

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT BPR KEPRI BATAM

Rezky Juwanda<sup>1</sup>, Raymond<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

<sup>2</sup>Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam  
email: pb170610045@upbatam.ac.id

## ABSTRACT

*Financial institutions that only accept deposits in the form of savings or time deposits are then channeled back through a system of investment credit loans, worked capital loans and trade credits. For this reason, every bank can attract customers at various way, one of which are the good service quality. A very important factor is about the quality of service because the quality of service can attract customers with the products offered. These studies aims determining the effect of Service Quality and Corporate Image on Customer Satisfaction at PT BPR Kepri Batam. This researches designed using researches designed and quantitative causality research methods. Data collection techniques by distributing questionnaires to 165 customers of PT BPR Kepri Batam. The data analys technique using analysis of validities, reliabilities, normalities, multicollinearities, heteroscedasticities, linear regression analys, t test and F test through the SPSS version 23 application. The results of these studies are indicated that Service Quality (X1), Company Image (X2) partially and simultaneously significant effect on Customer Satisfaction (Y). The coefficients of determination test results show that Service Quality (X1), Corporate Image (X2) are 87.6 percent, while the remaining 12.4 percent is influenced by other variables not examined in this study.*

**Keywords:** *Company Image; Customer Satisfaction; and Service Quality.*

## PENDAHULUAN

Perekonomian dunia saat ini sangat dinamis dan kompleks hal ini memberikan dampak yang sangat pesat terhadap pertumbuhan pada ekonomi di Indonesia. Hal tersebut dapat diperhatikan dari kualitas perbankan yang semakin terus meningkat serta berbagai macam produk dan fasilitas yang di tawarkan oleh pihak bank. Setiap bank pasti akan bersaing menarik nasabah dengan memberikan layanan yang baik, *rate* bunga, serta produk yang diinginkan nasabah. Suatu lembaga keuangan ataupun badan usaha yang biasanya disebut dengan perbankan memiliki tugas yakni memadukan sumber dana yang bersumber dari masyarakat berbentuk tabungan, giro,

hingga deposito berjangka. Dengan menghimpun dana dari masyarakat, bank menjamin rasa aman terhadap uangnya masyarakat itu serta memerikan bayaran bunga atas dana itu. Selanjutnya dana disalurkan kembali ke masyarakat luas dengan bentuk pemberian kredit ataupun pinjaman bagi masyarakat yang sedang membutuhkan.

Lembaga keuangan hanya menyimpan didalam berbentuk tabungan ataupun deposito yang mempunyai jangka waktu selanjutnya dana disalurkan kembali dengan sistem pinjaman berbentuk kredit untuk berinvestasi, kredit untuk modal kerja serta kredit perdagangan biasanya dapat kita sebut dengan Bank Perkreditan Rakyat. Perkreditan Rakyat memiliki

tujuan utama ialah memberikan pelayanan pada para usaha mikro, sedang dan juga menengah serta untuk masyarakat sekitar. Untuk itu setiap perbankan dapat menarik nasabah dengan berbagai cara, salah satunya yakni dengan memaksimalkan kualitas pelayanannya. Faktor sangat penting yaitu tentang kualitas pelayanan karena kualitas pelayanan dapat menarik nasabah dengan produk yang ditawarkan.

Ketika bank melayani nasabah dengan etika dan pelayanan yang berkualitas baik maka bank akan mendapatkan kepuasan dari nasabah. Salah satu bentuk pada penilaian kualitas pelayanan yaitu terhadap tingkat layanan yang telah diberikan ke masyarakat dari perusahaan tertentu. Jika memaksimalkan kualitas pelayanannya tentunya akan lahir rasa puasnya yang di rasakan oleh nasabah. Kepuasan merupakan perasaan yang timbul dari ekspektasi

seseorang baik itu kecewa ataupun senang. Suatu bank akan berusaha menemukan langkah supaya memaksimalkan kepuasannya nasabah atas pemerian layanannya (Rastini, 2016: 707).

