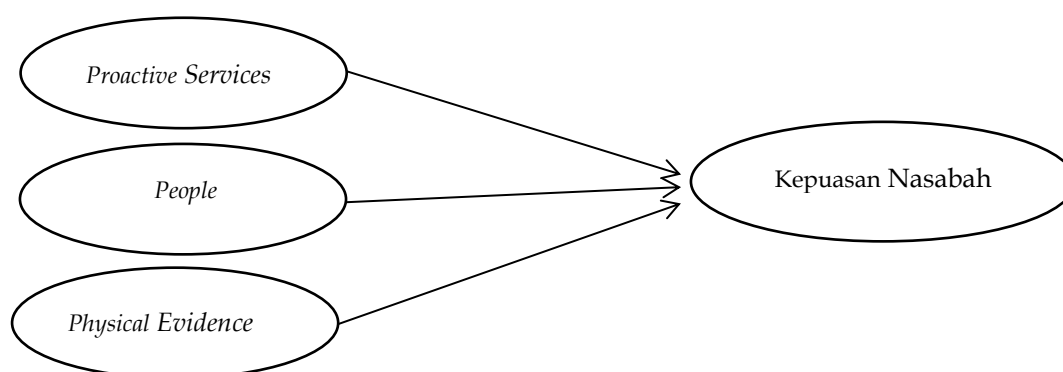
Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi berganda dengan variabel independen (*people, process, physical evidence*) dan variabel dependen (kepuasan konsumen). Hasil dari penelitian ini adalah variabel-variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Sigit Sanjaya *et al* (2018)

Penelitian ini menggunakan teknik analisis PLS SEM dengan variabel independen (*people, process, physical evidence*) dan variabel dependen (kepuasan konsumen). Hasil dari penelitian ini adalah variabel *physical evidence* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan atas pelayanan.

## RERANGKA KONSEPTUAL

Berdasarkan uraian latar belakang, rumusan masalah, tujuan serta manfaat penelitian, maka rerangka konseptual dari penelitian ini yaitu :



Sumber: Konsep diolah oleh peneliti, 2022

Gambar 1  
Rerangka Konseptual

## PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### Pengaruh *Proactive Service* terhadap Kepuasan Nasabah pada Salah Satu Bank Swasta di Surabaya

Dalam penelitian Danny Kurniawan (2019) dijelaskan bahwa *proactive people* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Maka hipotesis yang akan ditulis oleh peneliti adalah :

H1 : *Proactive Service* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di salah satu bank swasta di Surabaya

### Pengaruh *People* terhadap Kepuasan Nasabah Salah Satu Bank Swasta di Surabaya

Hasil penelitian dari Sigit Sanjaya (2018) bahwa *people* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut Steve Setio (2020) menunjukkan bahwa *people* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga berdasarkan uraian di atas, peneliti dapat merumuskan hipotesis

H2 : *People* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di salah satu bank swasta di Surabaya

### Pengaruh *Physical evidence* terhadap Kepuasan Nasabah Salah Satu Bank Swasta di Surabaya

Indah Purnama Sari dan Tiara Elsy Medani (2018) bahwa elemen *physical evidence* memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut Sigit Sanjaya (2018) menyatakan bahwa *physical evidence* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan atas pelayanan. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut :

H3 : *Physical evidence* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di salah satu bank swasta di Surabaya

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif analisis deskriptif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menyajikan data berupa numerik atau angka serta menggunakan data statistik dalam menganalisis data. Tipe penelitian kuantitatif yang digunakan pada penelitian ini adalah *field research* (penelitian lapangan) kemudian dikelompokkan pada metode survey karena penelitian ini akan melakukan penyebaran kuesioner untuk memperoleh data serta keterangan langsung pada objek penelitian.

### Populasi dan Sampel

Sugiyono (2018) mengungkapkan bahwa "Populasi adalah keseluruhan dari penelitian atau sekelompok orang, peristiwa serta segala sesuatu yang memiliki peristiwa tertentu sesuai dengan karakteristik peneliti, sehingga dapat dipelajari dan ditarik kesimpulan oleh peneliti". Populasi pada penelitian ini adalah seluruh nasabah yang memiliki akun rekening (tabungan, pinjaman, dll) pada salah satu bank swasta di Surabaya dengan total 1.076

### Teknik Pengambilan Sampel

#### Penentuan Jumlah Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah *finit* atau memiliki batas yaitu sejumlah 1.076. Sehingga untuk menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus slovin :

$$n = \frac{N}{1+n(e)^2} = \frac{1.076}{1+1.076(0,1)^2} = 91,5$$

Besarnya sampel pada penelitian ini adalah 91,5 dan disesuaikan menjadi 92 responden.

