



PEMAKALAH

Jurnal Penelitian Manajemen Akuntansi Berkala Ilmiah

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT BPR SOLIDER PEMATANG SIANTAR

Mawar Jesica Sihombing¹⁾*, Darwin Lie²⁾, Efendi³⁾, Julyanthry⁴⁾

¹⁾ Program Studi Manajemen, STIE Sultan Agung, Jalan Surabaya No. 19, Kota Pematang Siantar, Sumatera Utara, 21118, Indonesia.

*E-mail: mawarsihombingaja01@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah: 1. Untuk mengetahui gambaran kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan konsumen pada PT BPR Solider Pematang Siantar. 2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan pada PT BPR Solider Pematang Siantar baik secara simultan maupun parsial. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang meminjam di PT BPR Solider Pematang Siantar yang berjumlah 34 orang. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, dokumentasi dan kuesioner. Uji instrumen penelitian yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis data terdiri dari uji normalitas, analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut: 1. Kualitas pelayanan, kepercayaan, kepuasan konsumen sudah baik. 2. Terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pada PT BPR Solider Pematang Siantar baik secara simultan maupun parsial. 3. Terdapat hubungan yang kuat dan positif antara kualitas pelayanan dan kepercayaan melalui kepuasan konsumen. 4. H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pada PT BPR Solider Pematang Siantar baik secara simultan maupun parsial.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kepuasan Konsumen

Abstract

The purposes of this study are: 1. To describe the quality of service, trust and customer satisfaction at PT BPR Solider Pematang Siantar. 2. To determine the effect of service quality and trust in PT BPR Solider Pematang Siantar either simultaneously or partially. This research uses library research design and field research. The population in this study were consumers who borrowed at PT BPR Solider Pematang Siantar, totaling 34 people. The types of data used are primary data and secondary data. Data collection techniques were carried out by interview, documentation and questionnaire. The research instrument test used is the validity test and reliability test. The data analysis technique consists of normality test, qualitative descriptive analysis and quantitative descriptive analysis. The results of this study can be concluded as follows: 1. Service quality, trust, customer satisfaction is good. 2. There is a positive influence between service quality and trust on customer satisfaction at PT BPR Solider Pematang Siantar both simultaneously and partially. 3. There is a moderately high and positive relationship between service quality and trust with customer satisfaction. H_0 is rejected, meaning that there is a positive and significant influence between service quality and trust on customer satisfaction at PT BPR Solider Pematang Siantar both simultaneously and partially.

Keywords: Service Quality, Trust, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

PT BPR Solider Pematang Siantar adalah suatu perusahaan yang bergerak dalam salah satu Bank Perkreditan Rakyat (BPR) di Pematang Siantar. BPR Solider ini adalah bank yang terkenal untuk melayani golongan pengusaha mikro, kecil dan menengah, tetapi juga menerima simpanan dari nasabah. Bank BPR Solider ini menawarkan pinjaman, tabungan, kredit dan pembiayaan. Karena tujuannya untuk membantu permodalan atau penyaluran dana bagi usaha mikro dan kecil menengah (UMKM).

Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang memiliki sikap yang positif terhadap pelayanan, setelah membandingkan kinerja yang dirasakan melalui harapannya. Adapun aspek kepuasan konsumen yaitu; kualitas produk, harga, faktor emosional dan kemudahan.

Berdasarkan hasil wawancara melalui konsumen, fenomena kepuasan konsumen pada BPR Solider masih belum optimal dilihat pada aspek harga dan faktor emosional. Pada aspek harga, suku bunga kredit yang ditawarkan relatif tinggi dibandingkan melalui bank umum lainnya, sehingga nasabah sering mengeluh. Dan aspek faktor emosional, dimana rendahnya tingkat pengendalian diri pegawai pada saat melayani nasabah sehingga menyebabkan perdebatan melalui konsumen, dikarenakan harus melampirkan agunan/jaminan.

Berdasarkan hasil wawancara melalui konsumen, fenomena kepuasan konsumen pada BPR Solider masih belum optimal dilihat pada aspek harga dan faktor emosional. Pada aspek harga, suku bunga kredit yang ditawarkan relatif tinggi dibandingkan melalui bank umum lainnya, sehingga nasabah sering mengeluh. Dan aspek faktor emosional, dimana rendahnya tingkat pengendalian diri pegawai pada saat melayani nasabah sehingga menyebabkan perdebatan melalui konsumen, dikarenakan harus melampirkan agunan/jaminan.