PT BPR Kepri Batam didirikan mulai 30 Agustus 2008 berdasar akta No. 66 25 Juni 2008 oleh Notaris Maria Anastasia Halim, SH. BPR Kepri Batam ini beralamat di Komp. Ruko Rafflesia Business Centre G No.1 Kota Batam, Provinsi Kepulauan Riau. Penganggaran dasar Perusahaannya sudah diterima. BPR Kepri Batam merupakan suatu bank perkreditan rakyat yang siap melayani nasabah dengan baik. Adapun beberapa produk jasa yang ada di BPR Kepri Batam yaitu deposito, tabungan, kredit multi guna, kredit modal kerja serta kredit kepemilikan rumah. Berikut ditampilkan data hasil publikasi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) periode 2018-2020 terkait total kredit yang tersalurkan beserta dana yang terhimpun oleh BPR Kepri Batam.

**Tabel 1.** Total kredit yang tersalurkan dan Dana yang terhimpun BPR Kepri Batam Tahun 2018-2020

Tahun	Total Kredit yang disalurkan	Dana yang dihimpun
2018	91,666,998	120,555,303
2019	92,849,257	121,112,691
2020	87,835,765	118,413,775

(Sumber: Laporan Publikasi PT BPR Kepri Batam ke OJK, 2021)

Disamping itu BPR Kepri Batam memiliki tujuan yaitu memahami dan melayani beragam kebutuhan nasabah, namun masih dapat kekurangan dari segi kualitas pelayanannya. Pada bagian operasional di bagian *teller* terdapat complain beserta keluhan nasabah yaitu petugas *teller* yang sedikit tidak menghormati nasabah, saat ada nasabah yang datang *teller* hanya melakukan kesibukan sendiri walaupun nasabah sudah berdiri dihadapannya, tidak cepat tanggap saat nasabah datang untuk sekedar menanyakan informasi ataupun bertransaksi. Kurangnya tingkat keramahan petugas *teller* mengakibatkan menurunnya tingkat

kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan.

Ketika ada produk jasa perbankan yang baru maupun yang kurang di mengerti nasabah, sikap *customer service* yang kurang merespon dan kurangnya penjelasan produk jasa perbankan mengakibatkan kurang baiknya kualitas pelayanan yang diberikan. Selain itu, terdapat keluhan-keluhan dari nasabah seperti pada bagian *back-office* yaitu bagian marketing, kurangnya inisiatif terhadap nasabah yang datang ke bank serta kurangnya interaksi marketing terhadap nasabah yang mengakibatkan menurunnya tingkatan kepuasannya

nasabah terhadap kualitas pelayanannya yang diberikan padanya.

Karena komplain serta keluhan dari nasabah yang berdatangan yang diakibatkan dari layanan jasanya yang bosan, karyawannya yang tak bisa menanggapi pertanyaan yang dilayangkan dengan cepat serta tepat, ataupun nasabah menunggu lama untuk mendapati pelayanannya, tentunya

nasabah berpikir kembali untuk bertransaksi dibank itu. Hal ini membuat citra perusahaannya terlihat buruk. Bila citra perusahaannya makin baik tentunya makin tinggi pula tingkatan kepuasan nasabahnya. Berikut ditampilkan data komplain nasabah yang terus meningkat pada periode September 2020 sampai dengan Februari 2021 yang diperoleh dari BPR Kepri Batam:

**Tabel 2.** Data total komplain nasabah BPR Kepri Batam Periode September 2020 - Februari 2021

Tahun	Total Kredit yang disalurkan	Dana yang dihimpun
2018	91,666,998	120,555,303
2019	92,849,257	121,112,691
2020	87,835,765	118,413,775

(Sumber: BPR Kepri Batam, 2021)