### **Teknik Sampling**

Pada penelitian ini sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*, dengan menggunakan *purposive sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada karakteristik atau kriteria tertentu. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 1) Responden pria maupun wanita yang berstatus sebagai nasabah di salah satu bank swasta di Surabaya, 2) Konsumen yang telah menggunakan dan memiliki pengalaman terhadap produk dan jasa dari salah satu bank swasta di Surabaya, 3) Serta konsumen yang melakukan transaksi melalui atas nama diri sendiri.

### **Jenis dan Sumber Data**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data kuantitatif. Dimana data penelitian yang akan dianalisa merupakan data yang telah dikumpulkan dari penyebaran kuisionair pada responden sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan dan telah memenuhi syarat dalam penelitian. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer merupakan data yang diperoleh dan dikumpulkan sendiri oleh peneliti dengan menggunakan penyebaran kuisionair.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan teknik angket atau kuesioner. Angket ( kuesioner ) merupakan metode pengumpulan data dengan membagi daftar pertanyaan untuk responden. Jenis kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup (Jawaban telah disediakan oleh peneliti). Skala pengukuran dari metode kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Skala yang memiliki kategori yang mempunyai tingkatan, namun tingkatan tersebut tidak memiliki nilai relatif. Nilai yang dapat diberikan dari daftar pertanyaan adalah a) Sangat Setuju: dengan nilai 5, b) Setuju: dengan nilai 4, c) Netral: dengan nilai 3, d) Tidak Setuju: dengan nilai 2, e) Sangat Tidak Setuju: dengan nilai 1 .

### **Variabel dan Definisi Operasional Variabel**

#### **Variabel**

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Proactive Service* =  $X_1$  , *People* =  $X_2$ , *Physical evidence* =  $X_3$ . Variabel dependen atau terikat pada penelitian ini adalah Kepuasan Nasabah =  $Y$

#### **Definisi Operasional Variabel**

##### ***Proactive Service***

*Proactive service* merupakan sebuah layanan yang diberikan oleh karyawan pada salah satu bank swasta di Surabaya tanpa paksaan atau pengaruh dari berbagai pihak atau melakukan tindakan tersebut atas kesadaran diri sendiri. Menurut Bateman & Crant (1993) terdapat beberapa indikator yaitu a) Kemampuan mengidentifikasi peluang yang ada, b) Inisiatif, c) Pengambilan tindakan, d) Gigih untuk mencapai perubahan suasana

##### ***People***

*People* adalah elemen yang memiliki pengaruh atau kontribusi yang penting dalam pelaksanaan kegiatan perusahaan bank di salah satu bank swasta di Surabaya. Menurut Bilson (2001) terdapat beberapa indikator yaitu 1) Kesopanan, 2) Kompetensi, 3) Selektif, 4) Komunikatif.

### **Physical Evidence**

*Physical evidence* adalah bukti fisik atau sarana fisik serta lingkungan yang diberikan oleh salah satu bank swasta di Surabaya dalam memberikan informasi produk dan jasa atau melakukan transaksi. Menurut Zheithaml & Bitner (2003) terdapat beberapa indikator yaitu a) Tampilan luar, b) Tampilan dalam, c) Wujud lain

### **Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan Pelanggan adalah suatu kondisi atau keadaan nasabah di salah satu bank swasta di Surabaya terkait harapan dengan kenyataan hasil yang diterima kemudian akan dibandingkan dengan pengorbanan yang telah diberikan oleh nasabah. Menurut Tjiptono (2014) terdapat beberapa indikator yaitu a) Barang dan jasa berkualitas, b) Kesesuaian harapan, c) Minat berkunjung kembali, d) Kesiediaan merekomendasikan