Berdasarkan hasil wawancara melalui konsumen, fenomena yang belum optimal terdapat pada aspek bukti fisik (*tangible*), pada fasilitas yang masih kurang memadai, seperti kurangnya unit AC menyebabkan ruangan terasa panas dan kurangnya unit komputer untuk mendukung pekerjaan. Pada aspek pada daya tanggap (*responsiveness*), dimana kecepatan pegawai dalam melayani nasabah masih kurang sehingga menyebabkan nasabah menunggu terlalu lama, hal ini sering terjadi pada saat jam makan siang berlangsung.

Faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan adalah kepercayaan. Kepercayaan merupakan koordinasi yang penting untuk mendukung perusahaan dalam persaingan pasar yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Semakin baik kesan yang diperoleh pada saat menggunakan jasa maka tingkat kepercayaan akan semakin tinggi. Hal ini didukung penelitian terdahulu (Ghantynireta, Inayatillah and Evriyenni, 2021), variabel kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Adapun aspek kepercayaan terdiri dari aspek kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*), integritas (*integrity*).

Berdasarkan hasil wawancara melalui konsumen, fenomena yang belum optimal terdapat pada aspek kemampuan (*ability*), dimana kurang kemampuan pegawai dalam menyikapi permasalahan nasabah, karena pembayaran nasabah sering menunggak sehingga pimpinan turun tangan ke lapangan untuk menyelesaikan persoalan tersebut. selain itu pada aspek kebaikan hati (*benevolence*), dimana kurangnya tingkat keramahan pegawai pada saat melayani nasabah yang akan meminjam.

Dari penjabaran tersebut dilihat adanya masalah antara ekspektasi dan kenyataan serta dukungan teori mengenai kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan konsumen di BPR Solider Pematang Siantar, yang membuat penulis terdorong melakukan penelitian ini.

LANDASAN TEORI

Manajemen

Menurut (Sulastri, 2014), mengemukakan bahwa manajemen menjadi suatu bidang pengetahuan (ilmu) yang secara sistematis berusaha memahami mengapa dan bagaimana orang yang bekerja sama.

Manajemen Pemasaran

Menurut (Zainurossalamia, 2020), manajemen pemasaran adalah kunci kelangsungan bisnis organisasi tersebut melalui menjalankan fungsinya sebagai proses pelaksanaan, dan penetapan seluruh aspek dalam pemasaran.

Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Armstrong dalam (Indrasari, 2019), kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung.

Kepercayaan

Menurut (Utami, Handayani and Pusporini, 2019), kepercayaan adalah kekuatan bahwa suatu produk memiliki atribut tertentu. Kepercayaan itu sering disebut perkaitan objek-atribut (*objecy-atribut linkage*), yaitu kepercayaan konsumen tentang kemungkinan adanya hubungan antara sebuah objek melalui atributnya yang relevan.

Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dalam (Butarbutar *et al.*, 2021), kepuasan konsumen adalah tingkat keadaan yang dirasakan seseorang yang merupakan hasil dari membandingkan penampilan atau *outcome* produk yang dirasakan dalam hubungannya melalui harapan seseorang.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian (Ayuningtyas and Siregar, 2021), yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Melalui adanya kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Jika kualitas pelayanan diberikan sesuai

kebutuhan dan keinginan konsumen maka harapan konsumen akan terpenuhi.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen

Kepercayaan tercipta dari rasa senang dan nyaman saat konsumen menggunakan jasa tersebut. Hal ini didukung melalui penelitian terdahulu (Ghantynireta, Inayatillah and Evriyenni, 2021), variabel kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian (Ayuningtyas and Siregar, 2021) dan (Ghantynireta, Inayatillah and Evriyenni, 2021). Melalui kualitas pelayanan yang baik dan kepercayaan diciptakan perusahaan kepada konsumen akan membangun bobot positif bagi perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu, kualitas pelayanan dan kepercayaan yang dirasakan konsumen berpengaruh kepada kepuasan konsumen.

METODE

Tempat penelitian yang dilakukan di PT BPR Solider Pematang Siantar, yang berlokasi di Jl. Sisingamangaraja, Kahean, No.85K Pematang Siantar. Telp: 0622 (431559), Fax: 0622 (435678). nasabah yang meminjam pada BPR Solider Pematang Siantar pada bulan periode Mei-Juni sebanyak 34 orang. Pengumpulan data dilakukan melalui metode wawancara, dokumentasi dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan yakni uji normalitas, analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Hasil data yang diperoleh penulis dari lapangan dianalisis secara deskriptif kualitatif serta deskriptif kuantitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif Kualitatif

Melalui menggunakan rumus berikut, kelas interval memiliki taraf untuk menentukan bobot rata-rata tanggapan responden sebagai berikut:

Tabel 1
Bobot Interval dan Kategori Taraf respon Responden

Bobot Interval	Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kepuasan Konsumen
4,21 – 5,00	Sangat Baik (SB)
3,41 – 4,20	Baik (B)
2,61 – 3,40	Cukup Baik (CB)
1,81 – 2,60	Tidak Baik (TB)
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik (STB)