Berdasar tabel 2. dapat dilihat bahwa terdapat tingkatan komplain nasabah pada bulan September 2020 sampai Februari 2021 yang berbeda-beda disetiap bulannya. Komplain nasabah yang didapati bersumber dari ketidakpuasan nasabah terhadap bank. Nasabah tidak puas akibat lambatnya responsif petugas bank terhadap mereka. Oleh karena itu, kualitas pelayanan nasabah akan berkurang dikarenakan adanya kelemahan didalam pelayanan yang menyebabkan ketidakpuasan nasabah terhadap bank. Sehingga nasabah akan kehilangan rasa kepercayaan serta rasa nyaman. Serta akan mengakibatkan nasabah beralih pada perbankan lainnya serta secara spontan citra perusahaan akan menurun.

Guna meningkatkan Kepuasan Nasabah PT BPR Kepri Batam yang

maksimum, maka masih perlu adanya peningkatan kualitas pelayanan serta kepuasan terhadap nasabah. Dengan melalui kualitas pelayanan yang nyata maka kualitas pelayanan PT BPR Kepri Batam dapat meningkat, berkemampuan dan kendalan guna menciptakan pelayanan yang terpercaya serta kesanggupan untuk mendukung dan menyediakan pelayanan secara cepat dan juga tepat terhadap keinginan nasabah. Dalam meyakinkan kepercayaan nasabah perlu adanya keramahan serta sopan santun, dan bersikap tegas tetapi penuh perhatian dari petugas bank terhadap nasabah. Berikut data nasabah aktif pada September 2020 sampai Februari 2021 di peroleh dari PT BPR Kepri Batam.

**Tabel 3.** Data Nasabah Aktif BPR Kepri Batam Periode September 2020 - Februari 2021

No	Periode	Nasabah Aktif
1	September 2020	47 Nasabah
2	Oktober 2020	50 Nasabah
3	November 2020	56 Nasabah
4	Desember 2020	41 Nasabah
5	Januari 2021	46 Nasabah
6	Februari 2021	40 Nasabah
Total Nasabah		280 Nasabah

(Sumber: BPR Kepri Batam, 2021)

Dapat dilihat pada tabel 3. nasabah yang aktif pada periode september 2020 sampai Februari 2021 memiliki perkembangan yang berbeda-beda disetiap bulannya. Hal ini diakibatkan oleh kualitas pelayanannya yang buruk lalu memengaruhi kepuasan nasabahnya.

Sebab begitu pentingnya permasalahannya, serta demi memperbaiki keadaan yang sudah dijelaskan, dilangsungkanlah penelitian terkait "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah PT BPR Kepri Batam".

## KAJIAN TEORI

### 2.1 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yakni sebagai sarana penilaian nasabah kepada pelayanan di terima pada tingkat harapan. Supaya perusahaan bisa mengejar dan bersaing pada perekonomian sekarang maka dituntut untuk selalu memberikan kualitas layanan yang berkualitas, dengan begini nasabah mendapatkan suatu rasa kepuasan diri dengan pelayanan yang didapatkan dan nasabah menjadi nasabah yang setia (Putra, Sumowo, & Anwar, 2017: 101).

Dari uraian teori diatas, ditarik kesimpulan kualitas pelayanan yakni pengupayaan didalam mencukupi kebutuhannya ataupun keinginannya nasabah serta tepatnya didalam mengimbangi harapan nasabahnya, sesuai antara penerimaan pelayanan dengan harapan pelayanannya nasabahnya ialah kesamaan antara pemberian layanannya dengan iming-iming pelayanannya.

Kompensasi yakni peranan penting bagi manajemen sumber daya manusia. Kompensasi begitu penting untuk karyawan maupun pengusaha, karena kompensasi ialah sumber pendapatan

bagi karyawan dan keluarganya (Hamali, 2016: 78). Kompensasi yakni pendistribusian pada karyawan dengan membayar sebagai imbalan atas pekerjaan yang dilangsungkan dan sebagai stimulus untuk kelangsungan aktivitasnya dimasa depan (Siregar, 2019: 2).