### **Teknik Analisis Data**

#### **Uji Instrumen**

##### **Uji Validitas**

Sugiyono (2018) mengatakan bahwa “uji validitas adalah suatu persamaan dari data yang telah dilaporkan oleh peneliti dengan data yang diperoleh dari subyek penelitian”. Uji validitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah suatu kuesioner pada suatu penelitian dapat dinyatakan valid atau tidak. Instrumen penelitian dapat dikatakan valid atau tidak dapat dilihat dengan jika *correlation r* hitung  $> r$  tabel, maka instrumen memiliki tingkat validitas yang tinggi, sedangkan jika *correlation r* hitung  $< r$  tabel, maka instrumen memiliki tingkat validitas rendah

##### **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah suatu kemampuan alat ukur yang digunakan untuk menghasilkan hasil yang dapat dipercaya. Untuk mengukur tingkat realibilitas dapat memperhatikan *cronbach alpha*. Menurut Ghozali (2016) bahwa instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel adalah jika *cronbach alpha*  $> 0,60$ . Jika *cronbach alpha*  $> 0,60$  maka instrumen tidak reliabel.

##### **Uji Asumsi Klasik**

##### **Uji Normalitas**

Uji normalitas memiliki tujuan untuk mengetahui distribusi residual. Menurut Ghozali (2016) mengatakan bahwa, uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui variabel bebas, variabel terikat memiliki distribusi yang normal. Uji normalitas dapat diuji menggunakan analisis grafik. Untuk mengetahui analisis grafik yang andal adalah dengan melihat histogram dan *normal probabiltiy* plot. Dimana dasar pengambilan keputusan bahwa variabel adalah model yang baik adalah a) Data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi dapat dikatakan memenuhi syarat normalitas, b) Data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak dapat dikatakan memenuhi syarat normalitas.

##### **Uji Multikolinieritas**

Uji *multikolinieritas* adalah uji yang memiliki tujuan untuk mengetahui adanya korelasi antara variabel bebas dalam regresi. Untuk mengetahui jika terdapat multikolinieritas dalam suatu model regresi adalah melalui nilai *tolerance* dan *variance inflation faktor* (VIF). Variabel yang diukur atau diuji pada perhitungan regresi, nilai *tolerance* harus diatas 10%. dan VIF  $< 10$ .



### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan *variance* residual suatu periode pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan memperhatikan atau melihat pada grafik *scatterplot*. Terdapat beberapa kriteria tertentu dalam grafik *scatterplot* yang menunjukkan tidak adanya heteroskedastisitas yaitu a) Titik-titik menyebar pada bagian atas dan bawah atau disekitar 0, b) Titik-titik tidak mengumpul pada bagian tertentu, c) Penyebaran titik-titik tidak membentuk gelombang melebar yang kemudian akan menyempit dan melebar lagi, d) Penyebaran titik-titik data tidak berpola

### Uji Kelayakan

#### Uji F

Ghozali (2018) menjelaskan bahwa uji F dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bahwa “seluruh variabel bebas yang telah diteliti mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat”. Untuk mengetahui jika model layak digunakan model penelitian adalah nilai signifikan Uji F < 0,05

### Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) adalah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk mengukur sejauh mana sebuah model mampu menjelaskan variasi variabel dependen atau terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil artinya merupakan kemampuan menjelaskan variabel terikat (independen) dalam variabel bebas (dependen) sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu, maka artinya variabel-variabel independen memberikan sebagian besar informasi yang dibutuhkan untuk memperkirakan atau memprediksi variabel dependen.

### Analisis Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda merupakan prosedur statistik untuk menganalisis pengaruh satu variabel atau beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat. Pada penelitian ini persamaan regresi dilakukan untuk mengetahui tingkat pengaruh variabel bebas *proactive service* (X<sub>1</sub>), *people* (X<sub>2</sub>), serta *physical evidence* (X<sub>3</sub>) terhadap kepuasan nasabah (Y). Bentuk persamaan regresi linier berganda pada penelitian ini adalah :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon_i$$