Sumber: hasil pengolahan data (2023)

Gambaran Kualitas Pelayanan

Pada aspek kehandalan (*reliability*) melalui parameter keahlian karyawan dalam mengatur keperluan nasabah melalui rata-rata 3,65 respon baik. Hal ini dikarenakan bahwa karyawan memiliki pengalaman yang baik dalam mengatur apa yang dibutuhkan oleh nasabah. Parameter kemudahan proses pelayanan melalui rata-rata 3,68 respon baik. Dalam hal ini proses pelayanannya cepat melalui persyaratan yang mudah melalui itu konsumen dapat menikmati jasa yang diberikan. Selanjutnya parameter kecermatan karyawan melayani nasabah melalui rata-rata 3,71 respon baik. Dalam hal ini karyawan memiliki sikap teliti dalam melayani nasabah dalam melakukan transaksi, sehingga nasabah merasa senang.

Aspek jaminan (*assurance*) melalui parameter jaminan privasi yang diberikan kepada nasabah melalui rata-rata 3,74 respon baik. Dalam hal ini perusahaan memberikan jaminan privasi, melalui tidak menyebar luaskan data nasabah kepada orang lain sehingga nasabah merasa puas ketika menggunakan jasa ini. Parameter jaminan keamanan yang diberikan kepada nasabah melalui rata-rata 3,68 respon baik. Dalam hal ini perusahaan juga memberikan keamanan informasi nasabah melalui menjaga rahasia data informasi nasabah, karena keamanan informasi nasabah diprioritaskan oleh perusahaan. Parameter tingkat kejujuran karyawan melalui rata-rata 3,76 respon baik. Dalam hal ini karyawan memiliki tingkat kejujuran yang baik, seperti menjelaskan tentang dokumen yang akan dilampirkan.

Aspek bukti fisik (*tangible*) melalui parameter ketersediaan tempat parkir

melalui rata-rata 3,68 respon baik. Dalam hal ini fasilitas tempat parkir yang cukup luas dan dilengkapi melalui CCTV sehingga nasabah tidak perlu khawatir memarkirkan kendaraan di BPR Solider Pematang Siantar ini. Parameter penampilan karyawan melalui rata-rata 3,71 respon baik. Dalam hal ini penampilan karyawan baik, serta memiliki seragam kerja sesuai standar yang dimiliki perusahaan, dan karyawan diwajibkan berpakaian rapi dan menarik. Parameter fasilitas di ruangan BPR Solider melalui rata-rata 3,33 respon cukup baik. Dalam hal ini fasilitas di ruangan kurang, karena unit AC yang sedikit menyebabkan ruangan terasa panas, dan kurangnya unit komputer untuk mendukung proses pekerjaan.

Aspek empati (*empathy*) melalui parameter respon karyawan terhadap keluhan nasabah melalui rata-rata 3,65 respon baik. Dalam hal ini respon karyawan kepada nasabah baik, karena ketika nasabah komplain, karyawan akan segera menanggapi keluhan nasabah dan memberikan solusi. Parameter sikap karyawan menghargai konsumen melalui rata-rata 3,77 respon baik. Dalam hal ini karyawan sangat menghargai konsumen melalui menerima keluhan konsumen serta membantu melayani konsumen. Parameter kepedulian karyawan terhadap nasabah melalui rata-rata 3,74 respon baik. Dalam hal ini karyawan tidak membedakan rasa kepedulian mereka terhadap konsumen, semua disama-ratakan dalam mendapatkan pelayanan yang baik.

Aspek daya tanggap (*responsiveness*) melalui parameter kecepatan karyawan dalam melayani nasabah melalui rata-rata 3,29 respon cukup baik. Dalam hal ini, karyawan kurang cepat dalam melayani nasabah pada saat jam makan siang, karena ada beberapa karyawan istirahat sehingga membuat nasabah menunggu di jam makan siang. Pada parameter ketepatan informasi yang diberikan karyawan kepada nasabah melalui rata-rata 3,65 melalui respon baik. Dalam hal ini karyawan memberikan informasi yang jelas kepada konsumen sehingga akan menawarkan beberapa nominal pinjaman

melalui ketentuan jangka waktu pinjaman yang ditentukan. Dan pada parameter kesigapan karyawan dalam membantu konsumen melalui rata-rata 3,62 respon baik. Dalam hal ini karyawan semangat membantu melayani konsumen yang akan bertransaksi dan merespon keluhan konsumen melalui sabar melalui memberikan pelayanan yang baik.