Kompensasi yakni keseluruhan imbal jasa mencakup uang dan barang ataupun kesenangan yang didistribusikan perusahaan pada karyawannya atas segala hal yang dikerjakan untuk perusahaan (Dwiarti & Wibowo, 2018: 161). Kompensasi yakni segalanya didistribusikan perusahaan mencakup uang atau barang sebagai imbal jasa atas kekuatan yang diberikan karyawan untuk organisasi (Suhardi, 2019: 33).

Kualitas pelayanan mempunyai indikator-indikator utama (Aswad et al., 2018: 79) yaitu:

1. Reabilitas (*Reability*)
2. Jaminan (*Assurance*)
3. Empati (*Empathy*)
4. Daya tanggap (*Responsiveness*)
5. Bukti fisik (*Tangibles*)

### 2.2 Citra Perusahaan

Positifnya citra perusahaannya didapati melewati opininya, tanggapannya, serta keinginannya yang oleh masyarakat luas pada perusahaannya (Subagja & Susanto, 2019: 74). Citra perusahaan yakni kesan yang didapati konsumen berdasar pemahamannya atas pengetahuannya yang dimilikinya terkait perusahaannya (Subagiyo, 2019: 281). Citra memaparkan kesannya atas obyek terhadap obyek lainnya yang lahir dengan serangkaian prosesi informasi tiap waktu dari beragam sumber yang bisa dipercaya (Safitri et al., 2016: 93).

Dari uraian teori diatas, ditarik kesimpulan bahwa citra perusahaan yakni pengevaluasian yang bersumber dari individu maupun organisasinya berdasar pengertiannya dan pemahamannya atas respon yang sudah

diolah, diorganisasikannya dan disimpan kedalam benak konsumennya.

Citra perusahaan diukur melalui 3 indikator (Safitri, 2016: 95) yaitu:

1. Reputasi perusahaannya
2. *Physical image*
3. *Public relation*

### 2.3 Kepuasan Nasabah

Kepuasan pelanggan itu berasal dari perasaan senang atau tidaknya seseorang terhadap kesan kemampuan produk actual dengan ekspektasinya (Aswad et al., 2018: 79). Kepuasan adalah suatu dampak nyata ketika diterimanya kualitas dari pelayanan sesuai ekspektasi harapan nasabah (Novita, Rahmat, & Rina, 2019: 2). Kepuasan nasabah ialah sikap yang positif yang muncul akibat adanya pengalaman yang dilalui nasabahnya yang sudah memperoleh produk ataupun layanan (Kamilullah et al., 2018: 2662).

Dari uraian teori diatas, ditarik kesimpulan bahwa kepuasan nasabah yakni merupakan aspek penting yang diharuskan dimiliki perusahaannya. Hal ini mengenai tanggapan atas ketidakcocokan diantara keperluan sebelumnya yang didapati sesudah penggunaan produk/jasanya.

Adapun beberapa dimensi yang memengaruhi kepuasan nasabah (Sari et al., 2019: 26) yaitu:

1. Produknya
2. Harganya
3. Promosinya
4. Lokasinya
5. Pelayanannya
6. Fasilitasnya
7. Suasannya

### 2.4 Penelitian Terdahulu

Uraian penelitian terdahulu relevan dengan judul ialah:

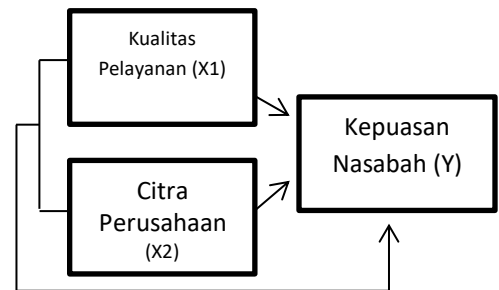
1. (Finnora, 2017) berjudul Pengaruh Kualitas Layanannya Dan Citra Perusahaannya Terhadap Kepuasan Nasabahnya. Hasilnya Kualitas layanannya dan citra perusahaannya diduga bisa mendorong peningkatan kepuasan nasabahnya.
2. (Pratama, 2018) berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanannya Dan Citra

Perusahaannya Terhadap Kepuasan Konsumennya Di RSUD Lawang. Hasilnya Kualitas pelayanannya dan citra perusahaannya memengaruhi kepuasan konsumennya.