### Pengujian Hipotesis (Uji t)

Menurut Ghozali (2018) Uji t adalah uji yang mempunyai tujuan untuk mengetahui apakah variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara parsial atau terpisah. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan signifikan level 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ) dengan kriteria nilai signifikansi  $t > 0,05$  maka hipotesis ditolak, karena variabel dependen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel independen, sedangkan jika nilai signifikansi  $t < 0,05$  maka hipotesis diterima, karena variabel dependen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel independen.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Pengujian ini dilakukan di salah satu bank swasta di Surabaya dengan 92 responden. Hasil uji validitas penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Proactive Services (X1.)</i>	X <sub>1.1</sub>	0,528	0,1726	Valid
	X <sub>1.2</sub>	0,662	0,1726	Valid
	X <sub>1.3</sub>	0,739	0,1726	Valid
	X <sub>1.4</sub>	0,611	0,1726	Valid
	X <sub>1.5</sub>	0,745	0,1726	Valid
	X <sub>1.6</sub>	0,693	0,1726	Valid
	X <sub>1.7</sub>	0,733	0,1726	Valid
	X <sub>1.8</sub>	0,824	0,1726	Valid
	X <sub>1.9</sub>	0,697	0,1726	Valid
	X <sub>1.10</sub>	0,750	0,1726	Valid
	X <sub>1.11</sub>	0,800	0,1726	Valid
<i>People (X2)</i>	X <sub>1.12</sub>	0,764	0,1726	Valid
	X <sub>2.1</sub>	0,735	0,1726	Valid
	X <sub>2.2</sub>	0,662	0,1726	Valid
	X <sub>2.3</sub>	0,778	0,1726	Valid
	X <sub>2.4</sub>	0,838	0,1726	Valid
	X <sub>2.5</sub>	0,828	0,1726	Valid
	X <sub>2.6</sub>	0,838	0,1726	Valid
	X <sub>2.7</sub>	0,802	0,1726	Valid
	X <sub>2.8</sub>	0,813	0,1726	Valid
	X <sub>2.9</sub>	0,794	0,1726	Valid
	X <sub>2.10</sub>	0,697	0,1726	Valid
<i>Physical evidence (X3)</i>	X <sub>2.11</sub>	0,732	0,1726	Valid
	X <sub>2.12</sub>	0,761	0,1726	Valid
	X <sub>3.1</sub>	0,561	0,1726	Valid
	X <sub>3.2</sub>	0,585	0,1726	Valid
	X <sub>3.3</sub>	0,590	0,1726	Valid
	X <sub>3.4</sub>	0,612	0,1726	Valid
	X <sub>3.5</sub>	0,807	0,1726	Valid
	X <sub>3.6</sub>	0,811	0,1726	Valid
	X <sub>3.7</sub>	0,703	0,1726	Valid
	X <sub>3.8</sub>	0,557	0,1726	Valid
	X <sub>3.9</sub>	0,472	0,1726	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	X <sub>3.10</sub>	0,591	0,1726	Valid
	X <sub>3.11</sub>	0,664	0,1726	Valid
	X <sub>3.12</sub>	0,685	0,1726	Valid
	Y <sub>1.1</sub>	0,845	0,1726	Valid
	Y <sub>1.2</sub>	0,840	0,1726	Valid
	Y <sub>1.3</sub>	0,724	0,1726	Valid
	Y <sub>1.4</sub>	0,837	0,1726	Valid
Y <sub>1.5</sub>	0,838	0,1726	Valid	
Y <sub>1.6</sub>	0,782	0,1726	Valid	
Y <sub>1.7</sub>	0,755	0,1726	Valid	

**Sumber:** Data Sekunder (diolah), 2022

Tabel 2 menunjukkan bahwa semua item sampel yang ada pada penelitian adalah 92. Sehingga untuk mencari df dapat menggunakan rumus  $df = n - 2$ . Pada penelitian ini menggunakan taraf signifikan 5% dengan uji satu sisi. Dengan tingkat signifikansi 5% untuk 92 responden, maka  $df = 92 - 2 = 90$  dan ditemukan r tabel sebesar 0,1726. Nilai r hitung lebih besar daripada r tabel, yang berarti item pertanyaan yang ada pada penelitian ini adalah valid.

## Uji Reliabilitas

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	N of items	Cronbach Alpha	Keterangan
<i>Proactive Services</i> (X1)	12 item pertanyaan	0,910	Reliabel
<i>People</i> (X2)	12 item pertanyaan	0,938	Reliabel
<i>Physical evidence</i> (X3)	12 item pertanyaan	0,865	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	7 Pertanyaan	0,906	Reliabel

Sumber: Data Sekunder (diolah), 2022

Tabel 3 menunjukkan bahwa seluruh variabel pada penelitian ini memiliki nilai *cronbach alpha* > 0,60. Sehingga kuesioner dalam penelitian ini dapat dinyatakan reliabel, yang memiliki arti bahwa pernyataan tersebut dapat memperoleh data yang konsisten.

## Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 4**  
**Hasil Regresi Linier Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>			T	Sig.
	Unstandardized B	Std. Error	Standardized Beta		
(Constant)	8.668	3.145		2.756	.007
Proactive Service	.103	.048	.213	2.120	.037
People	.175	.059	.303	2.976	.004
Physical evidence	.129	.055	.225	2.345	.021

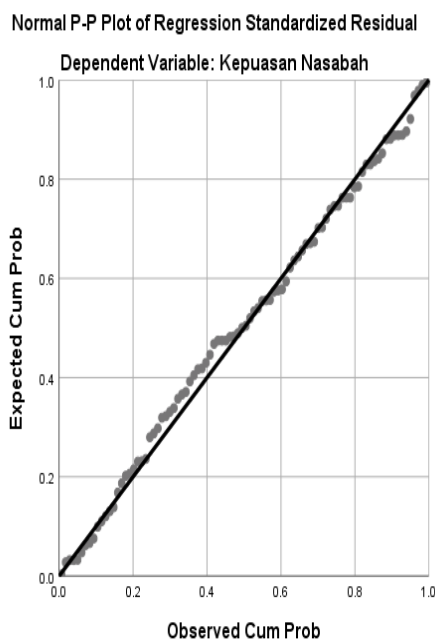
Sumber: Data yang diolah, 2022

Tabel 4 dapat diketahui persamaan resgresi linier berganda yaitu:  

$$Y = 8.668 + 0,103X1 + 0,175X2 + 0,129X3 + \epsilon_i$$

Ringkasan dari hasil penelitian dalam uji analisis linier berganda pada tabel tersebut diuraikan sebagai berikut : a) Konstanta ( $\alpha$ ). Nilai konstanta adalah sebesar 8.668. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel  $X1, X2, X3, X4, X5 = 0$ , maka Y adalah 8.668. Sehingga dapat disimpulkan jika *proactive services*, *people*, dan *physical evidence* bernilai 0, maka nilai dari kepuasan nasabah adalah 8.668. b) Koefisien regresi  $\beta$ , 1) Variabel *Proactive Services* (X1) Koefisien regresi variabel *proactive services* (X1) mengenai Kepuasan Nasabah adalah sebesar 0,103. Hal ini berarti jika X1 berubah satu satuan, maka Y akan berubah senilai 0,103 dengan asumsi variabel yang lain tetap / konstan. Nilai koefisien regresi yang memiliki tanda positif, menunjukkan bahwa hubungan yang searah antara X1 dengan Y. Artinya jika *proactive services* semakin baik, maka kepuasan nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,103, 2) Variabel *People* (X2) Koefisien regresi variabel *people* (X2) mengenai Kepuasan Nasabah adalah sebesar 0,175. Hal ini berarti jika X1 berubah satu satuan, maka Y akan berubah senilai 0,175 dengan asumsi variabel yang lain tetap / konstan. Nilai koefisien regresi yang memiliki tanda positif, menunjukkan bahwa hubungan yang searah antara X2 dengan Y. Artinya jika *people* semakin baik, maka kepuasan nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,175, 3) Variabel *Physical Evidence* (X3) Koefisien regresi variabel *physical evidence* (X3) mengenai Kepuasan Nasabah adalah sebesar 0,129. Hal ini berarti jika X3 berubah satu satuan, maka Y akan berubah senilai 0,129 dengan asumsi variabel yang lain tetap / konstan. Nilai koefisien regresi yang memiliki tanda positif, menunjukkan bahwa hubungan yang searah antara X3 dengan Y. Artinya jika *proactive services* semakin baik, maka kepuasan nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,129

**Uji Asumsi Klasik**  
**Uji Normalitas**



Sumber: Data Sekunder (diolah), 2022

**Gambar 2**  
**Hasil Uji Normalitas**

Gambar 2 menunjukkan bahwa titik-titiknya tidak berkumpul atau menyebar disekitar dan mengikuti garis diagonal. Sehingga pola pada penelitian ini termasuk dalam distribusi normal, dimana model regresi tersebut dapat memenuhi asumsi normalitas.