Secara keseluruhan variabel kualitas pelayanan memiliki bobot rata-rata 3,65 melalui taraf respon baik. Untuk bobot tertinggi berada pada aspek jaminan (*assurance*) melalui parameter tingkat kejujuran karyawan melalui rata-rata 3,80 taraf respon baik. Bobot terendah pada aspek daya tanggap (*responsiveness*) melalui parameter kecepatan karyawan dalam melayani nasabah melalui rata-rata 3,29 melalui taraf respon cukup baik.

Gambaran Kepercayaan

Pada aspek kemampuan (*ability*) melalui parameter tanggung jawab perusahaan kepada nasabah melalui bobot rata-rata 4,09 respon percaya. Dalam hal ini tanggung jawab perusahaan kepada konsumen baik melalui melindungi privasi konsumen, perusahaan bertanggung jawab atas data konsumen yang tidak akan disebarluaskan. Pada parameter kemampuan pegawai menyikapi permasalahan nasabah melalui bobot rata-rata 3,39 respon cukup percaya. Dalam hal ini karyawan kurang mampu mengatasi permasalahan konsumen dimana pimpinan harus turun tangan ke lapangan untuk menagih pembayaran konsumen yang nunggak. Pada parameter keterampilan karyawan BPR Solider melalui bobot rata-rata 4,06 respon percaya. Dalam hal ini keterampilan karyawan dapat membantu konflik konsumen dan memiliki etika yang baik pada saat bertransaksi melalui konsumen tersebut.

Aspek kebaikan hati (*benevolence*) melalui parameter itikad karyawan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen melalui bobot rata-rata 3,89 respon percaya. Dilakukan perusahaan seperti mengingatkan tanggal jatuh tempo kredit beberapa hari sebelumnya untuk menghindari denda bagi

konsumen. Parameter perhatian karyawan membantu nasabah saat mengalami kesulitan melalui bobot rata-rata 3,88 respon percaya. Dalam hal ini bahwa karyawan membantu nasabah untuk keluhan penambahan modal usaha sehingga nasabah tidak merasa kesulitan pada saat mereka menjalankan usahanya. Pada parameter keramahan karyawan melalui nasabah melalui bobot rata-rata 3,36 respon cukup percaya. Dalam hal ini penulis melihat bahwa masih ada karyawan yang kurang ramah dan sedikit yang memberikan senyuman pada konsumen yang datang bertransaksi.

Pada aspek integritas (*integrity*) melalui parameter keadilan dalam melayani nasabah melalui bobot rata-rata 4,03 melalui respon percaya. Dalam hal ini karyawan tidak membedakan konsumen yang dan mereka menyamaratakan semua konsumen yang akan bertransaksi. Parameter pemahaman karyawan akan melalui bobot rata-rata 4,03 melalui respon percaya. Dalam hal ini karyawan paham mengatasi permasalahan konsumen melalui memberikan pinjaman untuk keperluan modalnya. Dan parameter ketulusan karyawan melayani nasabah melalui bobot rata-rata 4,21 respon sangat percaya. Dalam hal ini karyawan tulus memberikan pelayanan melalui baik, seperti konsumen yang datang mereka melalui senang hati akan membantu permasalahan mereka.

Secara keseluruhan dapat dilihat bahwa kepercayaan berada pada bobot rata-rata 3,88 melalui taraf respon percaya. Bobot rata-rata tertinggi berada pada aspek integritas (*integrity*) parameter ketulusan karyawan melayani nasabah pada rata-rata 4,21 respon sangat percaya. Bobot terendah berada pada aspek kebaikan hati (*benevolence*) parameter keramahan karyawan melalui nasabah melalui bobot rata-rata 3,36 respon cukup percaya.

Gambaran Kepuasan Konsumen

Pada aspek kualitas produk melalui parameter manfaat jasa yang ditawarkan berada pada bobot 3,86 melalui taraf respon puas. Hal ini dikarenakan kontribusi BPR

membantu perekonomian konsumen melalui memberikan jasa kredit usaha, kredit kepemilikan rumah, dan kredit multiguna. Pada parameter keberagaman variasi pinjaman berada pada bobot 3,74 melalui taraf respon puas. Hal ini dikarenakan variasi pinjaman yang ditawarkan BPR Solider baik sesuai melalui manfaat yang diberikan perusahaan kepada konsumen. Pada parameter karakteristik produk BPR berada pada bobot 3,71 melalui taraf respon puas. Hal ini dapat dilihat perusahaan BPR Solider menyalurkan dana dalam bentuk giro, tabungan, deposito dan dalam bentuk kredit atau sejenisnya untuk membantu masalah permodalan dikhususkan untuk masyarakat kelas menengah ke bawah dan perusahaan BPR Solider mendekat melalui perdesaan sehingga lekat melalui bank pasar, petani serta rakyat kecil lainnya.