3. (Herlanies, 2019) berjudul Pengaruh Kualitas Layanannya, Kepuasan Nasabahnya Dan Citra Perusahaannya Terhadap Loyalitas Nasabahnya PT BCA Tbk Kantor Cabang Pondok Gede Plaza. Hasilnya Kualitas Layanannya, kepuasan pelanggannya dan citra perusahaannya memengaruhi kelayaitasan pelanggannya.
4. (Syaifullah & Mira, 2018) berjudul Pengaruh Citra Mereknya Dan Kualitas Pelayanannya Terhadap Kepuasan Nasabahnya PT Pegadaian (Persero) Batam. Hasilnya Citra mereknya dan kualitas layanannya memengaruhi kepuasan pelanggannya.
5. (Budianto, 2018) berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanannya Dan Citra Perusahaannya Terhadap Loyalitas Nasabahnya Pada AJB Bumiputera. Hasilnya kualitas pelayanannya dan citra perusahaannya memengaruhi kelayaitasan nasabahnya.

### 2.5 Kerangka Pemikiran

Berikut kerangka pemikirannya yakni:



**Gambar 1.** Kerangka Pemikiran (Sumber: Peneliti, 2021)

### 2.6 Hipotesis

Jabaran hipotesa penelitian ini yakni:

- H1: Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT BPR Kepri Batam.
- H2: Citra Perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap

Kepuasan Nasabah PT BPR Kepri Batam.

H3: Kualitas Pelayanan, dan Citra Perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT BPR Kepri Batam.

## METODE PENELITIAN

Desain penelitian ini memilih pada variabel yang akan diangkat pada penelitian. dimana X1 yakni kualitas pelayanan, X2 yakni citra perusahaan dan Y yakni kepuasan nasabah. Peneliti bermaksud ingin mengevaluasi pengaruh kualitas pelayanannya dan citra perusahaannya terhadap kepuasan nasabahnya PT BPR Kepri Batam.

Jenis penelitian berpedoman serta tahapan didalam prosesi penelitian sebagai acuannya dengan maksud memaksimalkan teknik tertentu (Sujarweni, 2015: 71). Metodenya kuantitatif yakni mendefinisikan penyebab serta akibatnya didalam mengolah data, penelitiannya ini survei, penulias mendefinisikan terkait pengaruh kualitas pelayanannya dan citra perusahaannya terhadap kepuasan nasabahnya PT BPR Kepri Batam.

Penelitian ini bersifat replikasi yakni ditekiti ulang dari beberapa

penelitian terdahulu namun dengan lokasi, variabel, dan obyek yang berbeda. Populasi didalam penelitian ini ialah 280 nasabah PT BPR Kepri Batam.

Sampel penelitian ini menggarap teknik *nonprobability sampling* dengan mengaplikasikan rumus slovin. Jadi total sampel penelitiannya ini ialah 165 responden.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Pofil Responden

Membagikan kuesioner bagi peneliti untuk menghasilkan data penelitian kepada nasabah PT BPR Kepri Batam. Banyaknya kuesioner yang didapatkan sesuai dengan jumlah kuesioner yang dibagikan yaitu berjumlah 165 buah. Kuesioner yang sudah diisi dan dikumpulkan, peneliti mendapatkan data profil responden berdasarkan jenis kelaminnya, usianya, pendidikan terakhirnya dan lama menjadi nasabahnya. Hal ini berfungsi memerikan keterangan atas profil responden yang diambil peneliti sebagai sampel.