**Uji Multikolinieritas**

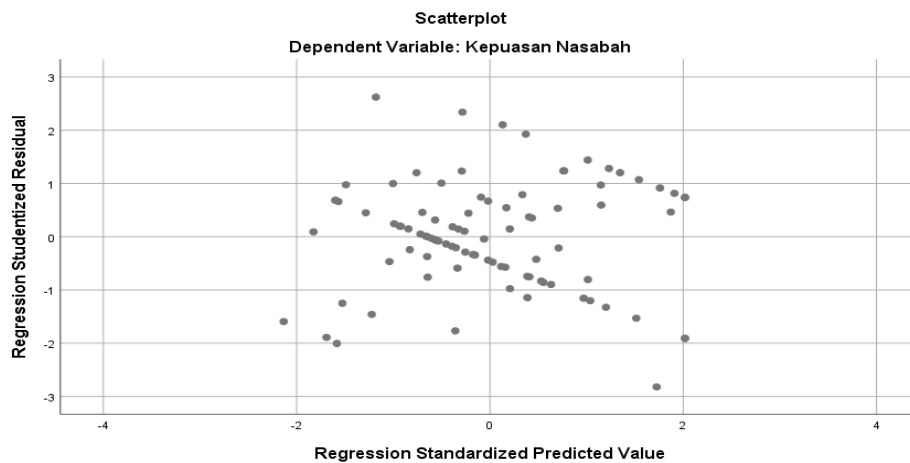
**Tabel 5**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
X1	0.747	1.338
X2	0.732	1.366
X3	0.820	1.219

Sumber: Data Sekunder (diolah), 2022

Tabel 5 menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari *proactive services*, *people*, dan *physical evidence* memiliki nilai tolerance > 10 % dan nilai VIF < 10. Maka hasil uji multikolinieritas pada penelitian ini dinyatakan bebas dari multikolinieritas.

### Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Sekunder (diolah), 2022

Gambar 3  
Uji Heteroskedastisitas

Gambar 3 menunjukkan bahwa grafik scatterplot tersebut memiliki titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, penyebaran pola titi-titik tidak membentuk suatu pola tertentu. Maka model regresi pada penelitian ini adalah layak digunakan untuk memperkirakan kepuasan nasabah melalui variabel independen *proactive services*, *people*, dan *physical evidence*.

### Uji Kelayakan Uji F

Tabel 6  
Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	326.556	3	108.852	14.655	.000 <sup>b</sup>
	Residual	653.650	88	7.428		
	Total	980.207	91			

Sumber: Data Sekunder (diolah), 2022

Tabel 6 diketahui hasil uji F pada penelitian ini adalah Uji F memiliki nilai F sebesar 14.655 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Maka dari itu model dari penelitian ini dinyatakan layak untuk dilakukan penelitian lebih lanjut.

### Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Tabel 7  
Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.577 <sup>a</sup>	.333	.310	2.725

Sumber: Data Sekunder (diolah), 2022

Tabel 7 diketahui bahwa nilai *R square* sebesar 0,333 atau 33,3% variabel kepuasan nasabah yang mampu dijelaskan melalui variabel *proactive service*, *people*, dan *physical evidence*. Sedangkan 66,7% (100%-33,3%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada model penelitian ini.

## Pengujian Hipotesis

### Uji t

**Tabel 8**  
**Hasil Uji t**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	8.668	3.145		2.756	.007
	Proactive Service	.103	.048	.213	2.120	.037
	People	.175	.059	.303	2.976	.004
	Physical evidence	.129	.055	.225	2.345	.021