Pada aspek harga melalui parameter tingkat buku simpanan yang ditawarkan berada pada bobot 3,74 melalui taraf respon puas. Hal ini dapat dilihat suku bunga simpanan pada BPR ini 3,75% dan untuk bunga deposito dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) sehingga simpanan kita aman dan memiliki suku bunga yang berjangka. Pada parameter suku bunga kredit yang ditawarkan berada pada bobot 3,33 cukup puas melalui taraf respon cukup puas. Hal ini dikarenakan suku bunga kredit yang ditawarkan tinggi dibandingkan melalui pesaing lainnya seperti pada bank umum, sehingga nasabah sering mengeluh. Pada parameter prosedur peminjaman berada pada bobot 3,48 melalui taraf respon puas. Hal ini dapat dilihat syarat pinjaman di BPR mudah melalui membawa KTP, KK dan dokumen pendukung lainnya, dan dana pencairan hanya sekitar 2-3 hari kerja.

Pada aspek faktor emosional melalui parameter pengendalian diri pengawai ketika menghadapi keluhan nasabah berada pada bobot 3,27 melalui taraf respon cukup puas. Hal ini dapat dilihat rendahnya emosi yang dimiliki sebagian karyawan saat melayani nasabah yang akan meminjam sehingga sering menimbulkan perdebatan. Pada parameter kemampuan karyawan

untuk memenuhi keinginan konsumen berada pada bobot 3,68 melalui taraf respon puas. Hal ini dikarenakan karyawan berusaha mengutamakan kepentingan konsumen melalui meningkatkan stabilitas ekonomi konsumen itu sendiri dan meningkatkan daya guna uang. Pada parameter keyakinan konsumen terhadap jasa yang diberikan berada pada bobot 3,80 melalui respon taraf puas. Hal ini dikarenakan perusahaan resmi dan memiliki umur yang cukup lama sehingga mampu membuat konsumen yakin untuk menggunakan layanan jasa ini.

Pada aspek kemudahan melalui parameter kemudahan yang dirasakan ketika bertransaksi pada rata-rata 3,68 melalui taraf respon puas. Hal ini dapat dilihat bahwa syarat untuk meminjam mudah sehingga tidak mempersulit nasabah yang datang. Parameter kenyamanan bertransaksi pada rata-rata 3,74 melalui taraf respon puas. Dalam hal ini perusahaan berupaya memberikan kenyamanan yang terbaik kepada konsumen dari pelayanannya. Dan pada parameter ketepatan waktu operasional pada rata-rata 3,83 melalui taraf respon puas. Dalam hal ini dapat dilihat bahwa perusahaan memulai jam kerja pada waktu yang tepat beroperasi pada jam 08.00-17.00 Wib (Senin-Jumat).

Secara keseluruhan dapat dilihat bahwa kepuasan konsumen berada pada rata-rata 3,66 melalui taraf respon puas. Bobot rata-rata tertinggi berada pada aspek manfaat jasa yang ditawarkan BPR Solider pada rata-rata 3,86 respon puas. Untuk bobot terendah pada aspek faktor emosional parameter pengendalian diri pengawai ketika menghadapi keluhan nasabah berada pada rata-rata 3,27 respon cukup puas.

**Analisis Deskriptif Kuantitatif
Analisis Regresi Linear Berganda**

Tabel 2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	1,485	6,590	
1 Kualitas Pelayanan	.559	.095	.682
Kepercayaan	.338	.163	.240

Sumber: hasil pengolahan data (2023)

$\hat{Y} = 1,485 + 0,559X_1 + 0,338X_2$, artinya terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan naik satu satuan akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,559 satuan begitu juga melalui kepercayaan jika naik satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,338 satuan. Disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pada PT BPR Solider Pematang Siantar.

Regresi Linier Sederhana

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Tabel 3

Hasil Regresi Linier Sederhana Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	10,314	5,273	
1 Kualitas Pelayanan	.613	.096	.748

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: hasil pengolahan data (2023)

$\hat{Y} = 10,314 + 0,613X_1$, artinya jika kualitas pelayanan naik satu satuan maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,613 satuan, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT BPR Solider Pematang Siantar.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen

Tabel 4

Hasil Regresi Linier Sederhana Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	22,815	7,870	
1 Kepercayaan	.601	.224	.428

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: hasil pengolahan data (2023)

$\hat{Y} = 22,815 + 0,601X_2$, artinya jika kepercayaan naik satu satuan maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,601 satuan, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif antara kepercayaan terhadap kepuasan konsumen PT BPR Solider Pematang Siantar.

Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Tabel 5

Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan melalui Kepuasan Konsumen

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.783 ^a	.614	.589	3.003

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: hasil pengolahan data (2023)

Menurut korelasi (r) = 0,783, artinya terdapat hubungan yang kuat dan positif antara kualitas pelayanan dan kepercayaan melalui kepuasan konsumen pada PT BPR Solider Pematang Siantar. Koefisien determinasi sebesar 0,614 artinya tinggi rendahnya kepuasan konsumen sebesar 61,4% dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan kepercayaan, sedangkan sisanya 38,6% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Tabel 6

Kualitas Pelayanan melalui Kepuasan Konsumen

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.748 ^a	.560	.546	3.154

Sumber: hasil pengolahan data (2023)

Bobot korelasi (r) = 0.748 yang artinya terdapat hubungan yang kuat dan positif antara kualitas pelayanan melalui kepuasan konsumen pada PT BPR Solider Pematang Siantar. Koefisien determinasi sebesar 0,560 artinya tinggi rendahnya kepuasan konsumen sebesar 56,0% dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, sedangkan sisanya 44,0% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Tabel 7

Kepercayaan melalui Kepuasan Konsumen

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.428 ^a	.183	.158	4.298

Sumber: hasil pengolahan data (2023)

Bobot korelasi (r) = 0,428 yang artinya terdapat hubungan yang sedang dan positif antara kepercayaan melalui kepuasan konsumen pada PT BPR Solider Pematang Siantar. Koefisien determinasi sebesar 0,183 artinya tinggi rendahnya kepuasan konsumen sebesar 18,3% dapat dijelaskan oleh variabel kepercayaan, sedangkan sisanya 81,7% terdapat analisis pada variabel lainnya yang tidak dibahas dalam penelitian ini seperti citra merek, loyalitas konsumen, persepsi dan sikap.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 8

Hasil Uji F Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen ANOVA

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	443.914	2	221.957	24.605	.000^b
	Residual	279.645	31	9.021		
	Total	723.559	33			

Sumber: hasil pengelolaan data (2023)

Bobot F_{hitung} sebesar 24,605 > F_{tabel} melalui $df = n-k-1$ (34-2-1=31) sebesar 3,30 atau melalui signifikan 0,000 < 0,05 maka H_0 di tolak, artinya kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT BPR Solider Pematang Siantar. Hal ini sesuai pendapat (Ayuningtyas and Siregar, 2021) dan (Ghantynireta, Inayatillah and Evriyenni, 2021), menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 9

Hasil Uji t Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Coefficients^a

Model		t	Sig.
1	(Constant)	1.956	.059
	Kualitas Pelayanan	6.384	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: hasil pengolahan data (2023)

Pada variabel (kualitas pelayanan) diperoleh bobot t_{hitung} pada variabel kualitas pelayanan sebesar 6,384 > t_{tabel} melalui $df = n-k-1$ (34-1-1=32) sebesar 2,03693 atau melalui taraf signifikan 0,000 < 0,05 maka H_0 ditolak, artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT BPR Solider Pematang Siantar. Hal ini sesuai melalui pendapat (Ayuningtyas and Siregar, 2021), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 10
Uji t Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen

Coefficients^a

<i>Model</i>		<i>t</i>	<i>Sig.</i>
1	<i>(Constant)</i>	2.899	.007
	Kepercayaan	2.678	.012

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: hasil pengelolaan data (2023)

Pada variabel (kepercayaan) diperoleh bobot t_{hitung} pada variabel kepercayaan sebesar $2,678 > t_{tabel}$ melalui $df = n-k-1$ ($34-1-1=32$) sebesar $2,03693$ atau melalui taraf signifikan $0,012 < 0,05$ maka H_0 ditolak, artinya kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT BPR Solider Pematang Siantar. Hal ini sesuai melalui pendapat (Ghantynireta, Inayatillah and Evriyenni, 2021), yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Evaluasi Kualitas Pelayanan

Menurut hasil aspek yang digunakan dalam penelitian ini, hasil yang terbukti dari hasil kuesioner yang diperoleh bobot rata-rata $3,65$ melalui taraf respon baik. Namun masih ada sebagian parameter melalui bobot lebih rendah dari rata-rata untuk meningkatkan hasilnya.

Pada aspek bukti fisik (*tangible*) melalui parameter fasilitas di ruangan BPR Solider melalui rata-rata $3,33$ respon cukup baik. Hal ini dapat ditingkatkan melalui cara menambahkan unit AC di ruang tunggu agar konsumen tidak kegerahan pada saat bertransaksi dan menambah unit komputer untuk mendukung proses kerja.

Aspek daya tanggap (*responsiveness*) melalui parameter kecepatan karyawan dalam melayani nasabah melalui rata-rata $3,29$ respon cukup baik. Hal ini dapat dilakukan melalui cara bergantian istirahat melalui karyawan lain agar konsumen tidak terlalu lama menunggu pada saat bertransaksi. Parameter kesigapan karyawan dalam

membantu nasabah melalui rata-rata $3,62$ respon baik. Hal ini dapat ditingkatkan melalui pimpinan memberikan arahan kepada karyawan agar sigap dalam melayani nasabah.