### 4.2 Hasil Uji Validitas

Bila  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  dinyatakan valid, sebaliknya dinyatakan tidak valid jika

$r_{hitung} \leq r_{tabel}$ .

**Tabel 1.** Hasil Uji Kualitas Pelayanan (X1)

Item	( $r_{hitung}$ )	$r_{tabel}$	Keterangan
X1.1	.419	.152	Valid
X1.2	.448	.152	
X1.3	.813	.152	
X1.4	.906	.152	
X1.5	.891	.152	
X1.6	.639	.152	
X1.7	.687	.152	
X1.8	.906	.152	
X1.9	.687	.152	
X1.10	.681	.152	

(Sumber: SPSS 25, 2021)

**Tabel 2.** Hasil Uji Citra Perusahaan (X2)

Item	( <i>r</i> hitung)	<i>r</i> tabel	Keterangan
X2.1	.741	.152	Valid
X2.2	.515	.152	
X2.3	.724	.152	
X2.4	.683	.152	
X2.5	.746	.152	
X2.6	.741	.152	

(Sumber: SPSS 25, 2021)

**Tabel 3.** Hasil Uji Kepuasan Nasabah (Y)

Item	( <i>r</i> hitung)	<i>r</i> tabel	Keterangan
Y.1	.870	.152	Valid
Y.2	.787	.152	
Y.3	.870	.152	
Y.4	.551	.152	
Y.5	.795	.152	
Y.6	.721	.152	

(Sumber: SPSS 25, 2021)

Sesuai perolehan diatas, setelah melalui pengujian validitas data, peneliti melihat untuk keseluruhan pernyataan yang dipergunakan didalam pengukuran kualitas pelayanan, citra perusahaan dan

kepuasan nasabah memperlihatkan hasil melebihi *r* tabel yakni 0,152. Maka keseluruhan pernyataan untuk kuesioner dinyatakan valid.

#### 4.3 Hasil Uji Reabilitas

**Tabel 4.** Reliability Statistics

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kriteria	Ket
Kualitas Pelayanan	.890	0,60	Reliabel
Citra Perusahaan	.784		
Kepuasan Nasabah	.860		

(Sumber: Output SPSS 25, 2021)

Hasil dari pengolahan data diatas, setelah melalui pengujian realibilitas menunjukkan *Cronbach Alpha* tiap variabel dalam pengujiannya sudah melebihi 0,60. Kualitas pelayanan, citra

perusahaan dan kepuasan nasabah secara berturut-turut yakni 0,890, 0,784, 0,860. Maka, data yang diuji reliabel dan bisa dilanjutkan ke pengujian berikutnya.

#### 4.4 Hasil Uji Normalitas

**Tabel 5.** Hasil Uji Normalitas

		<i>Ustd. Res.</i>
<i>N</i>		165
<i>Normal Parameters<sup>a,b</sup></i>	<i>Me</i>	.0000000
	<i>Std. Dev</i>	1.22895458
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.050
	<i>Positive</i>	.050
	<i>Negative</i>	-.048
<i>Test Statistic</i>		.050
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.200 <sup>c,d</sup>

(Sumber: SPSS 25, 2021)

Pada uji *Kolmogorov-Smirnov* disebutkan berdistribusi tidak normal jika perolehan  $\text{sig} < 0,05$  dan data sesuai

tabel 5. perolehan signya yakni 0,200 dan nilai itu berada melebihi 0,05 dan data dinyatakan berdistribusi normal.

#### 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas

**Tabel 6.** Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics		Ket
		Tolerance	VIF	
1	Kualitas Pelayanan	.417	2.398	Tidak Terjadi Multikolinearitas
	Citra Perusahaan	.417	2.398	

(Sumber: SPSS 25, 2021)

Sesuai tabel 6. antara variabel tidak terjadinya multikolinearitas dikarenakan perolehan VIF untuk kualitas pelayanan dan citra perusahaan

sebesar 2.398. Perolehan *tolerance* keseluruhan variabel > 0,10, yakni kualitas pelayanan dan citra perusahaan yakni 0,417.