Sumber: Data Sekunder (diolah), 2022

Tabel 8 menunjukkan bahwa hasil pengujian hipotesis penelitian dijelaskan sebagai berikut : 1) Nilai *sig* untuk pengaruh *proactive service* ( $X_1$ ) terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar  $0,037 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 2,120 > 1,986 t_{tabel}$ . Maka dapat disimpulkan bahwa *proactive services* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. 2) Nilai *sig* untuk pengaruh *people* ( $X_2$ ) terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar  $0,004 < 0,05$  dan  $t_{hitung} 2,976 > 1,986 t_{tabel}$ . Maka dapat disimpulkan bahwa *people* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. 3) Nilai *sig* untuk pengaruh *physical evidence* ( $X_3$ ) terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar  $0,021 < 0,05$  dan  $t_{hitung} 2,345 > 1,986 t_{tabel}$ . Maka dapat disimpulkan bahwa *physical evidence* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Proactive Services terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian berdasarkan analisis data yang telah diuji dalam penelitian tersebut diatas, hasil t pada variabel *proactive services* dengan nilai t sebesar 2,120 dan hasil signifikan 0,037, maka  $\alpha < 0,05$ . Sehingga variabel *proactive services* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Bateman dan Crant (1993) menyatakan bahwa Perilaku *proactive* (proaktif) dapat didefinisikan sebagai perilaku yang tidak didesak oleh kondisi atau seseorang yang dapat merubah keadaan lingkungan, sehingga individu yang memiliki sifat proaktif dapat mengetahui peluang yang ada dan melakukan tindakan yang sesuai atas peluang tersebut

Berdasarkan hasil uji pada penelitian ini konsisten dengan hasil uji penelitian yang dilakukan oleh Danny Kurniawan (2019) yang menyatakan bahwa variabel *proactive services* memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah KUR BNI KCP Ciamis. Dan Sudjnan, Sukimin, Dwi Jayanti (2015) juga menyatakan bahwa variabel *proactive services* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah di KUR BRI Balikpapan.

### Pengaruh People terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian berdasarkan analisis data yang telah diuji dalam penelitian tersebut diatas, hasil uji t pada variabel *people* dengan nilai t sebesar 2,976 dan hasil signifikan 0,004, berarti  $\alpha < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *people* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di salah satu bank swasta di Surabaya (Bank BA).

*People* atau orang dalam bauran pemasaran jasa meliputi orang-orang yang terlibat dalam kegiatan jasa atau terlibat langsung dalam kegiatan aktivitas suatu perusahaan serta orang yang mempunyai peranan penting dalam suatu perusahaan.

Berdasarkan hasil uji pada penelitian ini konsisten dengan hasil uji penelitian yang dilakukan oleh Sigit Sanjaya (2018) menyatakan bahwa variabel *people* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Y. Rahmat Akbar, Irsyadi Zain & Putri Nuraini (2019) juga menyatakan bahwa variabel *people* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

### **Pengaruh *Physical evidence* terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil penelitian berdasarkan analisis data yang telah diuji dalam penelitian tersebut diatas, hasil t pada variabel *physical evidence* dengan nilai t sebesar 2,345 dan nilai signifikansi sebesar 0,024. Maka  $\alpha < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *physical evidence* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di salah satu bank swasta di Surabaya (bank BCA)

*Physical evidence* (Bukti fisik) merupakan sarana fisik, lingkungan dimana ketika perusahaan melakukan penyampaian jasa kepada konsumen dan komponen lainnya yang memfasilitasi penampilan jasa yang ditawarkan (Zeitmal & Bitner).

Berdasarkan hasil uji penelitian ini konsisten dengan hasil uji penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Ivan (2018) yaitu menyatakan bahwa *physical evidence* atau bukti fisik memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial dan simultan. Ida Farida, Achmad Tarmizi & Yogi November (2016) juga menyatakan bahwa variabel *physical evidence* memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan terkait “Pengaruh *Proactive Services*, *People* dan *Physical Evidence* Terhadap Kepuasan Nasabah di Salah Satu Bank Swasta di Surabaya. Maka dapat disimpulkan bahwa : (1) Variabel *Proactive Services* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel *proactive services* dapat sebagai faktor penentu dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Jika variabel *proactive service* pada salah satu bank swasta di Surabaya ditingkatkan, maka tingkat kepuasan nasabah akan meningkat. (2) Variabel *People* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel *people* dapat sebagai faktor penentu dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Jika variabel *people* pada salah satu bank swasta di Surabaya ditingkatkan, maka kepuasan nasabah akan mengalami peningkatan. (3) Variabel *Physical Evidence* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel *physical evidence* dapat sebagai faktor penentu dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Jika variabel *physical evidence* pada salah satu bank swasta di Surabaya di tingkatkan, maka kepuasan nasabah akan mengalami peningkatan.