Berdasarkan hasil evaluasi tersebut untuk kualitas pelayanan pada PT BPR Solider Pematang Siantar perlu dilakukan perbaikan untuk meningkatkan hasil yang lebih baik yaitu melalui memperhatikan karakteristik kualitas pelayanan seperti yang dikemukakan oleh (Sufiyanti, Sayuti and Windarti, 2017) diantaranya *intangibility*, *unstorability* (tidak dapat disimpan) dan *costummization* (kostuminasi).

Evaluasi Kepercayaan

Menurut hasil aspek yang digunakan dalam penelitian ini, hasil yang terbukti dari hasil kuesioner yang diperoleh bobot rata-rata $3,88$ melalui taraf respon baik. Namun masih ada sebagian parameter melalui bobot lebih rendah dari rata-rata untuk meningkatkan hasilnya.

Pada aspek kemampuan (*ability*) melalui parameter kemampuan pengawai menyikapi permasalahan nasabah berada pada bobot $3,39$ respon cukup percaya. Hal ini ditingkatkan melalui cara pimpinan memberikan pengarahannya kepada karyawan agar dapat bersikap tegas terhadap konsumen apabila pembayaran menunggak.

Aspek kebaikan hati (*benevolance*) melalui parameter keramahan karyawan melalui nasabah melalui bobot rata-rata $3,36$ respon cukup percaya. Hal ini dapat ditingkatkan perusahaan melalui menerapkan 3S (Senyum, Salam dan Sapa).

Berdasarkan hasil evaluasi tersebut, kepercayaan dapat dilihat dari faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan yang sejalan melalui pendapat (Ma'la, 2022) yaitu, faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi serta faktor psikologis. Dari beberapa faktor kepercayaan tersebut dapat ditingkatkan agar konsumen lebih yakin lagi untuk menggunakan jasa pada BPR Solider sehingga perusahaan akan bertahan lama.

Evaluasi Kepuasan Konsumen

Menurut hasil aspek yang digunakan dalam penelitian ini, hasil yang terbukti dari

hasil kuesioner yang diperoleh bobot rata-rata 3,66 melalui taraf respon baik. Namun masih ada sebagian parameter melalui bobot lebih rendah dari rata-rata untuk meningkatkan hasilnya.

Pada aspek harga melalui parameter tingkat suku bunga kredit yang ditawarkan berada pada bobot 3,33 respon cukup puas. Hal ini ditingkatkan melalui cara menjelaskan rincian jenis harga suku bunga kredit yang ditawarkan sesuai melalui manfaat yang diperoleh. Dan pada parameter prosedur peminjaman BPR Solider pada bobot 3,48 respon puas. Hal ini dapat ditingkatkan melalui cara mencairkan dana dalam proses 1x24 Jam atau 1 hari.

Aspek faktor emosional melalui parameter pengendalian diri pegawai ketika menghadapi keluhan nasabah berada pada bobot 3,27 melalui respon taraf cukup puas. Hal ini dapat ditingkatkan melalui cara pimpinan memberikan pengarahan kepada pegawai agar dapat bekerja melalui lebih sabar menghadapi karakter nasabah yang berbeda-beda.

Berdasarkan hasil evaluasi tersebut perusahaan perlu melakukan pengukuran kepuasan seperti pendapat (Indrasari, 2019), beberapa metode yang dilakukan diantaranya melakukan sistem keluhan dan saran, *ghost shopping*, *lost customer analysis* dan survei kepuasan pelanggan. Melalui demikian perusahaan akan mengetahui kelemahan serta kelebihan yang dimiliki agar mengembangkan strategi yang tepat agar meningkatnya kepuasan konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Hasil analisis deskriptif kualitatif tentang kualitas pelayanan pada PT BPR Solider Pematang Siantar sesuai melalui aspek kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), bukti fisik (*tangible*), empati (*empathy*), dan daya tanggap (*responsiveness*) diperoleh bobot rata-rata melalui respon baik. Selanjutnya untuk bobot tertinggi berada pada aspek jaminan (*assurance*)

melalui parameter tingkat kejujuran karyawan BPR Solider. Kemudian bobot terendah berada pada aspek daya tanggap (*responsiveness*) melalui parameter kecepatan karyawan dalam melayani nasabah.