#### 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 7.** Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Ustd. Coeff		Std.Coeff Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	-.994	.787		
	Kualitas Pelayanan	.453	.027	.707	16.511
	Citra Perusahaan	.304	.047	.278	6.492

(Sumber: SPSS 25, 2021)

Berdasar perolehan, data tak mengalami gejala heteroskedastisitas karena besaran signifikansinya kualitas

pelayanannya dan citra perusahaannya yakni 0,000 yang mana nilainya < 0,05.

#### 4.7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

**Tabel 8.** Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Ustd. Coeff		Std.Coeff Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	-.994	.787		
	Kualitas Pelayanan	.453	.027	.707	16.511
	Citra Perusahaan	.304	.047	.278	6.492

(Sumber: SPSS 25, 2021)

Analisis regresi linear berganda secara individual yang berguna untuk menentukan besaran nilai variabel dari persamaan regresinya, bisa diidentifikasi berikut :

1. Konstanta bernilai -0.994. Jika kualitas pelayanan (X1), dan citra perusahaan (X2) nilainya nol, maka kepuasan nasabah (Y) bernilai -0.994. Artinya jika kepuasan nasabahnya bernilai -0.994 artinya tidak ada penambahan yang terjadi pada kualitas pelayanannya dan citra perusahaannya.

2. Kualitas pelayanan (X1) bernilai 0,453 atau 45,3% berarti kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan nasabahnya. Jika kualitas pelayanannya naik 1% maka kepuasan nasabahnya juga naik 0 45,3%.

3. Citra perusahaan (X2) bernilai 0,304 atau 30,4% berarti citra perusahaannya memengaruhi kepuasan nasabahnya. Jika citra perusahaannya naik 1% maka kepuasan nasabahnya juga naik 30,4%.



#### 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)

**Tabel 9.** Hasil Analisis Determinasi (R2)

Model	R	<i>Rsquare</i>	<i>Adjusted Rsquare</i>	<i>Std. Error</i>
1	.936 <sup>a</sup>	.876	.875	1.237

(Sumber: SPSS 25, 2021)

Berdasar uji R2 kualitas pelayanan (Y) sebesar 87,6 % sedangkan sisanya (X1), dan citra perusahaan (X2) memiliki 12,4% dipengaruhi faktor eksternal yang hubungan terhadap kepuasan nasabah tidak diteliti didalam penelitian ini.

#### 4.9 Hasil Uji T

**Tabel 10.** Hasil Uji-t

Model	<i>Ustd. Coeff</i>	<i>Std. Coeff Beta</i>	t	Sig.
	B	<i>Std. Error</i>		
1 <i>(Constant)</i>	-.994	.787	-1.263	.208
Kualitas Pelayanan	.453	.027	.707	.000
Citra Perusahaan	.304	.047	.278	6.492

(Sumber: SPSS 25, 2021)

- Berdasar tabel 10, hasil uji t yakni:
1. Kualitas pelayanan (X1), t hitung < t tabel (16,511 > 1,975) dan signifikansinya (0,000 < 0,05) disimpulkan secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabahnya.
  2. Citra perusahaan (X2), t hitung < t tabel (6,492 > 1,975) dan nilai signifikansinya (0,000 < 0,05) disimpulkan secara parsial citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabahnya.

#### 4.10 Hasil Uji F

**Tabel 11.** Hasil Uji-F

Model	<i>Sum of Squares</i>	df	<i>Meansquare</i>	F	Sig.
1 Regression	1754.209	2	877.105	573.655	.000 <sup>b</sup>
Residual	247.694	162	1.529		
Total	2001.903	164			

(Sumber: SPSS 25, 2021)

Berdasar tabel 11, kualitas pelayanan (X1), dan citra perusahaan (X2) memperoleh F hitung (573,655) > F tabel (3,05) dengan signya 0,000. Artinya secara simultan kualitas pelayanan, dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabahnya.