### **Keterbatasan**

Penelitian yang telah dilakukan ini, masih terdapat keterbatasan penelitian yaitu : (1) Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan hanya sebanyak 3 variabel bebas yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu *proactive services*, *people* dan *physical evidence*. (2) Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 92 responden.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disampaikan beberapa saran yang memungkinkan dapat membangun salah satu bank swasta di Surabaya menjadi lebih baik, yaitu : (1) Bagi manajemen salah satu bank swasta di Surabaya, sebaiknya dapat meningkatkan sikap *proactive services* terhadap nasabah. Karena nasabah akan lebih merasa puas ketika karyawan atau perusahaan sigap dan bersikap proaktif terhadap nasabahnya. Semakin tinggi tingkat variabel *proactive services* maka semakin tinggi

juga tingkat kepuasan nasabah. (2) Bagi manajemen salah satu bank swasta di Surabaya, bank tersebut dapat meningkatkan variabel *people* ketika berhadapan dengan nasabah. Nasabah merasa puas jika *people* dalam perusahaan tersebut memiliki kerapihan, keramahan, kecekatan dll. Semakin tinggi tingkat variabel *people* maka semakin tinggi juga tingkat kepuasan nasabah. (3) Bagi manajemen salah satu bank swasta di Surabaya, bank tersebut dapat meningkatkan variabel *physical evidence* pada perusahaan, seperti ketersediaan toilet, kerapihan dan kenyamanan di dalam atau di luar ruangan, ketersediaan brosur, dll. Semakin tinggi tingkat variabel *physical evidence* maka semakin tinggi juga tingkat kepuasan nasabah. (4) Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya penelitian ini dapat dikembangkan lebih baik dengan menambah variabel-variabel bebas yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah

## DAFTAR PUSTAKA

- Fahrevi, S. 2018. Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Shopee.co.id. Surabaya: *Skripsi Manajemen Stiesia*: Tidak Diterbitkan.
- Iffan, M., R. D. Santy, dan R. Radianswara. 2018. Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Santika Bandung. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen VIII*(2): 1-14
- Karinto, S., M. Z. Arifin, dan K. Fadhli. 2021. Pengaruh *People, Process, dan Physical evidence* Terhadap Kepuasan Konsumen di Masa Pandemi ( Studi Kasus di Cafe Jangkar Mojoagung). *Journal of Education and Management Studies* 4(5): 7-14
- Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran. Edisi Mileinium*. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta
- Kurniawan, D. 2019. Pengaruh Proactive Service, People, Dan Physical Evidence Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Usaha Rakyat (KUR). *Jurnal Ilmu Manajemen* 6(2): 1-5
- Sanjaya, S. dan N. Pratiwi. 2018. Pengaruh People, Process, Dan Physical Evidence Terhadap Kepuasan Atas Pelayanan Pada Perbankan Syariah Di Kota Padang. *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan* 3(2): 1-9
- Sari, I. dan T. E. Medani. 2018. Harga dan *Physical Evidence* Terhadap Kepuasan Pelanggan Upnormal. *Jurnal LPP Munindra* 10(2): 1-7
- Setianto, D., N. Hidayatullah, dan A. Sudrajat. 2020. Pengaruh *People, Process, dan Physical Evidence* Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Kereta *Commuter* Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi (JEBA)* 22(2): 1-11
- Setio, S. 2020. Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Customer Hotel Amaris Darmo Surabaya. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* 4(3): 396-420.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, R & D*. CV Alfabeta. Bandung
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta. Bandung
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta. Bandung
- Suliyanto. 2018. *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Andi Offset. Yogyakarta
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset. Yogyakarta
- Tjiptono, F. dan G. Chandra. (2016). *Service, Quality, & Satisfaction Edisi 4*. CV Andi Offset. Yogyakarta
- Widodo. (2018). *Metodologi Penelitian Populer & Praktis*. PT RajaGrafindo Persada. Jakarta
- Yazid. (2001). *Pemasaran Jasa Konsep dan Impementasi*. Ekonisia. Yogyakarta
- Yeung, T. M., S. C. McCain, J. C. Lolli, dan B. Larson. 2021. The Influence of Background Sounds, Physical Sounds, and Managers' Proactive Customer Service Regarding Situational Sounds on Customer Satisfaction in the Restaurant Industry. *Journal of Small Business Strategy* 31(5): 1-11