2. Hasil analisis deskriptif kualitatif tentang kepercayaan pada PT BPR Solider Pematang Siantar dapat dilihat dari aspek kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*) dan integritas (*integrity*) melalui bobot respon taraf percaya. Bobot tertinggi berada pada aspek integritas (*integrity*) melalui parameter ketulusan karyawan melayani nasabah. Untuk bobot terendah pada aspek kebaikan hati (*benevolence*) melalui parameter keramahan karyawan melalui nasabah.
3. Hasil analisis deskriptif kualitatif tentang kepuasan konsumen pada PT BPR Solider Pematang Siantar dapat dilihat dari aspek kualitas produk, harga, faktor emosional dan kemudahan. Bobot tertinggi berada pada aspek kualitas produk melalui parameter manfaat jasa yang ditawarkan BPR Solider. Untuk bobot terendah berada pada aspek faktor emosional melalui parameter pengendalian diri pegawai ketika menghadapi keluhan nasabah.
4. Hasil analisis regresi linier menunjukkan adanya pengaruh yang positif antara kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pada PT BPR Solider Pematang Siantar baik secara simultan maupun parsial.
5. Hasil analisis koefisien korelasi menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara kualitas pelayanan dan kepercayaan melalui kepuasan konsumen pada PT BPR Solider Pematang Siantar. Kemudian hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan baik tidaknya kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan kepercayaan.

6. Hasil pengujian hipotesis melalui Uji F menunjukkan ditolak, artinya kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT BPR Solider Pematang Siantar.
7. Hasil pengujian melalui Uji t menunjukkan H_0 ditolak, artinya kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT BPR Solider Pematang Siantar secara parsial.

Saran

1. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada PT BPR Solider Pematang Siantar, sebaiknya perusahaan menambah fasilitas seperti menambah unit AC dan unit komputer untuk mendukung pekerjaan, mengatur jadwal istirahat pegawai secara bergantian dan pimpinan dapat memberi arahan kepada karyawan agar sigap melayani nasabah.
2. Untuk meningkatkan kepercayaan pada PT BPR Solider Pematang Siantar, sebaiknya pimpinan memberikan pengarahan kepada karyawan agar dapat bekerja bersikap tegas apabila pembayaran menunggak dan BPR Solider dapat menerapkan 3S (Senyum, Salam dan Sapa).
3. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada PT BPR Solider Pematang Siantar, sebaiknya melalui menjelaskan lebih dulu rincian bunga kredit kepada konsumen sesuai melalui manfaat yang diperoleh, mempercepat proses dana pencairan dan pimpinan dapat memberikan pengarahan kepada karyawan agar dapat bekerja melalui lebih sabar menghadapi karakter nasabah yang berbeda-beda.
4. Sehubungan melalui keterbatasan kemampuan dan waktu yang dimiliki penulis, maka dari itu, penulis menganjurkan kepada peneliti selanjutnya untuk membahas variabel penelitian yang mempengaruhi

kepuasan konsumen yang tidak dibahas pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayuningtyas, K.A. and Siregar, S. (2021) **‘Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bank Mandiri Cabang Alam Sutera Tangerang)’**, *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(1), pp. 63–76. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.30656/jm.v11i1.3032>.
- Butarbutar, M. *et al.* (2021) **Manajemen Pemasaran Jasa**. Cetakan 1. Edited by Ronal Watiantos. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Ghantynireta, B.V., Inayatillah, I. and Evriyenni, E. (2021) **‘Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah (Studi Pada Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Darussalam Banda Aceh)’**, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(2), pp. 114–122. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.22373/jimebis.v2i2.189>.
- Indrasari, M. (2019) **Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan**. Pertama. Surabaya: Indomedia Pustaka.
- Ma’la, H. (2022) **Pengaruh Gaya Hidup dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Lemonilo di Jakarta Timur (Studi Kasus pada Konsumen Mie Instan Lemonilo)**. UNSADA. Available at: [http://repository.unsada.ac.id/5635/3/BAB 2.pdf](http://repository.unsada.ac.id/5635/3/BAB%202.pdf).
- Sulastri, L. (2014) **Manajemen Sebuah Pengantar: Sejarah, Tokoh, Teori dan Praktik**. ketiga. Bandung: La Goods Publishing.
- Sufiyanti, E., Sayuti, A.J. and Windarti, A.O. (2017) **‘Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas**

Pelayanan Minimarket’, Jurnal Riset
Bisnis Dan Investasi, 3(1), pp. 43–51.
Available at:
<https://jurnal.polban.ac.id/an/article/view/545>.

Utami, M., Handayani, T. and Pusporini, P.
(2019) ‘**Pengaruh kualitas layanan
dan kepercayaan nasabah terhadap
loyalitas nasabah**’, *Proceeding of
Conference on Islamic Management,
Accounting, and Economics*, pp. 170–
178. Available
at:<https://journal.uui.ac.id/CIMAE/article/view/12853>.

Zainurossalamia, S. (2020) **Manajemen
Pemasaran, Teori dan Strategi**.
Pertama. Edited by Hamdan. Praya,
Lombok Tengah: Forum Pemuda
Aswaja.