#### 4.10 Pembahasan

##### 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Relevan uji t dengan signya 0,000 < 0,05 membuktikan kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan nasabahnya. Koefisien kualitas pelayanannya

dinyatakan positif karna adanya pengaruhnya kualitas pelayanannya terhadap kepuasan nasabahnya. Hasilnya serupa (Nalendra, 2018) yang menunjukkan kualitas pelayanannya berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabahnya.

##### 2. Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah

Relevan uji t dengan signya 0,000 < 0,05 membuktikan citra perusahaan memengaruhi kepuasan nasabahnya. Koefisien citra perusahaan dinyatakan positif karna adanya pengaruhnya citra perusahaan terhadap kepuasan nasabahnya. Hasilnya serupa (Finnora, 2017) yang menunjukkan citra

perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabahnya.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah

Relevan uji  $f$  dengan signya  $0,000 < 0,05$  membuktikan kualitas pelayanannya dan citra perusahaannya berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Koefisien kualitas pelayanan dan citra perusahaan dinyatakan positif karna adanya pengaruhnya kualitas pelayanannya dan citra perusahaannya terhadap kepuasan nasabahnya. Hasilnya serupa (Safitri, 2016) yang menunjukkan kualitas pelayanannya dan citra perusahaannya memengaruhi kepuasan nasabahnya.

### SIMPULAN

Setelah menganalisa dan selesai melakukan pengujian data, maka bisa disimpulkan:

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT BPR Kepri Batam.
2. Citra Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT BPR Kepri Batam.
3. Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT BPR Kepri Batam.

### DAFTAR PUSTAKA

- Apryanti, P., Surya, D., & Luthfi. (2017). Analisa kualitas layanannya dan citra perusahaannya terhadap loyalitas nasabahnya dengan kepuasan nasabahnya sebagai variabel intervening (Studi Empirik Nasabah Tabungan Tandamata BJB Cabang Serang). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa*, 1(2), 160–167. <http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JRM>
- Aswad, S., Realize, & Wangdra, R. (2018). *Pengaruh Harganya Dan Kualitas Pelayanannya Terhadap Kepuasan Konsumennya Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Centre*. Vol.6 No.2, 156.
- Heryenzus, & Laia, R. (2018). Pengaruh Kompensasinya Dan Motivasinya Terhadap Kinerja Karyawannya Dengan Kepuasan Karyawannya Sebagai Variabel Intervening Pada BNI Cabang Batam. *JIM UPB*, 6(2), 12. <https://doi.org/10.3884/jimupb.v6i2.674>
- Junaida, E. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanannya Tenaga Kependidikan Terhadap Kepuasan Mahasiswanya Fakultas Ekonomi Universitas Samudra. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, Vol 7 No 1.
- Kamilulah, J., Kusanti, A., & Aryadi, H. (2018). *Analisa Pengaruh Kepercayaan, Kepuasannya, dan Reputasinya Terhadap Keloyalitas Konsumennya Online Shop Dalam Pembelian Produk di Toko XYZ*. 2(7), 2660–2669.
- Novitha, B., Rahmat, S. T. Y., & Rina, A. (2019). The Effects Of Service Quality On Customers Satisfaction At PT Multi Retalindo: West Jakarta. *RJOAS*.
- Putra, S. D., Surmowo, S., & Anwar. (2017). Pengaruh Kualitas Produknya, Kualitas Pelayanannya, Dan Harganya Terhadap Kepuasan Pelanggannya. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, Vol 3 No 1, 101.
- Rahman, A. (2019). Pengaruh Pelayanannya Terhadap Kepuasan Konsumennya Pada PT Yudha Swalayan Jakarta. *Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer*, Vol.4 No.2.